



1. September 2010

Emmi

Milchverarbeiter mit neuer Dachmarkenwerbung

Bergromantik mit Murmeltieren und Eichhörnchen.

Emmi, der grösste Schweizer Milchverarbeiter, startet in diesen Tagen eine umfassende neue Kommunikationskampagne, welche die Hochwertigkeit der Emmi Produkte ins Zentrum stellt. Die Kampagne läuft flankierend zur Neupositionierung zahlreicher Produkte unter der Dachmarke "Emmi".

Dabei wird klar, dass Emmi mit typisch Schweizer Symbolen auf Kundenfang gehen möchte. Die Schweizer Bergwelt ist Bühne der neuen Kommunikationskampagne, die im Fernsehen, in Zeitungen und Zeitschriften, auf dem Internet sowie auf vielen Emmi Lastwagen ab sofort in der Schweiz und in Deutschland zu sehen ist.

Murmeltiere, Eichhörnchen und weitere Helfer spielen die Hauptrolle im neuen Emmi TV-Spot: Eine junge Frau arbeitet in ihrer Alphütte und wird dabei unterstützt von den tierischen Waldbewohnern, die ihren Beitrag leisten, damit das Emmi Jogurt zu dem wird, was es ist: Schweizer Genuss, der verzaubert. Die Inserate lehnen sich an diese Welt an, genauso wie die Lastwagenflotte, die nach und nach angepasst wird. Die neue Website von Emmi (www.emmi.ch) spielt wie das Verpackungsdesign ebenfalls mit den Schweizer Nationalfarben.

Emmi will mit der neuen Kampagne ihre Schweizer Herkunft unterstreichen. Mit der Neupositionierung der Dachmarke präsentiert Emmi erstmals Produkte aus dem Frische- und aus dem Käsebereich unter einem gemeinsamen Dach - unter anderem Jogurt, Desserts, Milch, Glace, Mozzarella und Käse. Für den neuen Auftritt zeichnet die Agentur Scholz&Friends Zürich verantwortlich.

TV-Spots: JERKfilms. Regie: Eli Sverdllov, Service-Produktion Schweiz: Condor Commercials. Service-Producer: Florian Studer & Michael Gloor



Quelle: www.persoendlich.com