

Berlin/Luzern, November 2019. Pressemitteilung

„Wichtig ist, was drin ist.“

SAINT ELMO'S Berlin führt für Emmi CAFFÈ LATTE eine internationale Kampagne in sechs Ländern – je nach Bedarf mit und ohne TV-Flight. Neueste Maßnahme ist ein humorvoller TV-Spot speziell für die Schweiz: Dabei steigt Ski-Olympiasiegerin Wendy Holdener sogar in einen Kühlschrank...

Die Berliner Kreativagentur SAINT ELMO'S wurde nach einem mehrstufigen Auswahlverfahren zur Leadagentur von Emmi CAFFÈ LATTE gekürt und führt seitdem die Kommunikation in sechs europäischen Ländern (Schweiz, Deutschland, Österreich, Großbritannien, Spanien und Belgien). Mit einem klaren Bekenntnis zur Produktqualität tritt das Schweizer Traditionsunternehmen als internationale Powerbrand auf.

Aktuelles Highlight ist ein TV-Spot für die Schweiz mit Ski-Star Wendy Holdener. Der Film bewirbt eine Sonderedition von Emmi CAFFÈ LATTE, und zwar den CAFFÈ WENDY. Der Clou: Weil es WENDY jetzt auch eisgekühlt gibt, steigt Olympiasiegerin Wendy Holdener für den Spot sogar in einen Kühlschrank.

Der Film läuft exklusiv im Schweizer TV. Flankiert wird er von Anzeigen, die in einigen Schweizer Illustrierten sowie im Programmheft aller Weltcup-Rennen geschaltet werden und an ein Gewinnspiel gekoppelt sind.

Zum Hintergrund: Die übergeordnete Kampagne setzt auf Produktqualität

Seit 2018 fahren SAINT ELMO'S Berlin und Emmi CAFFÈ LATTE eine medienübergreifende Kampagne mit viel Humor und einem klaren Fokus auf Produktqualität. Um die verschiedenen Emmi CAFFÈ LATTE Sorten unter einem Dach zu versammeln, hat SAINT ELMO'S Berlin den Claim „Wichtig ist, was drin ist.“ entwickelt. Er ist Herz und Anker sämtlicher Kommunikationsinhalte und zählt auf das Leitthema „Qualität“ ein. Zur Kernkompetenz gehört etwa, dass Emmi CAFFÈ LATTE aus frisch gebrühtem Arabica-Kaffee mit feinsten Bohnen aus verschiedenen Herkunftsländern hergestellt wird und dank bester Schweizer Milch seinen unverwechselbaren Geschmack erhält.

Sechs Länder, sechs Kommunikationsansprüche. Doch wer braucht was?

Die besondere Herausforderung bestand darin, eine Kampagne zu kreieren, die je nach Länder-Budget sowohl mit als auch ohne TV-Flight funktioniert. Ein Kommunikationsschwerpunkt liegt deshalb auf Social Media und Digital.

Die länderübergreifende Kampagne beinhaltet derzeit folgende Werbemittel: drei Image-Spots, vier Tag-ons/Bumper Ads sowie Print/OOH mit sieben Motiven; außerdem zahlreiche Social-Media-Aktivitäten, die speziell auf die Bedürfnisse der länderspezifischen Zielgruppen ausgerichtet sind.

Eine TV-Ausspielung der Spots läuft in der Schweiz, in Belgien und Spanien. Alle übrigen Maßnahmen – Social Media, Print und OOH – laufen in unterschiedlicher Ausprägung in der Schweiz, Deutschland, Österreich, Großbritannien, Spanien und Belgien. SAINT ELMO'S

Berlin betreut den Kunden von der klassischen Werbung bis hin zum Community Management.

Zitat Thomas Morf, Chief Marketing Officer Emmi Group:

„In einer harten Konkurrenzsituation haben wir nicht nach dem kleinsten gemeinsamen Nenner gesucht, sondern nach einer Kampagne mit Durchschlagskraft. Mit Emmi CAFFÈ LATTE verfügen wir über eine internationale Powerbrand – und wir freuen uns, die passende Kampagne und Agentur dazu gefunden zu haben.“

Zitat Hubertus von Lobenstein, CEO SAINT ELMO'S Berlin:

„Wir sind stolz darauf, für eine Schweizer Traditionsunternehmen wie Emmi zu arbeiten. Vor allem aber freuen wir uns mit Emmi CAFFÈ LATTE über einen Kunden, der den Mut hat, gerade auch im Digitalen neue Wege mit der Agentur zu gehen.“

Zitat Yvonne Baumgartner, Global Category Head Emmi CAFFÈ LATTE & Drinks:

„Unser Kaffee bedeutet uns alles, vielleicht sogar ein bisschen mehr. Unser Anspruch ist es, immer etwas besser zu sein, immer die Extrameile für wirklich guten Kaffee zu gehen. Das gilt auch für unsere Kommunikation. Umso glücklicher sind wir, nun eine länder- und produktübergreifende Kommunikationsstrategie zu fahren, die unseren Qualitätsanspruch in den Mittelpunkt stellt.“

Verantwortlich auf Kundenseite:

Thomas Morf (Chief Marketing Officer Emmi Group)

Yvonne Baumgartner (Global Category Head Emmi CAFFÈ LATTE & Drinks)

Mélanie Thureau (Global Marketing Manager Emmi CAFFÈ LATTE)

Verantwortlich auf Agenturseite:

Jan Lucas (ECD), Andreas Manthey (CD)

Jens Jung (Text), Virgie Cheong (Art)

Hubertus von Lobenstein (Geschäftsführer Beratung)

Monique Garbe, Melanie Fischer (Beratung)

Svetlana Herdt (Head of Social Media), Desiree Meister (Social Media Manager)

Filmproduktion für länderübergreifende Kampagnenspots und Wendy Spot:

Bears Calling GmbH

Producerin: Anna Honerlagen

Regie: Paul Gerwien

Kamera: Mathias Schöningh

Über SAINT ELMO'S Berlin

SAINT ELMO'S zählt mit rund 200 Mitarbeitern an den Standorten Berlin, Hamburg, München und Los Angeles zu den Top 20 der inhabergeführten Agenturen in Deutschland.

Bei SAINT ELMO'S Berlin geht es um kreatives Brand Storytelling und Experiential Content. Neben sämtlichen klassischen Kanälen (TV, Print, Out-of-Home, Funk, POS u.a.) gehört dazu auch die digitale Markenführung – von der Social-Media-Strategie über die Konzeption und Umsetzung aller Online-Formate bis hin zu holografischen Markeninszenierungen mit

Augmented-, Virtual- und Mixed-Reality. Aktuell betreut SAINT ELMO'S Berlin Marken wie BMW, Emmi CAFFÈ LATTE, Jules Mumm, Kleiner Feigling, Sprizzerò u. a.

Über Emmi CAFFÈ LATTE

Eiskalt, erfrischend und aus feinsten Kaffeebohnen gebrüht: Emmi CAFFÈ LATTE ist der Pionier der kalten Milch-/Kaffeemischgetränke und produziert aktuell neun verschiedene Geschmacksrichtungen sowie mindestens eine Innovation pro Jahr. Das Unternehmen sitzt in der Schweiz.

Emmi Management AG
Landenbergstrasse 1
CH-6002 Luzern
Ein Unternehmen der Emmi Gruppe

Pressekontakt:

SAINT ELMO'S Berlin GmbH & Co. KG
Hubertus von Lobenstein
Ziegelstraße 16
10117 Berlin
Telefon: +49 (0) 30 695 35 70 - 50
Email: H.vonLobenstein@saint-elmos.com
www.saint-elmos.com