

# Musik um Nestlé-Kaffeemaschine

veröffentlicht am 29.10.2009 um 16:00 Uhr · Unternehmen · Artikel



*Wirbt in Design für Qualität: die neue Dolce Gusto Circolo*

Mit einer vernetzten Kampagne unterstützt Nestlé das beginnende Weihnachtsgeschäft rund um Nescafé Dolce Gusto Circolo. Das Schwestermodell der Einportions-Kaffeemaschine im Design präsentiert sich in vielfältiger Farbauswahl und mit innovativer Technik. So sollen 15 bar Druck für die hochwertige Zubereitung verschiedenster Kaffees sorgen.

**Neben dem reichweitenstarken Medium TV** setzen der Konzern und seine Mediaagentur Optimedia, Frankfurt, noch stärker aufs Internet. „Was wir hier umsetzen, ist eine massive, vernetzte 360°-Kommunikation, die sich bis zum

POS-Erlebnis verlängert, wobei wir dieses Jahr den Kampagnenfokus noch stärker auf Online legen,“ erklärt Verena Hensel, Group Brand Manager Nescafé Dolce Gusto.

**Zeitgleich mit dem TV-Spot**, der ab KW 44 schwerpunktmäßig in der Prime-Time auf allen großen Privatsendern laufen wird (Kreation: Publicis Hamburg), startet eine Kooperation mit dem Online-Musikfernsehen tape.tv. Nescafé Dolce Gusto wird dort einen eigenen Channel bespielen.

**Die Idee:** Die beiden Maschinen Nescafé Dolce Gusto Circolo und das Schwestermodell Nescafé Dolce Gusto Melody werden passend zum Song aus dem Werbespot „Like a sexmaschine“ als Umrahmung eines Musikvideos vorgestellt. Darüber hinaus werden die Nescafé Dolce Gusto Geschmackssorten jeweils einer eigenen Musikrichtung zugeordnet. Nutzer können je fünf Songs anhören, die charakteristisch für Latte Macchiato, Caffè Crema Grande, Espresso, Chococino, etc. sind.

**Parallel wird die neue Maschine** mit interaktiven und aufmerksamkeitsstarken Sonderwerbformen auf den Startseiten großer Portale beworben. Die Kreation der Online-Werbemittel stammt von Cocomore, Frankfurt. Für Aufmerksamkeit sorgen außerdem Citylights in Großstädten und Advertorials in den Vorweihnachtsausgaben verschiedener Zeitschriften. Auf deutschlandweiten Verkostungsaktionen am POS können sich Kaffeegenießer außerdem vom Geschmack der Produkte überzeugen