

YES-Torty und Cocomore lassen Erinnerungen aufleben

Frankfurt, 1. September 2008: Viele Menschen verbinden das YES-Torty mit Erinnerungen an die 90er Jahre - an Freunde von damals und an gemeinsame Erlebnisse. Seit September hilft Nestlé den Fans des YES-Torty mit einer speziellen Website diese Erinnerungen aufleben zu lassen und ihre Freunde zu kontaktieren. Unter www.YES-Torty.com können sie ein digitales YES-Torty mit der Frage "Erinnerst du dich noch?" als e-card versenden. Gleichzeitig bilden die User Freundschaftsketten, bei denen sicher der ein oder andere Freund aus der Jugendzeit gefunden wird. Für Konzept und Realisierung der Kampagne zeichnet die Web- und Dialog-Agentur Cocomore AG verantwortlich.

Immer mehr Fans vermissten ihren kleinen "Geburtstagskuchen", Mails und Briefe wurden geschrieben und die Rückkehr des YES-Torty gefordert. Das Ergebnis: 2007 kam eine Sonderedition des Kuchenriegels für 30 Tage auf den Markt und das Kultprodukt erlebte eine Renaissance - es war innerhalb kurzer Zeit ausverkauft.

Noch während die Kuchenriegel mit dem Hinweis "nur für kurze Zeit" im Supermarktregal platziert waren, forderten bereits hunderte Fans eine Wiederholung der Aktion - mit Erfolg. Ab Oktober 2008 kommt das "legendäre" YES-Torty wieder für kurze Zeit auf den Markt. In diesem Jahr sogar mit mehr als doppelt so vielen Packungen als 2007. Erhältlich sind die saftigen Kuchenriegel im praktischen Dreierpack (3 x 32g) und in den beiden beliebten Sorten YES Cacao und YES Caramel - so lange der Vorrat reicht. Der Zeitraum ist gut gewählt, denn Herbstzeit ist Kuchenzeit.

"Erinnerst du dich noch?"

Viele Menschen verbinden das YES-Torty mit Erinnerungen an die 90er Jahre - an Freunde von damals und an gemeinsame Erlebnisse. Seit September hilft Nestlé den Fans des YES-Torty mit einer speziellen Website diese Erinnerungen aufleben zu lassen und ihre Freunde zu kontaktieren. Unter www.YES-Torty.com können sie ein digitales YES-Torty mit der Frage "Erinnerst du dich noch?" als e-card versenden. Gleichzeitig bilden die User Freundschaftsketten, bei denen sicher der ein oder andere Freund aus der Jugendzeit gefunden wird. Der größte auf der Website eingetragene Freundeskreis gewinnt ein YES-Nostalgieset, bestehend aus einem Zelt, ausreichend YES-Tortys und kleinen Kerzen.

Die Frankfurter Web- und Dialog-Agentur Cocomore zeichnet für Konzeption, grafische Umsetzung und Realisierung der gesamten integrierten Kampagne verantwortlich.

Cocomore ist bereits verantwortlich für den Unternehmensauftritt unter www.nestle.de, das CRM-Programm von NESCAFÉ Dolce Gusto sowie für die Markenwebsites von Mövenpick, NESCAFÉ, Nutrinews, POPS, Schöller und die markenübergreifende Plattform Nestlé Ernährungsstudio.

Über Cocomore:

Die Cocomore AG ist eine Web- und Dialog-Agentur mit Büros in Frankfurt/Main, Bonn und Dresden.

PRESSEMITTEILUNG



Für Kunden wie Deutsche Bank, Nestlé, Procter & Gamble oder Sanofi-Aventis entwickelt und betreut Cocomore Kommunikations- und Direktmarketinglösungen. So erstellt und betreibt Cocomore Web-Portale und gestaltet Online-Kampagnen. Außerdem produziert Cocomore Multimedia-Inhalte, u.a. für RTL, R+V Versicherung, T-Online und OnVista.

Pressekontakt:

Gabi Beitz-Brüning

Cocomore AG

Adalbertstraße 26

60486 Frankfurt

Tel.: 069 / 972 69 104

Fax : 069/ 972 69 199

Mail: gb@cocomore.de