

PRESSEMITTEILUNG

Maxomedia cruncht für Ovomaltine Choco Crunch

Maxomedia hat eine Einführungskampagne für Ovomaltine Choco Crunch von Wander realisiert, die genauso ist wie das neue Pulver selbst: Sie macht Spass und ist einfach unüberhörbar. Die Agentur hat den «Crunch» erfunden und dieses Geräusch zum kreativen Aufhänger der Kampagne gemacht.

Ovomaltine Choco Crunch kombiniert Ovo- und Schokogenuss und bringt dank den crunchigen Knusperstückchen Spass ins Glas. Genau das Richtige für die Kernzielgruppe der Jugendlichen, die auf Produkte mit hohem Funfaktor steht. Aber auch für alle anderen, die gerne eine Ovo mit dem gewissen Extra geniessen.

Im Mittelpunkt der Kampagne steht ein TV-Spot, der den Produkte-Claim «Nichts cruncht so wie das neue Ovomaltine Choco Crunch» dem Härtestest unterzieht: Drei Jugendliche suchen das ultimative Crunch-Erlebnis und stellen am Ende fest, dass nichts an den Trinkspass von Ovomaltine Choco Crunch herankommt.

Neben dem TV-Spot und einer humorvollen Radio-Promotion werden weitere passende Massnahmen umgesetzt: etwa der «Crunch» als Klingelton zum Downloaden, Inserate, Messestände und Samplings. Online gibt es eine Microsite sowie Werbemittel auf MSN Messenger, netlog und facebook.

<http://chococrunch.ovomaltine.ch/>
www.maxomedia.ch

Ihr Kontakt bei Maxomedia
Noemi Romano, noemi.romano@maxomedia.ch
031 370 01 11

Maxomedia entwickelt und realisiert Crossmedia-Kommunikation seit 1996. Die Full-Service-Agentur beschäftigt heute 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den beiden Standorten Bern und Zürich. Maxomedia ist Mitglied im BSW Leading Swiss Agencies.