

## Kampagnen Case Study

**Marke:** TASSIMO  
**Kunde:** Kraft Foods España S.L.U.  
Robert Bosch España, S.L.  
**Kategorie:** Lebensmittel  
**Agentur:** Starcom MediaVest Group



## Kampagnen- und Marketingziele

- Nach Millionenverkäufen in ganz Europa, diese neue Multiprodukt-Kaffeemaschine (Kaffee, Kakao und Tee) auch auf dem spanischen Markt einzuführen.
- Die Marktposition von TASSIMO verstärken, indem die Vorteile gegenüber Konkurrenzprodukten deutlich gemacht werden.
- Wettbewerbsfähige Positionierung neben Konkurrent Nespresso aufbauen.

## Zielgruppe

- TASSIMO ist für Kaffeegenießer, Teeliebhaber und für alle, die sich gerne mit einem Hochgenuss verwöhnen. TASSIMO ist für dich, deine Familie und Freunde, deine Nachbarn und Kollegen, einfach für Jedermann.
- TASSIMO soll Menschen zusammenbringen und jeden, der in den Genuss kommt, im Handumdrehen glücklich machen. Denn wir glauben: „Together is better“.

## Kreative Umsetzung

- Für das Verpackungsdesign haben wir in ganz Europa unsere Struktur geändert und neu definiert: Klarer erkennbar für die Kunden und flexibler für unsere Partnermarken, zeigt nun jedes Produkt seine eigene, visuelle Gestaltung, jede einzelne mit starker Wirkung auf die Gefühlswelt und die Sinne – dieses luxuriöse Design diente sogar zur Inspiration unserer Carte Noir Kampagne in Frankreich.
- Der Slogan "Much more than coffee" (dt.: "Viel mehr als nur Kaffee") verdeutlicht die Vielfalt an Produkten, die die Maschine zu bieten hat.

## blowUP media Umsetzung

- Höchst frequentierter blowUP-Standort am berühmten Plaza Alonso-Martinez in Madrid.
- Über 1.000qm sorgten für die größtmögliche Aufmerksamkeit
- TASSIMO wurde zum „talk of the town“