

# Robbie Williams präsentiert königlichen Kaffeegenuss

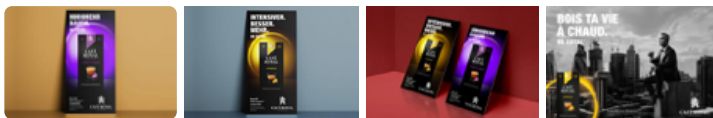
**Die Brandingagentur hat Café Royal einem Rebranding unterzogen, das ein neues, «royales» Lebensgefühl wecken will.**



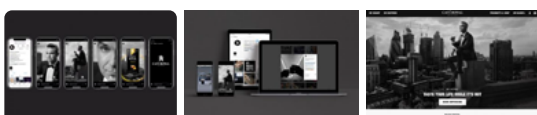
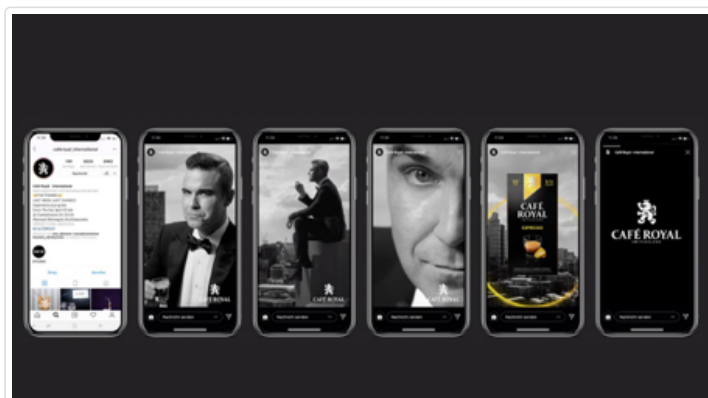
«Sei königlich», so der Claim der neuen Café-Royal-Kampagne. Markenbotschafter Robbie Williams soll dieses Lebensgefühl vermitteln. (Bild: zVg.)

Nach zwölf Jahren im historischen Gebäude der Rämistrasse 6 in Zürich zieht Branders an die Fraumünsterstrasse 9 und somit erneut an eine Adresse mit Geschichte. Der neue Firmensitz befindet sich zwischen Metropol und Nationalbank, wie es in einer Mitteilung heisst.

In einem engen Co-Kreationsprozess mit den Branding- und Marketingexperten von Café Royal sei eine neue differenzierende Positionierung entwickelt worden, die prägnant die DNA der Marke vermittele: «Café Royal existiert, um uns Mut zu geben, um uns mit raffinierter Provokation zu inspirieren und uns mit couragiertem Optimismus zu befähigen», schreibt Branders in der Mitteilung.



Das neue Lebensgefühl «Be Royal» bringe dies auf den Punkt. Kern des Designs ist der CGI-generierte, integrative «Be royal»-Kreis: Dieser stehe nicht nur für den Kreis der «unkonventionellen Mutigen», sondern mute wie eine Eklipse an, hinter der das Licht mit Kraft hervorbreche.



**In der von Branders kreierten Brand-Awareness-Kampagne mit digitalem Schwerpunkt – Display und Contextual Ads, Out-of-Home sowie Social Media – verkörpert Robbie Williams auf Imageebene die «königliche Attitüde» von Café Royal. Auf taktischer Ebene wurden für die «Hero»-Produkte der Marke länderspezifische Adaptionen realisiert, in der die Headlines mit Doppelbedeutungen spielen und sowohl die verschiedenen Kaffeesorten als auch den übergeordneten Geist von Café Royal beschreiben.**

**Verantwortlich bei Café Royal: Hubert Lehnard (Head of Brand Management), Roman Sonders (Global Head of Marketing Communication), Marcel Berg (Global Lead Communication Strategy), Rafaela Schwartz (Product Manager & Brand Assistant), Aline Veillerette (Marketing Communication Manager), Janna Opelt (Marketing Communication Manager), Jana Pleines (Marketing Communication Manager), Magdalena Blonkiewicz (Marketing Communication Manager), Nigel Gähwiler (Marketing Communication Manager); verantwortlich bei Branders: René Allemann (CEO), Thom Pfister (Creative Director), Philippe Knupp (Strategy Director), Marisa Güntlisberger (Director Omnichannel Experience), Thea Ferretti (Director Communications), Michèle Motterle (Senior Brand Consultant), Luisa Ender (Junior Brand Consultant), Micha Kumpf (Senior Brand Designer), Soraya Gaouaoua (Executive Brand Designer), Sarah Trendle (Executive Brand Designer), Katja Wölfel (Senior**