



Kampagnen

Branders

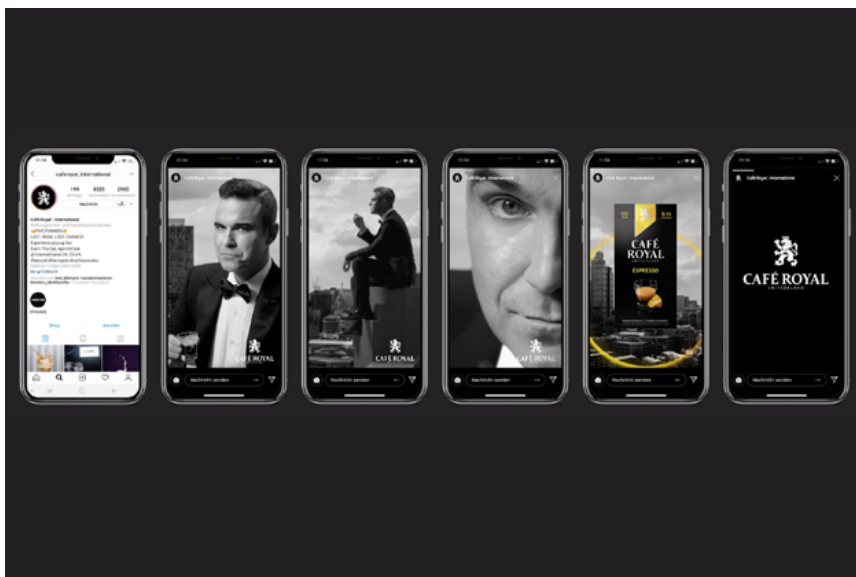
Robbie Williams präsentiert neues Lebensgefühl und neuen Markenauftritt für Café Royal International

Im Rahmen eines umfassenden Rebrandings für Café Royal hat Branders ein starkes und provokantes Lebensgefühl für diejenigen kreiert, die mutig mehr vom Leben verlangen: Be Royal.

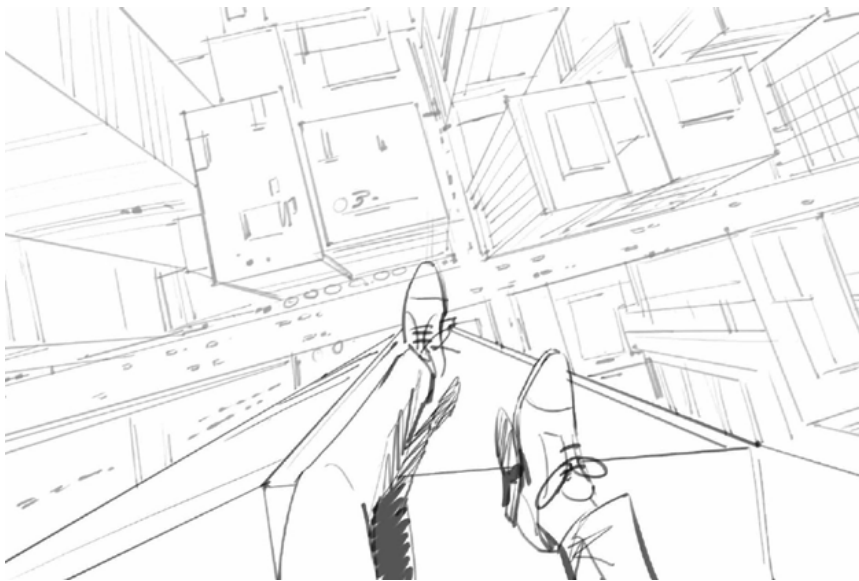
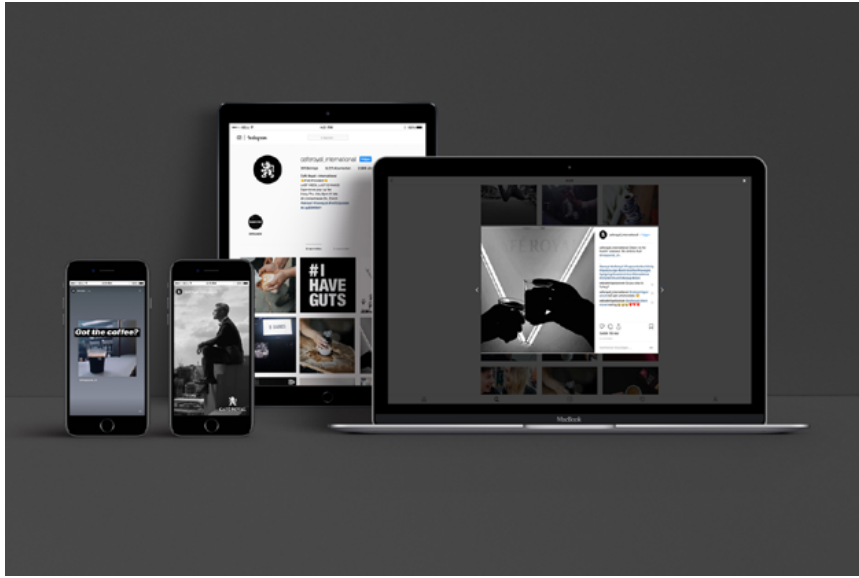


Der neuentwickelte Markenauftritt ist wie geschaffen für Omnichannel- und nachhaltige Immersive-Brand-Erlebnisse. In der neuen Kampagne wird er von Robbie Williams als globales Testimonial präsentiert. Die Jahre des «Agenten im Auftrag des guten Geschmacks» sind vorbei. In engen Co- Kurationsprozessen mit Café Royals Branding- und Marketingexperten wurde eine neue differenzierende Positionierung entwickelt, die prägnant die wahre DNA der Marke vermittelt. Café Royal existiert, um uns Mut zu geben, um uns mit raffinierter Provokation zu inspirieren und uns mit couragiertem Optimismus zu befähigen.





Das neue Lebensgefühl «Be Royal» bringt diese Aspiration auf den Punkt und ist zugleich Fundament des Markenauftritts, der Omnichannel- und nachhaltige Immersive-Branding-Erlebnisse ermöglicht. Kern des Designs ist der CGI-generierte, integrative «Be royal»-Kreis: Dieser steht nicht nur für den Kreis der unkonventionellen Mutigen, sondern repräsentiert zugleich absolute Perfektion und mutet wie eine Eklipse an, hinter der das Licht mit Kraft hervorbricht. In der von Branders kreierte Brand-Awareness-Kampagne mit digitalem Schwerpunkt (Display und Contextual Ads, Out-of-Home sowie Social Media) verkörpert auf Image- Ebene Robbie Williams die royale Attitüde von Café Royal. Auf taktischer Ebene wurden für die «Hero-Produkte» der Marke länderspezifische Adaptionen realisiert, in der die Headlines raffiniert 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 Copywriter). **Film und Fotografie:** Sandro Baebler (Photographer and Director), Oliver Hallberg (CGI), LS Productions (Filmproduktion).