

What else? Dua Lipa und Nespresso öffnen mit 'VERTUO Up' die Tür zu neuen Kaffeewelten



Copyright: Lifestyle/KJZ

Nespresso läutet mit seiner neuen 'VERTUO World'-Kampagne ein aufregendes Kapitel ein: Globaler Superstar Dua Lipa begleitet die Marke auf eine Reise durch unbekannte Geschmackswelten – und die neue 'VERTUO Up' Maschine macht dieses Abenteuer ab sofort für alle KaffeeliebhaberInnen zu Hause erlebbar.

WHAT ELSE? EINE IKONE TRIFFT EINE NEUE GENERATION

Seit über vier Jahrzehnten stellt Nespresso Konventionen in Frage – und mit der neuen Kampagne beweist die Marke einmal mehr, dass sie den Zeitgeist meisterhaft zu lesen weiß. Im Mittelpunkt steht eine so einfache wie kraftvolle Botschaft: Jede Tasse Kaffee ist eine Einladung, etwas Neues zu entdecken. Als globale Markenbotschafterin verkörpert Dua Lipa diesen Entdeckergeist mit einer Authentizität, die begeistert. Getrieben von Neugier und der stets präsenten Frage "What else?" taucht sie in immer neue Geschmackswelten ein – von einem Melozio am Morgen in New York bis zu einem eisgekühlten Double Espresso Chiaro Latte am Pool. In einer charmanten Wendung greift sie den ikonischen Nespresso-Claim von George Clooney auf und interpretiert ihn als Einladung, sich niemals mit dem Gewohnten zufriedenzugeben. Ein kurzer Auftritt Clooneys (It's my line!) schlägt dabei eine nostalgische Brücke zur reichen Markengeschichte.

VERTUO UP: TECHNOLOGIE, DIE BEGEISTERT

Der zweite Protagonist der Kampagne ist mindestens ebenso überzeugend: die neue 'VERTUO Up' Maschine vereint modernes Design mit beeindruckender Technik. Eine Aufheizzeit von nur drei Sekunden, verbesserte Konnektivität und der neue 'Coffee-Creation-Button' für eine intensivere Extraktion machen sie zur idealen Begleiterin für kreative Kaffeerezepte und Iced Coffees. Die hauseigene Centrifusion[™]-Technologie erkennt jede Kapsel automatisch und passt die Extraktion präzise an – das Ergebnis: feine Geschmacksnuancen, perfekt zur Geltung gebracht, gekrönt von der typischen Nespresso Crema. Ein flexibel positionierbarer 1,4-Liter-Wassertank und der ikonische Nespresso-Hebel runden das Erlebnis mit Eleganz und Komfort ab. Über die Nespresso Smart App lässt sich das Kaffeelerlebnis zusätzlich personalisieren – von individueller Tassengröße bis hin zu inspirierenden Rezeptideen. Erhältlich seit Anfang April in den Farben 'Ink Black', 'Ocean Blue', 'Pearl White' und 'Graphite' zu einer UVP von 179 €, ist die 'VERTUO Up' ein echtes Statement für all jene, die ihren Kaffeegenuss als Ausdruck ihrer Persönlichkeit verstehen.

EINE NEUE MARKENIDENTITÄT FÜR MUTIGE KAFFEELIEBHABERINNEN

Die 'VERTUO World'-Kampagne markiert auch den Beginn einer frischen, ausdrucksstarken Markenidentität. In Zusammenarbeit mit der neu ernannten Agentur 'Leo Constellation' entwickelt Nespresso seinen kreativen Ansatz weiter: flexibel, dynamisch und im stetigen Wandel. Eine eigens entwickelte Typografie verleiht der Marke mehr Charakter und Eleganz, während die kreative Ausrichtung eine gelungene Balance zwischen Raffinesse und spielerischer Leichtigkeit schafft. Österreichische KonsumentInnen können die neue Welt ab dem 14. April über eine umfassende 360 - Kampagne mit TV, (D)OOH und Online erleben – und in den Boutiquen österreichweit hautnah eintauchen. Den feierlichen Auftakt machte ein glanzvoller Launch-Event im Wiener 'Reaktor', wo das Publikum die verschiedenen Kaffeewelten in einem einzigartigen Setting live erleben durfte und sich von der überlegenen Kaffequalität aus der VERTUO Up persönlich überzeugen konnte..

ÜBER NESPRESSO

Nespresso ist weltweiter Pionier im Bereich portionierter Spitzenkaffees und in 93 Ländern tätig, mit mehr als 14.000 MitarbeiterInnen und einem globalen Einzelhandelsnetz von 791 Boutiquen. Das Unternehmen mit Hauptsitz im schweizerischen Vevey arbeitet im Rahmen seines 'AAA Sustainable Quality[™]'-Programms mit über 168.000 FarmerInnen in 18 Ländern zusammen, um nachhaltige Praktiken in der Kaffeeproduktion zu verankern und die Lebensstandards der

beteiligten Gemeinschaften zu verbessern. Im Jahr 2022 wurde Nespresso mit der begehrten B CorpTM-Zertifizierung ausgezeichnet und schloss sich damit einer internationalen Bewegung von über 9.000 zweckorientierten Unternehmen an, die höchste Standards für soziale und ökologische Verantwortung erfüllen.

(kjj)

Director's Cut des Werbespots auf YouTube {https://www.youtube.com/watch?v=O68Zzo_TOg4}

Impressionen vom Launch-Event im Reaktor in Wien auf Insta

{https://www.instagram.com/reel/DXHw7cZDBjP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==}

Unternehmenswebsite von Nespresso {<http://www.nestle-nespresso.com/>}



Copyright: Lifestyle/KJZ



Copyright: Lifestyle/KJZ