



AR YOU READY? – Pringles® erweitert Consumer Experience - mit Augmented Reality wird die Verpackung zur Gaming-Konsole

- Pringles launcht mit „AR you Ready?“ eine seiner größten Kampagnen
- Augmented Reality ist das Herzstück der Kampagne
- Pringles und Gaming-Fans dürfen sich mit jeder Dose über eine zusätzliche Gaming Experience freuen

Hamburg, 26. September 2022 – Spätestens mit der neuen Pringles-Kampagne „AR you Ready?“ ist klar: Gaming und Snacking gehören zusammen! Die ikonische Marke ist bereits die Nummer 1 Snacking Marke unter Gamern. * Nun ist es an der Zeit, diese enge Beziehung zu feiern und zu intensivieren: Pringles schenkt seinen Fans eine extra Portion Gaming-Spaß und verwandelt die Dose in eine Gaming- Konsole. Jederzeit und von überall aus mit dem Smartphone spielbar!

Pringles Fans, AR YOU READY?

Im Mittelpunkt der innovativen AR-Kampagne stehen die Pringles-Dosen, der sechs Top-Flavour, die sich über Augmented Reality in eine digitale Torwand verwandeln lassen. Das Ziel: Pro Flavour die eigens entwickelten Collectibles aus der Dose freizuspielen. Zusätzlich haben Konsument:innen jede Woche die Chance, die stark limitierten Collectibles als Sammlerstück zu gewinnen und sie somit direkt zu sich nach Hause zu holen.

Hinter dem Konzept und der Umsetzung der AR-Game-Experience stehen die Agenturen ACNE / Deloitte Digital und Demodern. In der Zusammenarbeit legten alle Partner großen Wert auf eine Brand Experience, die vor allem junge Generationen durch Gamification anspricht und auf allen gängigen mobilen Endgeräten für ein neuartiges Produkt-Erlebnis sorgt.

Von der Snacking- in die Gaming-Welt

„Die Consumer Experience von Snacking-Marken besteht bisher meist aus dem Shopping- und Snacking-Erlebnis. Hier erweitern wir mit Pringles die Consumer Experience und stoßen in neue Welten vor: Augmented Reality ist das Herzstück unserer Kampagne und der Einzug der Markenwelt ins Web 3.0 – von der Snacking- in die Gaming-Welt. Das zeigt unseren Fans, dass wir innovativ sind, uns immer wieder Neues für sie ausdenken und ihnen mehr bieten wollen als nur das Produkt“, so Andreas Billker, Senior Market Activation Manager Pringles DACH.

Die AR YOU READY? Kampagne startet zum 19. September und wird über Social Media, OOH und POSM ausgespielt.

Über KELLOGG

Wir bei KELLOGG verfolgen das Ziel, weltweit eine gute und gerechte Welt zu schaffen in der jeder einen Platz am Tisch erhält. Im Jahr 2021 erzielte KELLOGG mit Marken wie beispielsweise KELLOGG'S® CORN FLAKES, KELLOGG'S® MÜSLI, KELLOGG'S® TOPPAS®, KELLOGG'S® FROSTIES®, KELLOGG'S® CHOCO KRISPIES®, KELLOGG'S® TRESOR® sowie PRINGLES® einen Umsatz von 14,2 Milliarden US-Dollar. Über unsere Plattform Kellogg's® Better Days setzen wir positive Initiativen in den Bereichen Ernährung, Natur und Gesellschaft um, unterstützen weltweit soziale Projekte und haben uns dazu verpflichtet, bis 2030 drei Milliarden Better Days mit unseren Partnern zu gestalten. Wenn Sie mehr über KELLOGG, unsere Corporate Social Responsibility-Projekte sowie unsere Unternehmensgeschichte erfahren möchten, besuchen Sie unsere Website www.kelloggs.de, www.kelloggcompany.com oder www.OpenforBreakfast.com

Beteiligte Agenturen

Kreativagentur / Leadagentur des Projekts: ACNE / Deloitte Digital
Experiential Agentur: ACNE / Deloitte Digital
ACNE - the Creative Consultancy powered by Deloitte.

Seit 2017 ist ACNE, die mehrfach ausgezeichnete Creative Consultancy und Agentur mit Headquarter in Stockholm, Teil von Deloitte und ermöglicht eine einzigartige Kombination aus kreativer Beratung und Kreativität für Unternehmen. Das einzigartige Modell von ACNE kombiniert Daten, Strategie, Kreativität und Produktionsdienstleistungen in acht Ländern. Schwerpunkt von ACNE ist die Entwicklung von Narrative Brand Experiences, mit dem Ziel die Kommunikation von Unternehmen neu zu denken, umzusetzen und zu prägen sowie digital zu transformieren.

www.acne.se

www.acneberlin.com

Produktionsagentur: Demodern – Creative Technologies

Demodern ist eine Digitalagentur für kreative Technologien und eine der führenden Innovationsagenturen Europas. Das 2008 von Kristian Kerkhoff und Alexander Elmigli gegründete Unternehmen entwickelt seit 2008 kommunikative Lösungen für das digitale Zeitalter und begleitet internationale Marken von der Strategischen Beratung bis zur operativen Umsetzung. Das Leistungsspektrum reicht von immersiven AR- und VR-Erlebnissen über Webtechnologien und interaktive Installationen bis zur Entwicklung von Metaverse-Plattformen. An den Standorten Köln und Hamburg arbeiten rund 90 Digitalexperten für Kunden wie Nike, IKEA, SAP, SNIPES, Roland Berger oder BMW. Demodern wurde bereits mit zahlreichen nationalen und internationalen Kreativpreisen ausgezeichnet. www.demodern.de