

**Titel**  
The Floating Bottle

**Auftraggeber**  
Coca-Cola GmbH

**Produkt**  
Coke Light

**Branche**  
Nahrungs- und Genussmittel

**Agentur**  
Ogilvy Deutschland

**Ausgangssituation/Aufgabe**  
Imbiss- und Kioskbesitzer haben das Problem, dass ihre Kunden in der Regel in Eile sind und sich wenig Zeit für ihre Kaufentscheidung nehmen. Es galt daher, einen leicht umsetzbaren und günstigen Weg zu finden, Coke Light in den Verkaufsflächen prominenter zu platzieren, die Leichtigkeit des Lebensgefühls von Coca-Cola zu transportieren und letztendlich starke Kaufimpulse zu setzen, mit denen sich sowohl Händler als auch Marke von der Konkurrenz abheben.

**Strategie/Lösung**  
Die Agentur nahm das mit dem Anheben wörtlich und entwickelte eine so einfache wie wirkungsvolle Lösung: The Floating Bottle. Dazu wurden Sets starker Neodym-Magneten an die Vertriebspartner verschickt, die diese ganz einfach an die Unterseiten der Einlegeböden ihrer Kühlschränke heften konnten. Die darunter stehenden Coke-Light-Flaschen schienen daraufhin zu schweben. Selbst eilige Kunden wurden so neugierig gemacht und ihnen direkt signalisiert: Coke Light ist leichter, belebender und aufregender als die Konkurrenz.

**Ergebnis / Reaktion**  
Die Sets wurden an über 250 Händler eines Testmarktes versandt. 67 Prozent von ihnen nahmen teil und waren begeistert von der Wirkung und Einfachheit dieser Idee. Auch von den Kunden wurde sie sehr positiv aufgenommen: die Verkäufe stiegen um 15 Prozent, woraufhin Coca-Cola eine bundesweite Markteinführung beschloss.

Coca-Cola, Coke and the Contour Bottle are registered trademarks of The Coca-Cola Company.



die schwebende flasche



