



PRESSEMITTEILUNG

Die Emojis sind los: Große Cheestrings Promotion zum Kinostart des Animationsfilms EMOJI – DER FILM

***Cheestrings* Promotionverpackungen mit Gewinnspiel und Mitmachaktion / Von Ende Juli bis Ende Oktober / TV-Spot zur Unterstützung / Neue Facebook-Seite für Deutschland und Österreich**

München, im Juli 2017. Emojis sind voll im Trend – 6 Milliarden Emojis werden pro Tag weltweit verschickt und bilden eine universell verständliche Sprache. EMOJI – DER FILM, erzählt mit Hilfe der Icons eine emotionale, lustige und zugleich rührende Geschichte rund um einen Emoji namens Gene. Ab dem 3. August erobert das kleine Emoticon die Kinos und erlebt zusammen mit seinen Freunden aufregende Abenteuer in der bunten App-Welt. Aber Gene tummelt sich nicht nur auf der Leinwand, sondern ab Ende Juli auch auf den *Cheestrings* Verpackungen. Für die Verbraucher gibt es im Rahmen dieser Kooperation eine aufregende, großangelegte Promotion-Aktion mit lustigen *Cheestrings* Emoji- Käsestangen, die im Zuge eines Gewinnspiels als Fotorequisiten genutzt werden können. Weitere unterhaltsame Inhalte zum Film gibt es online unter www.cheestrings.net/emoji.

Mr. Strings trifft Emoji Gene: Kreative Zusammenarbeit von *Cheestrings* und Sony Pictures

Gemeinsam mit Sony Pictures hat *Cheestrings* eine einmalige und spannende Kooperation entwickelt: Die Idee basiert auf der Filmgeschichte von "Gene" – dessen Abenteuer auch als Selbstfindungsprozess gesehen werden kann. Die *Cheestrings* Aktion baut auf diesem Thema auf und ermutigt jedes Kind, so zu sein wie es ist. Jede Aktionspackung enthält lustige *Cheestrings* Emoji-Fotorequisiten mit denen Kinder verrückte Gesichtsausdrücke kreieren können. Ihren Lieblingsausdruck können sie dann als Bild online hochladen, um jeden Tag tolle Emoji Filmpreise zu gewinnen. Insgesamt 5.000 Preise warten auf die glücklichen Gewinner. „Der universellen Sprache der Emojis sind keine Grenzen gesetzt - weder Alter, Geschlecht noch Kultur spielen eine Rolle. Sie transportieren Gefühlszustände perfekt. Wir wollen mit unserem Produkt Freude und Spaß vermitteln, und genau das möchten wir durch die gemeinsame Promotion mit Sony Pictures verstärken“, sagt Fabian Chudziak, Senior Brand Manager Deutschland & Österreich, Kerry Foods.

Große Medienkampagne für die Aktion

Der Filmstart wird ab Mitte Juli von Sony Pictures mit einer Multi-Millionen Euro Medienkampagne unterstützt. Zum Start der Promotion gibt es für den Handel außerdem POS-Aktionsmaterial, um die mehr als zwei Million *Cheestrings* Aktionspackungen zu pushen. Ab August unterstützt zusätzlich ein individuell kreierter TV-Spot in Kombination mit kreativen Umsetzungen in Kinderzeitschriften die Promotion. Bis Ende des Jahres haben



Fans die Gelegenheit, ihr Lieblingsbild online zu teilen und einen der tollen Emoji Filmpreise zu gewinnen.

Neue *Cheestrings* Facebook-Seite für Deutschland und Österreich

Wie wichtig der deutschsprachige Raum für Kerry Foods, den Hersteller des beliebten Kinderkäsesnacks *Cheestrings* ist, zeigt die Einrichtung einer eigenen Facebook-Seite für Deutschland und Österreich. Seit Mai 2017 haben Verbraucher die Möglichkeit *Cheestrings* unter <https://www.facebook.com/cheestrings/> zu folgen. Die Seite ist als Plattform für Verbraucher und *Cheestrings* Fans gedacht, die mehr als nur reine Fakten und sachliche Inhalte zur Marke suchen. Eltern sollen dazu inspiriert werden, ihren Kindern ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern, zum Beispiel durch kreative und lustige Pausenbrote. Gleichzeitig unterstützen die Posts Eltern unter anderem mit Bastelanleitungen, Ausflugstipps oder Ideen zur Feriengestaltung dabei, die Kreativität ihrer Kinder zu fördern. Im Gegensatz zur Website, die einen Bereich für Eltern und Kinder bereithält, richtet sich die neue Facebook-Seite an Erwachsene. Hintergrund unter anderem: Facebook darf offiziell erst ab 13 Jahren genutzt werden.

Über die Marke *Cheestrings*:

Cheestrings ist eine Marke des in Irland ansässigen Lebensmittelherstellers Kerry Foods und mit seinen Produkten seit 2011 auf dem deutschen Markt vertreten. Der bei Kindern beliebteste Käsesnack in Deutschland begeistert in den Produktvarianten *Original*, *Twister* und *Spaghetti* kleine und große Verbraucher und kombiniert das Gute aus der Milch mit Spaß am Essen. Dank steigender Bekanntheit und einer positiven Absatzentwicklung ist *Cheestrings* in Deutschland die zweitstärkste Marke unter den Käsesnacks. Neben Deutschland sind die Produkte auch in Großbritannien, Irland, Frankreich, Niederlanden, Belgien, Polen, Italien, Spanien, Portugal und Österreich erhältlich. Vertriebspartner in Deutschland und Österreich ist die Privatmolkerei Bauer GmbH & Co. KG.

Über das Unternehmen Kerry Foods:

Kerry Foods ist Teil der irischen Kerry Group und vor allem in Irland und Großbritannien sowie in ausgewählten internationalen Märkten im Bereich Consumer Foods vertreten. Der Fokus von Kerry Foods liegt dabei auf Milch- und Fleischprodukten sowie gekühlten und tiefgefrorenen Fertigmahlzeiten. Kerry Foods beschäftigt europaweit rund 6.000 Mitarbeiter. In Deutschland ist Kerry Foods mit der Marke *Cheestrings* im Lebensmitteleinzelhandel präsent. Die Kerry Group steht mit über 23.000 Mitarbeitern für einen Jahresumsatz von mehr als 6,1 Mrd. Euro.

Für weitere Informationen:

Engel & Zimmermann AG
Unternehmensberatung für Kommunikation
Raphaela Fremuth
Telefon: 0 89 / 89 35 63 417
E-Mail: r.fremuth@engel-zimmermann.de