



Unser Kampagnen-Team Katja, Mariam und die Agentur laut von leise verfolgt gespannt die Szenen auf dem Bildschirm

30.11.2018 14:58 CET

Behind the Scenes: BE NOTHING BUT ABSOLUT!

Ihr wolltet immer schon mal hinter die Kulissen eines TV Spot Drehs blicken? Dann seid ihr hier genau richtig. Katja, Brand Managerin für Absolut nimmt euch mit. Behind the scenes:

Der Countdown für die neue Absolut Kampagne läuft und in wenigen Tagen ist es soweit. Aber worum geht es im TV Spot genau?

Absolut ist natürlich im Nachtleben zuhause und so spielt auch der Großteil des Spots in der Nacht. Die Marke setzt sich seit jeher für Toleranz, ein

offenes Miteinander und Solidarität ein. Genau diese Werte möchten wir transportieren und stärker in den Fokus rücken. So sieht der Zuschauer im Spot außergewöhnliche Menschen, die so sind wie sie sind. Wir zeigen zum Beispiel zwei Männer, die augenscheinlich nicht zusammenpassen, sich aber als Liebespaar entpuppen. Jeder sollte so sein dürfen wie er will, ohne Vorurteile und unabhängig davon, was Konventionen vorschreiben. Genau das möchten wir mit der Kampagne zeigen und Stellung beziehen.

Wie viel Vorbereitung war denn für so einen Dreh nötig?

An der Kampagne arbeiten wir wirklich schon lange. Es bedarf super viel Organisation und natürlich auch Abstimmungsschleifen, bevor der eigentliche Dreh losgehen kann. Ihr könnt euch gar nicht vorstellen, wie viele Leute da eingebunden sind. Wir waren 300 Leute am Set, davon 150 Komparsen. Alleine das Fitting am Vortag des Drehs hat über 4 Stunden gedauert.

Der Dreh fand in Bukarest statt, doch Drehorte und den Cast kannten wir zum Großteil nur von Fotos und Videos. Es liegt also im Vorfeld viel Anspannung in der Luft, der „Wow Effekt“ bei den ausgesuchten Locations und Protagonisten war einfach nur genial.

Wie hast du den Dreh empfunden?

Für mich persönlich war es ein riesen Highlight, bei so einer großen Produktion dabei sein zu dürfen. Vor Ort war es allerdings 4 Grad kalt und die zwei durchgearbeiteten Nächte auch kein Zuckerschlecken. 300 Leuten am Set - das ist nicht immer einfach, aber genau diese Erfahrung schweißt enorm zusammen. Ein Herzenswunsch konnte mir am Set dann noch erfüllt werden: ich durfte mich tatsächlich mit unter die Komparsen mischen und in einer Szene mit dabei sein. Einfach eine super geniale Erfahrung.

Das entstandene Material nutzt ihr sicher nicht nur für den Spot?

Nein, natürlich nicht. Neben dem TV-Spot haben wir natürlich auch Material für Digital und Social Media erstellt. Außerdem werden wir mit der Kampagne im Handel und in der Gastronomie präsent sein, mit Influencern zusammenarbeiten und PR nutzen. Worauf ich mich besonders freue: in den nächsten Monaten werden wir mit spannenden Persönlichkeiten zusammenarbeiten und ihre Geschichten beispielsweise auf unseren Social-

Media-Kanälen teilen. Damit möchte Absolut Mut machen, zu sich selbst zu stehen „be nothing but yourself“

Liebe Katja, wie lange bist du eigentlich schon bei Pernod Ricard Deutschland?

Insgesamt schon 8 Jahre und davon die letzten 4,5 Jahre im Brand Management. Ich bin richtig stolz, für so eine tolle Marke wie Absolut zu arbeiten, denn ich erlebe sie als absolut glaubwürdig und sie setzt sich schon lange für Künstler, die LGBT Community und Nachhaltigkeit ein.

Vielen Dank für die Einblicke Katja!

Über Pernod Ricard Deutschland:

Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist ein weltweit führendes Unternehmen in der Spirituosen- und Weinindustrie, das Tradition, modernste Markenentwicklung und globale Vertriebstechnologien miteinander verbindet. In Deutschland wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein prestigeträchtiges Portfolio von Premium- bis Luxusmarken. Dazu gehören Absolut Wodka, Ramazzotti, Ballantine's, Chivas Regal, Lillet und The Glenlivet Scotch Whiskys, Jameson Irish Whiskey, Chivas Regal Whiskey, Havana Club Rum, Malfy Gin, Malibu sowie Mumm und Perrier-Jouët Champagner. Die Mission von Pernod Ricard „Unlock the magic of human connection by bringing Good Times from a Good Place“ wird über die gesamte Geschäfts- und Wertschöpfungskette in alle Aktivitäten eingebunden.

Mehr Informationen unter: www.pernod-ricard-deutschland.de

Kontaktpersonen



Birte Wald

Pressekontakt

Senior Communications Manager

Unternehmenskommunikation

presse@pernod-ricard-deutschland.com

+49 221 - 43 09 09 123