

Mc Cormick verschenkt Oregano

Pendler in Zürich, Luzern und Basel sahen ihren Fussweg heute mit Keramiktöpfli gesäumt. Sie enthielten frischen Oregano, eines der fünf Kräuter aus «Herbes de Provence», einem Produkt von Mc Cormick. Konzipiert und umgesetzt wurde die Guerilla-Aktion von Zeit.

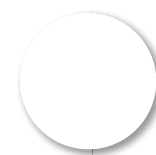
Redaktion - 29. Januar 2014



In den kleinen Töpfen steckte ein Flyer mit dem Hinweis «Der Geschmack von Gartenkräutern – zum Greifen nah. Warte bis ich wachse und gewinne ein Première Saveur auf McCormick.ch/game». Die Nachricht auf den Ballonen «Nimm mich mit» sei fleissig befolgt worden, heisst es in einer Mitteilung der Agentur vom Mittwoch.

Den Passanten wurden so insgesamt 1000 Gewinncodes verteilt. Diese können auf der Wettbewerbsseite eingelöst werden, zu gewinnen gibt es Produkte aus der Première Saveur Linie von Mc Cormick. Die Botschaft hinter der Aktion: Nur echte Kräuter garantieren volle Frische. Wer nicht warten will, bis diese gewachsen sind, nutzt die ebenbürtigen McCormick-Produkte.

Verantwortlich bei McCormick: Nathalie Roth (Projektleitung), Samuel Fueter (Gesamtverantwortung). **Verantwortlich bei Zeit:** Martina Näf (Design), Nicole Nobs (Koordination), Andrea Iltgen (Beratung und Projektleitung).



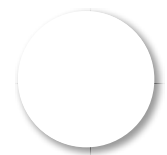


Kategorien

| Werbung

Tags

| Zeit



Weitere Artikel zum Thema