

# Globale Markengemeinschaft

© Nestlé Nespresso SA, Corporate Communications, April 2015



Weitere Informationen finden Sie auf:  
[www.nestle-nespresso.com](http://www.nestle-nespresso.com)

Eine besonders wichtige und wertvolle Rolle spielt für *Nespresso* die internationale Gemeinschaft seiner begeisterten Clubmitglieder, die über den Club direkt mit der Marke in Kontakt treten und ihre Begeisterung für *Nespresso* mit vielen anderen Mitgliedern teilen. Unsere direkten Kundenbeziehungen ermöglichen es uns, jeden Tag mit zehntausenden leidenschaftlichen Kaffeekennern und Fans von *Nespresso* zu kommunizieren. Unser Ziel, Kaffeeliebhabern das ultimative Kaffee-Erlebnis zu bieten, wird durch das Feedback und die direkte Interaktion mit unseren Clubmitgliedern unterstützt. Dank des Clubs können wir unseren Kunden auch in unseren Boutiquen, unseren Kundendienstzentren und über unsere einfach zugängliche Internetseite einen persönlichen, individuellen Kundenservice bieten.

## EINE MARKE, DIE VERBINDET

Der *Nespresso* Club hat sich zu einer globalen Gemeinschaft anspruchsvollster Kaffeekenner entwickelt. Der Club hat die Entwicklung der globalen Kaffeekultur prägend mitgestaltet und ihr gleichzeitig eine lokale Identität verliehen. Die Clubmitglieder repräsentieren unsere Marke und einen Lifestyle, der zugleich exklusiv und einladend ist, vollendet und inspirierend, einfach und raffiniert.

Der *Nespresso* Club unterscheidet sich von den Kundenclubs anderer Branchen. Wir beraten unsere Kunden und bieten ihnen die Möglichkeit, mehr über den Kaffee zu lernen, den wir anbieten. Dies wiederum erhöht den Genuss und das Kaffee-Erlebnis unserer Mitglieder. Für viele von ihnen ist die Marke zum Ausdruck eines Lebensgefühls geworden. Es ist eine Besonderheit der Marke, dass unsere Mitglieder von sich aus danach streben, *Nespresso* in ihren Alltag einzubinden.

Die Begeisterung unserer Clubmitglieder hat eine globale Gemeinschaft leidenschaftlicher Botschafter geschaffen. Denn die *Nespresso* Clubmitglieder sind unsere besten Fürsprecher. Mehr als 50 % unserer neuen Clubmitglieder werden erstmalig durch Freunde oder Familienmitglieder auf *Nespresso* aufmerksam – ein unschätzbare Wert für unsere Marke.

## VERSCHIEDENE KOMMUNIKATIONSKANÄLE

Die globale Markengemeinschaft um *Nespresso* bietet Clubmitgliedern die einmalige Gelegenheit, sowohl mit der Marke als auch mit anderen Kaffeeliebhabern in Kontakt zu treten und damit ein Teil der Kultur und des Erfolges von *Nespresso* zu werden. Ihr Engagement macht unsere Mitglieder zu unseren besten Botschaftern. Diese wechselseitige Beziehung zwischen Kunde und Marke ist die Basis einer erfolgreichen Marke im 21. Jahrhundert.

**Auch die *Nespresso* Facebook-Community hat bereits über 4 Millionen Fans**

**Die *Nespresso* Clubmitglieder sind die wahren Botschafter unserer Marke.**

Ein Beispiel hierfür ist die achte Episode unserer Werbekampagne mit George Clooney im Jahr 2013. Unsere Clubmitglieder haben George Clooney 2004 zu ihrem Markenbotschafter ernannt – seither sind sein Charme und sein Humor Kernbestandteile der beliebten Kampagne. In den vergangenen Jahren setzen die Kampagnen immer mehr auf die Online-Beteiligung der Kunden. Seit 2013 hat *Nespresso* in Zusammenarbeit mit Google und dem dazugehörigen Netzwerk YouTube, seine TV-Werbung in die digitale Welt erweitert. Dort können die Zuschauer themenverwandte Videos entdecken, wie beispielsweise Filme, in denen sich George Clooney mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzt. Diese Form der Kommunikation verstärkt die positive Kundenerfahrung und macht die Marke ebenso exklusiv wie begehrenswert.

Auch die *Nespresso* Facebook-Community ist auf über 4 Millionen Fans angewachsen. Die Plattform bietet eine weitere Möglichkeit, mit der Marke in Kontakt zu treten, sie zu einem Teil des täglichen Lebens unserer Mitglieder zu machen und die Begeisterung für *Nespresso* mit anderen zu teilen.

## ANERKENNUNG ALS FÜHRENDE GLOBALE MARKE

Innerhalb von 29 Jahren hat sich *Nespresso* zu einer der anerkanntesten Marken in der Welt des Kaffees entwickelt. Heute steht *Nespresso* auf der ganzen Welt für kultivierte Leidenschaft, Authentizität und außergewöhnlichen Service. Durch die Verbindung aus unternehmerischer Tradition und dem modernen, avantgardistischen und innovativen Ansatz der Marke bleibt *Nespresso* im Fokus seiner Kunden. So überwindet die Marke alle Produktkategorien und wird zum globalen Symbol zurückhaltender Eleganz.

Der Erfolg der kundenorientierten globalen Marke *Nespresso* ist von führenden Experten weltweit bestätigt worden:

- *Nespresso* zählt zu den Top 100 der einflussreichsten Marken der Welt – und wurde zur Nummer 1 in seiner Produktkategorie gekürt. *Nespresso* war die erste Marke im Segment gemahlener Röstkaffees, die gemäß dem Ranking von Millward Brown im Jahr 2008 globalen Status erlangte.
- 2010 wählte Reader's Digest in einer Studie über 16 verschiedene Märkte *Nespresso* zur vertrauenswürdigsten europäischen Kaffeemarke.
- Die Clooney-Kampagnen zogen die Aufmerksamkeit der Werbebranche auf sich und wurden in Frankreich und auch europaweit mit dem begehrten EFFIE Award ausgezeichnet.
  - EFFIE Frankreich, 2009 (Grand Prix)
  - EFFIE Frankreich, 2009 (Gewinner) in der Kategorie „Lebensmittel“
  - EURO EFFIES, 2010 (Bronze)