

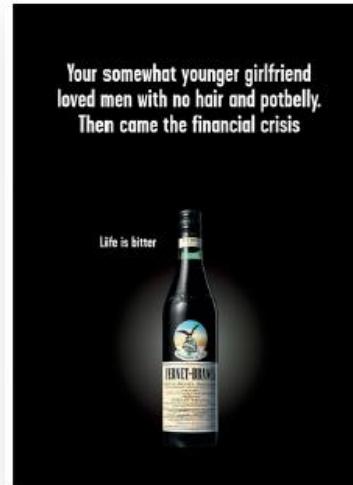
# Case study: Fernet Branca

## November 2016



# Communication Strategy

- ▶ The Slogan: „Life is bitter!“ has been successfull core communication in Scandinavia since 2007 and the existing slogans are very suited to the German sense of humor.
- ▶ The Goal: new positioning of Fernet Branca in Germany and Austria in November 2016



# The right degree of humor

- ▶ Every country has its own sense of humor
- ▶ We have to adapt this campaign to german/ austrian specifics and we have to bear in mind some regional differences, too.
- ▶ Nevertheless, there is also a general sense of humor. Especially in urban target groups (large cities).
  
- ▶ Recommendation: Balance between selective and individual highlight placements and activities to generate reach, visibility and saturation.

KAUFMANNSCHAFT

**Deine Freundin  
steht auf Dein  
Auto – so sehr,  
dass Du jetzt  
Bahn fahren  
musst.**

**Life is bitter**



MASSVOLL GENIESSEN  
[WWW.FERNNET-BRANCA.DE](http://WWW.FERNNET-BRANCA.DE)

## Karlsplatz beim Resselpark (Badner-Bahn)

Deine Freundin  
steht auf Dein  
Auto – so sehr,  
dass Du jetzt  
Bahn fahren  
musst.

Life is bitter



MASCHOLL GEHEISSON  
WWW.FERNER.AT/FAZIE

Parkring Weiskirchnerstraße

# Museumsquartier

Mariahilfer Straße

Du wolltest ein kurzes  
Nickerchen halten –  
und wachst an  
der Endhaltestelle  
wieder auf.

Life is bitter



Sie kotzt  
es an.  
Wenn du neben ihr  
dein Bier trinkst.



U2 Mariahilfer Straße Museumsquartier Gleis 2

NASSVOLL GEIESSEN  
[www.ferneth-branca.de](http://www.ferneth-branca.de)



Gerüststelle: Rotenturmstraße

Deine Freundin hat  
endlich Kohle.  
Dank ihres Liebhabers.

Life is bitter



Danke!