

## **Fanta feiert die 90er: Eine Geschmacksreise durch die Vergangenheit**

Erleben Sie mit Fanta's #WhatTheFanta Kampagne eine aufregende Zeitreise in die 90er! Tauchen Sie ein in nostalgische Geschmäcker, bunte Animationen und verrückte Flavours.

Ein kreatives Erlebnis der besonderen Art erwartet die Fans der erfrischenden Fanta-Getränke: Die Coca-Cola Company sorgt mit seiner Kampagne #WhatTheFanta für nostalgische Erinnerungen und bringt damit die Geschmäcker der 90er Jahre zurück. In der fünften Auflage dieser einzigartigen Marketingaktion wird den Zuschauern eine witzige und interessante Möglichkeit geboten, neue mysteriöse Geschmäcker zu erraten.

Das dazugehörige Video, das von Heckler Singapore in Zusammenarbeit mit Ogilvy APAC und dem Regieduo Henri und Sebastian von Simon & Paul produziert wurde, führt die Zuschauer durch eine bunte Zeitreise. Hierbei tauchen sie in eine Welt ein, die durch Kassetten tapes, alte Handys, und die klassischen Fanta-Werbepots der 90er Jahre geprägt ist. Bei dieser aufregenden Reise wird man an unvergessliche Momente vergangener Zeiten erinnert und gleichzeitig aufgefordert, an einem Ratespiel teilzunehmen.

### **Ein Blick auf die kreativen Köpfe**

Für die visuelle Gestaltung war der in Indonesien ansässige Illustrator und Motion Designer Ardhira Putra verantwortlich, der seine charakteristische, hyper-bunte Welt der 90er Jahre neu

interpretiert hat. Dabei sorgte die Einführung von 2D-Cel-Animationselementen für den besonderen Pep. In dieser bunten Fanta-Welt verwandeln sich Menschen in flippige 2D-Charaktere, die fröhlich über explodierende Früchte und UFOs düsen. Es ist ein visuelles Spektakel, das sowohl Jung als auch Alt mitreißt.

Xinhui Zheng, Senior VFX Producer bei Heckler Singapore, beschreibt die Zusammenarbeit als sehr unterhaltsam: "Es war ein super spannendes Projekt für das gesamte Team! Mit ArdHIRA's Welt, die in einem 3D-Raum aufgebaut wurde, konnten wir die Grenzen dessen austesten, wie dynamisch unsere Kamerawinkel und Bewegungen sein können. Das Hinzufügen unserer 2D-Cel-Animationspartner Frederick Venet und CRUX machte das Ganze zu einem garantierten, verrückten Meisterwerk."

Die Kampagne zielt darauf ab, ein Gefühl der Gemeinschaft durch das Teilen von nostalgischen Erlebnissen zu schaffen. Die Werbebotschaft versteht sich als ein Aufruf an alle, sich gemeinsam an die aufregenden und oft skurrilen Erlebnisse der 90er Jahre zu erinnern. Dabei wird auch ein zeitgemäßer Ansatz verfolgt, der moderne digitale Trends einbezieht, um jüngere Zielgruppen zu erreichen und sie auf eine Reise der Sinne mitzunehmen.

Fans der Fanta-Marke können gespannt sein, welcher neue Geheimgeschmack in der Kampagne präsentiert wird. Es bleibt abzuwarten, wie dieser von den Verbrauchern aufgenommen wird und ob er die gleiche Begeisterung auslösen kann wie die vergangenen Geschmäcker der Kampagne. Die Arrangements, die nostalgischen Elemente mit modernen Animationen verbinden, könnten alte Erinnerungen wecken und zugleich neue Geschmacksrichtungen hervorbringen, die das Erlebnis abrunden.

Für weitere Details zu dem Projekt und den dargestellten Geschmäckern kann der umfassende Bericht **auf [www.lbbonline.com](http://www.lbbonline.com)** eingesehen werden.

Details

**Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](http://die-nachrichten.at)**