

JURA lanciert neue Kommunikationskampagne mit Markenbotschafter Roger Federer

Roger Federer erlebt die inneren Werte von JURA-Vollautomaten

Niederbuchsiten, Oktober 2025 – Seit 2006 besteht die Partnerschaft zwischen JURA und Markenbotschafter Roger Federer. Mit der aktuell lancierten Kommunikationskampagne geht diese erfolgreiche, bald 20-jährige Zusammenarbeit in eine neue Runde. In zauberhaften Geschichten taucht Roger Federer in die Welt der JURA-Vollautomaten ein und nimmt die Zuschauerschaft mit auf eine fantastische Reise in den JURA Campus, wo das Innovationsherz der Schweizer Marke schlägt. Dabei trifft er auf die personifizierten Genusswelten von JURA – und inspirierende Kaffeespezialitäten »frisch gemahlen, nicht gekapselt«.

In den neuen Filmen steht Roger Federer als Kaffeeenießer im Mittelpunkt. Während er sich über die vielfältige Auswahl freut, die ihm die Vollautomaten von JURA bieten, landet er plötzlich in einer Umgebung, die dem JURA Campus täuschend ähnlich sieht. Dort, im Technologie-, Innovations- und Qualitätszentrum, werden die Produkte von morgen entwickelt. Während Roger die Räume erkundet, begegnet er Mitarbeitenden, die ihm mit Begeisterung und Expertise die vier Genusswelten näherbringen: **Hot Brew, Light Brew, Cold Brew** und **Sweet Foam**. Ebenso erfährt er, wie zwei separate Mahlwerke für zwei Kaffeesorten neue Möglichkeiten für individuellen Genuss eröffnen.

Die Story ist charmant und augenzwinkernd erzählt: Roger Federer entdeckt die inneren Werte der JURA-Vollautomaten – und kehrt inspiriert zurück, um sich seine Spezialität »frisch gemahlen, nicht gekapselt« zuzubereiten. Auf unterhaltsame Weise vermitteln die Filme, was hinter der Technologie steckt und wie JURA Genuss neu denkt.

Bei der Erarbeitung der Geschichte stand »online first« im Vordergrund. So entstanden kleine Episoden, die sich einzeln oder modular zusammengesetzt erzählen lassen. Die Kampagne umfasst Langversionen, die alle Genusswelten pro beworbenes Modell zeigen, sowie Kurzformate für TV und online, die jeweils auf ein Highlight fokussieren. Im Zentrum stehen die neuen Modelle: die **Z10** in zweiter Generation (<https://www.youtube.com/watch?v=clvLeo-GNNw>), die **E8** in fünfter Generation (<https://www.youtube.com/watch?v=ewyY4q01Kqo>) und etwas später die **J10 twin**. Die Kampagne wird weltweit eingesetzt – online, im TV und am Verkaufspunkt.

Die 1931 gegründete Schweizer JURA Elektroapparate AG mit Hauptsitz in Niederbuchsiten ist Innovationsleaderin bei Kaffeespezialitäten-Vollautomaten. Ihre Produkte stehen für das perfekte Kaffeerresultat aus frischen Bohnen, auf Knopfdruck stets »frisch gemahlen, nicht gekapselt«. Das Sortiment umfasst sowohl Vollautomaten für den Haushalt als auch professionelle Geräte. Die Traditionsmarke ist in den vergangenen Jahren zum Global Player erstarkt und weltweit in rund 50 Ländern tätig.

Weitere Informationen

JURA Elektroapparate AG
Medienstelle
Kaffeeweltstrasse 10
CH-4626 Niederbuchsiten

jura.com/mediainfo