

Markeninszenierung im AD Europe Netzwerk von United Internet Media

JUKARI Fit to Fly: Reebok macht Frauen wieder Lust auf Fitness – im Internet

Karlsruhe, 09. April 2009. Der US-amerikanische Sportartikelhersteller Reebok hat eine innovative Kampagne zur Markeninszenierung und Promotion seines neuartigen Fitness-Workout JUKARI Fit to Fly gestartet. Für das in Zusammenarbeit mit Artisten des Cirque du Soleil entwickelte Kreislauf-, Kraft-, Balance- und Muskeltraining, das vor allem Frauen ansprechen und durch neuartige Trainingsmethoden mit spielerischen Bewegungsabläufen wieder Freude und Spaß an Fitnessübungen bringen soll, setzt Reebok auf das Internet als Kampagnenleitmedium und das pan-europäische AD Europe Werbenetzwerk von United Internet Media als Kampagnenplattform. Das Kampagnenkonzept und die Mediaplanung für das AD Europe Netzwerk sind ein Gemeinschaftsprodukt der Düsseldorfer Kommunikationsberatungs-Agentur SWEETWATER und der United Internet Media Konzept- und Beratungsunit Creative Campaigns & Crossmedia.

Branding mit digitalem 360-Grad-Ansatz

Die für Reebok wichtigste Kampagne der letzten Jahre auf europäischem Level deckt vier europäische Kernländer und strategische Wachstumsmärkte des Unternehmens über sechs AD Europe Partnerportale ab: Deutschland über GMX und WEB.DE, Polen über Onet.pl, Russland über mail.ru und Schweden über spray und blogg.se. Schwerpunktmäßig auf Branding und Image bei der Zielgruppe sportaffine Frauen zwischen 20 und 35 Jahre ausgelegt und mit einem Mediavolumen von über 400 Mio. Werbekontakten

■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

(Page Impressions) ausgestattet, arbeitet die dreimonatige Online-Kampagne mit einem zweistufigen Konzept: In Phase eins kommen zur Bekanntmachung der neuen Reebok Workout-Initiative Teaser, News und redaktionelle Specials („Fun & Fitness“) mit individuell vertiefbaren Informationen zu Fitness und Gesundheit und JUKARI Fit to Fly in themenaffinen redaktionellen Umfeldern der AD Europe Partnerportale wie den Gesundheitsmagazinen auf GMX (<http://portal.gmx.net/de/themen/gesundheit/index.html>) und WEB.DE (<http://magazine.web.de/de/themen/gesundheit>) zum Einsatz. In der zweiten Kampagnenphase findet eine Vernetzung der rein redaktionellen Kampagnenmodule mit einer umfangreichen Online-Mediakampagne statt, in deren Mittelpunkt dann verstärkt auch Reebok und sein umfangreiches Sportartikelangebot rund um JUKARI Fit to Fly stehen: Neben klassischem, auf allen AD Europe Plattformen auf die Zielgruppe getargetem Display-Advertising sieht das Kampagnenkonzept die Nutzung viraler Marketingelemente zur Kampagnenverbreitung über Video-Advertorials vor: So können bspw. auf spray, mail.ru und Onet.pl wie in den Video-Communities von WEB.DE (<http://video.web.de>) und GMX (<http://video.gmx.net>) JUKARI Produktvideos kommentiert und bewertet, weiterempfohlen („Send to a Friend“) oder von den NutzerINNEN in ihre Social-Community-Profilseiten integriert werden. Auf blogg.se können sich fitnessbegeisterte schwedische OnlinerINNEN zudem über ihre ersten Eindrücke des neuen Reebok-Fitnesstrainings austauschen. Redaktionelle Beiträge in zielgruppenaffinen Print-Medien, Promotionmaßnahmen am PoS (Point of Sale), d.h. in den Reebok-Shops, und Außenwerbung runden die JUKARI Fit to Fly Online-Kommunikationsoffensive ab.

“Die Kampagne wird durch das Jahr 2009 hindurch von verschiedensten Marketingmaßnahmen begleitet, wobei das Medium Online hier ganz klar unsere Kernkomponente darstellt. Wir haben

■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

uns zu einer weiteren Kooperation mit United Internet Media entschlossen, da wir durch die große Kompetenz und das starke pan-europäische Netzwerk von AD Europe die Zielgruppe reichweitenstark genau adressieren und zudem in der Fläche neue interaktive Tools auf verschiedensten Ebenen vernetzt einsetzen können“, so Sascha Welters, Media Director Reebok EMEA. „Zusammen mit SWEETWATER und AD Europe haben wir eine Kooperation geschaffen, die mit einem hohen Grad an Involvement alle Möglichkeiten der Ansprache in diesem Medienkanal beinhaltet – sozusagen ein digitaler 360-Grad-Ansatz. Zudem erreichen wir die größten und wichtigsten Portale der jeweiligen Märkte mit individuellen Umsetzungen aus einer Hand.“

United Internet Media – The fine Arts of digital Media

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit den innovativen Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Technologie und damit für einen neuen Reifegrad der Online-erbung: „The fine Arts of digital Media“.

Impress! Discover! Announce! Attract! Sell! Reward! Involve! Entertain! Feature! und Connect! – Langjährige Expertise und fundiertes Know-how von über 200 Media- und Marketing-spezialisten, führende Technologien wie Target Group Planning (TGP®), innovative Produkte, kreative Konzepte und die gebündelten Reichweiten von Top-Portalen fließen bei United Internet Media in ein innovatives Instrumentarium ein, aus dem kunden-individuell Lösungen für die klassischen Ziele und Aufgaben der Werbung in digitalen Mediawelten entwickelt werden.

Als Drehscheibe zu über 22 Millionen deutschsprachigen, über 160 Millionen europäischen und über 390 Millionen Internetnutzern in 60 Ländern weltweit bietet der Mediavermarkter der konzerneigenen Online-Angebote der United Internet AG – GMX, WEB.DE, 1&1 und SmartShopping.de – mit seinen Portalen und AD Europe

■ P R E S S E I N F O R M A T I O N

Partnerportalen die globale Vielfalt neuer Medienwelten aus einer Hand (one-stop-media-shopping).

United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen sowie aus der werbetreibenden Industrie (Direktkunden). Das Unternehmen unterhält Standorte in Karlsruhe und München und Niederlassungen in Hamburg und Düsseldorf, London und Wien.

INTERNETADRESSEN

Reebok:

<http://www.reebok.com/DE>

AD Europe:

<http://www.adeurope.com>

United Internet Media AG:

<http://united-internet-media.de>

PRESSESERVICE

Pressemitteilungen, honorarfreies Fotomaterial sowie Hintergrundinformationen finden Medienvertreter in der

United Internet Media Presselounge:

<http://united-internet-media.de/presse>

KONTAKTADRESSEN

Reebok EMEA

Sascha Welters

Media Director

Koningin Wilhelminaplein 30

NL-1062 KR Amsterdam

E-Mail: Sascha.Welters@reebok.com

United Internet Media AG

Nadja Elias

Pressesprecherin

Frankfurter Ring 129

D-80807 München

Telefon: +49 / (0) 89 / 14339-222

Telefax: +49 / (0) 89 / 14339-250

E-Mail: nadja.elias@united-internet-media.de