

Presseinformation

ABARTH begrüßt vom Stuttgarter Flughafen

Frankfurt, im März 2009: In Zusammenarbeit mit + sinngemaess entdeckt ABARTH, die sportliche Marke mit dem Skorpion im Wappen, einen neuen und innovativen Werbeträger im Bereich Out-of-Home Medien: Das Interactive Citylight Display (ICLD) der Deutsche Telekom AG. Das beeindruckende 82 Zoll Display bietet seinem neuen Werbepartner ABARTH eine geeignete digitale Werbefläche zur Interaktion mit der technisch affinen Zielgruppe.

Derzeit im Pilotbetrieb befindlich, steht das erste ICLD in der Abflughalle des Stuttgarter Flughafens und spricht in erster Linie Abreisende an, die auf Ihren Flug oder Anschluss-Flug warten. Nicht nur mit seiner Größe sorgt das ICLD für Aufmerksamkeit. Neu ist, dass der Nutzer mit den Botschaften direkt interagieren kann. Die Inhalte werden als hochwertige Bewegtbilder dargestellt. Die Nutzer werden aktiv einbezogen und können sogar die dargestellten Inhalte beeinflussen.

+ sinngemaess entwickelte ein überzeugendes Konzept für den Werbepartner ABARTH unter Einbeziehung aller Werbemöglichkeiten des ICLD.

Mit dem Claim „GRÜSSE VON DER PISTE“ lädt ABARTH ein, individualisierte E-Cards per E-Mail vom ICLD in alle Welt zu versenden. Der besondere Clou des Grußkartenkonfigurators ist eine eingebaute Webcam innerhalb des ICLD, mit deren Hilfe der Bediener die Möglichkeit hat, sein eigenes Portrait auf der E-Card mit einzubinden.

Neben dieser Funktionalität bietet das ICLD über eine Bluetooth-Schnittstelle ABARTH-Wallpaper, -Sounds und -Videos zum Download an. Selbstverständlich ist es auch möglich, sich direkt vor Ort zum Empfang des ABARTH-Newsletter zu registrieren und eine Probefahrt bei einem gewünschten ABARTH-Händler zu vereinbaren.

Durch die internationale Anbindung des Stuttgarter Flughafens wurden alle Inhalte in deutscher und englischer Sprache angelegt. Eine Umschaltung in die gewünschte

Zielsprache ist mit einem einfachen Klick auf das entsprechende Flaggensymbol gewährleistet. Besonderen Wert wurde auf eine einfache Handhabung der Anwendung und gelegt und berücksichtigte hierbei die optimale Menüführung per Touchscreen.

„Die Agentur + sinngemaess hat erneut die Marke ABARTH gekonnt in Szene gesetzt, zudem zielgruppengerecht umgesetzt und benutzerfreundlich ausgearbeitet. Uns begeistert sowohl das erarbeitete Konzept wie auch die perfekte Umsetzung aller technischen Feinheiten“, unterstreicht Giuseppe Fiordispina, Leiter Media & Communication der Fiat Group Automobiles Germany AG.

„Das Schöne daran ist, dass es messbar ist und bleibt. Die Betreiber können daher flexibel entscheiden, ob ein Content über eine längere Phase geschaltet wird, oder ob es sinnvoll ist, die Zielgruppe mit anderen oder neuen Features anzusprechen.“, ergänzt Andreas Storch, Mit-Inhaber von + sinngemaess.

Wer also in nächster Zeit am Stuttgarter Flughafen auf seinen Abflug wartet, ist herzlich eingeladen, eine E-Card von ABARTH an Familie, Freunde, Kollegen und Co. zu senden.

Über + sinngemaess

Was 2003 als Start-Up begann, hat sich innerhalb weniger Jahre als geschätzter Player im Markt der digitalen Welt etabliert. Ob B2B oder B2C, bei + sinngemaess wird nicht einfach produziert - hier wird mit Herzblut beraten, kreiert und realisiert. Die Agentur besteht aus einem synergetischen Team, das für Unternehmen innerhalb der digitalen Medien neue Marketing- und Vertriebskanäle erschließt. Innovation, Perfektion und passgenaue Lösungen sind nur einige Disziplinen, die das Unternehmen auszeichnen.

Über ABARTH

Die Marke Abarth ist Teil der Fiat Group Automobiles Germany AG und steht auch 100 Jahre nach Geburt des Firmengründers Karl Abarth für designorientierte Individualität sowie sportliche Exklusivität im Kompaktwagenbereich.

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

+ sinngemaess GmbH
Uhlandstr. 40
60314 Frankfurt am Main
Tel. 069 - 15 04 66 00
Fax. 069 - 15 04 66 03
Mail: presse@sinngemaess.de
Internet: www.sinngemaess.de