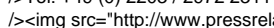




Peugeot startet Kampagne mit Fashionmagazin - Löwenmarke will modeaffine Frauen für den 108 begeistern

Peugeot startet Kampagne mit Fashionmagazin - Löwenmarke will modeaffine Frauen für den 108 begeistern
Peugeot setzt auf Medienkooperation mit dem Online-Modeportal styleranking - Aditorial-Shooting hebt individuelle Gestaltungsmöglichkeiten des 108 hervor
Internetkampagne spricht mit erstklassigen Fotos junge weibliche Zielgruppe an
Den eigenen, unverwechselbaren Look kreieren - das können Fashion-Fans nicht nur mit ihrer Kleidung und den dazugehörigen Accessoires, sondern auch mit einem zu ihrem Stil passenden Auto. So vermag es der Peugeot 108 wie kaum ein anderes Fahrzeug in seinem Segment, sich dem individuellen Lifestyle seines Besitzers anzupassen. Das vielseitige Designkonzept steht daher auch im Mittelpunkt einer Medienkooperation zwischen Peugeot Deutschland und dem redaktionellen Online-Modemagazin styleranking (<http://www.styleranking.de>).
Der Schwerpunkt der aktuellen Internetkampagne liegt auf einem aufwändigen Aditorial-Shooting (zusammengesetzt aus Advertorial und Editorial), wie es sonst oft nur für Hochglanzmagazine üblich ist. Auf den hochwertigen Fotos (<http://www.styleranking.de/galerie/five-shades-of-108-by-styleranking>) setzen professionelle Models vor allem die optischen Stärken des Peugeot 108 gekonnt in Szene. Im Fokus stehen insbesondere die individuellen Gestaltungsmöglichkeiten des Kleinwagens - so zum Beispiel Sitzpolster in angesagtem Schottenkaro, die auffällige zweifarbige Karosserielackierung Dual Design und das in der Trendfarbe Purple gehaltene elektrische Stoffverdeck der Open-Air-Version Peugeot 108 TOP! Insgesamt ist der facettenreiche Flitzer in sieben unterschiedlichen Designkits erhältlich.
Das Onlineportal styleranking startete im Jahr 2007 als Fashion-Community und dient heute vorwiegend modeinteressierten Frauen zwischen 18 und 35 Jahren mit aktuellen Reportagen, Interviews sowie Kolumnen internationaler Autoren als Informationsplattform. "Die junge weibliche Zielgruppe lässt sich über das Thema Mode gut ansprechen", sagt Frédéric Renard, Marketingleiter von Peugeot Deutschland. Die Löwenmarke hat sich bewusst für einen unkonventionellen Weg entschieden: "Wir verzichten zum Beispiel komplett auf klassische TV-Spots, weil wir glauben, dass sich diese junge Zielgruppe heute nicht mehr regelmäßig um Punkt 20.15 Uhr vor den Fernseher setzt. Wir können junge Frauen viel gezielter übers Netz ansprechen."
René Schwabe, Director Sales & Marketing von styleranking media, erklärt: "In der kreativen Umsetzung des Aditorials haben wir den Fokus auf die Brücke zwischen den individuellen Designs des neuen Peugeot 108 und den aktuellen Modetrends gelegt. Die entstandenen Signature-Looks komplettieren die Strecke perfekt und setzen das Fahrzeug motivübergreifend gekonnt in Szene."
Zudem veranstaltet styleranking mehrmals im Jahr sogenannte "FashionBloggerCafés". Mit dem Sponsoring der mit bis zu 300 Gästen größten Bloggernetzwerktreffen Deutschlands hat Peugeot bereits gute Erfahrungen gemacht. Durch die aktuelle Kooperation erreicht die Löwenmarke so auch eine Vielzahl von Modebloggern, über deren Websites sich Fotos und Inhalte im Internet schnell verbreiten.
Kraftstoffverbrauch in l/100 km kombiniert für Peugeot 108: 4,3 - 3,8;
CO2-Emissionen in g/km kombiniert: 99 - 88
Angaben gemäß den amtlichen Messverfahren
Rückfragen: Ulrich zum Winkel
Tel.: 02203-2972-2312
Fax: 02203-2972-7137
E-Mail: ulrich.zumwinkel@peugeot.com
PEUGEOT DEUTSCHLAND GMBH
Presse und Kommunikation
Tel: +49 (0) 2203 / 2972 2311
Fax: +49 (0) 2203 / 2972 7137
E-Mail: presse@peugeot.de
WWW: www.peugeot-presse.de


Pressekontakt

PEUGEOT Deutschland

51149 Köln

ulrich.zumwinkel@peugeot.com

Firmenkontakt

PEUGEOT Deutschland

51149 Köln

ulrich.zumwinkel@peugeot.com

PEUGEOT Deutschland gehört zum PSA-Konzern, dem größtem Privatunternehmen Frankreichs. Von der 1967 gegründeten und in Saarbrücken ansässigen Deutschland-Zentrale aus werden Import, Vertrieb und Teileversorgung gesteuert. Über 1.950 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen in den bundesweit 16 Niederlassungen/Filialen und 5 Regionaldirektionen für den Erfolg der französischen Marke. Seit Beginn der Serienproduktion im Jahr 1891 hat PEUGEOT weltweit über 40 Mio. Fahrzeuge hergestellt. Die Faszination für PEUGEOT-Produkte ist ungebrochen groß. Mit 123.791 Pkw-Zulassungen und 4.379 Zulassungen bei leichten Nutzfahrzeugen hat Peugeot Deutschland 2003 das Rekordergebnis des Vorjahres noch einmal deutlich übertreffen können. In absoluten Zahlen verzeichnet Peugeot Deutschland damit das stärkste Wachstum aller auf dem deutschen Markt vertretenen Fahrzeuganbieter.