



19:13 entwickelt internationale Automobilkampagne.

Münchner Agentur entwickelt einheitliche Kampagne für 48 Märkte

(ddp direct) Its quicker to list whats not included. Das ist nur eine Headline der von 19:13 entwickelten Kampagne, die unter dem Motto Another idea from BMW im vierten Quartal für 48 Länder startet. Sie umfasst Print, Out of Home, POS, Guerilla-Maßnahmen, Mailings sowie Online-Banner und ein Web-Special.

Kern der von 19:13 entwickelten Kreation ist die Idee, dass die einzelnen Importeursmärkte nach einem Baukastenprinzip vorhandenes Bildmaterial mit markanten Headlines und Copytexten kombinieren können. Auf die Weise schafft die Kampagne einerseits eine höchstmögliche und länderspezifische Wiedererkennung. Andererseits transportiert sie unter dem einheitlichen Claim Another idea from BMW die globalen Markenwerte des Automobilherstellers.

Virginie Briand, Geschäftsführerin Beratung und Strategie von 19:13: Es handelt sich um eine Markenkampagne, deren Motive geschickt auf das Thema BMW-Innovationen einzahlen und die gleichzeitig vertriebsorientiert ist.

Umgesetzt werden die Motive in allen Kanälen von Outdoor über Print bis Online mit Ausnahme von TV. Für die Umsetzung des Onlineparts zeichnet die Metzler Vater Communication Group verantwortlich. Virginie Briand von 19:13: Wir freuen uns, dass unsere Kampagne bei BMW Anklang gefunden hat und dass das umfangreiche Kommunikationspaket nun international in den BMW Importeursmärkten zum Einsatz kommt. Als erstes von 48 Ländern kommt die Türkei in den Genuss der Münchner Kreation.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/5fj0q9>

Permanenlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/marketing/19-13-entwickelt-internationale-automobilkampagne-39615>

Pressekontakt

19:13

Frau Virginie Briand
Hohenzollernstraße 81
80796 München

vb@19h13.com

Firmenkontakt

19:13

Frau Virginie Briand
Hohenzollernstraße 81
80796 München

19h13.com
vb@19h13.com

Die inhabergeführte Werbeagentur 19:13 (www.19h13.com) hat ihren Sitz in München und konnte sich seit ihrer Gründung Anfang 2008 als erfolgreicher Newcomer im In- und Ausland etablieren. Die wachsende Agentur möchte ihren Kunden mehr als nur Werbung bieten, sucht neue Möglichkeiten der Zielgruppenansprache und denkt in neuen Ansätzen, Kanälen und Ideen: Von Branded Entertainment, TV-Formaten bis zur Entwicklung spezieller Internetportale. Kurzum: Die Festlegung von 19:13 liegt darin, dass es keine gibt. 19:13 möchte dadurch die Lücke zwischen strategischer Marken- und Marketingberatung einerseits und Kreativagentur andererseits schließen. Der Agenturname verweist auf die Startzeit der Apollo 13 Mission, die durch Teamgeist und Originalität einer der erfolgreichsten NASA Einsätze wurde. Zu den Kunden gehören die BMW Group, die deSede-Gruppe, MINI, Sky, Sixt, SinnLeffers. Geschäftsführer von 19:13 sind Virginie Briand (Beratung) und Michael Meyer (Kreation).