



|be a part| und Palladium - Zusammenarbeit voller Erfolg

Guerilla-Aktion catch it if you can sorgt online und am POS für Traffic

(ddp direct) Deutschland, Österreich und Schweiz, Oktober 2013.

500 neue Likes für die Facebook-Page von Palladium, 90 hochgeladene Fotos und jede Menge Traffic online sowie in den elf teilnehmenden Stores: Die Ergebnisse der Gewinn-Aktion von Palladium, für die es die Darmstädter Agentur |be a part| des Labels den neuen Boot ?Pampa Sport Cuff? regnen ließ, können sich sehen lassen. In elf Städten des deutschsprachigen Raumes baumelten am Samstagmorgen insgesamt 1000 Boots von den Straßenschildern, nachdem sie in einer Guerilla-Aktion in der Nacht vom 27. auf den 28.09. vom Promotion-Team der |be a part| verteilt wurden. Aufgesprühte Short-URLs verlinkten das multimediale Gewinnspiel von der Straße direkt ins World Wide Web, Pfeile kennzeichneten den Weg zum nächsten Schuh. Eine eigens kreierte App mit Link zur Facebook-Seite von Palladium gab den Passanten die Spielregeln durch: Boot angeln, in Aktion fotografieren lassen, Bild via Applikation hochladen und automatisch teilnehmen. Insgesamt 67 Preise winkten den Teilnehmern, die ihr Foto auf Facebook teilten.

Eingebettet in ein ganzes Aktions-Package ist das Live-Gewinnspiel das Ergebnis der Zusammenarbeit der Darmstädter Marketing- und Promotion-Agentur |be a part| und des französischen Boot-Herstellers Palladium. Im Juni starteten Palladium und |be a part| ihr ?Urban Street-Style?-Paket mit der Live-Gestaltung eines Hauswand-Advertisings in Hamburg.

Künstler Vincent Schulze erschuf im szenigen Schanzenviertel ein riesiges Schuhmosaik, begleitend lief im Handel die ?Create A Mosaic Boot?-Aktion an, die bis Ende 2014 fortgesetzt wird. Das Mosaik der Hauswand-Ad wird als Miniatur-Ausgabe für die Schaufenster der teilnehmenden Stores gefertigt, während die Shopper die Möglichkeit haben, ihre neuen Palladium Boots im Shop customizen zu lassen. Über 200 Schuhe haben bereits ein individuelles Finish erhalten.

Nach der ?1000 Boots?-Aktion Ende September folgt im November ein neuer Coup am POS. Eine Promotion-Aktion mit Fotoboxen aus alten Ölfassern lockt zum Anprobieren und Fotografieren ? Spaß und lebhaftere Eindrücke aus dem Handel garantiert.

Beauftragt für POS-/Guerilla-Aktionen und klassische Kampagnen für den Raum Deutschland, Österreich und Schweiz ist die |be a part| ein wichtiger Teil der weltweiten Kommunikations-Offensive von Palladium. Ziel: die klassische Boot-Marke wieder auf das Radar der hippen, jungen und urbanen Zielgruppe zu befördern. Deshalb sorgt Palladium nicht nur mit regionalen Marketing-Aktionen, sondern auch international für Gesprächsstoff: Neben einer Design-Kooperation, Richard Chai for Palladium, steht eine Exploration-Aktion mit prominenten Fans wie Pharrell Williams, Johnny Knoxville und Eliza Doolittle in internationalen Großstädten auf dem Programm. Neue Schuh-Designs und eine Line-Extension komplettieren die Neu-Ausrichtung von Palladium.

Mehr unter www.palladiumboots.de.

Internationale Pressestimmen:

?Words like history and authenticity get thrown around a lot in fashion. But here?s that rare find that actually has ?em both in spades: the Palladium boot.? GQ - Corey Seymour

There?s no stopping Palladium boots as the footwear brand has extended its line by releasing Accessoires this spring.? complex

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/p4qsnq>

Permanenterlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/marketing/be-a-part-und-palladium-zusammenarbeit-voller-erfolg-34475>

=== Palladium catch it if you can - Hamburg (Bild) ===

Shortlink:

<http://shortpr.com/hq8dsc>

Permanenterlink:

<http://www.themenportal.de/bilder/palladium-catch-it-if-you-can-hamburg>

Pressekontakt

|be a part| gmbh

Frau Samia El Kertoubi
Hans-Henny-Jahnn Weg 53
22085 Hamburg

se@bap-marketing.com

Firmenkontakt

|be a part| gmbh

Frau Samia El Kertoubi
Hans-Henny-Jahnn Weg 53
22085 Hamburg

bap-tap.com
se@bap-marketing.com

-

Anlage: Bild

