



billiger.de -Neue TV Kampagne übertrifft alle Erwartungen

„Unser Unternehmen hatte an die neue TV Kampagne die Anforderung die Response auf dem Onlineportal um circa 30% zu steigern. Die aktuellen Zahlen belegen uns eine eindrucksvolle Steigerung der Visits und Page Impressions um ca. 120% ausgehend von einem ohnehin hohen Traffic-Niveau auf billiger.de. Das Ergebnis der Dialog Branding Kampagne hat unsere Erwartungen damit bei Weitem übertroffen“, sagt Stefan Wimmer, Marketingleiter bei billiger.de zufrieden.

Stefan Wimmer, der im April beim Unternehmen billiger.de als Marketingleiter begonnen hat, ist der Überzeugung, dass Response und Markenaufbau sich nicht ausschließen. „Die intelligente Verbindung von Emotion und Information, sowie das Wecken von Begehrlichkeit führen zum Ziel. Die Zahlen unserer TV-Kampagne belegen, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“

Der neue Auftritt wurde von einer Münchner Agentur entwickelt, die sich seit Jahren auf diesen Bereich spezialisiert hat. „Es freut uns sehr, dass wir die Response für das Unternehmen billiger.de mehr als verdoppeln konnten und das sich Dialog Branding in Deutschland immer mehr durchsetzt. In den USA vertraut man seit Jahren im TV auf hochwertig produzierte Testimonial-Spots, teilweise mit Starbesetzung und der klaren Zielsetzung: Branding und Response.“, sagt Christian Angerer, Geschäftsführer der Spezialagentur Dialog Branding, die beispielsweise auch für die erfolgreiche TV Kampagne Kabel Digital HOME und Triple Play von Kabel Deutschland (KDG) verantwortlich sind.

Die vier neuen TV Spots von Deutschlands großem Preisvergleich setzen auf klare Botschaften, attraktive und populäre Produkte und reduzieren sich auf die Kernaussage des beliebten Online Portals „jetzt vergleichen und sparen“. In einem deutschlandweiten Casting wurden vier sympathische und authentische Testimonials gefunden, denen auf charmante Weise gezeigt wird, wo sie Fernseher, Handys, Notebooks etc., bis zu 50% billiger bekommen. Die markanten Testimonials sind auch auf der Website von Deutschlands großem Preisvergleich zu sehen und bekommen durch Ihren individuellen TV Auftritt zahlreiche Zuschriften. Diese Tatsache zeigt wie gut die Emotionalität der Spots auf die Marke billiger.de übertragen wird..

Der Startschuss für die millionenschwere Dialog Branding Kampagne fiel am 19. Juli 2006. Die verantwortliche Mediaagentur ist Media Plan. Der nächste Flight mit neuen Motiven beginnt am 8. August.

Spots und Bildmaterial unter (link in den Browser kopieren)

http://www.worldwide-creative-network.com/HuckleberryTheMembers/AktuelleProjekte/Billiger_Presse130706/Index.html

Verantwortlicher Marketingleiter: Stefan Wimmer, billiger.de

Agentur: Dialog Branding

Gesamtleitung: Elke Friedrichs

Medienproduktion: Century Heads

Regie: Christian Angerer

Kamera: Matthias Fuchs

Producer: Thomas Grabolle

Musik: Florian Leissle, Neue Westpark Studios

billiger.de -Deutschlands großer Preisvergleich, ist ein Unternehmen der solute gmbh. Das große Online Portal billiger.de durchforstet Millionen von Angebote von ca. 1000 Online-Shops nach dem jeweils billigsten Internethändler. Unterschiede von 50 Prozent und mehr zwischen der unverbindlichen Preisempfehlung der Hersteller und dem billigsten Online-Shop sind dabei keine Seltenheit. Der Internetuser kann bei billiger.de einfach und schnell die Preise aus Millionen von Angeboten und aus hunderten von Shops vergleichen und einen Klick weiter sogar gleich bestellen. Der Service von billiger.de ist für den Internetuser kostenfrei. billiger.de erreicht mit seinen Partnern ProSieben.de, Ask.de, sport1.de und wetter.com über 10 Millionen Internetuser in Deutschland.

Ansprechpartner für die Medien:

solute gmbh

Stefan Wimmer

Leiter Marketing

sw@solute.de

Ungererstraße 40

D-80802 München

Telefon: +49 (0)89-1894 78-54

Telefax: +49 (0)89-1 894 78-59

www.solute.de

www.billiger.de