

PRESSEINFORMATION

## Don Juan beschert **flirt-fever.de** schon jetzt mehr als 50 000 neue Mitglieder

**TV-Spot überzeugt das Publikum und sorgt für Rekordzahlen / Mehr als eine Million Flirtwillige chatten und daten mittlerweile bei flirt-fever.de, dem derzeit wohl größten deutschsprachigen Chat- und Flirt-Portal**

*München, 26. Januar 2006* Europas bekanntester Frauenheld und eines der ältesten Testimonials der Literaturgeschichte hat auch nach einigen Jahrhunderten nicht an Attraktivität eingebüßt. Im Gegenteil: Don Juan hat sich jüngst in einem TV-Spot für **flirt-fever.de**, dem derzeit wohl größten deutschsprachigen Chat- und Flirt-Portal, äußerst erfolgreich ins Zeug gelegt. Bereits der erste Tag der Schaltung bescherte dem Betreiber, der Münchner Prebyte Media GmbH, über 10 000 neue Besucher. Insgesamt sind es bislang über 50 000 Neuanmeldungen. Damit liegt die Zahl der Anmeldungen mittlerweile bei deutlich über einer Million.

Seit Dezember vergangenen Jahres läuft der, von TV-Designer Markus Schmidt, 36, (u.a. „We love to entertain you“ / ProSieben) im Namen des international erfolgreichen Kreativ-Netzwerks, der Huckleberry Friends AG, produzierte Spot auf Sat1, ProSieben, RTL II, Kabel 1, DSF, Das Vierte, MTV und VIVA und hat die Erwartungen der Prebyte Media GmbH (**flirt-fever.de**) weit übertroffen. In dem 20-Sekündiger begreift der Archetypus des Frauenhelden, Don Juan, **flirt-fever.de** als eine neue, zeitgemäße Plattform, um junge, lebensfrohe, kommunikative und flirt-freudige Menschen kennen zu lernen.

Don Juan teilt sich seine Begeisterung für **flirt-fever.de** mittlerweile mit weit über einer Million Mitgliedern, überwiegend zwischen 18 und 35 Jahre alt, und täglich kommen mindestens 4000 Neuanmeldungen dazu. Ihnen geht es dabei vor allem um den Spaßfaktor und die Lust auf spannende Chats, kribbelnde Flirts und interessante Dates. Ganz relaxt und absolut seriös.

## PRESSEINFORMATION

Ziel der Image- und Informations-Kampagne, mit der das Kreativ-Netzwerk Huckleberry Friends AG von der Münchner Prebyte Media GmbH, einem Service-Provider für Internet-Dienstleistungen, im Herbst vergangenen Jahres beauftragt wurde, ist es, das Angebot einem noch breiteren Publikum bekannt zu machen und weitere Mitglieder für flirt-fever.de zu begeistern. Das Mediavolumen (TV/Online) für das laufende Jahr beträgt sechs Millionen Euro.

Wegen des unerwartet großen Erfolgs wird der Spot auch in den kommenden Monaten auf allen großen deutschen Fernsehstationen zu sehen sein.

### **flirt-fever.de – das Unternehmen**

Flirt-fever.de ist ein Projekt des Service-Providers für Internet-Dienstleistungen, der Prebyte Media GmbH, mit Sitz in München. Seit der Gründung durch die Geschäftsführer Florian Seubert (26) und Marco Gerstner (27) im Juli 2004 haben sich bereits über eine Million Mitglieder bei flirt-fever.de angemeldet und täglich kommen mindestens 4000 neue dazu. Flirt-fever.de ist damit das derzeit wohl größte und schnellstwachsende Chat- und Flirt-Portal im deutschsprachigen Raum. Im Vordergrund steht der Spaßfaktor, das ungezwungene und lockere, aber seriöse Kennenlernen junger, aktiver Menschen zum Flirten, Chatten oder Daten.

### **Spot abrufbar unter:**

<http://www.worldwide-creative-network.com/Presse/DonJuan/Index.html>

### **Weitere Informationen unter:**

[www.flirt-fever.de](http://www.flirt-fever.de)

### Ansprechpartner für die Presse:

#### **Markus Bistrick**

(Huckleberry Friends AG)

Kästlenstraße 28b

D-81827 München

Telefon +49 089 / 38 36 76 – 76

Telefax +49 089 / 38 36 76 – 21

Mobil +49 171 / 54 00 820

[markus.bistrick@huckleberry-friends.de](mailto:markus.bistrick@huckleberry-friends.de)