

Pressemitteilung

Exklusive Allianz-Kampagne auf weg.de

Ströer Interactive und MediaCom Interaction realisieren ausgefallene Integration für die Allianz Deutschland AG auf weg.de.

Hamburg, 07. September 2011 – Eine besondere Umsetzung der neuen Kampagne der Allianz Deutschland AG erlebt man aktuell auf weg.de. Der Online-Vermarkter Ströer Interactive, das Reiseportal sowie die Mediaagentur MediaCom Interaction und die Kreativagenturen Atletico sowie Elephant Seven haben gemeinsam die Kampagne zum Thema Lebensversicherung mit einem zusätzlichen innovativen Werbeelement realisiert.

Im Rahmen der Kampagne verfolgt die Allianz Deutschland AG, wie bereits im vergangenen Jahr, den Ansatz, echte Leistungsfälle zu zeigen. Für den Bereich Vorsorge wurde hier u. a. der Fall des Allianzkunden Udo S. ausgewählt. Herr S. hat über Jahre hinweg kleine Beträge in seine Vorsorgeversicherung bei der Allianz eingezahlt und kann sich nun seinen Lebenstraum erfüllen: Er wandert nach Thailand aus.

Passend zum Inhalt der Kampagne können weg.de-User bei der Urlaubssuche unter dem Punkt „Reisedauer“ neben den üblichen Reisezeiträumen – wie z. B. 1 Woche oder 13-15 Tage – nun auch eine Reisedauer von 23 Jahren auswählen. Bei Klick auf den 23-Jahre-Button wird der User auf eine Microsite weitergeleitet, wo die User nähere Informationen zum längsten Urlaub ihres Lebens mithilfe der Allianz-Lebensversicherung finden. Zusätzlich wird die Kampagne von weiteren Formaten wie z. B. Super Display Ad, Hockeystick und Newsletter begleitet, welche von der Kreativagentur Elephant Seven erstellt wurden, und sorgt damit für noch mehr Aufmerksamkeit.

„Gemeinsam mit Ströer Interactive haben wir nach einer Lösung gesucht, den Fall des Allianzkunden Udo S. auf eine aufmerksamkeitsstarke Art und Weise darzustellen. Wir denken, dies ist uns mit dem 23-Jahre-Button sehr gut gelungen. Durch diese ungewöhnliche Umsetzung wird dem User verdeutlicht, dass man sich auch mit kleinen Schritten große Träume erfüllen kann“, betont Manfred Boschatzke, Leiter Werbung und Sponsoring der Allianz Deutschland AG.

Rasmus Giese, Geschäftsführer von Ströer Interactive, ergänzt: „Mit der einzigartigen Integration der Allianz-Kampagne in die Suchmaske von weg.de

werden wir unserem Anspruch gerecht, dass wir jederzeit auf die unterschiedlichen Wünsche und Zielsetzungen unserer Kunden eingehen und ihnen individuelle Lösungen anbieten. Für uns als Vermarkter werden solche Sonderintegrationen immer bedeutender.“

Über Ströer Interactive

Klassische Online-Werbeplatzierungen und maßgeschneiderte Lösungen für Mediakampagnen gehören seit über zehn Jahren zum Kerngeschäft von Ströer Interactive. Mit 23,23 Mio. Unique Usern und dem achten Platz im Vermarkter-Ranking der AGOF internet facts 2011-05 ist Ströer Interactive der führende unabhängige Online-Vermarkter in Deutschland. Das Unternehmen hält eine gebündelte Reichweite in allen zentralen Themengebieten des modernen Internetkonsums. Die rund fünf Milliarden Page Impressions und 500 Webseiten von Ströer Interactive umfassen Premiumseiten, Special-Interest-Angebote, Service-Knotenpunkte und Community-Portale aus den unterschiedlichsten Themengebieten. Das umfangreiche Angebot von Ströer Interactive schließt zudem Bewegtbild-Vermarktung, Mobile Advertising und E-Mail-Marketing ein. Unter der Geschäftsführung von Rasmus Giese ist das Unternehmen mit über 50 Mitarbeitern und Hauptsitz in Hamburg außerdem präsent an den Standorten Köln und Düsseldorf. Ströer Interactive ist eine hundertprozentige Tochter des Beteiligungsunternehmens Media Ventures von Dirk Ströer, der auch Hauptgesellschafter der Ströer Out-of-Home Media AG ist.

www.stroeer-interactive.de

Pressekontakt:

Ströer Interactive GmbH
Luise Goretzka, PR & Sales Marketing Manager
Tel: +49 (0)40 468 567-83
presse@stroeer-interactive.de