



billiger.de setzt auf die eierlegende Wollmilchsau

"Ziel der neuen aufwändigen TV Kampagne ist es, den Spagat zwischen klarer, responseorientierter TV Werbung (DRTV) und Branding zu schaffen, also die eierlegende Wollmilchsau", fordert Stefan Wimmer, Marketingleiter bei billiger.de vom neuen Kommunikationsauftritt.

Im April dieses Jahres startete Stefan Wimmer bei Deutschlands großem Preisvergleich billiger.de als Marketingleiter. Die klare Zielsetzung von Wimmer, der vorher u.a. bei Sportgate und RTL war, ist die über TV generierte Response auf das beliebte Online Portal deutlich zu erhöhen und zugleich die Marke weiter aufzubauen. "Wir konnten in den vergangenen 12 Monaten die Markenbekanntheit von billiger.de im Segment der Preisvergleiche durch den Einsatz von TV wesentlich steigern. Gleichzeitig stellten wir jedoch fest, dass sich die Response nicht analog zur Markenbekanntheit entwickelte."

Die vier neuen TV Spots 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 neuen Spots entwickelte die Münchener Spezialagentur Dialog Branding. Der Claim „Es geht immer billiger.de“ wurde beibehalten und um die Tagline „Deutschlands großer Preisvergleich“ erweitert. „Dialog Branding ist die optimale messbare Marketingform, die strukturiert auf Dialogmarketing, Response und Branding setzt. Diese wirtschaftlich hochwertige Form der Werbung wird im Zuge der straffer werdenden Budgetplanungen immer mehr an Bedeutung gewinnen.“ sagt Christian Angerer, Geschäftsführer der Spezialagentur Dialog Branding.

Der Startschuss für die millionenschwere Dialog Branding Kampagne in den Spotlängen 30, 20, 10, 5 Sekunden fällt am 19. Juli 2006. Die Werbespots laufen zum Start auf SAT.1, ProSieben und weiteren Sendern. Die verantwortliche Mediaagentur ist Media Plan.

Gedreht wurden die TV Spots in München unter der kreativen Leitung von Christian Angerer, der seit 1989 im Bereich Direkt Response Erfahrung sammeln konnte und u.a. die responsestarken Dialog Branding Kampagnen für Kabel Deutschland (Triple Play/ Kabel Digital HOME) entwickelte, sowie Elke Friedrichs, verantwortlich für die Gesamtleitung und Beratung. Produziert wurden die Spots von Century Heads' Producer Thomas Grabolle; Kamera, Matthias Fuchs; Musik, Florian Leissle von 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.

Die aktuellen Spots finden Sie unter

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

Link in den Browser kopieren.

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