

# Marco Polo Paparazzi!

| Crossmediale Integration am Beispiel JAMESON IRISH WHISKEY |



MAIRDUMONT  
MEDIA

## Maßnahmen Paket um eine junge Zielgruppe zu erreichen

- 
  - Anzeigenschaltung in Marco Polo 24/7 Insider Guides
- Mediamaßnahmen auf Marcopolo.de (Online Werbemittel, redaktioneller Teaser)
  - Partner der Marco Polo Paparazzi Aktion (Cobranded Banner)
  - Gewinnspiel auf Marcopolo.de
  - Redaktionelle Behandlung im Newsletter
  - Destinationsmarketing innerhalb von In-Metropolen
- 
  - Partner der Marco Polo Paparazzi Aktion vor Ort (Verteilung von Visitenkarten; Fotografen mit T- Shirts und Taschen mit Jameson Logo)
- 

## Marco Polo 24/7 Insider Guides

### Der Cityguide für die Stadtbevölkerung

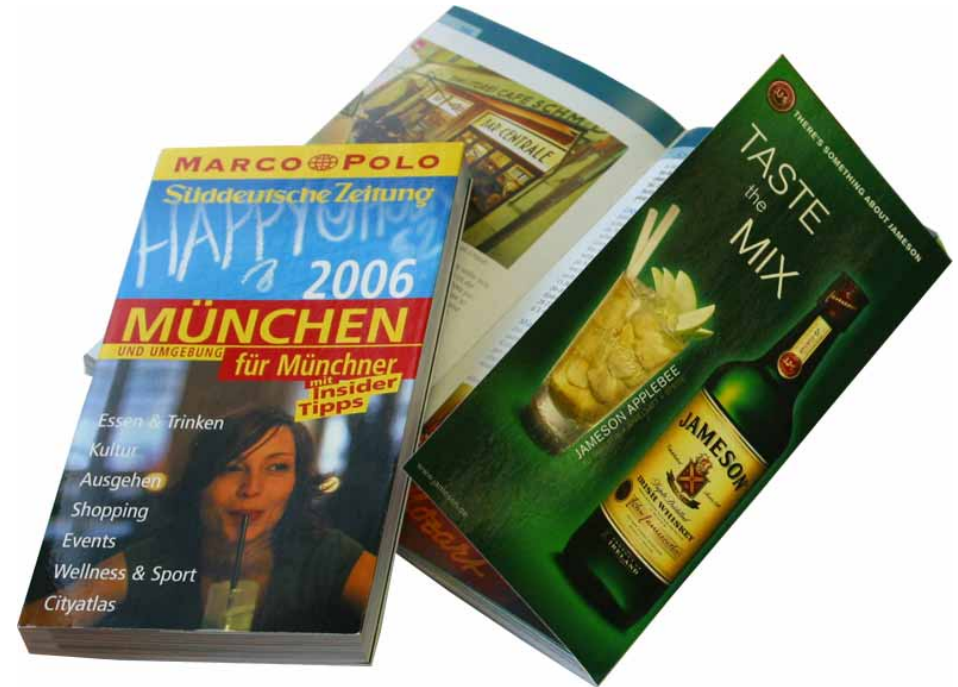
- Weniger für Touristen, dafür aber **speziell für die Einwohner der Stadt** gemacht, versorgen die Marco Polo 24/7 Insider Guides die Bewohner mit über 500 Adressen und einer umfassenden Gebrauchsanleitung ihre Stadt neu zu entdecken.
- Die Guides richten sich an aktive, **urbane Menschen** aus dem Großraum. Sie sind offen für Neues, kulturinteressiert, konsumaktiv und markenbewusst.
- Erhältlich für fünf deutsche Großstädte.



## Print: Integration in die Marco Polo 24/7 Insider Guides

### Kommunikation in Deutschlands Metropolen

- **Anzeigenintegration** von JAMESON in die Wunschdestinationen Stuttgart, München und Berlin. Belegung der 3. oder 4. Umschlagseite.
- **Positionierung in einem passenden und für die Produkte affinen Umfeld.** Durch die Kapitel Bars, Clubs & Diskos, Kneipen, Party Locations und Szene erreicht Jameson eine aktive und trendbewusste Zielgruppe.

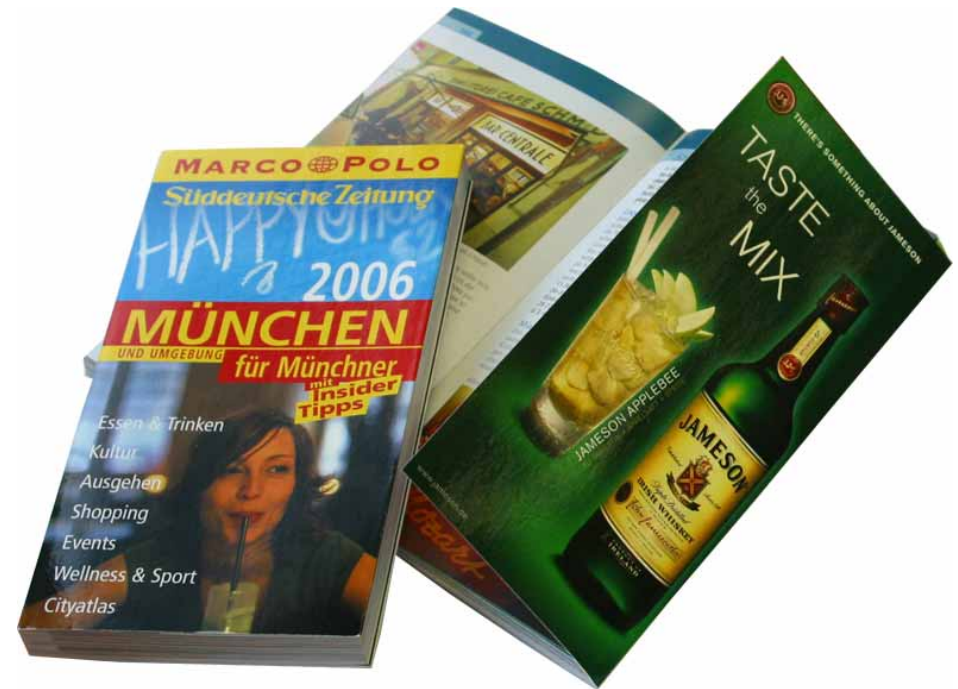


## Marco Polo 24/7 Insider Guides

### Qualitativ hochwertige Kontakte

- **Langlebige und hochwertige Werbekontakte**, die Anzeigen in den Insider Guides sind durch häufige Nutzung der Guides und die Lesezeichenfunktion oft im Blickfeld.
- **Positives Werbeumfeld.** Für 80%\* sind Marco Polo Reiseführer eine hochwertige Marke, auf 82%\* wirken die Reiseführer sympathisch.

\* Quelle: IFAK, Leistungsstudie High-Interest-Media



## Über Marco Polo Paparazzi!

### Partyfotos Online auf [marcopolo.de](http://marcopolo.de)

- Bei Marco Polo Paparazzi lichten erfahrene Fotografen **Partygänger beim Feiern, Lachen und Tanzen** ab. Wer sich in den angesagten Clubs und Szenelokalen in Stuttgart, München, Berlin, Dresden oder Düsseldorf amüsiert, hat gute Chancen portraitiert zu werden.
- Die Fotografen sind leicht an ihren Marco Polo **T-Shirts und Taschen** zu erkennen. Die Fotografierten erhalten eine **Visitenkarte** mit dem Link zur Fotoseite und schon 24 Stunden später sind die Fotos online.



## Promotion vor Ort: Marco Polo Paparazzi!

### Immer im Blickfeld der Zielgruppe

- JAMESON ist als Partner der Aktion mit dem eigenen Logo auf Taschen und T-Shirts aufgebracht.
- Als „Gedächtnisstütze“ erhalten alle Fotografierten eine Visitenkarte mit dem Link zur Photoseite.
- Die Rückseite der Visitenkarte steht JAMESON WHISKEY zur Verfügung. Hier ist ein Cocktail Rezept abgedruckt und es wird gleichzeitig die JAMESON Website kommuniziert.



## Paparazzi! vor Ort

### Qualitativ hochwertige Kontakte

- **Langlebige und hochwertige Werbekontakte.** Erinnerung durch Visitenkarte, und Weiterleitung zum Online Auftritt.
- **Positives Werbeumfeld,** da die Fotografierten in bester Stimmung beim Feiern angesprochen werden. Die Fotografen bedrängen nicht wie bei anderer Promotion, sondern bieten eine **Erinnerung an den Abend.**





## Online: Integration auf Marcopolo.de

### Cobranding der Marco Polo Paparazzi Aktion

- **Integration des JAMESON Logos** in alle Teaser und Header der Paparazzi! Aktion zur deutlichen Kennzeichnung der gemeinsamen Aktion.
- **Exklusive Schaltung** von JAMESON Online Werbemitteln auf den Paparazzi! Seiten, um eine starke Präsenz von JAMESON zu sichern.
- Schaltung von **Cobranded Bannern** auf Marcopolo.de und Falk.de, die die User auf die gemeinsame Aktion aufmerksam machen.

The screenshot shows the Marcopolo website interface. At the top, there's a navigation bar with 'ReiseZiele', 'ReiseJournal', 'ReiseService', and 'ReiseMarkt'. A yellow banner at the top right says 'Insider Tipps'. Below the navigation, there's a search bar for 'Reiseziel Suche' and a newsletter sign-up section. The main content area features a large banner for 'Paparazzi! PARTYFOTOS ONLINE POWERED BY JAMESON'. Below this, there's a section titled 'Die Marco Polo Paparazzi sind unterwegs! Wähle Deine Stadt:' with a map of Germany highlighting cities: Berlin, Düsseldorf, Dresden, Stuttgart, and München. To the right of the map, there's a 'Mix-Master' section with a Jameson bottle image and a 'TIPPS DER REDAKTION' section with several links. On the far right, there's a vertical Jameson advertisement with the text 'ENTDECKE mit JAMESON.DE' and two Jameson bottles.



## Online: Integration auf Marcopolo.de

### Cobranding der Marco Polo Paparazzi Aktion

- Integration eines zur JAMESON Homepage verlinkten **redaktionellen Teasers**. Dieser weist die User u.a. auf den JAMESON Mix Master hin, eine umfangreiche Cocktailrezeptdatenbank.
- JAMESON Irish Whiskey bekommt jeden Monat die besten 10 Bilder zur Nutzung auf Jameson.de zur Verfügung gestellt.

**MARCO POLO**  
Reisen mit Insider Tipps

ReiseZiele | ReiseJournal | ReiseService | ReiseMarkt

Reisejournal > Marco Polo Paparazzi - Dein Bild im Internet

**Paparazzi!**  
PARTYFOTOS  
ONLINE  
POWERED BY  
JAMESON  
IRISH WHISKEY

Reiseziel **Suche**  
Geben Sie ein Land, eine Region, einen Ort oder einen Begriff Ihrer Wahl ein  
  
Suche starten >

NEWSLETTER  
Gewinnen Sie einen Hotelgutschein ...  
... einfach durch Ihre Anmeldung beim Newsletter!  
  
Newsletter abonnieren >

**Die Marco Polo Paparazzi sind unterwegs!**  
Wähle Deine Stadt:

Berlin  
Düsseldorf  
Dresden  
Stuttgart  
München

www.jameson.de  
**Mix-Master**  
Mixe Cocktails mit Jameson Whiskey und deinen Lieblingszutaten  
weiter >

**TIPPS DER REDAKTION**  
Online-Reiseführer zu 160 Destinationen >  
Kuschelwochenenden: Igludorf und Schneegestöber im Special >  
Compact Guides: Mini-Reiseführer zum Ausdrucken >  
Fotobuch zum Selbstgestalten: Schon ab 12,90 Euro >

**JAMESON**  
IRISH WHISKEY  
ENTDECKE  
mit  
JAMESON.DE

## Online: Integration auf Marcopolo.de

### Gemeinsames Gewinnspiel & Newslettereintrag

- Monatliche Newsletterbeiträge zur Paparazzi Aktion und dem Gewinnspiel mit JAMESON um die Anzahl der Kontakte zu erhöhen und noch mehr User auf die gemeinsame Aktion aufmerksam zu machen.
- Gewinnspiel und Aktion werde mindestens zwölfmal redaktionell im **Marcopolo.de Newsletter** erwähnt.

The screenshot shows the Marcopolo.de website interface. At the top, there's a navigation bar with 'ReiseZiele', 'ReiseJournal', 'ReiseService', and 'ReiseMarkt'. Below this, a banner for 'Paparazzi! Partyfotos Online' is displayed, featuring a woman taking a photo and the text 'MÜNCHEN'. To the right, there's a search box for 'Reiseziel Suche' and a newsletter sign-up section. Below the banner, there are navigation links for 'zurück zur Stadtauswahl', 'vorheriges Bild', 'Übersicht', and 'nächstes Bild'. The main content area shows a photo of two women at a party, with a caption and a link to 'http://www.onlinepics24.de/'. To the right, there's a 'MEHR PARTYBILDER' section with a list of cities (Berlin, Dresden, Düsseldorf, München, Stuttgart) and a 'Jameson' advertisement for 'Mix-Master' and 'E-Cards verschicken'.

## Online: Integration auf Marcopolo.de

### Gemeinsames Gewinnspiel & Newslettereintrag

- Gewinnspiel** um die Verweildauer zu erhöhen, eine spielerische Auseinandersetzung mit JAMESON zu ermöglichen, die positive Wahrnehmung der Marke zu erhöhen und um qualitativ hochwertige Adressen für nachfolgende Aktionen zu generieren.
- Verlosung** einer Wochenendreise nach Dublin für zwei Personen, sowie drei JAMESON „Overnight Cases“ und zehnmal zwei Jameson Gläser.

The screenshot shows the Marcopolo.de website interface. The main content area features a contest announcement titled "Erkunden Sie die Trendmetropole Dublin!". The text describes a trip to Dublin for two people, including flights, accommodation, and a visit to the Old Jameson Distillery. A prize of three Jameson "Overnight Cases" and ten Jameson glasses is mentioned. A quiz question asks for the name of a cocktail made from Jameson, apricot brandy, lemon juice, and mandarin syrup. The website also includes a search bar, a newsletter sign-up form, and a sidebar with travel tips and a Jameson advertisement.

## Online: Integration auf Marcopolo.de

### „Klassische“ Mediamaßnahmen

- **Schaltung von Online Werbemitteln** auf Marcopolo.de. Dabei erscheinen die Werbemittel speziell dann, wenn die User Informationen über zehn ausgewählte europäische und deutsche Trenddestinationen abrufen.
- Werbemittel verweisen die User auf den Onlineauftritt von JAMESON, wo es mehr Infos über die besten Bars Europas und die angesagtesten Cocktailrezepte gibt.

The screenshot shows the Marcopolo.de website interface. At the top, there's a navigation bar with 'ReiseZiele', 'ReiseJournal', 'ReiseService', and 'ReiseMarkt'. A prominent banner for 'Paparazzi! PARTYFOTOS ONLINE' is displayed, powered by Jameson. Below the banner, there's a grid of party photos from Berlin. To the right, a sidebar contains a search box, a newsletter sign-up, and a Jameson advertisement for 'BEST BARS' featuring cocktails and e-cards.



## Fallbeispiel Marco Polo Paparazzi!

### Ihre Ansprechpartner

Simone Lenk  
Verkaufsleitung Media Markenartikel

Telefon: + 49 711 45 02 - 443  
Telefax: + 49 711 45 02 -1012

s.lenk@mairdumont.com

Jan Heuwinkel  
Assistent Media Markenartikel

Telefon: + 49 711 45 02 - 1031  
Telefax: + 49 711 45 02 - 1012

j.heuwinkel@mairdumont.com

***Kontakten Sie uns, wir beraten Sie gerne und  
erstellen Ihnen Ihr individuelles Angebot!***