



MAIRDUMONT
MEDIA

Marco Polo Paparazzi!

I Crossmediale Integration,
Fallbeispiel
JAMESON IRISH WHISKEY I



JAMESON
IRISH WHISKEY

ADAC Kartografie
Baedeker
DuMont
Falk
HB Bildatlas
Kompass
Marco Polo
National Geographic Reiseführer

Baedeker.com
BeLocal.de
Dumontreise.de
Falk.de
HB-Bildatlas.de
Lonelyplanet.de/.com
Kompass.de
Marcopolo.de
Outdoorchannel.de
Tripwolf.de
Varta-guide.de
Yabadu.de

Falk Mobile
Marco Polo Mobile

Crossmediales Maßnahmen-Paket

- 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)



Maßnahmen-Paket Print

Marco Polo 24/7 Insider Guides

- 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 Insider Guides richten sich an aktive, **urbane Menschen** aus dem Großraum. Sie sind offen für Neues, kulturinteressiert, konsumaktiv und markenbewusst.
- Erhältlich für sechs deutsche Großstädte.



Maßnahmen-Paket Print

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.



Maßnahmen-Paket Print

Werbewirkung

- **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 Institut, Leistungsstudie High-Interest-Media 2005

Maßnahmen-Paket Promotion und Online

Partyfotos Online auf 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, Düsseldorf oder Köln 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.



Maßnahmen-Paket Promotion

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.



Maßnahmen-Paket Promotion

Werbewirkung

- **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.**



Maßnahmen-Paket Online

Placement auf marcopolo.de

- **Integration des JAMESON Logos** in alle Teaser und Header der Papparazzi! Aktion zur deutlichen Kennzeichnung der gemeinsamen Aktion.
- **Exklusive Schaltung** von JAMESON Online Werbemitteln auf den Papparazzi! 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.



Maßnahmen-Paket Online

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.



Maßnahmen-Paket Online

Gemeinsames Gewinnspiel & Newslitereintrag

- 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.



Maßnahmen-Paket Online

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.



Maßnahmen-Paket Online

Online-Gewinnspiel

- **Placement 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.



Ihre Ansprechpartner

Greta Weller

Verkaufsleitung Markenartikel

Telefon: + 49 711 45 02 - 1099

Telefax: + 49 711 45 02 - 1012

g.weller@mairdumont.com

Julia Riedel

Account Manager Markenartikel

Telefon: + 49 711 45 02 - 1031

Telefax: + 49 711 45 02 - 1012

j.riedel@mairdumont.com

MAIRDUMONT MEDIA

Marco-Polo-Str. 1

73760 Ostfildern

Telefon + 49 711 45 02 - 333

media@mairdumont.com