

WELT KLASSE Ihre crossmediale Kommunikation mit Empfehlungscharakter



WELT  KLASSE

Lifestyle Notebook

WELT KLASSE am Beispiel ASUS

- ◆ Wie funktioniert das Konzept WELT KLASSE?
- ◆ Warum ist WELT KLASSE ein optimaler Ansatz für ASUS?
- ◆ Wie wird WELT KLASSE umgesetzt?

Erreichen Sie Premium-Zielgruppen ganz einfach dreifach.



Knut Döring
verantwortet als
Anzeigenleiter den
Bereich Sonderthemen
& Produktkonzepte
WELT GRUPPE/
BERLINER MORGENPOST.

Crossmediales Werben ist innovativ, erfolgreich und kreativ – das zeigen unsere Erfahrungen mit bisherigen WELT KLASSE Partnern aus den verschiedensten Branchen von Automobil, über Finanzprodukte bis zur Unterhaltungselektronik.

Durch die crossmediale Vernetzung unterschiedlicher Werbeträger wird das Potenzial verschiedener Medienkanäle optimal genutzt. Unter dem Label WELT KLASSE präsentiert sich Ihre Marke im dreiwöchigen Aktionszeitraum über Print, Online und TV:

- ◆ Redaktionell gestaltete Anzeigen und eine 8-seitige monothematische Sonderbeilage in WELT am SONNTAG, DIE WELT und WELT KOMPAKT
- ◆ Ein starker Auftritt auf WELT ONLINE, eine Bühne mit umfangreichen Informationen rund um die Aktion, attraktive Werbemittel und der exklusive WELT KLASSE Newsletter
- ◆ Ihr aufmerksamkeitsstarker WELT KLASSE TV-Spot auf n-tv und N24
- ◆ Und zusätzlich: das Qualitäts-Label WELT KLASSE an Ihrem Point of Sale

Erreichen Sie hochwertige und kaufkräftige Zielgruppen mit maßgeschneiderten Werbeformen. Wir erstellen Ihnen ein individuelles Kreativkonzept und einen auf Ihre Wünsche zugeschnittenen Media-Mix. Durch eine größtmögliche Medienpräsenz und den Empfehlungscharakter des Labels WELT GRUPPE erzielen Sie beste Voraussetzungen, Ihren Umsatz am Point of Sale zu steigern.

WELT KLASSE zeigt Produktdetails auf, empfiehlt und macht neugierig.

Haben wir Sie neugierig gemacht? Gern möchten wir Ihnen WELT KLASSE näher vorstellen und Ihnen einen Einblick in die erfolgreiche Umsetzung mit ASUS geben.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen Ihr

Knut Döring

Ihr crossmediales Konzept



Im Media-Mix die wirksamste und hochwertigste Mischung zu finden, ist jetzt ganz einfach. Als Partner von WELT KLASSE haben Sie die exklusive Möglichkeit, Ihre Marke crossmedial in Print, Online und TV zu inszenieren.

In einem Aktionszeitraum von drei Wochen präsentieren Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung über redaktionell gestaltete, großformatige Panorama-Anzeigen und eine Sonderbeilage in den Premiumtiteln der WELT GRUPPE, eine individualisierte Online-Bühne auf WELT ONLINE sowie aufmerksamkeitsstarke TV-Spots bei n-tv und N24.

Der crossmediale Auftritt steigert den Image- und Abverkaufswert Ihres beworbenen Produktes und schafft qualifizierten Response. Mit der Kommunikation bis an den Point of Sale sorgt WELT KLASSE gezielt für einen erhöhten Absatz des Premiumproduktes und einen erheblichen Gewinn an Aufmerksamkeit.

„Die WELT KLASSE Kampagne hat sich für uns als
neuer, wirkungsvoller Ansatz herausgestellt.“



**Oliver Barz ist Sales Director
Notebooks, Desktops &
Handheld Products
der ASUS Computer GmbH**

*ASUS ist einer der weltweit
führenden Anbieter in der
neuen digitalen Ära.
Mit seinen mehr als 8.000
Mitarbeitern erwirtschaftete
ASUS im Geschäftsjahr 2007
einen Konzernumsatz von
rund 6,9 Mrd. US-Dollar.
2007 wurden weltweit mehr
als 2500 ASUS Produkte
ausgezeichnet, unter
anderem erhielt ASUS den
IF Forum Award für
exzellentes Design.
Das Unternehmen ist in
Deutschland der Marktführer
für Mainboards und
Grafikkarten, als Anbieter
von Notebooks rangiert
ASUS auf Platz 6.*

Welche Zielsetzungen und Erwartungen hatten Sie im Rahmen der WELT KLASSE Aktion?

Wir haben ein erstklassiges Umfeld gesucht, das unser Produktdesign richtig in Szene setzt und wollten die Marke ASUS dem Konsumenten in umfassender Weise präsentieren und unsere Markenbekanntheit weiter steigern. Außerdem bescherte WELT KLASSE unseren Handelspartnern eine extrem gute Gelegenheit, die Kundenbindung zu vertiefen und neue Kunden zu gewinnen.

Warum haben Sie sich für WELT KLASSE als Ergänzung zu klassischen Marketingansätzen entschieden?

Wir haben uns für WELT KLASSE entschieden, da wir als Marke ASUS für innovative Ideen und neue Wege stehen. Durch den crossmedialen und modularen Aufbau kann die ausgewählte Zielgruppe umfassend und über verschiedene Kanäle erreicht werden. Die WELT KLASSE Kampagne hat sich für uns als neuer, wirkungsvoller Ansatz herausgestellt.

Welche Zielgruppe wollten Sie mit der WELT KLASSE Kommunikation ansprechen?

Mit dem ASUS U1F Designnotebook sprechen wir in erster Linie den IT-affinen Geschäftsanwender an, der Wert auf eine repräsentative Optik und eine starke Leistung legt. Bei der WELT KLASSE Kampagne waren wir überzeugt, dass die erreichte Zielgruppe das Bewusstsein für Qualität, schickes Design und innovative Technologien teilt.

Wie gestalteten sich die Umsetzung und die Zusammenarbeit?

Die Zusammenarbeit war sehr gut. Wir sind froh, mit einem sehr flexiblen und engagierten Team die Kampagne umgesetzt zu haben. Die Zusammenarbeit wurde zu einer tiefgehenden Partnerschaft, in der wir unsere Wünsche und Bedürfnisse umfassend einbringen konnten.

Wie haben Sie das Label WELT KLASSE für Ihre Kommunikation am Point of Sale genutzt?

Das Label WELT KLASSE ist umfassend in unsere Händlerkommunikation eingeflossen und hat die Aufmerksamkeit am POS durch Poster, Flyer und Displays nochmals gesteigert. Zusätzlich wurde das WELT KLASSE Logo auf allen Datenblättern und Preislisten abgebildet.

Wie zufrieden sind Sie mit dem Ergebnis der Aktion? Wurden Ihre Erwartungen erfüllt?

Ja, wir sind zufrieden mit dem Ergebnis der Aktion. Eine begleitende Marktforschung zusammen mit Axel Springer hat uns positive Ergebnisse geliefert. So wurde beispielsweise unser erklärtes Ziel, unsere Bekanntheit innerhalb der WELT-Leser zu steigern, absolut erfüllt.

Welche Vorteile sehen Sie im WELT KLASSE Konzept?

Vorteil ist ganz klar die kanalübergreifende Kommunikation. Sowohl über Print, Online und TV haben wir mit unserer Werbebotschaft die Leser und User erreicht.

Planen Sie WELT KLASSE erneut zu belegen?

Die gute Partnerschaft mit Axel Springer setzen wir gerne fort.

Kommunikationsfahrplan ASUS



Wie wurde die WELT KLASSE Aktion mit ASUS umgesetzt?

Die Herausforderung

Der Startschuss zum WELT KLASSE Projekt Lifestyle Notebook fiel mit dem Kick-Off-Meeting bei ASUS in Ratingen. Dort wurden die Angebotsdetails, Zielsetzungen und Timings des Projektes besprochen und abgestimmt.

Kommunikationsziel der Marke ASUS war es, das leistungsfähige Notebook U1F im Miniformat und seine vielfältigen, sowie hochmodernen Funktionen darzustellen. Darüber hinaus sollte die einfache Bedienbarkeit, das energiebewusste Arbeiten, das edle Design und die technische Qualität erlebbar umgesetzt und als besonderes Kriterium hervorgehoben werden. Das exklusive Aussehen und die hochwertigen Funktionen der Marke ASUS wurden als unterstützende Elemente für die Kampagne ausgewählt.

WEITERE WERBEMÖGLICHKEITEN

Neben den Kanälen Print, Online, und TV bieten wir Ihnen eine große Auswahl ergänzender Werbemöglichkeiten:

- ◆ Mobile Ads auf WELT MOBILE
- ◆ Zusatzaufgabe der Sonderbeilage zur Auslage am POS, auf Messen etc.
- ◆ Exklusives Mailing an selektierte Zielgruppen
- ◆ Verteilung der Sonderbeilage in Presseverkaufsstellen
- ◆ Umsetzung der Sonderbeilage als interaktives E-Journal
- ◆ Spots auf dem Axel Springer Top Screen
- ◆ weitere POS-Maßnahmen wie z.B. Sticker, Beilagen-Dispenser
- ◆ Haushaltspromotions
- ◆ Online-Verlängerungen auf anderen Portalen

Die Umsetzung

Zurück im Verlag machte sich das WELT KLASSE Team an die Umsetzung. Das kommunikative Herzstück jeder WELT KLASSE Aktion ist die 8-seitige Sonderbeilage. Das gesamte Team arbeitet hier Hand in Hand.

Der Autor recherchiert die Themen und setzt die Texte um, die Grafikerin trifft eine Bildauswahl und erstellt das Layout und die Mediaplanung setzt den Kommunikationsfahrplan auf. Die Projektkoordinatorin bringt die einzelnen Bestandteile zusammen und steht im ständigen Kontakt mit dem Kunden. So garantieren wir, dass ein einheitliches und sorgfältig abgestimmtes Produkt entsteht und Kundenwünsche schnell und kompetent umgesetzt werden.

Nach drei Wochen war der Grundstein der WELT KLASSE Kommunikation mit

der Freigabe der Sonderbeilage gelegt. Darauf aufbauend entstanden Panoramafelder und ganzseitige Anzeigen für die Veröffentlichung in WELT am SONNTAG, DIE WELT/ WELT KOMPAKT und Computer BILD sowie ein Postkarten-Beileger für die Begrüßungsbriefe an neue Abonnenten. Für den Auftritt im Internet erstellten die Online-Editoren und Grafiker eine detaillierte und informative Online-Bühne, einen exklusiven Newsletter sowie Online-Werbemittel in verschiedenen Formaten. Für den TV-Bereich entstand ein Spot mit dem Empfehlungscharakter der WELT GRUPPE, der auf den Sendern n-tv und N24 ausgestrahlt wurde.

Begleitet wurde die Aktion durch Maßnahmen am Point of Sale: Poster sowie die Auslage von Fortdrucken der Sonderbeilage.

Nach der Freigabe aller Werbeformate stand dem offiziellen Start der Aktion nichts mehr im Wege.

Das Ergebnis

Über die Kanäle Print, Online und TV verfolgten unsere Leser und User aufmerksam die dreiwöchige Kampagne. Die von ASUS zusammengestellte WELT KLASSE Edition mit vielen weiteren Komponenten und einer verlängerten Garantie wurde vielfach angefordert und begeistert aufgenommen.

Weitere positive Impulse für die WELT KLASSE Aktion konnten durch die Auslage der Sonderbeilage und aufmerksamkeitsstarke Poster im Handel sowie die Verlinkung der ASUS-Homepage auf weltklasse.de erzielt werden. Die äußerst kooperative Zusammenarbeit zwischen dem WELT KLASSE Team

und ASUS schuf ein sehr angenehmes Arbeitsklima, dass wesentlich zum Erfolg des Projektes beitrug.

Zum Abschluss der Aktion erhielt ASUS ein ausführliches Reporting mit Leistungsdaten wie Erscheinungsterminen, Auflagenzahlen und Klickraten.

Zusammenfassend können alle Projektbeteiligten bei ASUS und Axel Springer stolz auf eine partnerschaftliche Kooperation und ein erfolgreiches Projekt zurückblicken. Die Trend- und Qualitätsmarke ASUS wurde nachhaltig bei der Zielgruppe etabliert. Auch über die Aktion hinaus sind positive Ausstrahlungseffekte zu erwarten.

WELT KLASSE PARTNER		
 Mercedes-Benz E-Klasse	 DWS RiesterRente	 vodafone Mobiles Büro + Business
 ASUS Lifestyle-Notebook	 Passat BlueMotion	 BLAUPUNKT Mobile Navigation
 Pioneer MediaMarkt Plasma TV	 citibank Banking	 NOKIA Mobiles Multitalent
 AWD Finanzoptimierung	 jura Kaffee-Vollautomat	 KARSTADT Weihnachtswelt
 Kodak All-in-One Drucker Digitale Fotowelt	 SONY Digitale Spiegelreflexkamera	 HypoVereinsbank Vermögensanlage



Haben wir Sie neugierig gemacht?

Gern erstellen wir Ihnen ein auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittenes WELT KLASSE Konzept.

Knut Döring

Anzeigenleiter Sonderthemen & Produktkonzepte

WELT GRUPPE/BERLINER MORGENPOST

Axel Springer AG/Ullstein GmbH

Axel-Springer-Straße 65

10888 Berlin

Tel.: 030/25 91-7 39 98

Fax: 030/25 91-7 38 34

E-Mail: knut.doering@axelspringer.de

Judith Oertel

Projektkoordination WELT KLASSE

WELT GRUPPE/BERLINER MORGENPOST

Axel Springer AG/Ullstein GmbH

Axel-Springer-Straße 65

10888 Berlin

Tel.: 030/25 91-7 30 83

Fax: 030/25 91-7 38 34

E-Mail: judith.oertel@axelspringer.de