

## Pressemitteilung

### **GOYYA: Jugendmarketing mobil bei Sparkassen zur Fußball-WM**

- Kasseler Sparkasse und Kreissparkasse München Starnberg setzen erstmals mobile Contents im Jugendmarketing ein

Dresden/München/Kassel, 29.04.2010 – Von GOYYA Marketing im Banken- und Sparkassenumfeld angebotene mobile Contents, werden ab dem 1. Mai 2010 erstmals von der Kasseler Sparkasse und der Kreissparkasse München Starnberg für das Jugendmarketing im Vorfeld der FIFA Fußball-WM Südafrika 2010 eingesetzt. Die 24.500 S-Club-Mitglieder zwischen 13 und 27 Jahren der Kasseler Sparkasse erhalten ab sofort personalisierte mobile Handy-Sportreportagen mit WM-Siegen und Frei-SMS. Beim München Starnberger Institut können die 11- bis 17-jährigen Kunden per Gutscheincoupon im gleichen Zeitraum Flaggen und Nationalhymnen der WM-Teams einlösen.

Beide Institute wollen hiermit die persönliche Kundenbindung ihrer jungen Zielgruppe über hochwertige und unterhaltsame Incentives fördern. So können die S-Club-Mitglieder der Kasseler Sparkasse über das Club-Portal [www.sclubnews.de](http://www.sclubnews.de) eine PIN-Karte anfordern, mit der sie ihren individualisierten WM-reifen Klingelton einlösen. Darüber hinaus wird der kostenfreie Versand von SMS angeboten. Bei der Kreissparkasse München Starnberg beinhalten die Gutschein-Incentives jeweils eine Nationalhymne und drei verschiedenen Flaggen.

Die von GOYYA Marketing vertriebenen Handy-Sportreportagen mit Siegen Deutschlands über die Niederlande, Großbritannien oder Brasilien, Fahnen oder Nationalhymnen aller Fußball-WM-Mannschaften können Jugendliche vor und während der WM auf dem Handy an Public-Viewing-Orten abspielen oder mit Freunden und anderen Fans tauschen. Die Sportreportagen sind dabei personalisierte Unikate des jeweiligen jungen Kunden und werden dementsprechend auch von Live-Reportern gesprochen und produziert.

„Fußball ist für viele Altersgruppen ein emotionales Thema“, so Jörg Kempe, verantwortlich für die Nachwuchskunden der Kasseler Sparkasse. „Mit mobilen Contents setzen wir in diesem Fall vor allem auf die multimedialen Nutzungsgewohnheiten einer jungen Zielgruppe, die wir per Download online über das S-Club-Portal effizient ansprechen können und dabei auch Kontakte zu unseren Filialen generieren. Unsere jungen Kunden erhalten hierbei exklusive Handy-Contents und Free-SMS. Inhalte können sie zudem wesentlich sicherer als etwa über Downloadportale unbekannter Anbieter im Netz herunterladen“, so Kempe weiter.

*Ende der Mitteilung*

## **GOYYA Marketing**

berät Immobiliengesellschaften, Banken und Unternehmen beim Einsatz von Mobile-CRM-Lösungen und betreut internationale Mobile-Marketing-Kampagnen im Auftrag namhafter Marken und Agenturen. Hauptbereiche sind Marketing und Technologie: Die Geschäftsbereiche konzentrieren sich auf die Bereitstellung und Vermarktung einer zuverlässigen technischen Basis und auf die Kreation und Realisierung von Kampagnen. Mit „Mobile Services“ bietet GOYYA Komplettlösungen für den Versand und Empfang von SMS und MMS, Plattformen für den Download von Inhalten (Content Download) sowie für das Mobile Bezahlen (Mobile Payment). Hierzu gehören auch die Entwicklung von iPhone-Applikationen und der Einsatz von QR-Codes. Schwerpunkt ist die Integration klassischer Medien und neuer digitaler Werbeformen wie etwa die Entwicklung und Umsetzung von On-Pack-Kampagnen, Gewinnspielen, Mobile Microsites, Tagging, Bluetooth-Kampagnen oder Votings.

Die Pressemitteilung finden Sie unter: <http://www.goyya.com/4news.asp>  
Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten

## **Pressekontakt für GOYYA Marketing**

Communicatech  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
im Technologieumfeld

Stefanie Katrin Fehse  
Schinkelstr. 42  
80805 München

Tel.: 089-37412165  
E-Mail: [stefanie.fehse@communicatech.de](mailto:stefanie.fehse@communicatech.de)  
[www.communicatech.de](http://www.communicatech.de)