

Pressemitteilung

GOYYA Marketing wirbt mobil für TITAN in der Allianz Arena

- **Ausrüster und Sponsor des FC Bayern München bringt Stadion-Besucher per MMS zur Champions-League**

München, 12.03.2010 – TITAN, Sponsor des Münchener Fußballvereins, wird morgen ab 18.30 Uhr in der Allianz Arena drei Stadionbesuchern des Bundesligaspiels FC Bayern gegen SC Freiburg den Wunsch nach einer Eintrittskarte für ein UEFA Champions-League-Spiel erfüllen. Der Ausrüster zahlreicher Sportarten und Reisegepäckhersteller ist wiederholt Sponsor of the Day des FC Bayern München, wirbt jedoch erstmals mobil über Werbepartner GOYYA Marketing für seine hochwertigen und lifestyleigen Reiseprodukte der Marke TITAN.

Zur Marke werden mit der Kampagne nicht nur aktive Sportler, sondern auch die überdurchschnittlich mobile Zielgruppe ihrer Fußballfans und Stadionbesucher direkt im Stadion angesprochen. TITAN wird als Marke erstmals über den emotionalen Dialog per MMS vom Handy der teilnehmenden Stadionbesucher aus beworben sowie über die Stadionanzeige. Auf dieser wird die Marke über Spots und während der Veranstaltung auch über den Stadionsprecher präsentiert.

GOYYA Marketing übernimmt das Setting und die Abwicklung der MMS-Kampagne und stellt der Jury für die effiziente interne Auswertung der Handy-Bildeinsendungen das im vergangenen Jahr entwickelte Produkt MMS-Galerie bereit. Während der Partie können Teilnehmer ein per Handy aufgenommenes Lieblingsfoto an eine Mobilfunknummer senden und erhalten eine Antwort-SMS. Die Gewinner werden anschließend per SMS und E-Mail benachrichtigt und die drei Gewinnerfotos werden auf der Seite des FC Bayern München präsentiert. Die Teilnahme lohnt sich für Fans somit zweifach: Per Handy-Kamera können sie einerseits direkt im Stadion über gemeinsame Foto-Aktionen in Kontakt zu anderen Fans treten und andererseits eines der drei begehrten UEFA Champions-League-Tickets gewinnen.

„Per MMS können werbungtreibende Unternehmen mit vergleichsweise geringem zeitlichen Vorlauf Marken wirkungsvoll direkt in der Zielgruppe bewerben und diese zum Dialog mit Marken animieren“, so Henry Heinke, Geschäftsführer von GOYYA Marketing. „Da die meisten Handys und Smartphones inzwischen eine integrierte Kamera besitzen, können über die Einbindung des mobilen Kanals und in Abhängigkeit vom Setting der Kampagnen hohe Reichweiten bei niedrigen Streuverlusten erzielt werden“, so Heinke 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
www.communicatech.de