

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/42807/1516988/yahoo-nissan-omd-mit-europaweiter-integrierter-werbekampagne-im-mobilen-und-stationaeren-web> abgerufen werden.

Yahoo! Deutschland GmbH

Yahoo!, Nissan & OMD mit europaweiter integrierter Werbekampagne - im mobilen und stationären Web/
Sponsoring-Partnerschaft von Nissan und Yahoo! stellt das Thema "Simplicity" in den Mittelpunkt

23.11.2009 - 11:50 Uhr, Yahoo! Deutschland GmbH

München (ots) - Die starke Partnerschaft zwischen Yahoo!, Nissan und OMD wird weiter ausgebaut. Der Internet-Pionier, der Automobilhersteller und die Media-Agentur starteten im September die integrierte Online-Werbekampagne "Simplicity" für das stationäre und mobile Web, mit der Nissan europaweit für seine stadttauglichen Kleinwagen PIXO, Micra und Note wirbt. Diese zunächst auf sechs Monate angelegte Kampagne läuft in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Großbritannien und bezieht verschiedene Yahoo!-Produkte wie Mail & Messenger ein.

Ausschlaggebend für die Wahl von Yahoo! als europaweiter Vermarktungspartner war für OMD der kreative Ansatz, Nissans "Simplicity"-Positionierung mit der Yahoo!-Nutzerkommunikation und den ausgereiften Werbetechnologien des Online-Vermarkters zu verknüpfen. Geplant und umgesetzt wurde die ausgewählte Kampagne vom internationalen Büro der Agentur OMD in Paris. Im Mittelpunkt stehen zwei Hauptelemente: eine Microsite im stationären und eine Applikation im mobilen Web. Diese integrierte Kampagne ist ein weiteres Beispiel für den erfolgreichen Ansatz von Yahoo!, Online-Werbung kreativ zu gestalten, mit beliebten Produkten und Services zu verknüpfen und damit dem Nutzer einen entscheidenden Mehrwert zu bieten.

Maßgeschneiderte Produktpalette im Co-Branding:

Eine co-gebrandete Microsite vermittelt Nutzern in verschiedenen Tutorials, wie ihre Interneterfahrung durch die Kommunikations-Tools von Yahoo! - Mail & Messenger, Clever und Mobile - deutlich einfacher und besser wird. Es handelt sich hier um Services, die sich gleichermaßen durch innovative Funktionen und unkomplizierte Handhabung, ganz im Sinne des Kerngedankens "Simplicity" auszeichnen - genau wie die Stadtautomobilsparte von Nissan. Um die Nutzer zu diesem Channel zu leiten, werden co-gebrandete Anzeigen und redaktionelle Beiträge auf den Seiten von Yahoo! platziert.

Nissan City Cars & Yahoo! - Stadtfahrten und Kommunikation mobil leicht gemacht

Auf Basis seiner innovativen mobilen Technologie hat Yahoo! die personalisierbare Applikation "Stadtführer" für die mobile Yahoo! Homepage entwickelt, die im Bereich "Favoriten" zu finden ist. Diese bietet Nutzern die Möglichkeit, für sie relevante Informationen und Webinhalte über ausgewählte Städte zu speichern. Dank der zahlreichen Content-Partner von Yahoo!, wie beispielsweise Lokalzeitungen oder auch das Musik-Portal Last.fm, können Nutzer für eine bestimmte Stadt für sie interessante und nützliche Informationen hinzufügen, wie beispielsweise zu Konzerten, zum aktuellen Kinoprogramm, Lokalnachrichten sowie Reisetipps oder Wetterberichte. Der "Simplicity"-Ansatz basiert dabei auf der Wahrnehmung, dass das Leben in der Stadt vielschichtig und komplex ist und zuweilen recht anstrengend für Autofahrer sein kann. Indem hier das mobile Web genutzt wird, gelingt es Yahoo!, die relevante Zielgruppe - aktive, stets mobile Stadtmenschen - direkt unterwegs anzusprechen und ihnen einen echten Mehrwert zu bieten.

Heiko Genzlinger, Commercial Director Yahoo! Deutschland, betont: "Unsere aktuelle reichweitenstarke Nissan-Kampagne verbindet zeitgemäß das klassische und das mobile Web. Diese integrierte Kampagne, in die beliebte Produkte und Services von Yahoo! eingebettet sind, unterstreicht einmal mehr unsere Expertise in den Bereichen Content, Personalisierung und Kreativität und demonstriert,

welchen inhaltlichen Mehrwert Werbung für den Nutzer bieten kann: Die User können, ganz im Sinne der Yahoo!-Strategie, ihre persönlichen Web völlig frei nach ihren eigenen Interessen und Bedürfnissen gestalten und jederzeit auch unterwegs auf diese Informationen zugreifen."

"Die Idee einer erneuten europaweiten Partnerschaft von Nissan und Yahoo! hat uns sofort gefallen, denn es hat für Yahoo! höchste Priorität, seinen Nutzern einen Mehrwert zu bieten und für sie das Web zu vereinfachen", ergänzt Duncan Sillence, Account Director für Nissan Europe bei der Agentur OMD.

Diese Partnerschaft folgt einer erfolgreichen Kampagne im Februar 2009: Hier hatte Nissan Yahoo! beauftragt, eine integrierte Kampagne rund um das Thema "Ski und Schnee" in den beliebtesten europäischen Skigebieten als "Nissan Sports Adventure" umzusetzen. Als Teil der ebenfalls von OMD konzipierten und betreuten Initiative entwickelte Yahoo! eine Microsite mit lokalen Informationen und interaktiver Unterhaltung für Skifahrer in fünf bekannten Skigebieten, in denen Nissan so genannte "All Mode Runs" einrichtete. Auf diesen speziell präparierten Schneepisten waren Kameras aufgestellt, die 10-12 Fotos in wenigen Sekunden aufnahmen und lebendige Bilder von Skiläufern und Snowboardern in Aktion lieferten. Diese wurden automatisch auf die Fotoplattform Flickr hochgeladen; mit einem eigenen Code konnte sich später jeder Skifahrer seine Fotos online finden. Dies wurde einer der größten und beliebtesten Foto-Streams auf Flickr.

Ein Bild von Heiko Genzlinger, Commercial Director Yahoo! Deutschland, finden Sie unter folgendem Link:
<http://yahoo.enpress.de/management.aspx>

Screenshots zur Nissan-Kampagne finden Sie auf
http://www.flickr.com/photos/yahoo_pressebilder

Über Yahoo!
Yahoo! erreicht mit innovativen Technologien, attraktiven Inhalten und anwenderfreundlichen Diensten jeden Monat mehrere hundert Millionen Nutzer. Damit ist Yahoo! eine der meistbesuchten Internetseiten weltweit und zählt zu den führenden Online-Medienunternehmen. Die Vision von Yahoo! ist es, durch die Vermittlung persönlich relevanter Internetangebote der Mittelpunkt der Online-Aktivitäten der Menschen zu sein. Yahoo! hat seinen Hauptsitz in Sunnyvale, Kalifornien/USA. Sitz der Yahoo! Deutschland GmbH ist München.

Weitere Informationen sind verfügbar unter
<http://www.yahoo.enpress.de/> oder im Unternehmens-Blog Yodel Anecdotal <http://yodel.yahoo.com>

Neues von Yahoo! erfahren Sie auch auf Twitter:
<http://twitter.com/YahooDE>

###

Yahoo! und das Yahoo!-Logo sind eingetragene Marken von Yahoo! Inc. Alle anderen Namen sind Marken und/oder eingetragene Marken ihrer jeweiligen Eigentümer

@@infblk@@

Pressekontakt:
Yahoo! Deutschland GmbH
Judith Sterl
Head of PR
Theresienhöhe 12
80339 München
Fon: +49 (0) 89-231 97 186
Fax: +49 (0) 89-231 97 482
sterlj (at) yahoo-inc.com

Verena Knaak
PR Assistant
Theresienhöhe 12
80339 München
Fon: +49 (0) 89-231 97 520
Fax: +49 (0) 89-231 97 482
vknaak (at) yahoo-inc.com

Originaltext:

Yahoo! Deutschland GmbH

ISIN:

US9843321061

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/42807/yahoo-deutschland-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_42807.rss2