



Sehr geehrte Damen und Herren,

wir sind stolz, Ihnen heute mitteilen zu können, dass wir nach 2002 und 2003 auch dieses Jahr beim Deutschen Mediapreis gewonnen haben. Die Jury des wichtigsten Mediapreises in Deutschland war von unserer Strategie zur Einführung des TOYOTA AYGO so überzeugt, dass sie Zenithmedia zum Gewinner der Kategorie „Media-Strategie des Jahres“ ernannte.

Die Aufgabe:

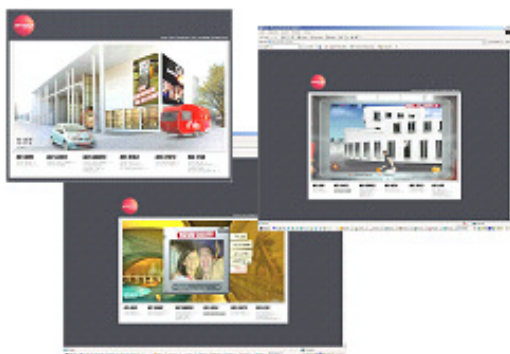
Einführung eines trendigen Kleinwagens in einer jungen Zielgruppe.

Die Schwierigkeit:

TOYOTA ist in dieser Zielgruppe nicht "gesetzt". Zudem wird das Fahrzeug baugleich von Citroen und Peugeot zu einem geringeren Preis angeboten.

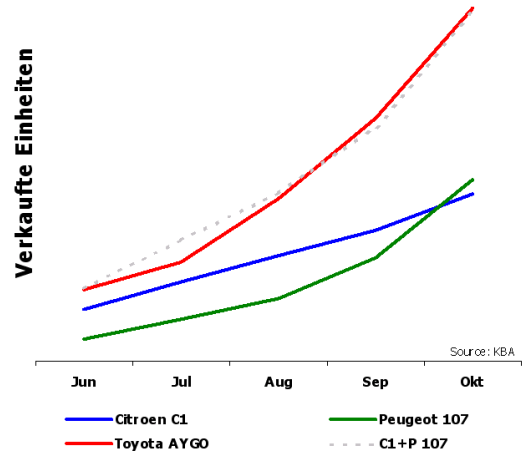
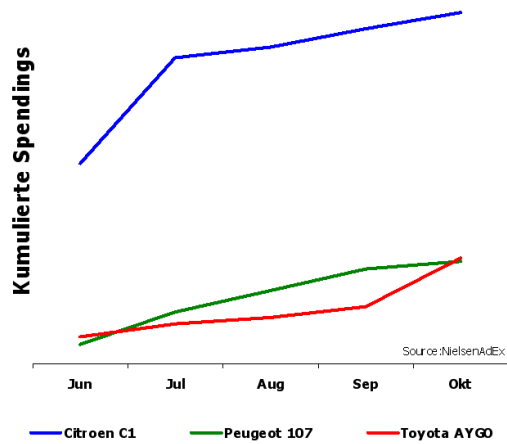
Die Strategie:

Ein 3 Phasen Konzept, das im Internet startet und nur den Namen "AYGO" mit Leben füllt: über den Aufbau einer Community, über eine Kooperation mit den Fantastischen Vier bis hin zu Großevents wurde die junge Zielgruppe zum Auto gebracht. Unkonventionellerweise lag dabei der "Lead" bei einer Mediaagentur.



Das Ergebnis:

TOYOTA verkaufte im Launchzeitraum mehr AYGOs als die Konkurrenz von Citroen und Peugeot zusammen. Zudem lagen die Mediakosten pro verkauftem Auto deutlich niedriger.



Unter www.zenithmedia.de, können Sie sich den dazugehörigen Case anschauen.

Die Jury sagte dazu: Platz 1. Wir nennen das ROI at it`s best.

Über Zenithmedia:

Zenithmedia gehört zum ZenithOptimedia Network, welches mit mehr als 160 Büros in 59 Ländern Teil der größten Mediaagenturholding weltweit, der Publicis Groupe S.A., ist. In Deutschland betreuen die Mediaagenturen Zenithmedia und Optimedia mehr als 150 Kunden und unterhalten Büros in Düsseldorf, Frankfurt, München und Hamburg.

Pressekontakt:

MediaLogics GmbH
Barbara Reisten
Head of Knowledge Management
Schirmerstraße 76
40211 Düsseldorf

Tel.: + 49 (0) 211/17540-813
barbara.reisten@mediaLogics.de