



zendome

Zendome GmbH
Schwedter Straße 34a 10435 Berlin
Germany
T +49(0)30 473 776-0
F +49(0)30 473 776-29

PRESSEMITTEILUNG

Berlin, 15. Juli 2009

Mit Wrap-Marketing neue interaktive Wege für das Event-Marketing erschließen

Fußball, Golf und andere Sportarten machen nach wie vor den größten Teil des Sponsoring-Umsatzes deutscher Unternehmen aus, so das Ergebnis einer neuen Studie von Ipsos, TNS Sport im Auftrag der Pilot media GmbH. Insgesamt jedoch, so die Studie weiter, trägt die Wirtschaftskrise dazu bei, dass die Sponsoring-Budgets um rund 10 Prozent reduziert werden. Gleichzeitig zeigt die aktuelle Markterhebung EventKlima des TNS-Infratests, das Marketing-Events trotz Rezession als Instrument der Zukunft für die B-to-B- und die B-to-C-Kommunikation gelten, mit der sich Unternehmen und ihre Marken und Produkte weltweit positionieren,

Deutlich macht das eins: es besteht Bedarf nach effektiven Marketing-Konzepten, die neue Kunden anziehen und das Interesse bereits vorhandener Zielgruppen langfristig bindet.

Wie aber kann innovative Kundenansprache heute aussehen?

Wie häufig in Krisenzeiten finden nicht die Global Player, sondern kleinere Unternehmen neue Lösungen. Für den Event-Bereich als bedeutendes Instrument der integrierten Markenführung beispielsweise setzt die Berliner Firma ZENDOME, Hersteller mobiler geodätischer Architektur, auf einen neuen Trend: das Wrap-Marketing, die Fortschreibung erfolgreicher Konzepte wie Ambient oder Experience Marketing.

Mit dem ZENDOME.360°lab werden potentielle Kunden künftig in von außen identifizierbare (Marken-)Räume geladen, in denen sie über Bewegung zum aktiven Dialog mit dem Produkt, dem Brand oder der Dienstleistung aufgefordert werden. Mittels interaktiver Inhalte in allumfassenden 360°-(Marken-)Welten wird das Produkt zum Abenteuer, Marken werden sinnlich erfahrbar, Umfang und Vorteile von Dienstleistungen werden verständlich vermittelt. Die 20 bis 1.000 und mehr Quadratmeter großen, mobilen Räume werden so zu real-time Simultanwelten, gar zum Holo-Deck.

„Damit überlässt der Marketer die pro-aktive Entdeckung des Produkts dem Konsumenten“, ist Dr. Petra Hipp, Marketing-Expertin und Geschäftsführende Gesellschafterin der saproma Healthcare Consulting & Mangamenet GbR, überzeugt. „Die Faszination für ein bestimmtes Produkt wird nicht zuletzt ausgelöst durch die Erfahrung eigener Kompetenz und Kontrolle.“ Dieses immersive Entertainment schaffe die starke emotionale Verbindung zur Marke, die in Assoziation mit Gefühlen wie erlebte Gemeinschaft, Freude, Spannung und Spaß und in Abgrenzung zum Wettbewerb in Erinnerung bleibe.



zendome

Zendome GmbH
Schwedter Straße 34a 10435 Berlin
Germany
T +49(0)30 473 776-0
F +49(0)30 473 776-29

Die ganzheitliche Erfahrung der Marke mit allen Sinnen beginnt bei der Architektur des Raumes: die mit dem Corporate Design, Logos, Testimonials und allen anderen gewünschten Motiven der Unternehmens-Identity bedruckbare Membrane der ZENDOME zieht als innovative Außenwerbung weit sichtbar das Publikum an hoch frequentierten Plätzen an.

So wird der Eyecatcher in seinem Kuppelinneren mit den digitalen Welten des ZENDOME.360°lab zum Instrument unkonventioneller virtueller und analoger Kommunikation. Das vollständige Eintauchen in die Marken- oder Unternehmenswelt in einem abgeschlossenen Raum garantiert die ungeteilte Aufmerksamkeit des Konsumenten. Das vollständige Verstehen und emotionale Erfassen der Marke soll die ermüdende Summe von Werbebotschaften der Mitbewerber auf Plakaten, Citylights, MP3 etc. in Vergessenheit geraten lassen.

3.533 Wörter inkl. Leerzeichen

Kontakt:

Robin Britta Georg
ZENDOME GmbH
Schwedter Strasse 34a
D-10435 Berlin
tel +49 (0) 30 473 77 6-28
fax +49 (0) 30 473 77 6-29
robin.georg@zendome.de
www.zendome.de