

CROSSMEDIA schaltet Product Placement für MARCO TOZZI

Die aktuelle Herbst/Winter-Schuhkollektion wird Hauptdarsteller in der TV-Doku „Shopping Queen“:

Düsseldorf, den 06. September 2018. Fünf Kandidatinnen treten gegeneinander an, um die Frau mit dem besten Stil zu werden. Im Rahmen eines exklusiven Product Placements stehen für eine Sendewoche die Schuhe von Marco Tozzi im Mittelpunkt der beliebten Fashion-Sendung. Für den TV-Clou zeichnet Mediaberatungsagentur Crossmedia verantwortlich.

Vom 10. – 14. September 2018 wird jeden Tag ab 15 Uhr bei VOX eine Folge der Styling-Doku „Shopping Queen“ mit Guido Maria Kretschmer unter dem Motto „Schuhliebe – zeige, dass du und deine neuen Schuhe unzertrennlich seid!“ ausgestrahlt. Fünf Schuhpaare aus der aktuellen Kollektion der Detmolder Schuhmarke aus dem Hause Wortmann spielen dabei die Hauptrolle in der beliebten VOX-Reihe. „Wir investieren in ein modernes Format, und das jenseits des klassischen TV-Werbeblocks – mit einem Product Placement. Eine besondere Inszenierung für unsere Schuh-Kollektion, die bei den Zuschauerinnen und gleichzeitig unserer Zielgruppe gut ankommen wird“, so Christian Böhm, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing bei Marco Tozzi über die neue spannende Kooperation.

Herzstück der gemeinsam mit IP Deutschland entwickelten Kampagne ist ein Product Placement, das von einer umfangreichen Online-Kampagne – entwickelt von Wynken Blynken & Nod und Crossmedia – begleitet wird. Das Product Placement von Marco Tozzi setzt dabei auf eine aufmerksamkeitsstarke Integration, welche die Marke mit einem zielgruppenaffinen Format verknüpft. „Mit der Produktplatzierung in so einer beliebten Sendung generieren wir innerhalb der Zielgruppe qualitativ hochwertige Kontakte. Darüber hinaus ist unser Ziel, durch weitere aufmerksamkeitsstarke Platzierungen die Werbeerinnerung in unserer Zielgruppe zu steigern“, erläutert Sven Büteröwe, Gruppenleiter bei Crossmedia. Das Product Placement wird je am Folgetag ab 12 Uhr bei VOX wiederholt. Die Wiederholung aller Folgen können auch auf TV NOW angeschaut werden.

Die Kooperation mit „Shopping Queen“ wird mit Aktionen am Point of Sale, in den Social Media, mit einer eigenen Aktionsseite im Netz, sowie auf dem Marco Tozzi Online-Shop intensiv beworben. „Die Kampagne ist ein Beispiel, wie Marke und Sales über alle relevanten Kanäle hinweg gespielt werden können“, so Jens Theil, Chief Creative Lunatic bei Wynken Blynken & Nod.

Herbstkampagne 2018 im TV und Online

Um die Markenpräsenz neben dem Product Placement weiter zu stärken, setzt Crossmedia im TV gerade nicht auf eine klassische Kampagne, sondern auf Sonderwerbeformen in zielgruppenaffinen Umfeldern. So wird ab dem 15. September im Anschluss an das Product Placement erstmalig auch bei VOX der Marco Tozzi Online-Werbespot als Presplits – also vor Beginn der eigentlichen Werbeinsel – geschaltet. Im Rahmen der bald startenden Herbstkampagne soll auch das bisher sehr erfolgreiche Sponsoring mit der RTL-Serie „Alles was zählt“ fortgesetzt werden, wo ebenso unmittelbar am Programm kurze Spots der Schuhmarke geschaltet werden.

Online kann das prominente Product Placement in „Shopping Queen“ eine Woche lang auf TV NOW angesehen werden. Zudem wird Online auch der Marco Tozzi-Werbefilm mit der Kernbotschaft „Weil ich will“ zum Einsatz kommen, um die Markenbekanntheit zu steigern. Der Spot wird auch auf Facebook, Instagram und YouTube sowie via Nucleus, dem programmatischen Lösungsangebot für die datengetriebene Marketingkommunikation von Crossmedia, auf zielgruppenrelevanten Seiten ausgespielt.

Alle Werbefilme stammen aus der Feder der Hamburger Kreativagentur Wynken Blynken & Nod, mit der Crossmedia im engen Schulterschluss zusammenarbeitet. Büteröwe ist unter der Leitung von Unit Director Nike Menzel verantwortlicher Kundenberater von Marco Tozzi.

Kampagnenmotiv:

[creatives.crossmedia.de/quickshare/kHzqkmP\\$KmUq4g8vjgkMEw](https://creatives.crossmedia.de/quickshare/kHzqkmP$KmUq4g8vjgkMEw)

Dieser Link ist bis zum 12.09.2018 gültig.

Spots:

Kompletter Film:

www.youtube.com/watch?v=_dPut9EAvIo**PreRoll:**www.youtube.com/watch?v=M_Ht4u8kZ6o**Über MARCO TOZZI**

Die MARCO TOZZI Shoes GmbH & Co. KG ist ein Tochterunternehmen der Wortmann-Gruppe, die zu den größten Schuhproduktions- und -vertriebsunternehmen in Europa gehört und hier als Marktführer für modische Damenschuhe gilt. Die Marke MARCO TOZZI steht für modische, detailverliebte Damenschuhe, die ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aufweisen.

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt über 400 Mitarbeitern ist CROSSMEDIA mit sieben Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2008 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Aktion Mensch, Bundeswehr, DER SPIEGEL, DPD, Fressnapf, LIDL, Messe Berlin und Messe Düsseldorf.

Über Wynken Blynken & Nod

Die Ideenagentur wurde 2015 von Matthias Erb und Jens Theil gegründet und betreut Marco Tozzi als internationale Lead Agentur über alle Kanäle hinweg. Die Hamburger Kreativen entwickeln digitale und klassische Kommunikationslösungen unter anderem auch für myToys, Aboutyou und Thalia.

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Nicole Weschke | Franziska Kook
Hildebrandtstraße 24A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.442
mobil: 0178.5647275
kook@crossmedia.de

Kundenkontakt

CROSSMEDIA GmbH
Sven Büteröwe
Hildebrandtstraße 24A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.283
bueteroewe@crossmedia.de