

Löwen zum Anbeißen

Originelles Direktmarketing der Deutschen Post

Schoko
LOGO

Geschmackvoll in Form.

Pressekontakt:

SchokoLogo e.K.

Ratherstr. 25

40476 Düsseldorf

Tel.: +49 211 61089272

Email: info@schokologo.com

Druckfähiges Bildmaterial
wird auf Anforderung gern
zur Verfügung gestellt.

Düsseldorf, 27. Oktober 2005. Ihr Engagement als Co-Sponsor der Cannes Rolle nutzte die Deutsche Post, um bei der „Nacht der Löwen-Tour 2005“ einen Hauch von Côte d’Azur nach Deutschland zu bringen. Als Pate der Kategorie „Direct Lions“ für die beste Direktmarketing-Kampagne ließ der Konzern seine Gäste mit Hilfe von SchokoLogo (www.schokologo.com) und ganz im Sinne der Patenschaft förmlich dahinschmelzen.

Wer beim International Advertising Festival in Cannes nicht dabei sein konnte, wurde mit der Löwen-Tour entschädigt: Von Ende August bis Mitte September präsentierten WerbeWeischer, der deutsche Repräsentant des Werbefestivals,

und seine Co-Sponsoren die 40 deutschen Gewinner der Cannes Lions 2005 in den Metropolen Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt und München. Neben den weltberühmten Film-Löwen haben Kategorien wie „Media“, „press&outdoor“ und natürlich „Direct“ längst ihren festen Platz in der Branche.

Als Pate der Kategorie „Direct Lions“ wurde die Deutsche Post ihrem hohen Anspruch an ein erfolgreiches Direktmarketing auch während der „Nacht der Löwen-Tour“ gerecht und zeigte sich von ihrer Schokoladenseite: Die insgesamt 5.000 Besucher, Gäste und Kunden erhielten zum Abschied der jeweiligen Veranstaltung eine ganz persönliche Trophäe: Den original Cannes Löwen in Schokolade gegossen, mit Liebe zum Detail und angemessen aufbewahrt in einer hochwertigen, mit Posthorn geprägten Geschenkschatulle.

Aus feinsten belgischer Schokolade hergestellt, zogen die kreativen Köstlichkeiten unweigerlich

die Aufmerksamkeit auf sich. Für die Deutsche Post waren dieser Auftritt sowie die Zusammenarbeit mit SchokoLogo die gelungene Umsetzung des eigenen Marketing-Konzeptes, denn nicht nur Liebe kann durch den Magen gehen, sondern auch eine erfolgreiche Kundenansprache.



Königliches Direktmarketing: Die Deutsche Post beeindruckte mit ihren Cannes-Löwen