Meldung | Nachrichten | News & Facts | Pressemitteilung

© powered by premiumpresse.de

http://www.premiumpresse.de/marketing-marktforschung/-i-like-pforze-eine-bekennerkampagne-von-pforzheimer-studierenden-hilft-der-goldenen-stadt-zu-neuem-glanz-PR1808940.html

„I like Pforze!“ – Eine Bekennerkampagne von Pforzheimer Studierenden hilft der goldenen Stadt zu neuem Glanz

FÃ¼nf Studierende der Hochschule Pforzheim arbeiten mit professioneller UnterstÃ¼tzung von Interone am Image ihrer Wahlheimat

MÃ¼nchen, den 26. April 2012 – Normalerweise mÃ¼ssen Agenturen zum Wettbewerb antreten, um einen Neukunden zu gewinnen. Der Multi-Kanal-Spezialist Interone zeigt nun, dass auch der umgekehrte Weg erfolgreich sein kann: Ãœber den YouTube-Channel InteroneTube (http://www.youtube.com/user/Interonetube) hatten User die MÃ¶glichkeit, ihr eigenes Video-Briefing einzustellen. Als Preis konnten die Teilnehmer eine eigene Werbekampagne fÃ¼r ihr vorgestelltes Anliegen gewinnen, die dann von Interone umgesetzt wird. Die GlÃ¼cklichen und wohlverdienten Gewinner sind fÃ¼nf Studenten der Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Pforzheim, die ihre Studienheimat durch eine Optimismuskampagne beliebter machen wollen.

Schon im Bewerbungsvideo (http://youtu.be/-FiN6I-gUHY) der Pforzheimer Studenten wurde das Ziel klar gesteckt – durch externe UnterstÃ¼tzung soll das Image der Studentenstadt Pforzheim aufpoliert und gezeigt werden, dass der einstige Glanz der goldenen Stadt auch heute noch immer vorhanden ist. Die Problematik haben die fitten KÃ¶pfe lÃ¤ngst erkannt: Das vielfÃ¤ltige Angebot fÃ¼r Einheimische und zugereiste Studenten hat sich noch nicht ausreichend herumgesprochen.

Interone und die Studenten machen damit jetzt Schluss und fordern alle Pforzheimer auf, ihre Stadt zu „liken“. HerzstÃ¼ck der Aktion mit Guerillacharakter sind Aufkleber, die unter dem Kampagnenmotto „I like Pforze“ laufen. Indem sie fÃ¼r alle sichtbar ihren „like“-Aufkleber an Orten und Einrichtungen platzieren, teilen die Bewohner anderen mit, was und vor allem wo es ihnen im schÃ¶nen Pforzheim besonders gut gefÃ¤llt. Durch das Scannen und Hochladen eines QR-Codes, der jeden einzelnen Sticker ziert, entsteht so auf der eigens programmierten mobilen Webseite ein digitaler StadtfÃ¼hrer, der die hÃ¼bschesten Ecken und Locations aufzeigt.

„Auf den ersten Blick dachten wir: Oh, noch eine Like-Kampagne. Auf den zweiten Blick fanden wir das Konzept super, da es einen wirklichen Mehrwert bietet und die versteckten Hotspots der Stadt durch gemeinschaftliches Anlegen sichtbar werden. We like!", freut sich Florian Kratz, stellvertretend fÃ¼r die fÃ¼nf Studenten Ã¼ber die neue Imagekampagne.

Die Kampagne startet heute Abend auf der grÃ¶ÃŸten Semesterparty, genannt „Newie-Party“, der Hochschule Pforzheim, an der die „I Like Pforze“-Aufkleber erstmalig mit der UnterstÃ¼tzung der studentischen Werbeagentur Werbeliebe verteilt werden.

Christian Clawien, Director Social und Emerging Media sagt Ã¼ber die Aktion: „Was New York kann, kann Pforzheim doch schon lange. Statt T-Shirts mit der Aufschrift ‚I ♥ Pforzheim‘ zu verteilen, entsteht mit den QR-Code-Stickern eine zeitgemÃ¤ÃŸe Bekennerkampagne mit Nutzerbeteiligung. Die mobile Webseite setzt die Empfehlungen zusammen und so kÃ¶nnen OrtsansÃ¤ssige wie auch Studierende davon profitieren.“

URL des Projektes: http://www.ilikepforze.de

Die Namen der Studierenden

Florian Kratz, Eva Giebel, Matthias Ort, Christian Schonert und Billy PeÃ±a Contreras - auf dem Bild fehlt Billy PeÃ±a Contreras

Anmerkung von premiumpresse.de: Das Copyright von auf premiumpresse.de aufgeführten Bildern und Texten liegt ausschließlich beim Herausgeber/Verfasser der zum Bild/Text zugehörigen Meldung und darf ohne Erlaubnis der in der jeweiligen Meldung genannten Herausgeber/Verfasser/Urheber nicht weiterverarbeitet oder in jeglicher Form verwendet werden. Ausschließlich der Verfasser/Herausgeber der jeweiligen Meldung ist für Art, Beschaffenheit und deren Inhalt sowie beigefügte Texte, Bilder und Tonmaterial verantwortlich. premiumpresse.de kann keinerlei Haftung für Wahrheitsgehalt, Vollständigkeit und/oder Korrektheit veröffentlichter Meldungen übernehmen. Diese als PDF generierte Meldung ist ausschließlich dahingehend zu verwenden, dass sie dazu dient, online wie offline gelesen zu werden. Eine Speicherung und/oder Wiedergabe sowie weitere interne wie externe Verwendung jeglicher Art und Zugänglichmachung an Dritte ist aus Gründen des Urheberrechtes untersagt.