

Presseinformation

LCG11252 (MI) (WI)

Montag, 17. Oktober 2011

Medien/Wirtschaft/Kampagne/Promotion

Kleben erweckt die Kampagne zum Leben – BILD

Bilder zur Meldung unter <http://presse.leisuregroup.at/echo/batman>

Utl.: Echo Medienhaus veröffentlicht Batman-Stickeralbum mit einer Auflage von 50.000 Heften und 3,7 Millionen Stickern. Vertrieb über LIBRO und Bäckerei Felber. Selbst finanzierende Promotion bewirbt Batman-Show in der Erste Bank Stadthalle =

Wien – „Kleben ist mein Leben“, sagte schon der Vignettenman im Hitradio Ö3, mit dem die meisten Autofahrer allerdings weniger Freude hatten. In guter Erinnerung sind jedoch die legendären Pannini-Stickeralben, mit denen das 1961 in Italien gegründete Unternehmen heute mit 850 Mitarbeitern in 100 Ländern jährlich rund 800 Millionen Euro umsetzt. An diese Tradition knüpft das Echo Medienhaus nun an und bringt am 27. Oktober 2011 anlässlich der gigantischen Arena-Produktion „Batman live“, die von 1. bis 5. Februar 2012 in der Erste Bank Stadthalle gastieren wird, ein exklusives Stickeralbum zum erfolgreichsten Comichelden der Geschichte heraus. Das Sammelalbum wird in einer Auflage von 50.000 Stück zum Copypreis von 2,90 Euro in den 50 Filialen der Bäckerei Felber sowie in den über 230 LIBRO Outlets in ganz Österreich vertrieben. Die Sticker selbst werden in einer Auflage von 3,7 Millionen Stück als umsatzabhängige Beigabe zum Kauf von Produkten bei LIBRO und der Bäckerei Felber distribuiert.

Zwtl.: Selbst finanzierende Promotion

Mit dem Batman-Stickeralbum realisiert das Echo Medienhaus nicht nur das Comeback einer lieb gewonnenen Tradition, sondern sorgt zeitgleich für die Premiere eines innovativen Promotionskonzepts im medialen Bereich. Durch den Kauf der Hefte finanziert sich die außergewöhnliche Promotionaktion für die Veranstalter, LSK

Konzertagentur und Erste Bank Stadthalle, selbst. Bei den Vertriebspartnern, LIBRO und Bäckerei Felber, wird das Stickeralbum mit den Klebern von Batman, Joker, Catwoman, Robin, Alfred und The Penguin als absatzsteigerndes Kundenbindungstool implementiert, mit dem neue Zielgruppen erschlossen werden sollen.

Mit dem innovativen Konzept möchte das Echo Medienhaus einen bewussten Akzent für die Performance von Printprodukten setzen. „Während zahlreiche Verlagshäuser ihre Erlöse vermehrt im non-medialen Bereich suchen, interpretieren wir das Medium Print mit eigenständigen Produkten wie dem Batman-Stickeralbum neu. Aus der Strahlkraft bekannter Marken mit konsumentennahen Distributionswegen und einem klaren Mehrwert für den Endverbraucher schaffen wir ein Produkt, das eigenständig thematisiert wird und viral funktioniert. Gerade im oft totgesagten Print!“, umreißt Marketingleiter **Sven Rohskogler** das innovative Konzept.

Zwtl.: Kommunikationsfördernd und Generationen verbindend

„Jeder ist mit Stickeralben aufgewachsen und Batman ist der Held mehrerer Generation“, unterstreicht Juniorchef **Sebastian Felber**, der seine rund 50 Bäckerei-Filialen als logischen Point-of-Sale sieht. Für ihn ist der Austausch von den begehrten Stickern mindestens genau so kommunikationsfördernd wie der gemeinsame Kaffee oder das Mittagessen mit Kollegen im Büro. „Zum Weckerl wird es jetzt auch täglich eine Überraschung geben, die man gleich mit Freunden, Kollegen oder auch den Eltern austauschen kann, um sein Album möglichst schnell zu füllen“, freut sich Felber auf den Start der Aktion.

Für **Anna Katzdobler** von der Konzertagentur LSK stellt die gemeinsame Aktion mit den starken Partnern eine „optimale Kommunikationsmöglichkeit“ dar, mit der die Show rasch zum „Talk of Town“ werden wird. „Außergewöhnliche Shows verlangen nach innovativen Konzepten abseits des klassischen Marketingmixes, die wir in diesem Fall zielgruppenexakt und mit einer wirklichen Story erreichen“, so Katzdobler.

Zwtl.: Über LIBRO



Mit über 1,1 Millionen LIBRO Club-Mitgliedern zählt LIBRO zu den bekanntesten und beliebtesten Marken Österreichs. Als führender Anbieter in den Bereichen Papier- und Schreibwaren für Büro und Schule, Entertainment (Buch, Musik, DVD/Video, Games, Ticketing), Spielen/Basteln für die ganze Familie sowie aktuellen Angeboten von Technik-Produkten ist LIBRO mit mehr als 230 Filialen in ganz Österreich vertreten. Durch das breite Filialnetz ist immer eine Filiale in der Nähe des Kunden, mehr als 70.000 Österreicher besuchen täglich eine der größten Handelsketten Österreichs im Non-Food-Bereich. Mit mehr als 1.600 Mitarbeitern ist das Unternehmen darüber hinaus ein wichtiger Arbeitgeber des Landes. Weitere Informationen online unter <http://www.libro.at>.

Zwtl.: Über das Echo Medienhaus

Das Echo Medienhaus unter der Leitung von **Christian Pöttler** zählt mit seinem Portfolio aus Print- und Onlinemedien, TV Produktionen, Events und Serviceagenturen zu den führenden österreichischen Kommunikationsunternehmen. Im Echo Medienhaus und seinen 14 Tochterunternehmen sind rund 300 Mitarbeiter beschäftigt, die einen Jahresumsatz von rund 40 Millionen Euro erzielen.

Neben unterschiedlichen Corporate Publishing-Produkten publiziert das Echo Medienhaus erfolgreiche Publikumstitel wie „Wien live“, „VOR Magazin“, „Unsere Generation“ oder „Wiener Bezirksblatt“, mit denen eine Print-Reichweite von rund 90 Prozent in der Bundeshauptstadt erzielt wird. Im Echo Medienhaus werden starke Eventmarken wie „Eine Stadt. Ein Buch“, „Ab zum Schnee“, „Christmas in Vienna“, „Vienna Night Run“, „Vienna Fashion Night“ oder „Kriminacht“ konzipiert und umgesetzt. Im Servicesegment verfügt das Unternehmen unter anderem über eine klassische Werbeagentur (echokom), eine Online-Agentur (echonet), eine Networking- und Consultingagentur (echorelations), eine hauseigene TV-Produktion (echo TV) mit unterschiedlichen Sendungen wie „Wirtschaftsecho Wien“ und den Below the Line-Spezialisten freecard. Im Unternehmensportfolio befindet sich mit dem echomedia buchverlag Österreichs führender Verlag für Kriminalliteratur. Durch enge Kooperationen mit führenden Partnerunternehmen deckt das Echo Medienhaus ein 360-Grad-Spektrum der Kommunikationsdienstleistung ab. Unter den assoziierten



Kooperationspartnern finden sich unter anderem das Research-Unternehmen view research, die Eventagentur PRO.EVENT, die unter anderem für die Umsetzung des Donauinselfestes verantwortlich zeichnet, und die PR- und Kommunikationsagentur leisure communications. Seit Frühjahr 2011 betreibt das Echo Medienhaus unter dem Namen echoberlin zudem eine Dependence in der deutschen Bundeshauptstadt. Weitere Informationen zum Unternehmen unter <http://www.echo.at>.

~

Batman-Stickeralbum

Launch: 27. Oktober 2011
Auflage: 50.000
Vertrieb: Bäckerei Felber, LIBRO
Copypreis: 2,90 Euro
Sticker: 3,7 Millionen
Website: <http://www.echo.at>

~

Das Bildmaterial steht zum honorarfreien Abdruck bei redaktioneller Verwendung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter <http://www.leisuregroup.at>. (Schluss)

Rückfragehinweis:

echo medienhaus
Christoph Langecker
Tel.: +43 664 2162227
<mailto:christoph.langecker@echo.at>

leisure communications
Alexander Khaelss-Khaelssberg
Tel.: +43 664 8563001
<mailto:akhaelss@leisuregroup.at>