

Schneider Schreib's auf

Schneider Schreibgeräte GmbH • 78144 Schramberg • Germany

Ansprechpartner: Martina Schneider
Abteilung: Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: +49 77 29/8 88-235
E-Mail: presse@schneiderpen.de

Schramberg 7. Februar 2013

On the road again - Die Slider Kampagne geht 2013 in die zweite Runde

Nach einer überaus erfolgreichen Produkteinführungskampagne im letzten Jahr geht Schneider mit den Kugelsurfern erneut auf Tour. Mit der kreativen cross-medialen »Slider-Kampagne 2013« wird deutschlandweit an den Erfolg des letzten Jahres angeknüpft.

Durch die Kampagne in 2012 gehören die Produkte Slider Memo, Slider Edge und Slider Rave zu den beliebtesten Schneider-Artikeln und genießen gesteigerte Aufmerksamkeit im Handel und beim Endverbraucher. Durch die Aktion und die flankierende Facebook-Kampagne mit witzigem Gewinnspiel gewann Schneider viele neue Freunde und Fans und steigerte den Traffic auf der Webseite und der Facebook-Seite.

Die Roadshow 2013 dient der Vertiefung des Wiedererkennungswerts und der Kommunikation der Produkteigenschaften. Erfrischend lebendig wird die neue Roadshow durch ein neues Motto und ein neues Gewinnspiel:

„Schreiben ist Gold“

.. lautet das Motto der Kampagne 2013 und basiert auf der Überzeugung, dass Schreiben etwas sehr Wertvolles ist, was auch in Zeiten von Computern, Smartphones und Tablet-Computern nicht an Bedeutung verlieren wird. Schreiben steht für Geschichte, Kultur, Kunst, Entwicklung, Wissen und nicht zuletzt für Emotionen, denn die Handschrift gibt persönliches preis und erzählt mehr, als ein gedruckter Buchstabe jemals übermitteln kann.

Passend zum Leitgedanken „Jeder Gedanke ist es wert aufgeschrieben zu werden“ steuert Schneider von Mitte April bis Mitte Mai mit dem neuen Motto „Schreiben ist Gold“ in Deutschland 45 Universitäten und Fachhochschulen an und jeweils 7 Unis und FH's in Österreich und in der Schweiz. Protagonist der Kampagne wird der Slider Edge, welcher so in großem Maße getestet werden kann. Bei dem attraktiven Gewinnspiel gibt es, getreu dem Motto, Gold zu gewinnen. Unterstützt wird die Aktion durch aufmerksamkeitsstark gebrandete Minis und Großflächen-Plakate im städtischen Umfeld an stark frequentierten Plätzen.

Witzige und attraktive Gewinnspiele tragen die Kampagne ins Internet und durch Facebook in den Social-Media-Bereich.

Die Kampagnen-Facts:

- Roadshow lässt die Slider-Produkte in D-A-CH live erleben
- Einen ganzen Monat lang (Mitte April bis Mai 2013)
- Professionelle Promoter-Teams sprechen die Zielgruppe an 45 Universitäten und

Hochschulen an und lassen sie die Produkte testen.

- Ein reizvolles Gewinnspiel mit einem Goldbarren als Hauptpreis motiviert zum Probeschreiben.
- Großflächen-Plakate im Umkreis der Unis bewerben die Slider-Produkte und machen auf die Kampagne aufmerksam.
- Die Strecken zwischen den Aktionspunkten werden mit auffälligen Kampagnen-Minis zurückgelegt.
- Über Internet und das soziale Netzwerk Facebook findet die Kampagne intermediale Verbreitung. Ein witziges Gewinnspiel, bei dem Auszüge aus literarischen Klassikern neu interpretiert werden dürfen, birgt enormes virales Potential.

Für die Präsentation im Geschäft gibt es attraktive Displays und umfangreiches Dekomaterial. An Teststationen können sich Kunden im Geschäft vom außergewöhnlich leichten und gleitenden Schreiben der Viscoglide®-Technologie, die alle Slider-Produkte gemeinsam haben, überzeugen. In den Teststationen sind Gewinnkarten enthalten, so dass auch Personen, die nicht bei der Roadshow dabei sein können, ihre Chance auf den Hauptgewinn bekommen. An den Teststationen wird über Schreibblöcke auf das Online-Gewinnspiel aufmerksam gemacht. Wer über Smartphone oder Tablet sofort daran teilnehmen möchte, kann das über einen scannbaren QR-Code tun, der auf eine mobile Version des Gewinnspiels leitet.

[463 Wörter, 3567 Zeichen (inkl. Leerzeichen), von [Martina Schneider](#)]

Pressebild: Die Gewinne zum Gewinnspiel "Schreiben ist Gold"



Witzige und attraktive Gewinnspiele tragen die Kampagne ins Internet und durch Facebook in den Social-Media-Bereich

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.de/presse/pressebilder/die-gewinne-zum-gewinnspiel-schreiben-ist-gold]

Pressebild: Professionelle Promoter-Teams sprechen die Zielgruppe an



Professionelle Promoter-Teams sprechen die Zielgruppe an und lassen sie die Produkte testen.

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.de/presse/pressebilder/professionelle-promoter-teams-sprechen-die-zielgruppe-an]

Pressebild: Slider Kampagne 2013



Die Slider Kampagne 2013 mit dem Protagonisten Slider Edge

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.de/presse/pressebilder/slider-kampagne-2013]

Pressebild: Kampagnen-Mini



Die Strecken zwischen den Aktionspunkten werden mit auffälligen Kampagnen-Minis zurückgelegt.

[Weitere Bildformate: www.schneiderpen.de/presse/pressebilder/kampagnen-mini]