

PARSHIP.de startet mit neuem TV-Spot in den zweiten Flight der Werbekampagne „Ich hab sie“

Erfolgreicher Auftritt geht in die nächste Runde

Hamburg, 14. Dezember 2006 – Am 27.12. dieses Jahres startet PARSHIP, Europas führende Online-Partneragentur, mit einem neuen TV-Spot in den nächsten Flight ihrer Werbekampagne. Der Spot kommt aus der Feder der Hamburger Werbeagentur Kolle Rebbe, die bereits den Vorgänger für die Kampagne „Ich hab sie“ produzierte. Neben den TV-Spots werden auch Printanzeigen in Partnermedien geschaltet (zum Beispiel Zeit, Spiegel, Stern etc.). Ferner wird es eine deutschlandweite Plakatkampagne, Radiospots mit Partnermedien sowie aufmerksamkeitsstarke Störeranzeigen in den Kontaktanzeigen-Rubriken ausgewählter Tageszeitungen geben. Abgerundet wird der breite Media-Mix durch eine starke Präsenz von PARSHIP im Internet. Für die Mediaplanung zeichnet sich die Hamburger Agentur Carat verantwortlich. Insgesamt liegt das Mediabudget im deutlich einstelligen Millionenbereich.

„Nach dem ersten Flight der Kampagne im Januar konnten wir unsere Führungsrolle im Markt der Online-Partneragenturen weiter ausbauen und das Profil der Marke PARSHIP.de schärfen“, sagt Sabine Schlebes, Leiterin Marketing & Sales von PARSHIP. „An diesen Erfolg wollen wir anschließen.“

Im neuen TV-Spot wird das Thema Liebe kontrastreich auf einem Parkdeck umgesetzt. Ein verliebtes, tanzendes Paar macht die nüchterne Umgebung dabei (fast) vergessen. Im Mittelpunkt des Spots – wie auch in der gesamten Kampagne – stehen glückliche Paare, die in vertrauten Momenten zu sehen sind. Der Slogan „Ich hab sie“ oder „Ich hab ihn“ betont das Gefühl der Verliebtheit und der Nähe zusätzlich. Untermalt wird der Spot mit dem Song „You take me away“ von Katja Werker. Produziert wurde der Spot von Cobblestone / Hamburg. Regie führte Cadmo Quintero. Beide Spots werden ab Ende Dezember bis voraussichtlich Januar 2007 im

Privatfernsehen (zum Beispiel SAT.1, RTL etc.), aber auch erstmals in den öffentlich-rechtlichen Sendern, geschaltet.

„Die Kampagne spiegelt die Sehnsüchte der Singles wider, die auf der Suche nach dem passenden Partner sind. Vertrautheit, Zweisamkeit und die kleinen Gesten sind es, die das große Gefühl der Liebe aufzeigen“, so Sabine Schlebcs.

Über PARSHIP

PARSHIP ist die größte Online-Partneragentur für langfristige Beziehungen in Deutschland (PARSHIP.de) und Europa (PARSHIP.com). Europaweit gibt es über zwei Millionen PARSHIP-Mitglieder, die an einer dauerhaften Partnerschaft interessiert sind. Sie sind aktive, dynamische Frauen (52%) und Männer (48%) vorwiegend im Alter zwischen 28 und 55 Jahren. Allen Mitgliedern bietet PARSHIP maßgeschneiderte Services und Informationen sowie das anonyme und sichere Umfeld für die seriöse und erfolgreiche Partnersuche. Das PARSHIP-Prinzip des schrittweisen Zusammenfindens basiert auf dem 83 Fragen umfassenden wissenschaftlichen PARSHIP-Test. Mit seiner Hilfe werden jedem Mitglied die detaillierten Profile besonders gut zu ihm passender Mitglieder angeboten. Bei Interesse können dann mit komfortablen Online-Tools gezielt E-Mails und Fotos ausgetauscht werden. Zu den rund 90 Kooperationspartnern in Deutschland zählen unter anderem Die Zeit, Der Spiegel und die Frankfurter Allgemeine Zeitung. Das in Hamburg ansässige und zur Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck gehörende Unternehmen bietet seinen Service unter PARSHIP.com in derzeit zehn europäischen Ländern an.

Weitere Informationen sowie Fotomaterial finden Sie unter www.parship.de

Ihre Ansprechpartner

PR Managerin PARSHIP.de
Tanja Knott
Brandstwierte 1
20457 Hamburg
Telefon: 040-460026-221
E-Mail: tanja.knott@parship.de

PARSHIP-Pressestelle
c/o Klenk & Hoursch
Gregor Schreiber
Hedderichstraße 108 / 60596 Frankfurt
Telefon: 069-719168-21
E-Mail: gregor.schreiber@klenkhoursch.de