

## **Realistin und Querdenker: Liebe ist, wenn's passt**

### **In der neuen europaweiten Kommunikationskampagne setzt Marktführer Parship verstärkt auf sein wissenschaftliches Verfahren**

Hamburg, 14. Juli 2008 – Freigeist und Idealistin, Optimistin und Abenteuerer: Menschen sind unterschiedlich – aber können in einer Partnerschaft bestens harmonieren. Und zwar genau dann, wenn die Partner eine stimmige Balance aus Gemeinsamkeiten und Gegensätzen verbindet. Oder kurz gesagt: Wenn es passt! Das zeigt die neue Werbekampagne von Parship, Deutschlands und Europas führender Online-Partneragentur für anspruchsvolle Singles. Mit dem Slogan „Den Partner finden, der wirklich passt“ geht sie ab 15. Juli 2008 zunächst in Deutschland, der Schweiz und den Niederlanden an den Start. Ab 1. August wird sie in zwölf weiteren europäischen Ländern lanciert. Mit einem breiten Media-Mix aus TV-Spots, Printanzeigen, Radio- und Online-Werbung will der Marktführer sein wissenschaftliches Matchingverfahren stärker betonen und seine führende Position im seriösen Premium-Segment der Online-Partnersuche weiter stärken. Die Kampagne wird mit adaptierten Motiven auch in den schwulen und lesbischen Medien geschaltet.

Für Kreation und Umsetzung der Kampagne zeichnet die Hamburger Agentur Kolle Rebbe verantwortlich. Unter Regie des renommierten Werbefilmers Till Franzen produzierte die Berliner Produktionsfirma Kleiner Ressler den TV-Spot der Kampagne; die neue Bilderwelt wurde von der preisgekrönten Fotografin Astrid Grosser umgesetzt. Die Agentur Carat aus Hamburg ist für die Media Planung zuständig. Untermalt wird der TV-Spot mit dem Song „You take me away“ von Katja Werker (aktuelle Single-Auskopplung erhältlich). Das Budget der Kampagne liegt europaweit im zweistelligen Millionenbereich. In Deutschland wird die Kampagne zunächst mit Printanzeigen (vornehmlich in Partnermedien wie z.B. Die Zeit, Der Spiegel, Stern etc.) und Online-Werbung starten.

„Wir sind sehr stolz auf die neue Kampagne“, sagt Jost Schwaner, Chief Marketing Officer der Parship GmbH. „Gemeinsam mit Kolle Rebbe ist uns der Spagat zwischen den glücklichen, emotionalen Paarmomenten und unserer wissenschaftlichen Methode der Partnersuche sehr gut gelungen. Die clevere Wort-Bild-Sprache zeigt: Das Parship-Prinzip bringt Menschen zusammen, die wirklich passen – auch wenn sie auf den ersten Blick unterschiedliche Charaktereigenschaften mitbringen.“

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen glückliche Paare, die in emotionalen Momenten zu sehen sind. Ästhetische Schwarz-Weiß-Bilder zeigen nicht frische Verliebtheit sondern Vertrauen, Wärme und Harmonie einer langfristigen Beziehung. Als Key-Visual dienen Wortpaare wie z.B. Querdenker und Strategin oder Abenteurerin und Romantiker, die verschiedene Wesenszüge der Partner herausgreifen. Die Möbius-Schleife aus dem Parship-Logo verbindet die beiden Persönlichkeiten und zeigt, dass das Paar zusammen passt. Die Erklärung dafür wird in Form von Text oder Word-Matches (im TV) geliefert: Das wissenschaftliche Parship-Prinzip ermittelt 30 Persönlichkeitsmerkmale, die für eine harmonische Partnerschaft ausschlaggebend sind, und bringt Menschen zusammen, die eine ausgewogene Balance zwischen Gemeinsamkeiten und Gegensätzen eint. Die Botschaft: Finden Sie den Partner, der wirklich passt.

### **Über Parship**

Parship ist die führende Online-Partneragentur für anspruchsvolle Singles in Deutschland (Parship.de) und Europa (Parship.com). Parship-Mitglieder sind aktive Frauen und Männer ab 28 Jahren mit gehobenem Bildungs- und Einkommensniveau. 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 einem mehr als 80 Fragen umfassenden wissenschaftlichen Verfahren. Mit seiner Hilfe werden jedem Mitglied die detaillierten Profile besonders gut zu ihm passender Mitglieder angeboten. Bei Interesse können dann gezielt E-Mails und Fotos ausgetauscht werden. Zu den rund 100 Kooperationspartnern in Deutschland zählen unter anderem die Frankfurter Allgemeine Zeitung, Der Spiegel und Die Zeit. Das in Hamburg ansässige und zur Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck gehörende Unternehmen bietet seinen Service unter Parship.com in derzeit vierzehn Ländern an.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.parship.de](http://www.parship.de)

**Ihre Ansprechpartner**

PR Managerin PARSHIP.de

Tanja Knott

Brandstwiete 1

20457 Hamburg

Telefon: 040-460026-221

E-Mail: [tanja.knott@parship.de](mailto:tanja.knott@parship.de)

PARSHIP-Pressestelle

c/o Klenk & Hoursch

Tchoko Souga

Hedderichstraße 108 / 60596 Frankfurt

Telefon: 069-719168-19

E-Mail: [tchoko.souga@klenkhoursch.de](mailto:tchoko.souga@klenkhoursch.de)