

Relaunch: Marktführer Parship setzt neue Maßstäbe im Netz

Mit verbesserter Usability und hochwertigem Webdesign baut Parship seinen Vorsprung als Qualitätsführer aus / Zeitgleich zum Relaunch: Start des aktuellen TV-Spots in Deutschland

Hamburg, 11. Dezember 2008 – Neuer, schöner, besser: So lautet das Motto unter dem Ende 2008 der neue Internet-Auftritt von Parship, Deutschlands und Europas führender Online-Partneragentur, live gehen wird (www.parship.de). Singles können von zahlreichen Neuerungen profitieren: Für die Verbesserung der Usability wurden die aktuellsten technischen Möglichkeiten ausgeschöpft. Neue Standards wurden bei der Übersichtlichkeit des Kontaktmanagements, der persönlichen Darstellungsmöglichkeiten, mit der neuen intuitiven Navigation und bei zielgruppenspezifischen Inhalten gesetzt. Das neue Design von Parship überzeugt durch eine moderne, reduzierte Optik, die sich crossmedial durch alle Kommunikationskanäle zieht. Parship garantiert seinen Kunden somit nicht nur höchste Vermittlungskompetenz sondern auch die mit Abstand komfortabelste Online-Partnersuche. Mit dem Relaunch schafft Parship beste Voraussetzungen, für ein weiteres starkes Wachstum der erfolgreichen Website.

„Anspruchsvolle Singles legen Wert auf ein modernes, übersichtliches und ansprechendes Design“, so Dr. Jost Schwaner, CMO der Parship GmbH. „Zudem zeigen unsere Marktanalysen, dass für unsere Kunden eine einfache Handhabung, die Spaß macht, entscheidend ist. Mit der Verbesserung der Usability und durch den neuen Look unserer Website setzen wir neue Qualitätsmaßstäbe für unsere Branche. Damit werden wir unsere Position als größter Premium-Anbieter der Online-Partnersuche in Deutschland und Europa weiter ausbauen.“

Deutschland-Start der TV-Kampagne

Zeitgleich mit dem Relaunch geht der aktuelle TV-Spot von Parship in Deutschland an den Start. Mit dem Slogan „Den Partner finden, der wirklich passt“ will der Marktführer im Rahmen einer breitangelegten europäischen Kommunikationskampagne im einstelligen Millionenbereich sein wissenschaftliches Matchingverfahren stärker betonen.

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 – die Schaltung erfolgt breit angelegt in den privaten TV-Sendern. Untermalt wird der TV-Spot mit dem Song „You take me away“ von Katja Werker (aktuelle Single-Auskopplung erhältlich).

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

Ihre Ansprechpartner

PR Managerin PARSHIP.de

Tanja Knott

Brandstwiete 1

20457 Hamburg

Telefon: 040-460026-221

E-Mail: 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