

## **Samsung setzt zur Einführung seines 3D LED-Fernsehers auf exklusive Produkttests und User-Engagement auf [ciao.de](http://ciao.de)**

*Werbekampagne auf Deutschlands führendem Shoppingportal kombiniert Awareness und Verbraucher-Feedback*

**München, 26. Mai 2010** – Vom Verbraucher für den Verbraucher: Für den Launch seines ersten 3D LED Fernsehgerätes UE40C8790 bezieht Samsung erstmals in einer innovativen Kampagne auf dem Shoppingportal [ciao.de](http://ciao.de) auch Konsumenten in die Werbemaßnahmen ein. Im Rahmen der Markteinführung bietet Samsung Ciao-Usern die Möglichkeit, das neue 3D TV-Gerät exklusiv zu testen und sich von der modernen 3D-Technologie und dem neuartigen Seherlebnis zu überzeugen. Die User-Engagement-Kampagne verbindet somit Markentransfer, Produktpromotion und erhöhtes Involvement der Konsumenten. Darüber hinaus zielt das integrierte Konzept auf einen nachhaltigen Multiplikatoren-Dialog und die Einbindung des unmittelbaren Verbraucherfeedbacks in die Kommunikation. Herzstück der Kampagne ist die Microsite <http://www.ciao-special.de/samsung/led8790/> mit weiterführenden Informationen zum Tester-Special sowie dem 3D-Fernseher. Die beteiligte Mediaagentur ist Starcom Germany in Frankfurt am Main.

### **Das Drei-Phasen-Konzept im Überblick**

Auftakt der insgesamt neunwöchigen User-Engagement-Kampagne bildet ein Aufruf, bei dem sich Ciao-User als exklusive Produkttester für den Samsung LED TV UE40C8790 auf [ciao.de](http://ciao.de) bewerben können. Der Produkttester-Aufruf erfolgt in Form von Werbeschaltungen in den relevanten Ciao-Kategorien „Consumer Electronics“ und „Entertainment“. Dabei kommen vorwiegend aufmerksamkeitsstarke Werbemittel zum Einsatz. Wer die Faszination des neuen 3D LED Fernsehgerätes erleben möchte, wird auf die zentrale und speziell gebrandete Microsite (<http://www.ciao-special.de/samsung/led8790/>) geführt, wo alle Informationen zum Produkttest und später die Testergebnisse zu finden sind. Insgesamt fünf Produkttester haben drei Wochen lang die Möglichkeit, das Samsung 3D LED TV-Gerät zu Hause zu erleben.

**Marina Stöcker**  
Hotwire PR  
Tel +49 69 25 66 93-51  
[marina.stoecker@hotwirepr.com](mailto:marina.stoecker@hotwirepr.com)

**Ulrike Piesch**  
PR Manager EMEA  
Ciao Commerce Division  
Tel +49 89 3176 7378  
Fax +49 89 3504 3366  
[ulrikep@microsoft.com](mailto:ulrikep@microsoft.com)

[www.ciao-group.com](http://www.ciao-group.com)  
[www.ciao.de](http://www.ciao.de)  
<http://socialmedia.ciao.de>  
[www.twitter.com/ciaode](http://www.twitter.com/ciaode)

Microsoft Deutschland GmbH  
Ciao Commerce Division  
Leopoldstr. 236  
80807 München | Deutschland

Geschäftsführung:  
Achim Berg (Vorsitzender), Marcel  
Schneider, Benjamin O. Orndorff,  
Keith Dolliver

Amtsgericht München, HRB 70438



TURN ON TOMORROW

presseinfo | press release | comunicato stampa | comunicado de prensa | communiqué de presse | persbericht

Während die ausgewählten User das Fernseherlebnis in 3D testen, steht in der zweiten Phase ein exklusiver Videoclip im Mittelpunkt, der von Ciao eigens für die Kampagne produziert wird. In der abschließenden dritten Phase werden die Testergebnisse zum Samsung 3D LED Fernseher auf [ciao.de](http://ciao.de) in Form einer Rich-Media-Werbekampagne mit Verlinkung auf die gebrandete Microsite veröffentlicht.

„Wir bringen ein neues und sehr innovatives Gerät auf den Markt und wissen aus Erfahrung, wie wichtig Verbrauchermeinungen sind. Was liegt also näher, als den Produktlaunch mit einer innovativen Marketingkampagne auf [ciao.de](http://ciao.de) zu unterstützen?“, erklärt Georg R. Rötzer, Head of Corporate Marketing bei Samsung. „Ciao-User sind shopping-affin und nutzen die Erfahrungsberichte anderer Ciao-User bei ihren Kaufentscheidungen. Mit den Tests, die wir auf Ciao initiieren, werden wir anderen Verbrauchern für Kaufentscheidungen sehr hilfreiche Informationen über die Alltagstauglichkeit des neuen 3D-Fernsehers bieten können.“

„Dass exklusive Markenauftritte gerade bei einem Produktlaunch immer wichtiger werden und sich auf den Vertrieb und die Markenbekanntheit auswirken, ist unbestritten. Gemeinsam mit Markenartiklern haben wir bereits erfolgreiche Video-Engagement-Kampagnen entwickelt und umgesetzt, die diesen Empfehlungsgedanken konsequent in den Marketingmix integrieren“, so Ben Rodrian, Head of Sales Ciao Advertising Europe bei Microsoft. „Wir freuen uns sehr, dass Samsung eine solch innovative Kampagne auf [ciao.de](http://ciao.de) umsetzt. Unsere Erfahrung zeigt, dass Samsung von der Nachhaltigkeit und der Vernetzung mit den Endverbrauchern durch die oft sehr umfangreichen und genauen Erfahrungsberichte profitieren wird.“

Zusatzinformationen zum Samsung LED TV UE40C8790 stehen auf der [Microsite](http://ciao.de) sowie unter <http://www.samsung.de> zur Verfügung.



TURN ON TOMORROW

presseinfo | press release | comunicato stampa | comunicado de prensa | communiqué de presse | persbericht

### Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co. Ltd. ist ein weltweit führender Hersteller von Halbleitern, Telekommunikation, digitalen Medien und digitaler Konvergenz-Technologie mit einem Umsatz von rund 116,8 Milliarden US-Dollar in 2009. Das Unternehmen beschäftigt rund 188.000 Mitarbeiter und wird mit 185 Niederlassungen in 65 Ländern vertreten. Gegliedert ist der Konzern in acht eigenständige Geschäftsbereiche: Visual Display, Mobile Communications, Telecommunication Systems, Digital Appliances, IT Solutions, Digital Imaging, Semiconductor und LCD. Samsung ist nicht nur eine der am schnellsten weltweit wachsenden Marken, sondern auch führend in der Produktion von Flachbild-Fernsehern, Speicherchips, Mobiltelefonen und TFT-LCD-Displays. Weitere Informationen finden Sie unter: <http://www.samsung.de>

### Über Ciao

Ciao ist Europas führendes Shopping- und Verbraucherportal<sup>[1]</sup> und stellt Konsumenten in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien, den Niederlanden und Schweden in der jeweiligen Landessprache eine der umfangreichsten Einkaufsberatungen im Internet zur Verfügung. Internetnutzer finden zu über 10 Millionen Produkten mehr als 5,7 Millionen unabhängige Produktbewertungen und Erfahrungsberichte in über 20 Top-Kategorien.

Die sieben Ciao-Portale ([www.ciao.de](http://www.ciao.de), [www.ciao.co.uk](http://www.ciao.co.uk), [www.ciao.fr](http://www.ciao.fr), [www.ciao.it](http://www.ciao.it), [www.ciao.es](http://www.ciao.es), [www.ciao-shopping.nl](http://www.ciao-shopping.nl), [www.ciao.se](http://www.ciao.se)) werden von der 1999 gegründeten Ciao GmbH mit Hauptsitz in München betrieben. Weitere regionale Ciao-Standorte befinden sich in London, Timișoara (Rumänien) und Wrocław (Polen).

Nach der Übernahme durch die Microsoft Corporation im Oktober 2008 verstärkt Ciao als Commerce Division das europäische E-Commerce-Geschäft von Microsoft. Die 1975 gegründete Microsoft Corporation (Nasdaq „MSFT“) ist der weltweit führende Hersteller von Standardsoftware, Services und Lösungen, die Menschen und Unternehmen aller Branchen und Größen helfen, ihr Potenzial voll zu entfalten.

Weitere Informationen sowie digitales Bildmaterial finden Sie im Ciao-Pressebereich unter: <http://www.ciao-group.com> oder <http://socialmedia.ciao.de>

---

[1] comScore Media Metrix, April 2010 gemessen in Unique Visitors in den Ländern Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Niederlande, Schweden