



## Presseinformation

der Weber-Stephen Deutschland GmbH

### „Come on over“: Weber startet neue, internationale 360 Grad-Kampagne

**Ingelheim, 17. April 2015.** Grenzenloser BBQ-Genuss, grenzenlose Vielfalt: Egal zu welcher Zeit – irgendwo auf der Welt gibt es immer jemanden, der gerade grillt. Unter dieser Leitidee startet Weber-Stephen seine neue 360 Grad-Marketing-Kampagne, die erstmals EMEA (Europe, Middle East und Africa)-weit einheitlich ausgerollt wird – eine Premiere bei Weber. Im Mittelpunkt stehen die Grillleidenschaft und die Begeisterung für unterschiedliche BBQ-Kulturen sowie landestypische Spezialitäten, die Menschen auf der ganzen Welt zusammenbringt. Unter dem Claim „Come on over“ ruft der Grillhersteller dazu auf, den eigenen Garten, Balkon oder den Park zum Grill-Hot-Spot für vielfältigsten Genuss in entspannter Runde zu machen – und Familie, Freunde oder die Nachbarschaft jederzeit zum unvergesslichen, gemeinsamen Grillerlebnis einzuladen. Startschuss der 360 Grad-Kampagne in Deutschland ist am 20. April mit der Erstausstrahlung des 20-sekündigen TV-Spots auf reichweitenstarken öffentlichen und privaten Fernsehsendern wie ARD – zum Beispiel im Rahmen der „Sportschau“ – sowie auf RTL, Sat.1 und Pro 7.

„Immer mehr Grillfans auf der ganzen Welt kennen Weber und sind begeistert von der Qualität und Vielseitigkeit unserer Produkte. Daher haben wir uns entschieden, eine hochwertige, interaktive Kampagne zu entwickeln, die Grillbegeisterung über Ländergrenzen hinweg entfacht. Spielerisch transportiert sie pure Grillfreude und unvergessliche BBQ-Momente – und steht damit für zentrale Werte von Weber, die unsere Kunden überall auf der Welt faszinieren. Sie passt perfekt zu unserer aktuellen Marketingstrategie ‚Outstanding Moments to share and to remember‘, mit der wir die Marke Weber über Ländergrenzen hinweg noch bekannter machen und weiter stärken“, sagt Marc André Palm, Marketing Director EMEA Central bei der Weber-Stephen Deutschland GmbH.

#### Grillkulturen entdecken – und perfekte Genussmomente mit anderen teilen

Als digitale Inspiration für grenzenloses Grillvergnügen bietet Weber auf der interaktiven Kampagnen-Microsite spannendes Insiderwissen und ausgefallene Tipps rund um unvergessliche BBQ-Momente, die man mit anderen Menschen teilt und genießt. Unter [www.weber.com](http://www.weber.com) können Grill-Fans ab kommender Woche einen faszinierenden Blick über den Tellerrand werfen: mit abwechslungsreichen Beiträgen, leckeren Rezepten und praktischen Informationen, die



verdeutlichen, wie vielfältig das Grillen in den verschiedenen EMEA-Regionen ist und zum Beispiel zeigen, was Sizilianer unter einem feurigen Nachbarschafts-BBQ verstehen. Nachgrillen ausdrücklich erwünscht!

### **Gewusst wie – Dank praktischem BBQ-Know-how zum perfekten Grillmeister werden**

Als besonderes Highlight stellt Weber auf der Kampagnen-Website umfangreiches How-To-Material der Experten aus den verschiedenen Regionen bereit, mit dem man sofort in neue Grill-Kulturen eintauchen kann: zum Beispiel mit praktischen Kurz-Clips, die zeigen, wie man Fisch und Fleisch filetiert oder den Smoker richtig einsetzt. Der interaktive „Cookingtime“-Rechner ist ideal für alle, die entspannt ihre Gäste begrüßen und zeitgleich das Grillgut individuell auf den Punkt zubereiten wollen. Nach Eingabe von Fleischart und Gewicht empfiehlt er die passende Garmethode und -zeit sowie die richtige Temperatur. Alle Inhalte sind responsive dargestellt und so optimiert, dass sie entspannt auch auf Tablet und Smartphone abgerufen werden können. So ist die neue Weber Welt an jedem Ort und bei jedem Grill-Event live dabei. Marc André Palm: „Damit stellen wir unserer europaweit wachsenden Fan-Community auf der Kampagnen-Microsite praktischen Info- und Service-Content bereit. Wir ermöglichen den Blick auf andere BBQ-Kulturen, bieten unseren Fans die Möglichkeit tief in die Weber Welt einzutauchen und damit die Gastgeberrolle entspannt einzunehmen. Für einzigartige Grillmomente, die man teilt und nicht vergisst.“

### **EMEA-weit einheitlicher Auftritt der Marke Weber**

Mit der länderübergreifenden Kampagne treibt Weber das Zusammenwachsen des US-amerikanischen Familienunternehmens, das heute in nahezu allen Teilen der Erde auf Expansionskurs liegt, weiter voran. Die EMEA-weite Gesamtkonzeption der Kampagne inklusive TV-Spot hat die Kopenhagener Agentur Uncle Grey entwickelt. Die Konzeption und Umsetzung der Kampagnenwebseite lag bei der Digitalagentur MediaMonks. Der Markenauftritt wird von der Fuenfwerken Design AG in Wiesbaden verantwortet, die unter anderem das neue Corporate Design entwickelt hat, das bereits im ersten EMEA-weiten Weber Magazin sichtbar ist. Die PR-Aktivitäten inklusive aller Social-Media-Maßnahmen werden durch das Kölner Büro von fischerAppelt gesteuert. Für die Mediaplanung und Sichtbarkeit in der abverkaufsstärksten Zeit des Jahres sorgt pilot Hamburg. Die anyMOTION GRAPHICS GmbH übernimmt den Rollout von Kampagne und neuem Design in die digitalen Kanäle. Die Kommunikation der neuen Kampagne beginnt frühzeitig zum Start der Grill-Highseason. Ergänzend findet im Kampagnenverlauf individuelle Kommunikation rund um Fußballweltmeister Thomas Müller statt – hierfür verantwortlich die Pearls-Group, die den Bereich Sportmarketing betreut.



## Über Weber-Stephen

Das amerikanische Unternehmen Weber-Stephen Products LLC (mit Firmensitz in Palatine/Illinois) stellt hochwertige Holzkohle-, Gas- und Elektrogrills sowie Grillzubehör her. 1952 erfand George Stephen den Weber Kugelgrill und revolutionierte damit die Ära des Grillens. 60 Jahre später besitzt das familiengeführte Unternehmen mit seinen Produkten längst „Kultstatus“ und setzt immer wieder neue Maßstäbe für das High End Gourmetgrillen. Edle Grill-Accessoires und „Outdoor“-Zubehör sowie hochwertige Holzkohle runden die Produktpalette rund um die Profi-Grills ab. Weber ist mit seinen Produkten weltweit in Fachgeschäften, Einrichtungshäusern, Baumärkten und Kaufhäusern vertreten.

Ein abwechslungsreiches Seminarprogramm – bundesweit zahlreiche attraktive Standorte – hohe und stetig steigende Besucherzahlen: Die „Weber® Grillakademie Original“, die erste Grillakademie für Endverbraucher in Deutschland, ist eine Erfolgsstory. In verschiedenen Kursen verraten die Weber® Grillmeister ihre Tipps & Tricks zum perfekten Grill-Erlebnis. Informationen und Anmeldung unter [www.weber-grillakademie.com](http://www.weber-grillakademie.com).

Weitere Informationen zu Weber im Internet unter [www.weber.com](http://www.weber.com) und bei Facebook [www.facebook.com/WeberGrills.DE.AT.CH](https://www.facebook.com/WeberGrills.DE.AT.CH).

## Verantwortlich für den Inhalt dieser Presseinformation:

Weber-Stephen Deutschland GmbH

Postanschrift:

Rheinstraße 194

55218 Ingelheim (am Rhein)

Telefon: +49 (0)6132 8999 0

Telefax: +49 (0)6132 8999 79

E-Mail: [info-de@weberstephen.com](mailto:info-de@weberstephen.com)

Geschäftsführer: Frank Miedaner, Michael Reuter, Hans-Jürgen Herr

Handelsregister: AG Mainz HRB 23407

## Pressekontakt:

fischerAppelt, relations GmbH

Im Zollhafen 24

50678 Köln

Germany

Ihre Ansprechpartnerin:

Hannah Schnetter

Tel.: +49 (0) 221 56938 125

E-Mail: [weber@fischerappelt.de](mailto:weber@fischerappelt.de)