



Presseinformation
der Weber-Stephen Deutschland GmbH

**Viel mehr als nur ein TV-Spot:
Weber präsentiert neue Markenkampagne nun auch im Fernsehen**

Ingelheim, 03. Mai 2013. Weber® startet zum Beginn der Highseason voll durch: Ab dem 4. Mai 2013 ist der neue TV-Spot des Grillherstellers zu sehen. Die Botschaft: Weber ist viel mehr als einfach nur ein Grill. In Kombination mit dem Spot wird zudem achtmal ein individuell gestalteter Werbetrenner-Move im Programmumfeld der RTL-Show „Wer wird Millionär“ zu sehen sein, der grafisch unmittelbar mit dem sich anschließenden Spot verbunden ist.

Der Werbespot, der erstmals den neuen Markenauftritt von Weber ins Fernsehen bringt, wird in der Zeit von 4. Mai bis 7. Juli 2013 in einem breiten Sendermix geschaltet. „Damit erreichen wir unsere anspruchsvolle Zielgruppe in einem hochwertigen Umfeld und können transportieren, worum es uns beim Grillen geht – Qualität perfekt genießen“, sagt Marc André Palm, Marketing Director Central Europe von Weber. „Wir freuen uns sehr, den neuen Weber Way mit unserem Fernseh-Spot jetzt einem breiten Publikum vorstellen zu können.“

Inhalt des Spots – vielmehr als einfach nur ein Grill

Der Spot rückt den Traum jedes Grillfans in den Mittelpunkt: Qualitativ hochwertiges Fleisch wird zum perfekt gegrillten Steak. Gegart auf dem gusseisernen Sear Grate Einsatz über lodernder Glut ist es mit dem charakteristischen Rautenmuster „viel mehr als einfach nur ein Stück Fleisch“. Das passt zum gezeigten Produkt, dem Master-Touch™ GBS™. Denn auch er ist „viel mehr als einfach nur ein Grill.“

Für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgt ein individuell gestalteter Werbetrenner-Move, der von pilot Hamburg gemeinsam mit der Markenberatungs- und Kreativagentur Fuenfwerken konzipiert wurde. Die Umsetzung erfolgte durch den RTL-Vermarkter IP Deutschland und RTL Creation. Bei der 19-sekündigen Sonderwerbeform erscheint im Übergang zum Werbeblock ein Weber-Grill, der sich in einer Art Spiegelkabinett vervielfältigt und direkt in den neuen TV-Spot übergeht. „Ziel der Kampagne ist es, die einzigartige Premium-Positionierung von Weber auch medial widerzuspiegeln“, so Sebastian Grasmann, Leiter Media bei pilot Hamburg. „Daher haben wir uns auch ganz



bewusst für den Einsatz sehr kreativer und aufmerksamkeitsstarker Sonderwerbeformen entschieden. So schaffen wir eine emotionale Aufladung der Marke und gleichzeitig eine weitere Steigerung der Markenbekanntheit.“

Die Etappen auf dem Weg zum neuen „Weber Way“

Mit der Premiere des TV-Spots und dem Einsatz des Werbetrenner-Moves setzt Weber seinen Weg zum neuen Markenauftritt fort, der zum Jahresstart begann. Authentisch, echt, hochwertig – diese Markenwerte stehen im Vordergrund. Die Botschaft: Weber steht für Premium-Qualität – für echte Typen mit Ecken und Kanten. Erstmals zu sehen war der neue Markenauftritt im Magazin „ORIGINAL“, das eine bewusste Haltung zum Thema Genuss vermittelt und zu Jahresbeginn erschienen ist. Mit einer klaren Bildsprache und dem Wechsel von verschiedenen Illustrationsstilen hebt sich Weber deutlich von der branchenüblichen Food- und People-Fotografie ab.

Ganzheitliche Kampagne für alle Kanäle

Weber ist der einzige Grillhersteller, der mit einer solch umfassenden Kampagne auf dem Werbemarkt präsent ist. Der Markenrelaunch folgt einem ganzheitlichen Ansatz, der alle Kanäle umfasst. So äußert sich der moderne Stil nicht nur in dem aktuellen TV-Spot oder hochwertigen Printanzeigen, sondern auch im Dialog mit den Kunden. Auf der neugestalteten Weber Homepage finden sie alle Informationen zu Grills, Zubehör und den Weber Way of Grilling. Auch auf Facebook werden der neue Markenauftritt und die neue Bildsprache deutlich: Der Grillexperte steht hier mit mehr als 30.000 Fans in ständigem Kontakt, tauscht sich mit ihnen aus und versorgt die Community mit aktuellen News, Veranstaltungsinfos sowie Tipps rund ums Grillen.

Umsetzung des Relaunches

Den gesamten Markenrelaunch und die Markenkommunikation von Weber konzipiert und koordiniert die Agentur Fuenfwerken aus Wiesbaden. Media-Agentur ist pilot aus Hamburg. Die Presse- und Social Media-Arbeit wird betreut von der Kommunikationsagentur fischerAppelt, relations.



Über Weber-Stephen

Das amerikanische Unternehmen Weber-Stephen Products LLC (mit Firmensitz in Palatine/Illinois) ist der weltweit führende Hersteller von Holzkohle-, Gas- und Elektrogrills und Zubehör. 1952 erfand George Stephen den Weber Kugelgrill und revolutionierte damit die Ära des Grillens. 60 Jahre später ist das familiegeführte Unternehmen mit seinen Produkten Marktführer und setzt immer wieder neue Maßstäbe für das high-end Gourmetgrillen. Edle Grill-Accesoires und „Outdoor“-Zubehör sowie hochwertige Holzkohle runden die Produktpalette rund um die Profi-Grills ab. Als führende Marke ist Weber mit seinen Produkten weltweit in ausgewählten Fachgeschäften, Einrichtungshäusern, Baumärkten und Kaufhäusern vertreten.

40.000 Besucher – an vierzehn verschiedenen Standorten: So lauten die Erfolgszahlen der „Weber® Grillakademie Original“, der ersten Grillakademie für Endverbraucher in Deutschland. In verschiedenen Kursen verraten die Weber® Grillmeister ihre Tipps & Tricks zum perfekten Grill-Erlebnis. Informationen und Anmeldung unter <http://www.weber-grillakademie.com>.

Weitere Informationen zu Weber im Internet unter www.weber.com und bei Facebook <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: zentrale@weberstephen.com

Geschäftsführer: Leonard S. Gryn, Hans-Jürgen Herr

Handelsregister: AG Mainz HRB 23407

Pressekontakt:

fischerAppelt, relations GmbH

Im Zollhafen 24

50678 Köln

Germany

Ihre Ansprechpartnerin:

Hanna Kutzner

Tel.: +49 (0) 221 56938 110

E-Mail: weber@fischerappelt.de