

## 11 Jahre conjoin communication

16.12.2016, 17:40 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *conjoin communication GmbH*

Presseagentur: *conjoin communication GmbH*

---



Logo conjoin communication

... oder 1.320 Kooperationen mit 523 Kooperationspartnern sowie unzählige Presse-Platzierungen. Grund genug, 33 Kunden Danke für ihr Vertrauen zu sagen.

Als Rezzan Güvenir und Tom Koch 2005 conjoin communication gründeten, standen zwei Fragen im Fokus: Wie kann man den Anforderungen moderner PR besser gerecht werden und die sich abzeichnenden Möglichkeiten von 3rd Party-Promotions bzw. Marketingkooperationen nutzen – am besten im Zusammenspiel mit einer starken Pressearbeit?

Denn eines verbindet alle Unternehmen und auch Medienpartner – sie benötigen einen Mehrwert, um sich und ihr Produkt attraktiv und glaubhaft zu bewerben und sich vom Wettbewerb abzuheben. Diesen Mehrwert zu schaffen und immer im Blick zu behalten, ist bis heute der Leitgedanke bei allen Maßnahmen der Kommunikationsagentur. Dazu gehören die Ausarbeitung von Konzepten und die komplette Umsetzung in Zusammenarbeit mit Kunden, Medien und Kooperationspartnern.

conjoin communication bringt diese Partner zusammen, nutzt Synergien und schafft somit Win-win-Situationen, sowohl für die Kunden als auch für die Medien- bzw. Kooperationspartner.

Zahlreiche Beispiele, wie die Kooperationen zwischen Südzucker und WMF oder Sony Interactive Entertainment Deutschland (PlayStation) und HARIBO, zeigen, wie erfolgreich solche 3rd Party-Promotions sind. Im Zusammenspiel mit begleitender Pressearbeit entwickelte conjoin communication so Kampagnen, die auf reiner Bartering-Basis den jeweiligen Partnern Reichweite und eine höchst attraktive Zielgruppenansprache ermöglichten.

Auch im Jahr 2016 konnten Besucher von 750 WMF-Filialen und -Handelspartnern sowohl Einmachutensilien von WMF kaufen als auch den entsprechenden Gelierzucker von Südzucker erleben. In Flagship-Stores fanden Aktionstage statt, die vor Ort demonstrierten, wie Marmelade eingemacht wird – in WMF-Töpfen und mit Südzucker-Gelierzucker. So wurden am POS Erlebnisse geschaffen, von denen alle profitierten. Eigens erstellte Rezepthefte und gemeinsames Dekorationsmaterial bewarben die Kooperation instore. Facebook- und Online-Aktionen, u. a. mit chefkoch.de, rundeten die Aktion ab. Diese erfolgreiche Kooperation realisiert conjoin communication nun seit 2012 jährlich für WMF und Südzucker.

Die Kooperation zwischen HARIBO und PlayStation ist ein weiteres Beispiel für Kooperationen nach conjoin-Art. HARIBO-Kunden konnten 2015 beim Kauf von Aktionsprodukten 111 PlayStation®4-Konsolen mit dem Spiel SingStar® gewinnen. Die Auslobung fand über Sticker, gebrandete Zweitplatzierungen und in Haushaltsflyern zahlreicher Handelspartner statt. Als zusätzliches Highlight wurde das PlayStation®4-Spiel in die Deutschlandtour des HARIBO-Trucks integriert, der an 124 Einsatztagen vor großen Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern gastierte. Kleine und große Besucher erlebten neben vielen Mitmachaktionen auch das SingStar®-Spiel und wurden so zum Star einer ultimativen Party. Der PlayStation-Truck, der ebenfalls jährlich tourt, verteilte bei seinen Einsätzen HARIBO-

Produkte. Zudem sampelte das PlayStation-Team auf der gamescom gebrandete HARIBO-Minibeutel mit eigens entwickelten Fruchtgummis im PlayStation-Design. Eine perfekte Zusammenarbeit, die beiden Partnern und ihren Zielgruppen einen echten Mehrwert bot und somit zur starken Markenbindung beitrug.

Weitere conjoin-Beispiele sind die Peanuts an Bord von Lufthansa\*1), der neue Ice Age-Film an Tankstellen von TOTAL\*2), die lustigen Figuren aus Kung Fu Panda als Wackelsticker auf Zott Monte Desserts, Barbie Pferdeglück von Mattel bei APASSIONATA, Red Bull in GameStop-Stores, ICELANDAIR bei DMAX und Sportscheck und die tierischen Serienhelden von SUPER RTL bei zookauf...

Für die zookauf-Gruppe, Zooma-Geschäftsführer Axel Sperling: „Die gemeinsam mit conjoin communication entstandenen Gewinnspiel-Kooperationen brachten uns als zookauf-Gruppe in vielfacher Hinsicht Mehrwerte. Es ergaben sich stets thematische Bezüge zwischen den bei unseren Zoofachgeschäften angebotenen Produkten und einer Kinofilm- oder TV-Kooperation mit tierischen Inhalten.

Davon profitieren sowohl die beteiligten Einzelhändler und Online-Shops als auch die beworbenen Filme und schließlich die Heimtierhalter, die an attraktiven Gewinnspiel-Aktionen teilnehmen können. Dank dieser ungewöhnlichen Win-win-Situation setzen wir auch künftig auf diese Form der Kooperationen.“

Diese sind nur wenige Beispiele, die conjoin seit über 11 Jahren verwirklicht. Einige wenige von 1.320 Kooperationen mit 523 Kooperationspartnern und unzähligen Presse-Platzierungen für 33 Kunden. Wir möchten allen Mitarbeitern, Kunden, Kooperationspartnern, Redakteuren und Partneragenturen danken, dass sie uns in dieser spannenden Zeit begleitet haben. Wir freuen uns auf die nächsten 11 Jahre!

\*1) Lufthansa und 20th Century Fox kooperierten zum Filmstart von "Die Peanuts". conjoin communication war dabei die umsetzende Fox-Agentur.

\*2) Ice Age-Film-Promotion im Rahmen der Strandtuchaktion an TOTAL Tankstellen.

## **Portrait**

conjoin communication GmbH ist eine Fullservice Kommunikationsagentur für Kunden aus den Bereichen Entertainment und Konsumgüter. Die Schwerpunkte der Agentur liegen auf Medienarbeit und Marketingkooperationen. Am 1. April 2005 in Frankfurt gegründet, betreut das 12-köpfige Berater-Team um Rezzan Güvenir und Tom Koch u. a. Kunden wie Twentieth Century Fox of Germany, Twentieth Century Fox Home Entertainment Germany, Südzucker, Sony Interactive Entertainment Deutschland, Mattel, GameStop, AMIGO Spiel + Freizeit, EDEL: KIDS, ICELANDAIR, beyerdynamic, FTM Freizeit- und Trendmarketing (daydreams), Ikano Bank, Morgen & Morgen, dress-for-less und Bandai Namco Entertainment.

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/931917/11-Jahre-conjoin-communication.html>