



19:13 schickt Belvedere Vodka auf Deutschland-Tour

Zur Promotion der neuesten Produkteinführung ‚Belvedere Bespoke‘ setzt die Agentur auf eine Aktion im XXL Format

München, November 2016 – 5 Wochen, 5 Städte, eine Flasche im XXL Format – so lässt sich die aktuelle Aktion des polnischen Luxus-Vodka Herstellers Belvedere zusammenfassen. Zur reichweitenstarken Bewerbung seiner neuesten Produkteinführung „Belvedere Bespoke“ setzt die Marke aus dem Hause Moët-Hennessy dabei auf eine Idee der Münchener Werbeagentur 19:13. Bei Belvedere Bespoke handelt es sich um eine durch innovative Lasergravur individualisierbare 1,75 Liter-Flasche, die durch die integrierte LED-Technik von selbst leuchtet.

An hochfrequentierten Plätzen unter anderem in Hamburg, Berlin und München haben Teilnehmer an der Aktion die Möglichkeit ihren Namen oder eine ganz persönliche Botschaft auf einer etwa 5 Meter hohen Belvedere Bespoke Flasche darstellen zu lassen.

Die Teilnahme ist dabei sowohl direkt vor Ort oder ganz einfach online über die Kampagnen-Microsite www.belvederebespoke.de möglich. Neben einem individuellen Bild erhalten die Teilnehmer die Chance auf den Gewinn einer gravierten Belvedere Bespoke im Wert von 160 EUR.

Unter dem Hashtag #belvederebespoke wird die fünfwöchige Tour, die ihren Auftakt Mitte November in Hamburg geben wird, auf sämtlichen Social Media Kanälen der polnischen Destillerie begleitet.

Bereits im Jahr 2015 setzte sich die Münchener Werbeagentur mit ihrer Idee im Pitch gegen zahlreiche Wettbewerber durch.

„Mit der Bespoke-Tour hat 19:13 eine Aktivierungskampagne entwickelt, mit der wir nicht nur reichweitenstark und auf eine authentische Art und Weise unser neuestes Produkt präsentieren können, sondern die gleichzeitig die Begehrlichkeit der gesamten Marke stärkt.“, so Urs Hessenauer, Marketing Director Moët Hennessy Deutschland.

Mit dem Champagner-Hersteller Veuve Clicquot betreut 19:13 bereits eine andere Marke aus dem Hause Moët Hennessy als Lead-Agentur.



Die langfristig angelegte Partnerschaft verantwortet das Team um Geschäftsführerin und Leitung der Beratung Virginie Briand. Auf Kreationseite zeichnet Geschäftsführer Michael Meyer verantwortlich.

Die Stopps der Tour:

25.-27.11.	16-22 Uhr	München	Pink Christmas / Stephansplatz
02.-03.12.	17-23 Uhr	Hamburg	Arcotel Onyx / Spielbudenplatz
08.-10.12.	17-23 Uhr	Stuttgart	Café Treppe / Schlossplatz
15.-17.12.	10-20 Uhr	Berlin	Bikini / Kurfürstendamm
27.-30.12.	tbd.	Frankfurt / Main	tbd.

Über 19:13

Die inhabergeführte Werbeagentur 19:13 hat ihren Sitz in München und konnte sich seit ihrer Gründung Anfang 2008 erfolgreich im In- und Ausland etablieren. Die wachsende Agentur möchte ihren Kunden "mehr als nur Werbung" bieten, sucht neue Möglichkeiten der Zielgruppenansprache und denkt in neuen Ansätzen, Kanälen und Ideen: Von Branded Entertainment, TV-Formaten bis zur Entwicklung spezieller Internetportale. Kurzum: Die Festlegung von 19:13 liegt darin, dass es keine gibt. 19:13 möchte dadurch die Lücke zwischen strategischer Marken- und Marketingberatung einerseits und Kreativagentur andererseits schließen. Der Agenturname verweist auf die Startzeit der Apollo 13 Mission, die durch Teamgeist und Originalität einer der erfolgreichsten NASA -Einsätze wurde. Zu den Kunden gehören unter anderen real,-, Agip, Wöhrl und SinnLeffers, Sixt, BayWa und Sky. Geschäftsführer von 19:13 sind Virginie Briand (Beratung) und Michael Meyer (Kreation).