



HP und ciao.de entwickeln innovative Marketingkampagne mit Pre-Testing

Marketingkampagne zur Einführung der neuen Businessdrucker HP Officejet Pro stellt Konsumenten als Testimonial in den Vordergrund

München, 04.05.09: Das weltweit größte IT-Unternehmen HP und das führende Shopping- und Verbraucherportal in Deutschland ciao.de realisieren gemeinsam eine Marketingkampagne, die den Verbraucher als Produkt-Tester in den Mittelpunkt stellt. Im Rahmen der Markteinführung ermöglicht HP Ciao-Usern, das neue Multifunktionsgerät HP Office Jet Pro 8500 zu testen und ihre persönlichen Testberichte auf ciao.de anderen Konsumenten zur Verfügung zu stellen. Herzstück der Kampagne ist eine Microsite mit allen Informationen zum „Produkt-Test-Special“ auf <http://www.ciao-special.de/hp/hp.html>.

Ziel der neunwöchigen Kampagne ist es, direkt Konsumentenerfahrungen zu einem neuen Produkt einzuholen. Deshalb setzt HP das dreistufige Konzept der Marketingkampagne auf ciao.de um. Die beteiligte Mediaagentur ist Zed Digital Düsseldorf.

In der ersten Phase können sich Ciao-User in der Kategorie Computer/Drucker ab dem 30. April zwei Wochen lang als Produkttester bewerben. HP stellt zehn Personen jeweils ein Multifunktionsgerät zum Test zur Verfügung.

In Phase 2 nehmen die ausgewählten Ciao-Produkttester die Geräte drei Wochen lang unter die Lupe und verfassen einen persönlichen Testbericht. Dieser wird anschließend auf der HP-Microsite bei Ciao veröffentlicht und bleibt den Usern langfristig als Erfahrungsbericht auf ciao.de erhalten. Zudem bewirbt der Druckerhersteller sein neues Produkt in dieser Phase mit einem exklusiven „HP-Brand-Sponsorship“ in der Ciao-Kategorie Computer/Drucker.

In der dritten Phase werden die Testergebnisse der Ciao-Testimonials als Kernbotschaft in die Werbemittel der Display-Kampagne integriert.

„Verbraucher verlassen sich bei ihren Kaufentscheidungen zunehmend auf die Meinungen anderer Verbraucher als ideale Ergänzung zu Artikeln und Tests in Fachmedien. Auf ciao.de holen wir uns durch die Produkttests direkt diese interessanten Anwendermeinungen“, sagt Reiner Drees, Direktor Privatkundengeschäft bei HP in Deutschland. „Wir treten in direkten Kontakt mit unserer Zielgruppe und profitieren vom Multiplikatoren-Effekt der Erfahrungsberichte von Deutschlands beliebtester Shopping- und Verbraucher-Community.“

Ulrike Piesch
PR Manager

Phone +49 89 25551 796
Fax +44 89 25551 700

ulrike.piesch@ciao-group.com
www.ciao-group.com
www.ciao.de

Ciao GmbH | Leopoldstr. 236
80807 Munich | Germany

Management Board:
Stephan Musikant | Daniel Keller
Benjamin Orndorff | Keith Dolliver

Company Register Listing Munich:
HRB 160659

Barbara Wollny
PR Manager IPG

Tel.: 07031 / 14-36 32

E-Mail: barbara.wollny@hp.com

Hewlett-Packard GmbH
Herrenberger Str. 140
71034 Böblingen / Germany

www.hp.com/de

Pressemitteilung



„Gemeinsam mit HP haben wir einen ganz neuen Ansatz für eine Werbekampagne entwickelt, die sowohl für unseren Kunden HP als auch für uns eine Win-Win-Situation darstellt“, erklärt Ben Rodrian, Head of Advertising Sales DE, FR, UK der Ciao GmbH. „HP setzt als eines der ersten Unternehmen auf den direkten Dialog mit seinen Endkunden und findet auf ciao.de die ideale Zielgruppe für Verbrauchertests. Ciao-User sind sowohl shoppingaffin also auch aufgeschlossen gegenüber Produkttests, um mit ihren persönlichen Meinungen anderen Verbrauchern eine individuelle Kaufberatung zu bieten. HP profitiert darüber hinaus von der Nachhaltigkeit dieser Testergebnisse, die als Erfahrungsberichte auf ciao.de veröffentlicht sind.“

Zusatzinformationen zum HP Officejet Pro

Das neue Officejet Pro-Familie besteht aus den Serien 8000 und 8500. Sie bieten einen um 50% niedrigeren Seitenpreis und geringeren Energieverbrauch im Vergleich zu Laserdruckern bis 600 Euro, und sind damit für private Vieldrucker sowie kleinere und mittlere Unternehmen die ideale Lösung für das Büro. Die Multifunktionsgeräte der 8500 Serie haben neben der Kopier-, Scan- und Faxfunktion auch einen automatischen Dokumenteneinzug. Beide Serien gibt es in einer Wireless-Variante für den Einsatz in kabellosen Netzwerken.

Über Ciao GmbH

Die Ciao GmbH, ein Unternehmen der Microsoft Corporation, ist der Anbieter Europas führenden Shopping- und Verbraucherportals*. Das Unternehmen betreibt Shopping-Communities in sieben Ländern und Sprachen (ciao.co.uk, ciao.de, ciao.fr, ciao.it, ciao.es, ciao-shopping.nl, ciao.se). Internethändler finden dort mehr als sechs Millionen Produkte und mehr als fünf Millionen unabhängige Produktbewertungen und Erfahrungsberichte in über 20 Top-Kategorien - wie Autos, Computer, Digitalkameras, Finanzen, Handys, Reisen, Elektronik oder Lebensmittel. Ciao zählt derzeit zu den beliebtesten Shopping-Portalen in Europa*.

Die Ciao GmbH wurde 1999 in München gegründet und ist seit 15. Oktober 2008 ein Unternehmen der Microsoft Corporation (Nasdaq: "MSFT"). Der Hauptsitz der Ciao GmbH ist München. Weitere regionale Büros befinden sich in London, Paris, Timisoara (Rumänien) und Wroclaw (Polen).

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

Über HP

HP, das weltweit größte Technologie-Unternehmen, vereinfacht den Umgang mit Technologie für Privatpersonen und Unternehmen - mit einem Angebot, das die Bereiche Drucken, Personal Computing, Software, Services und IT-Infrastruktur umfasst.

Weitere Informationen zum Unternehmen (NYSE, Nasdaq: HPQ) und zu den Produkten finden Sie unter www.hp.com/de. Presseinformationen und Bildmaterial finden sich in chronologischer und thematischer Reihenfolge unter www.hp.com/de/presse.

* comScore Media Metrix, März 2009 gemessen in Unique Visitors in den Ländern Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Niederlande, Schweden