



PRESSEINFORMATION

Durex launcht Social-Media-Kampagne

Groß angelegte Kampagne zum Produkt-Launch der neuen Love-Box

Maintal, 16. Juni 2010 Kondomhersteller Durex aktiviert einen zusätzlichen Marketing-Kanal. Bislang setzt das Maintaler Unternehmen SSL Healthcare Deutschland GmbH & Co. KG auf TV und Print, nun kommt eine Social-Media-Kampagne zum Launch der neuen Kondombox „Love-Box“ mit eigener Microsite auf der Web-Präsenz hinzu. Zudem spielt sich ein großer Teil der Kommunikation in den sozialen Netzwerken schuelerVZ, Facebook und Twitter ab.

Durex investiert in die Jugend und klärt auf: Neben Themen wie Aufklärung, das „Erste Mal“ oder Verhütung sucht Durex selbstbewusste Jugendliche, die beim Casting für eine Sondersendung der Reality-Doku „Virgin Diaries“ teilnehmen. „Virgin Diaries“ ist eine einfühlsame Eigenproduktion des Musiksenders VIVA, die den Umgang junger Leute mit dem Thema Liebe und Sex authentisch und aus Sicht der Teenager porträtiert. Zusammen mit VIVA sucht Durex den/die Hauptdarsteller/-in für die Sondersendung zum Thema „Verhütung“. Vom 14. Juni bis 12. Juli können sich die zukünftigen Teenie-Stars mit einem eigenen Video unter www.durex.de/LoveBox bewerben.

Neben TV und Print komplettiert Durex mit Social Media den bisherigen Marketing-Mix um ein wertvolles Instrument. Hinter der Kampagnen-Offensive stehen die verantwortliche Frankfurter Mediaagentur PHD sowie die PR-Agentur HW-Consulting aus München. Während sich die PHD für die Gesamtkonzeption und Projektabwicklung in Zusammenarbeit mit ihrer Spezialabteilung OMG4CE verantwortlich zeichnet, sorgt HW-Consulting für die PR und teilweise die Content-Moderation.

PRESSEKONTAKT DUREX:

HW-Consulting GmbH • Rosental 10 • 80331 München
Tel.: 0 89 / 23 23 62 -0 • Fax: 0 89 / 23 23 62 -20
zumbuehl@hw-consulting.de • www.durex.de