

GEFCO startet erstmals Multiplattform-Kampagne auf CNN

Tuesday, February 6, 2018

GEFCO, ein globaler Anbieter der Industrielogistik und europäischer Branchenführer im Bereich der Automobillogistik, sponsert ab sofort die Serie *Biz:frontiers* auf CNN International. Im Rahmen einer internationalen Werbekampagne zur Einführung einer neuen Markenidentität präsentiert GEFCO neben einem aktualisierten Markenlogo auch eine neue Signatur: „GEFCO. Partner, unlimited“.

Biz:frontiers wird im Rahmen der Flaggschiff-Wirtschaftssendung *Quest Means Business* auf CNN International ausgestrahlt. Inhaltlich befasst sich *Biz:frontiers* mit disruptiven Erfindungen und kreativen Köpfen aus der Geschäftswelt. Die Segmente werden in Form von zwei einwöchigen Reportagen im Februar und Mai ausgestrahlt. Thematisch stehen unter anderem Technologien aus den Bereichen E-Commerce, elektronische Konsumgüter, Pharmazeutika und der Automobilindustrie im Vordergrund. Zwei 30-minütige Zusammenfassungen aller Segmente runden die Ausstrahlung von *Biz:frontiers* ab.

Im Rahmen der Kampagne wird auch eine Webseite gesponsert, auf der zusätzliche Inhalte wie Videos, Fotogalerien und interaktive Elemente zur Verfügung gestellt werden. Der Auftritt wird durch TV-Banner sowie mit *Biz:frontiers* co-gebrandeten Bannern ergänzt. Diese wurden vom Content-Studio create von CNN International produziert.

Der Fokus der Kampagne liegt dabei auf der Steigerung der Markenbekanntheit von GEFCO bei CNNs Premium-Zielgruppe, bestehend aus Wirtschaftsentscheidern sowie Geschäfts- und Meinungsführern in Europa und Lateinamerika. GEFCO profitiert dabei nicht nur von der globalen TV-Abdeckung und digitalen Reichweite von CNN International, sondern auch von einer genauen Zielgruppenansprache auf Basis einer umfassenden Datenauswertung.

Die Kampagne wird durch eine umfangreiche Social-Media-Strategie ergänzt, die auf CNNs Position als der führende Nachrichtenanbieter in den sozialen Medien aufbaut. Dadurch wird das Engagement für *Biz:frontiers* auf Facebook, Twitter und Instagram zusätzlich gesteigert.

Emmanuel Arnaud, Executive Vice-President, Sales & Marketing, bei GEFCO, sagte: „Unsere neue Markensignatur, GEFCO. Partners, unlimited, spiegelt unsere Verpflichtung zur langfristigen Zusammenarbeit mit allen Geschäftspartnern wider. Wir sind sehr gespannt auf unsere neue Partnerschaft mit CNN. Ich bin zuversichtlich, dass diese Kampagne die Markenbekanntheit von GEFCO bei allen wichtigen Stakeholdern erhöhen wird.“

Petra Malenicka, Senior Vice President, Europe and the Americas, bei CNN International Commercial, fügte hinzu: „Wir freuen uns, die erste Multiplattform-Partnerschaft von GEFCO mit CNN zu lancieren. Durch die Kombination von qualitativ hochwertigem Inhalt, profunder Expertise der Content-Präferenzen unseres Publikums und einer hochpräzisen, datenbasierten Zielgruppenansprache wird GEFCO dank CNNs *Biz:frontiers* ein globales Geschäftspublikum erreichen und eine starke Markenbotschaft vermitteln.“