

Die Nummer eins wirbt weiter für die Nummer eins

Sony Deutschland setzt die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Manuel Neuer in 2016 fort. Auch in diesem Jahr wirbt der Welttorhüter des Jahres für die meistverkaufte kompakte Systemkamera in Deutschland. Die Kampagne zur α6000 wird besonders Einsteiger in die Welt der Fotografie ansprechen und unter der Headline „Unschlagbar schnell“ die Themen Autofokus und Bildqualität in den Mittelpunkt rücken.


Berlin, 9. Februar 2016. „Never change a winning team.“ Dieses Motto hat der englische Fußballspieler und Trainer Sir Alfred Ernest Ramsey vor Jahrzehnten geprägt. Und was auf dem Fußballplatz Erfolg verspricht, übertragen Sony Deutschland und Manuel Neuer in diesem Jahr in die Marketing-Welt. Nach der erfolgreichen „Neuer Fokus“ Kampagne in 2015 ist Manuel Neuer auch in diesem Jahr das Gesicht hinter der Systemkamera α6000 von Sony. Ab Mai 2016 startet die offizielle Kommunikation im TV und Online – inklusive Verlängerung im Fachhandel, damit niemand, der sich für Systemkameras interessiert, an Manuel Neuer und der α6000 vorbeikommt.

„Die erfolgreiche Kampagne mit Manuel Neuer hat uns im vergangenen Jahr mächtig Rückenwind gegeben“, sagt Thomas Nedder, Country Head bei Sony Deutschland. Tatsächlich hat Sony Deutschland seinen Marktanteil im Kamerabereich in Deutschland kontinuierlich verbessert. Unter den kompakten Systemkameras ist die α6000 die Nummer eins. Aktuell dominiert Sony auch den Gesamtfotomarkt und ist im Geschäft rund um Camcorder, Kompakt-, System- und Spiegelreflexkameras Marktführer. „Den eingeschlagenen Weg wollen wir in diesem Jahr mit unseren Partnern weitergehen“, erklärt Thomas Nedder. „Hier ist Manuel Neuer im Rahmen unserer neuen Kampagne eine wichtige Unterstützung.“ Auch der Welttorhüter schätzt die kontinuierliche Zusammenarbeit mit Sony, die vor etwas mehr als einem Jahr begann: „Die Marke passt zu mir, die Stärken der Kamera haben mich im vergange-

nen Jahr bereits voll überzeugt. Ich bin froh, dass wir auch in 2016 gemeinsam am Erfolg von Sony weiterarbeiten.“

Im Zentrum der Kampagne steht der außergewöhnlich präzise und schnelle Autofokus der α 6000. Eingebettet in ein umfassendes Kommunikationskonzept wird gerade der TV-Spot die Kernaussage „reaktionsschneller Autofokus“ transportieren. Im Wechsel wird Manuel Neuer beim Training mit dem Ball und unterwegs als Fotograf in den Weiten Neuseelands mit der Kamera zu sehen sein. Weitererzählt wird diese Botschaft durch eine umfassende Onlinepräsenz, sowie eine umfangreiche Social Media Kampagne, die die Schnelligkeit von Manuel Neuer und der Kamera widerspiegelt. Verlängert wird die Kampagne mit einer flächendeckenden Präsenz im Handel.

Gemeinsam mit der Werbeagentur DDB Berlin setzt Sony die Kampagne in Deutschland um. „Eine starke Kamera, ein überzeugendes Testimonial und ein langfristig angelegtes Kommunikationskonzept: In diesem Jahr gehen wir mit der neuen α 6000 Kampagne den nächsten Schritt und wollen unseren Erfolg im Markt weiter ausbauen“, fasst Thomas Nedder zusammen. „Wir sind ein eingespieltes Team – und wollen in diesem Jahr gemeinsam im Kamera-Markt noch einiges bewegen.“

| | |
|---|---|
|  | Umweltinformation |
| | <p>Sony Europe überdenkt und überprüft laufend seine Produkte, Prozesse und deren potenzielle Auswirkungen auf den Planeten.</p> <p>Produkt: Wir wollen sicherstellen, dass der Energieverbrauch unserer Produkte auch künftig weiter sinkt - unser Ziel ist es, den durchschnittlichen Strombedarf unserer Produkte bis Ende des Geschäftsjahres 2015 um 30 Prozent zu reduzieren*.</p> <p>Prozess: Wir halten alle Prozesse in der gesamten Wertschöpfungskette so umweltfreundlich wie nur möglich, von der Produktentwicklung bis hin zur Abfallentsorgung. Unser Ziel ist es, den CO2-Ausstoß der Standorte der Sony Group bis Ende des Geschäftsjahres 2015 um 30 Prozent zu verringern**.</p> <p>Planet: Wir setzen alles daran, unsere Unternehmenstätigkeit umweltbewusst zu gestalten - langfristig möchten wir erreichen, dass die Produkte und die Geschäftsaktivitäten von Sony über den gesamten Lebenszyklus keinen ökologischen Fußabdruck hinterlassen.</p> <p>Für weitere Informationen zu den Umweltaktivitäten von Sony besuchen Sie bitte www.sony.eu/eco.</p> <p>* Im Vergleich zum Verbrauch im Geschäftsjahr mit Ende 31. März 2009 ** Im Vergleich zum Ausstoß im Geschäftsjahr mit Ende 31. März 2001</p> |

Über die Sony Corporation

Die Sony Corporation ist ein führender Hersteller von Produkten für Verbraucher und professionelle Anwender und deckt die Bereiche Audio, Video, Foto, Spiele, Kommunikation, Schlüsselkomponenten und Informationstechnologie ab. Mit seinen Geschäftsbereichen Musik, Film, Computer-Entertainment und Online ist Sony einzigartig aufgestellt, um als weltweit führender Elektronik- und Entertainmentkonzern zu agieren. Im Geschäftsjahr mit Ende 31. März 2015 verzeichnete Sony einen konsolidierten Jahresumsatz von ca. 68 Milliarden US-Dollar. Sony Global Website: <http://www.sony.net/>

Die Meldung und entsprechendes Bildmaterial in Druckqualität zum Download finden Sie unter <http://presscentre.sony.de>

Weitere Informationen:

Gerrit Gericke
Head of PR
Sony Europe Ltd.
Zweigniederlassung Deutschland
Telefon: 030/2575-4067
E-Mail: gerrit.gericke@eu.sony.com
Web: www.sony.de

Caterina Wamos
häberlein & mauerer ag
kommunikationsagentur
Telefon: 030/726 208-390
Telefax: 030/726 208-250
E-Mail: caterina.wamos@haebmau.de
Web: www.haebmau.de