



Pressemitteilung

Video-Content Deluxe: Eigener Jet für den angesagtesten Sneaker

Prinz Sportlich dreht am Dortmunder Flughafen On-Feet-Video für Website

Holzwickede. Content, Content, Content. Das Netz ist vollgestopft mit Texten, Memes, Videos und GIFs. Damit sich die Inhalte der eigenen Website von anderen abheben, muss man sich ins Zeug legen. Egal ob High-End oder Amateur-Charakter, es gibt nur ein Ziel: viral gehen und DEN Hit landen.

Die Sport- und Lifestyle-Website Prinz Sportlich zählt gemeinsam mit ihrer Marke Snkraddicted zu den erfolgreichsten deutschen Affiliate-Marketing-Unternehmen, wenn es um Sneaker, Sportswear und Co. geht. Um den Verkaufsstart des neuen Sneaker *Nike Air Jordan 11 Concord* am 8. Dezember macht das Team einen riesen Aufriss. „Der Hype um den Sneaker ist extrem groß. Das Original aus 1995 hat die Sneakerkultur geprägt und erlebt nach 23 Jahren jetzt eine Neuauflage. Für uns war direkt klar, dass dafür etwas Großes her muss“, erläutert Till Schiffer, Geschäftsführer von Prinz Sportlich. Kurze Zeit später war ein Jet für den Dreh des eigenen Werbevideos am Dortmunder Flughafen gechartert. Das Setting: Eine Lagerhalle, ein Geschäftsreiseflugzeug und 200 Euro teure Sneaker. Das noch junge Unternehmen zeigt mit dem Video, dass es in der Liga der Großen mitspielen kann und sich mit qualitativ hochwertigen, digitalen Inhalten von der Konkurrenz absetzt.

Für den Videodreh wurde ein hoher vierstelliger Betrag investiert. Eine beachtliche Summe für ein kleines Unternehmen wie Prinz Sportlich und ein Video, das nur auf der eigenen Website und den Social-Media-Kanälen publiziert wird. „Im Netz dreht sich alles um Seitenaufrufe, Klickraten und Verweildauer, da kommt es auf die visuelle Anreicherung der Inhalte an. Mit guten Bildern können wir bereits die Aufmerksamkeit unserer User wecken, Videos sind aber deutlich effektiver. Für einen so angesagten Sneaker haben wir dieses Mal etwas mehr Geld in die Hand genommen und hoffen, dass das Video gut ankommt und viral geht“, erklärt Schiffer.

Mit dem Webevideo unterstreicht Prinz Sportlich den Stellenwert von eigenem Video-Content und zeigt, dass der Produktion keine Grenzen gesetzt sind. „Videos emotionalisieren! Einfache Bilder können da nicht mithalten. Unsere User springen vor allem auf Bewegtbild an, denn anhand von Animationen und Videos erfahren sie direkt, wie der Schuh am Fuß aussieht und zu welchen Outfits er sich kombinieren lässt. Damit erleichtern wir ihnen die Kaufentscheidung“, resümiert Schiffer.

Über Prinz Sportlich und Snkraddicted

Mit rund 600.000 Website-Besuchern, über 290.000 Facebook Fans und 70.000 Instagram Followern gehört Prinz Sportlich zu den größten und reichweitenstärksten Sport- und Fitnesswebsites in Deutschland und liefert die besten Angebote für Sneaker, Sportswear – kurz gesagt allem, was zum sportlichen Lifestyle dazugehört. Mit der Marke Snkraddicted hat sich das junge Unternehmen auf Sneaker-Neuheiten und anstehende Releases spezialisiert und inspiriert seine User zu ihrem nächsten Sneaker-Kauf.

Holzwickede, 05.12.2018

Ansprechpartner für Medien: Annika Hunkemöller, Pressesprecherin, Tel. 02301 89790-511, presse@un-iq.de
Herausgeber: UNIQ GmbH, Rhenus-Platz 2, 59439 Holzwickede, Tel. 02301 94580-0, www.un-iq.de