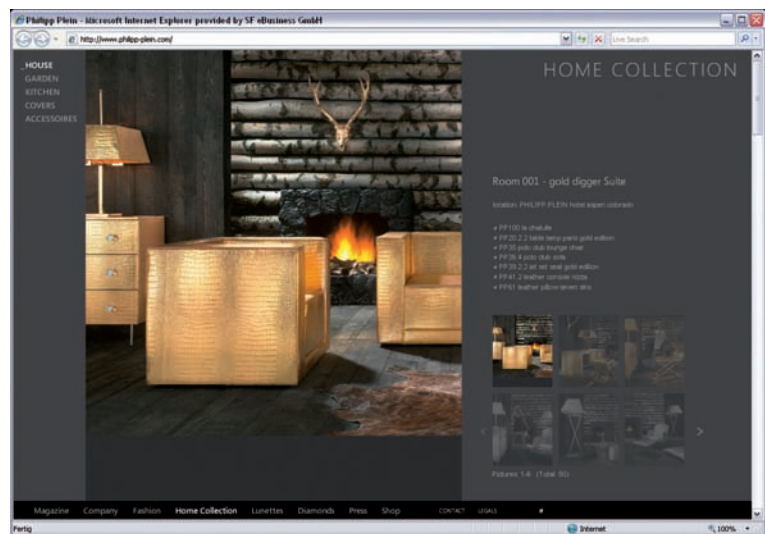
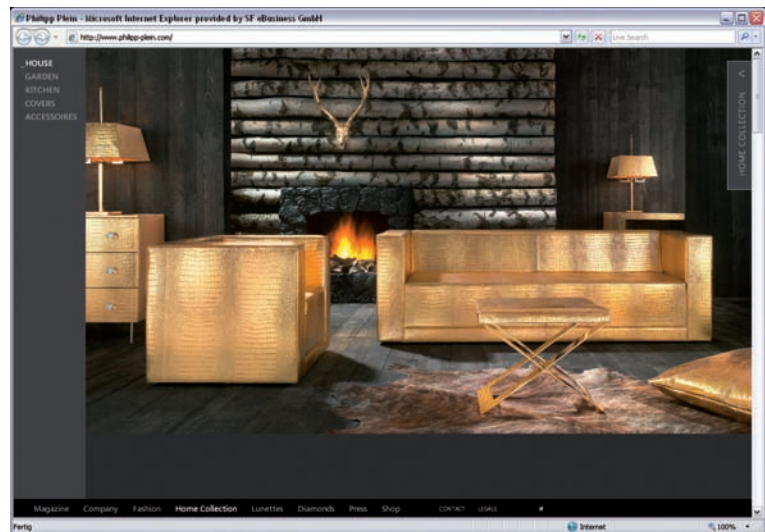
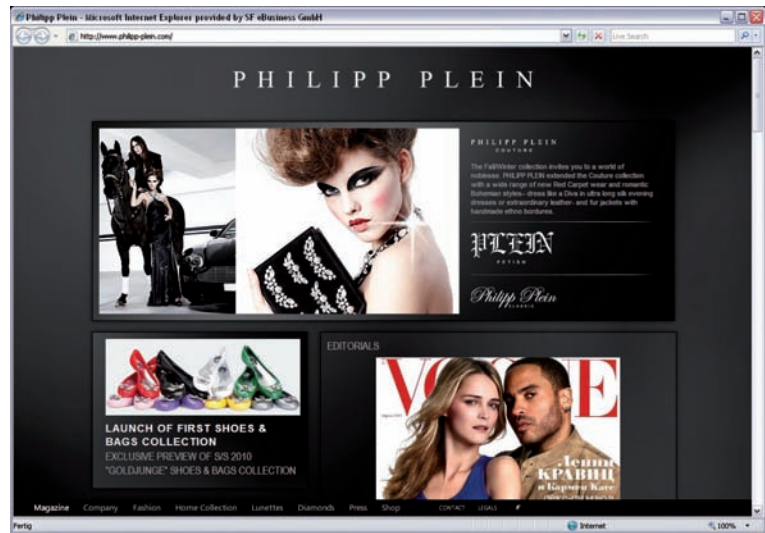
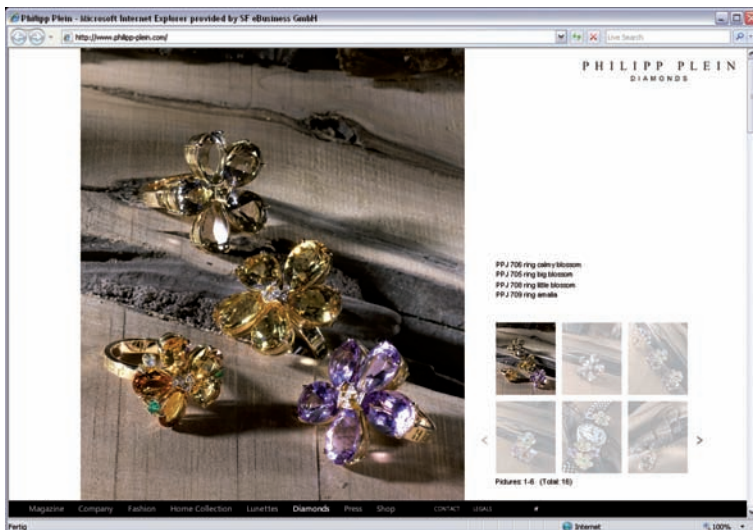
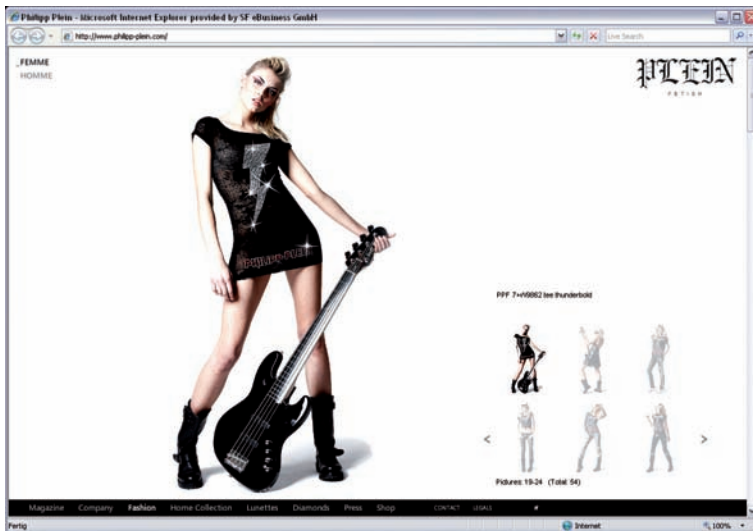


TITEL
PHILIPP PLEIN Website/
Magazin & Showrooms

ART
Website

AUFTRAGGEBER
PHILIPP PLEIN
International AG
Säntisstr. 5
8580 Amriswil
Schweiz





PRODUZENT
 stoll & fischbach
 eBusiness
 SF eBusiness GmbH
 Kalkofenstraße 51
 71083 Herrenberg

EINSATZORT, VERTRIEB
 http://www.
 philipp-plein.com

BENÖTIGTE PLUGINS
 Flash Player
 (Flash Player 9 oder 10)

**PROJEKTLEITER,
 AUFTRAGGEBER**
 Kerstin Diehl

**PROJEKTLEITER,
 PRODUZENT**
 Tobias Stoll

CREATIVE DIRECTOR
 Jochen Neiningner

GRAFIKER
 Jochen Neiningner
 Martin Gressmann

PROGRAMMIERER
 Ralf Botzenhart
 Rafael Just

WEITERE
 Simon Loebel
 (Strategie)

ZIELSETZUNG DES PRODUKTES

Die Luxusmarke PHILIPP PLEIN soll für den User im Internet erlebbar werden. Ziel des Relaunches war die Verbindung des Onlinemagazins – ein Magazin rund um PHILIPP PLEIN – mit der Präsentation seiner Produkte. Der User soll einen Einblick in die Produktbereiche (Möbel & Designobjekte, Fashion mit drei Linien sowie Schmuck und Sonnenbrillen) erhalten. Die Hochwertigkeit der Marke soll über das Design und die Bilder transportiert werden. Die Aktivitäten sollen flankiert werden über einen eigenen Twitter-Kanal, der über persönliche Aktivitäten des Designers informiert, sowie über ein YouTube-Profil.

ERFOLG DER MASSNAHME

- Das stets aktuelle Magazin informiert über Produkte, Lifestyle und Events rund um PHILIPP PLEIN und setzt auf einen Medienmix aus Text, Bild und Bewegtbild.
- Das Magazin ist auch Eintrittspunkt in die Showrooms der Produktlinien Fashion, Home Collection, Lunettes & Diamonds, die über eine Flashapplikation dargestellt werden.
- Eine schnelle Anpassung des Designs an neue Produkte ist möglich aufgrund der flexiblen Applikationsarchitektur.
- Optimale Auffindbarkeit über Suchmaschinen
- Vervielfachung der Zugriffszahlen
- Hohe Aktualität durch Pflege der Redakteure über ein CMS