

PRESSEMITTEILUNG

deepblue networks entwickelt die erste Facebook-App für LÄTTA

Die beliebteste Halbfettmargarine im deutschen Markt LÄTTA präsentiert mit Hilfe von deepblue networks eine eigene App, mit der Facebook-Mitglieder ihre virtuellen Freunde zum echten Frühstück einladen können.

Hamburg, 09. August 2010 – Der perfekte Start in den Tag: ein Frühstück mit guten Freunden. Dank LÄTTA wird nicht nur die wichtigste Mahlzeit zum Erlebnis, sondern jetzt auch das Verschicken der Einladungen dafür.

Die Hamburger Agentur deepblue networks entwickelte im Auftrag der Unilever-Marke eine App, die Facebook-Mitglieder spielerisch an die Marke heranzuführt. Mit der LÄTTA-App kann man Einladungen für 10 verschiedene Frühstücksklassiker verschicken – vom Katerfrühstück bis zum französischen Frühstück. Dazu gibt es jeweils passende Texte zur Auswahl oder die Option, eine eigene Nachricht zu verfassen, die dann auf der Pinnwand des Eingeladenen erscheint.

Für LÄTTA ist die App ein weiterer wichtiger Schritt in Richtung Social Media, der dank deepblue networks schnell und reibungslos funktionierte. Jutta Kloep, Brand Manager LÄTTA D-A-CH, fasst positiv zusammen: „Für uns ist es essenziell im Umfeld neuer Medien wie Facebook mit kreativen und kurzweiligen Ideen Awareness zu generieren. Durch die Einführung einer eigenen App, möchten wir vor allem die Aufmerksamkeit für die Marke LÄTTA erhöhen, neue Fans akquirieren und die virale Verbreitung über die Fanpage hinaus sicherstellen.“

Der Plan geht auf. Seit der Aktivierung am 30.07.2010 haben bereits mehr als 134 User die App genutzt, um Freunden die Frühstückseinladung der ganz besonderen Art zukommen zu lassen.

(198 Wörter, 1.370 Zeichen inkl. Leerzeichen; Abdruck frei)

LÄTTA

LÄTTA ist der erfrischend leichte Brotaufstrich für ein leckeres Frühstück und einen aktiven Start in den Tag. Die Marke mit dem typisch-bunten LÄTTA-Design aus dem Hause Unilever wurde 1984 in Schweden eingeführt und ist seit 1987 in Deutschland erhältlich. Seit Anfang der 90er Jahre ist LÄTTA classic unangefochtener Marktführer im deutschen Halbfettmargarinemarkt. LÄTTA gibt es in vier Varianten: „LÄTTA classic“ und „LÄTTA mit Joghurt“ enthalten jeweils 39 Prozent Fett. „LÄTTA extra fit“ mit Buttermilch und nur 28 Prozent Fett ist besonders leicht und erfrischend im Geschmack. „LÄTTA mit Probiotik“, die dank probiotischer Kulturen (LGG®) die körpereigene Abwehrkraft stärkt und lediglich 28 Prozent Fett enthält, komplettiert seit Frühjahr 2009 das LÄTTA-Sortiment. Alle LÄTTA Varianten enthalten die wertvollen Vitamine A, D und E und sind im Lebensmittel-einzelhandel erhältlich. Mehr unter <http://www.laetta.com>.

deepblue networks AG

Die Hamburger Agentur deepblue networks AG setzt auf ganzheitliche Kommunikation mit den Kompetenzfeldern Strategic Planning, Classical Communication, Digital Solutions, Below the Line, Dialog-Marketing und Package Design. Gegründet am 1. Januar 2001 beschäftigt die Agentur heute über 160 Mitarbeiter. Zu den Kunden zählen Marken wie Barclaycard, Burger King, Commerzbank, Davidoff, Du darfst, Freixenet, Gerolsteiner, Knorr, MTV, OBI, ran, Saeco, Swatch, TUI, TV Digital, West und XING. Mehr Informationen bietet die Homepage des Unternehmens unter www.deepblue-networks.com.

Pressekontakt deepblue networks

deepblue networks AG

Florian Liebold

Schützenstraße 21

D-22761 Hamburg

Tel.: (040) 28 40 88-0

Fax: (040) 28 40 88-111

presse@db-n.com

Pressekontakt Lätta

Edelman GmbH

Annika Henning

Barmbeker Straße 4

22303 Hamburg

Tel.: (040) 37 47 98-21

Fax: (040) 37 28 80,

annika.henning@edelman.com