



Pressemitteilung

Autos lieben Felgen: Crazy Legs bringt ATS Autofelgen mit Influencern ins Rollen

Da strahlt die Felge: In seiner Kampagne #autosliebenfelgen setzt Felgen-Spezialist ATS auf Influencer und Social-Media-Posts. Das Ergebnis: Überdurchschnittliche Engagement Rates, eine Reichweite von mehr als 7,5 Millionen Fans und mehr als 260 auf der Landingpage autosliebenfelgen.com freigegebene User Generated Content Pieces. Idee und Umsetzung stammen von Crazy Legs (OMD München).

München, 26. September 2018. Pünktlich zum Start der Reifenwechsel-Saison im März 2018 hat die zu Superior Industries gehörende Hightech-Felgenmarke ATS ihre Influencer-Kampagne „Autos lieben Felgen“ auf die Straße gebracht. Im Fokus standen Instagram, YouTube und Facebook.

Kernziel der Kampagne war es, die Markenbekanntheit von ATS zu erhöhen und das Begehren der jungen, Social-Media-affinen Zielgruppe zu wecken. Im ersten Schritt der Kampagne konnten sich ausgewählte Influencer als Brand Ambassador bewerben und einen nagelneuen Satz der begehrten ATS-Felgen auf ihr Auto montieren lassen. Die cool(st)en Bewerbungsvideos wurden auf den Influencer-Profilen sowie auf der Landingpage autosliebenfelgen.com veröffentlicht. Im Anschluss daran forderten die fünf völlig unterschiedlichen Brand Ambassadors ihre Fans auf, an einem Gewinnspiel teilzunehmen und dazu Beiträge (Motto: „Dein Auto hat es verdient“) auf der Landingpage zu teilen. Als Gewinn lockte ebenfalls ein neuer Satz ATS-Felgen.

Den Influencern machte das Zurschaustellen und inszenieren ihrer Felgen so viel Spaß, dass sie weit mehr Posts als vorgesehen veröffentlichten, was wiederum zu einer höheren Gesamt-Reichweite führte: Von Mitte März bis Mitte Mai 2018 erzielten die fünf Felgen-Fans (berndhower, fredericschlosser, michi_petrolhead, mertyy_men und mefyou) mit ihren Videos, Posts und Stories eine Reichweite von mehr als 7,5 Millionen Followern. Die Engagement Rate lag bei überdurchschnittlichen 5,14 Prozent. Weiter wurden durch das Gewinnspiel und Social-Paid-Maßnahmen mehr als 260 User Generated Content Pieces (freigegebene Video- und Fotouploads auf der Landingpage) generiert.

„Mit den Influencern haben wir unsere Markenkampagne "Dein Auto hat es verdient" um eine emotionale Facette erweitert. Der authentische Content der Brand Ambassadors sowie das hohe Engagement deren Fans zeigen die Attraktivität und Relevanz unserer sportlichen Premiumprodukte", so die Marketingverantwortlichen des rheinland-pfälzischen Radherstellers Superior Industries.

Gino Mamoli, Managing Partner Crazy Legs, ergänzt: „Unsere Strategie ist komplett aufgegangen und das Interesse der Fans hat unsere Erwartungen weit übertroffen. So unterschiedlich die Verticals der Brand Ambassadors waren – vom Fotografen bis zum Lifestyle-Influencer – so spannend ist der

entstandene User Generated Content ausgefallen. Die Reichweite und die durchschnittliche Engagement Rate sprechen für sich."

Druckfähiges Bildmaterial finden Sie unter [diesem Link](#).

Über Superior Industries:

Superior Industries wurde im Jahr 1957 gegründet und gehört inzwischen zu den weltweit größten Herstellern von Aluminiumrädern für PKW. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Southfield, Michigan (USA) betreibt neun Fertigungsanlagen und beschäftigt rund 8.000 Mitarbeiter in Nordamerika und Europa. Superior produziert seit mehr als 60 Jahren innovative und hochwertige Produkte. Dank entsprechender Expertise und Technologien liefert Superior aktuelle Trends und Ausführungen in zahlreichen Varianten. Als einer der führenden Hersteller erfüllen Superior Industries die Anforderungen der Kunden, indem die neuesten Leichtbau- und Veredelungstechnologien eingesetzt werden. Superior Industries führt die wichtigsten Marken des Zubehörmarkts (Aftermarket): ATS, RIAL, ALUTEC und ANZIO. Die Stammaktien von Superior sind an der New

Yorker Börse mit dem Kürzel SUP gelistet.
Supind.com

Über Crazy Legs: Engagement delivered

Das Herz und der Beat von Crazy Legs schlägt für alternative Media – also Influencer Marketing, Content & Design, Social Media, Sonderwerbformen und POS Experience. Unser Motto: Wir unterstützen Unternehmen darin, neue Wege zu gehen und mutig zu sein. Wir schaffen Markenerlebnisse und Engagement im Social Web und am POS. Was uns auszeichnet: Wir denken frei, out-of-the-Box, arbeiten integriert und verlieren dabei nie das Kommunikationsziel unserer Kunden aus den Augen. Crazy Legs sitzt in München und ist seit Juni 2018 eine Division der OMD München GmbH.
Crazy-legs.de

Pressekontakt Crazy Legs: Elke Häberle, 089-523 29 55,