

*Veelzijdigheid objecten benut voor opmerkelijke campagne Tele2*

## **Frank (en vrij) op Vitrites® JCDecaux**

**Amsterdam, 22 oktober 2009. Frank, het zwarte schaap van communicatiebedrijf Tele2 duikt de komende week overal op in het straatbeeld. Door handig gebruik te maken van de veelzijdigheid van de Vitrites® van JCDecaux én de diensten van reclamebureau De Combinatie van Factoren en JCDecaux Innovate, is het Tele2-icoon letterlijk Frank en Vrij. Net zo vrij als de gebruikers van mobiel internet van Tele2.**

De uiting toont het zwarte schaap Frank, het beeldmerk van Tele2, zittend op een bank. Hij heeft zijn laptop op schoot en begeeft zich met het combipakket van Tele2 Internet Thuis en Onderweg op de digitale snelweg. Frank staat op een full color sticker, die op het glas van de Vitrine® is aangebracht. Door gebruik te maken van de mogelijkheid posters in Vitrites® te roteren, verandert de achtergrond (en dus de setting) iedere vijf seconden. Zo zit Frank het ene moment thuis achter zijn laptop met vast internet van Tele2 en zit hij even later met de laptop op schoot op een bankje in het park met Mobiel Internet van Tele2. Deze Spectacular is breed ingezet op vijftien Vitrites® op speciaal geselecteerde bereiklocaties in acht grote steden.

Tele2 introduceert het combipakket Internet Thuis en Onderweg met vast internet voor thuis en mobiel internet voor onderweg. Om dit nieuwe combipakket luid en duidelijk over te brengen aan een massapubliek, heeft het communicatiebedrijf er onder meer voor gekozen hét medium in te zetten dat haar doelgroep bereikt terwijl zij daadwerkelijk onderweg is: buitenreclame.

De campagne wordt wat de inzet van buitenreclame betreft verder ondersteund door de inzet van een landelijke Billboard- en Vitrinecampagne® bij JCDecaux en Spectaculars op elf Abri's in diverse grote steden. Door gebruik te maken van bestickering is Frank ook hier 'lijfelijk' aanwezig; hij heeft (met de laptop op schoot) plaatsgenomen op een bankje in de Abri.

"Tele2 zoekt altijd naar innovatieve manieren van adverteren. Wij zijn anders dan anderen en dat laten we niet alleen zien door altijd een stap harder te zetten voor onze klanten en de beste prijs te bieden, maar ook door onze manier van communiceren," aldus Günther Vogelpoel, directeur consumentenmarkt Tele2. "De vernieuwende uitingen op de Vitrites® van JCDecaux passen goed in onze multimediale campagne waarin wij als eerste partij in de markt mobiel internet voordelig aanbieden in combinatie met vast internet en telefonie."

### **'Cheap'**

"De uiting op onze Vitrites® is met recht een schaap met vijf poten", begint Marc van Amerongen, marketing manager bij JCDecaux en teamchef van JCDecaux Innovate. "Een opvallende en uitzonderlijke toepassing, die goed past bij zowel Tele2 als JCDecaux – beiden bepaald geen kuddedieren. Dit is een Spectacular die niettemin relatief 'cheap' is, zeker wanneer het enorme bereik in beschouwing wordt genomen. Zowel het ontwerpen en produceren van een full color sticker als het herprogrammeren van onze roterende Vitrites® zijn zaken die in korte termijn en tegen relatief lage kosten gerealiseerd kunnen worden. Ik ga er van uit dat we dergelijke Spectaculars meer gaan zien de komende tijd, want als er één schaap over de dam is..."



JCDecaux Innovate is door de wol geveerd op het gebied van innovatieve buitenreclame toepassingen. Zij heeft reeds talloze klanten voorzien van eyecatchers als deze Spectacular voor Tele2. Deze 'Frank en vrije' Vitrine® is bedacht door reclamebureau De Combinatie van Factoren, in opdracht van Tele2.

### **Combipakket**

Internet thuis en onderweg is een combinatiepakket met razendsnel Internet tot 20Mb/s en goedkoop bellen voor thuis en mobiel internet voor onderweg. Het pakket biedt klanten de mogelijkheid om, wanneer zij onderweg zijn, automatisch over te schakelen naar mobiel internet. Bij thuiskomst wordt weer teruggeschakeld naar de razendsnelle vaste verbinding thuis.

***Deze Spectacular is mede mogelijk gemaakt door Tele2, JCDecaux Innovate, reclamebureau De Combinatie van Factoren en de mediabureaus Starcom en MbS.***

**- EINDE -**

#### **Contact Tele2**

Remco Meerstra  
Sr. Corporate Reputation Executive  
T: +31 (0) 20 750 1804  
E: [remco.meerstra@tele2.com](mailto:remco.meerstra@tele2.com)

Tele2 Nederland B.V. is één van de grootste communicatiebedrijven in Nederland. Het bedrijf biedt zowel de consumenten-, de zakelijke als de wholesale markt een compleet pakket van communicatiediensten. Tele2 biedt spraak-, data- en internet- en tv-diensten aan via een eigen infrastructuur, voorzien van de modernste netwerktechnologieën. Tele2-klanten profiteren van gebruiksvriendelijke en betaalbare diensten van topkwaliteit. Meer nieuws en informatie zijn verkrijgbaar via [tele2.nl](http://tele2.nl).

#### **Contact JCDecaux**

Bart van der Voort  
Communicatie adviseur  
T: +31 (0) 20 660 7561  
E: [bart.vandervoort@jcdecaux.nl](mailto:bart.vandervoort@jcdecaux.nl)

**JCDecaux Nederland is een dochteronderneming van JCDecaux S.A.**

#### **Kengetallen JCDecaux S.A.**

- Omzet 2008: € 2,168.6 miljoen
- Beursgenoteerd in Parijs; onderdeel van Euronext 100 index
- nr.1 wereldwijd op gebied van stadsmeubilair (377,953 reclamevakken)
- nr.1 wereldwijd in luchthavenreclame met meer dan 165 concessies in 17 landen (41,433 reclamevakken)
- nr.1 wereldwijd in transportreclame met 325 concessies (metro-, bus-, tram- en treinverbindingen, 287,982 reclamevakken)
- nr.1 wereldwijd in zelfservice fietssystemen
- nr.1 in Europa op gebied van billboards
- nr.1 buitenreclame-exploitant in de Aziatisch-Pacifische regio
- Vertegenwoordigd in 55 landen en 3.400 steden met meer dan 10.000 inwoners (935,874 reclameobjecten)