



## Manhattan inszeniert sich als Fitness-und Lifestylemetropole â€“ BILD

ID: LCG13390 | 18.12.2013 | Kunde: MANHATTAN Fitness | Ressort: Wirtschaft Ã–sterreich | Medieninformation

**First Mover am Ã¶sterreichischen Fitness-Markt inszeniert sich zum 25. Geburtstag neu. Kampagne proklamiert Manhattan als Fitness- und Lifestyle-Metropole und inszeniert urbanen Fitness-Trend.**

Bilder zur Meldung unter <http://presse.leisuregroup.at/manhattan/kampagne>

Wien (LCG) – In drei eindrucksvollen Sujets, die eine Verbindung zwischen der namensgebenden US-amerikanischen Metropole und den Fitness-Hotspots in Wien Döbling und Brunn am Gebirge schaffen, präsentiert sich Manhattan Fitness zum 25. Geburtstag, der 2014 begangen wird. Auf den Sujets, die von der Kreativschmiede „Zum Goldenen Hirschen“ konzipiert und umgesetzt wurden, werden die Themen Schwimmen, Laufen und Gewichtstraining mit der Dynamik der pulsierenden Metropole und modernem Lifestyle kontextualisiert. Mit der neuen Kampagne unterstreicht Manhattan Fitness die Premium-Positionierung und vermittelt außergewöhnliches Service, hohe Fachkompetenz und architektonische Großzügigkeit in den beiden Anlagen. „Im hoch kompetitiven Fitness-Markt hebt die Kampagne die USPs von Manhattan Fitness hervor und schafft eine eindeutige Abgrenzung zum preisgetriebenen Wettbewerb und zu internationalen Ketten“, erklären die Manhattan-Gesellschafter **Tanja Cerny** und **Dennis Felsinger**. Die Sujets kommen ab Dezember 2013 auf einem Blaguss-Bus als Mobile-Ad und in Printanzeigen sowie einer Online-Kampagne zum Einsatz und sollen den Premium-Fitness-Anbieter als Key Visual auf allen Kommunikationskanälen begleiten. Unter anderem werden sie auch Eingang in das hauseigene Corporate Publishing-Magazin „Manhattan News“ finden.

„1989 war Manhattan Fitness der First Mover auf dem Fitness Markt, das erste Fitnesscenter nach amerikanischem Vorbild in Österreich, das auf Anhieb hohe Wellen schlug. Heute, 2013, sind die Clubs in Wien Döbling und Brunn am Gebirge das Aushängeschild der heimischen Fitnessszene“, beschreibt Kreativdirektor **Alexander Zelmanovics** die Grundlage für die neue Kampagne zum 25. Jubiläum der Premium-Fitnesscenter. „Nach 25 Jahren gilt immer noch: In ist, wer drin ist“, unterstreicht Zelmanovics. „Zum Goldenen Hirschen hat den Markenkern perfekt identifiziert und in aktivierenden Sujets für Online-und Printkampagnen umgesetzt“, erklären Cerny und Felsinger die Agenturwahl.

### **Zwtl.: Über Manhattan Fitness**

Die Manhattan Fitnessanlagen sind ein österreichisches Familienunternehmen. Im Jahr 1989 eröffnete die erste Manhattan Fitness-und Squashanlage in Wien Heiligenstadt. Das Manhattan Konzept wurde nach einer dreijährigen Planungsphase im Jahr 2000 auf dem Gelände des Campus 21 in Brunn am Gebirge ein zweites Mal erfolgreich umgesetzt.

Am Anfang des Manhattan stand die Idee eine multifunktionelle Fitness-und Freizeitanlage nach amerikanischem Vorbild zu verwirklichen. Das Angebot umfasst großzügige Trainingsflächen, Entspannungsbereiche, integrierte Sauna-und Badelandschaften, leistungsdiagnostische und ärztliche Betreuung sowie kundenfreundliche Öffnungszeiten.

Die Manhattan Fitnessanlagen werden als Clubs geführt und unterstützen mit ihrem hochwertigen und vielfältigen Dienstleistungsangebot alle Mitglieder auf ihrem Weg zu Gesundheit, Spaß und Wohlbefinden. Als eines der führenden Unternehmen der Fitnessbranche und durch das langjährige Know-how in den Bereichen Fitness, Medizin und Gesundheit entwickelt Manhattan Fitness richtungsweisende Konzepte, berät und betreut die Kunden immer individuell und fördert dadurch nachhaltig die Entwicklung eines gesunden Lebensstils. Weitere Informationen unter <http://www.manhattan.at>.

## Zwtl.: Über Zum goldenen Hirschen

Zum goldenen Hirschen wurde 1995 in Hamburg gegründet und gehört laut Umfragen des Handelsblatts unter Marketingentscheidern zu den besten und kreativsten Kommunikationsagenturen Deutschlands. Aktuell arbeiten rund 280 Mitarbeiter an den Standorten Berlin, Hamburg, Köln, München, Stuttgart, Frankfurt, New York und seit 2013 auch in Wien, wo die Mehrheitseigentümer **Gerhard Martinek**, **Alexander Zelmanovics** und **Stefan Pagitz** die Agentur leiten. Zum goldenen Hirschen betreut ein Etatvolumen von über 150 Mio. Euro. Integrierte Campaigning-Teams aus Strategie-, Werbe-, PR- und Online-Experten decken das gesamte Feld der Kommunikation ab und entwickeln zielgenaue kreative Lösungen von hoher persönlicher und öffentlicher Relevanz. Das Spektrum der über 40 Kunden reicht von Hapag-Lloyd-Kreuzfahrten, Konsumgüterherstellern wie Ferrero (nutella, kinder Überraschung, kinder joy) und Pernod Ricard (alle Marken) über Handelsketten wie Metro (real, -), Finanzdienstleister wie Berenberg in Deutschland und Generali in Österreich, Medienkunden wie den Axel Springer Verlag, Energieversorger wie RheinEnergie bis hin zu Verbänden wie dem Börsenverein des deutschen Buchhandels und institutionellen Kunden wie dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales und dem Staatsministerium Baden-Württemberg.

~  
Credits

Kunde:	Manhattan Fitness
Auftraggeber:	Tanja Cerny, Dennis Felsing
Agentur:	Zum Goldenen Hirschen
Strategie:	Stefan Pagitz
Beratung:	Gerhard Martinek, Katrin Miletich
Creative Direction:	Alexander Zelmanovics
Art Direction:	Hannes Böker
Text:	M. Alexander Trybus
Grafik:	Simon Pointner
Fotografie und PP:	Staudinger Franke GmbH

~

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung.

Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website unter [http:// www.leisure.at](http://www.leisure.at). (Schluss)