Vivo präsentiert Kampagne „My Time, My FIFA World Cup" für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018™

Vivos neue Werbekampagne ist eine Inspiration für alle, den entscheidenden Moment auf der größten Bühne der Welt einzufangen – bei der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Russland 2018

BEIJING, 24. Mai 2018 /PRNewswire/ -- Vivo, der offizielle Smartphone-Sponsor der FIFA Fußball-WM 2018 in Russland hat heute eine brandneue globale Kampagne unter dem Titel *„My Time, My FIFA World Cup"* im Olympic Forest Park von Beijing lanciert. Die Kampagne umfasst Werbespots, und spezielle Marketingaktionen für Musik und Fotografie. Dazu gehören das Programm Vivo Super Fan Photographer, das für Fans einen bisher noch nie dagewesenen Zugang zum Spielfeldrand, zum Stadion und zu Aufwärmtrainings öffnet, und das Projekt Vivo Super Time, das die Fanerfahrung während der Performance-Einlagen bei der FIFA Fußball-WM zu einem großartigen Erlebnis machen wird.

My Time, My FIFA World Cup
Die thematische Kampagne vertritt die Überzeugung, dass jeder außergewöhnlich sein kann, und sie fordert Menschen auf dem gesamten Globus auf, die Momente mit einer Chance zu ergreifen, um in ihrem Leben Außergewöhnliches zu vollbringen. Vivo will damit den Menschen bewusst machen, dass sie mehr sein können als lediglich Zuschauer bei der FIFA Fußball-WM, nämlich Beteiligte und Gestalter, damit außergewöhnliche Momente gesehen, geteilt und gemeinsam erinnert werden können.

Bei der Vorstellung der Kampagne sagte Deng Li, Brand Vice President von Vivo: „*Camera & Music* sind nicht nur Teil der Marken-DNA von Vivo, sondern auch zwei entscheidende Wege, über die Menschen mithilfe ihrer Smartphones außergewöhnliche Momente in ihrem Leben intensiv erfahren, einfangen und teilen können. Bei der diesjährigen FIFA Fußball-WM wird Vivo diese beiden Elemente und unsere innovativen Technologien gezielt einsetzen, um mit den Fans das Motto *„My Time, My FIFA World Cup"* mit Leben zu erfüllen.

Ein starbesetztes Aufgebot: Vivo Super Fan Photographers
Bei der Lancierung kündigte Vivo das Programm Vivo Super Fan Photographers an, das Fußballfans, Konsumenten und besondere Gäste rekrutiert, die sich für Fotografie begeistern und an den FIFA Fußball-Weltmeisterschaften 2018, 2022 teilnehmen werden, um außergewöhnliche Momente mittels eines beispiellosen Zugangs aus nächster Nähe zu dokumentieren.

Der FIFA WM-Gewinner von 1994 und legendäre Fußballstar Bebeto und der ehemalige holländische Nationalspieler und 1987 mit dem Ballon d'Or ausgezeichnete Ruud Gullit hatten einen besonderen Auftritt, um das FIFA-Zertifikat zur Bestätigung mit den Vertretern von Vivo Super Fan Photographers anzunehmen. Bebeto erklärte: „Der Torjubel-Tanz für meinen neugeborenen Sohn bei der Fußball-WM 1994 war mein außergewöhnlichster Moment. Ich freue mich auf die Vivo Super Fans, die die großartigen Augenblicke dieser Fußball-Weltmeisterschaft einfangen und mit der ganzen Welt teilen werden." Gullit fügte hinzu: „Ein Tor während des Turniers 1990 zu schießen, war mein außergewöhnlichster Moment bei der WM, und da auch bei dieser Weltmeisterschaft einige der besten Spieler der Welt beteiligt sind, wird sie – wie alle anderen auch – zweifellos wirklich spektakuläre und unvergessliche Augenblicke bieten."

Das 128 Teilnehmer starke Aufgebot von Vivo Super Fan Photographers für die FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Russland 2018 wird hochkarätig besetzt sein. Teilnehmer sind nicht nur Fußballfans und Konsumenten, sondern auch Prominente, führende Influencer aus den sozialen Medien, Medienpartner und wichtige Meinungsmacher aus aller Welt. Im Vorfeld jedes Fußballspiels werden die Vivo Super Fan Photographers mit einem Vivo-Smartphone ausgestattet und erhalten besonderen Zugang zum Spielfeldrand und im Stadion, um exklusive Inhalte wie die Aufwärmphasen vor dem Spiel zu erfassen und mit der Welt zu teilen.

Deng ergänzte: „Wir sind sehr gespannt darauf, dieses Programm vor der FIFA Weltmeisterschaft zu starten. Wir freuen uns, den Vivo Super Fan Photographers unsere neuesten und innovativsten Produkte zur Verfügung zu stellen und ihnen optimale Möglichkeiten an die Hand zu geben, um außergewöhnliche Momente aufzunehmen und weltweit zu teilen. Wir wollen die Einbindung der Fans auf das nächste Niveau heben, damit sie sich intensiv engagieren und teilhaben können – als Teil des Sponsorings von Vivo bei der FIFA Weltmeisterschaft."

Ein Feuerwerk der Musik: Vivo Super Time
Im Rahmen der Kampagne wird Vivo auch das Projekt Vivo Super Time ins Leben rufen, bei dem eine Reihe einzigartiger musikbezogener Aktivitäten während des Turniers stattfinden wird, unter anderem die Vivo Super DJ Show bei allen 64 Spielen, die Fußballfans und Musikfreunde auf dem gesamten Globus verbinden wird.

Ein Höhepunkt wird die Show beim Endspiel der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™ am 15. Juli, bei dem Vivo einen speziellen Vivo Super Time Moment während der Performance des offiziellen WM-Songs kreieren wird. Es ist das erste Mal, dass die FIFA einen Sponsor einlädt, sich an der Präsentation der offiziellen Songperformance während der Show beim WM-Finale zu beteiligen.

„Das Projekt Vivo Super Time hat das Ziel, alle Beteiligten einzubeziehen und bei der diesjährigen FIFA Weltmeisterschaft gemeinsam einen historischen Moment zu erschaffen", fügte Deng hinzu.

2018 FIFA Word Cup Russia™ - V9 Blue, limitierte Edition
Darüber hinaus hat Vivo zur Feier der Sponsorenpartnerschaft außerdem eine limitierte Edition unter der Bezeichnung 2018 FIFA World Cup Russia™ V9 Blue herausgebracht. Angetrieben von einem Qualcomm Snapdragon 626 Achtkern-Prozessor mit 4 GB RAM läuft auf der 2018 FIFA World Cup Russia™ V9 Blue limitierten Edition das neueste Betriebssystem Android 8.1. Das Smartphone ist mit einem FullView™-Display ausgestattet, das ein Bildschirm-zu-Körper-Verhältnis von 90 % bietet. Dadurch kann der Nutzer eine immense Multi-Screen-Zuschauererfahrung genießen.

Außerdem wird zur Würdigung des Sponsorings von Vivo im Hauptsitz der FIFA in Zürich (Schweiz) ein Vivo Smartphone der limitierten Edition verewigt. Dies wird das bisher erste Smartphone einer limitierten Edition sein, das in die prestigeträchtige Sammlung mit bedeutenden Artefakten und Erinnerungsstücken aufgenommen wird, die von der Wandlung des Fußballs in eine globale Kultur erzählen.

Franck Guignery, Head of Sales bei der FIFA, erklärte: „Neben ihrem Beitrag, die Weltmeisterschaft für Fans auf kreative Weise außergewöhnlich zu machen, lässt Vivo den Geist der Jugend lebendig werden, genauso wie die glühende Passion der FIFA. Jetzt, da die WM 2018 vor den Türen steht, freuen wir uns ganz besonders darauf, mehr unvergessliche Momente für Menschen auf der ganzen Welt gemeinsam zu gestalten."

Hinweis für Redakteure:

Als globale Marke mit Fokus auf begeisterungsfähige, junge Konsumenten hat Vivo 2017 eine sechsjährige Sponsorenvereinbarung mit der FIFA unterzeichnet, die bis zum Jahr 2022 laufen wird und das Sponsoring der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft 2018 und 2022 sowie des FIFA Konföderationen-Pokals umfasst.

Informationen zu Vivo
Als globale Smartphone-Marke, die sich auf perfekte Soundqualität und ultimative Fotografie mithilfe fortschrittlichster Technologie fokussiert, entwickelt Vivo innovative und stylische Produkte für junge Leute. Mittlerweile hat das Unternehmen über zweihundert Millionen Nutzer gewonnen und ist eine der beliebtesten Marken bei jungen Menschen in der ganzen Welt. Als ein offizieller Sponsor der FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™, glaubt Vivo daran, dass die Ermutigung junger Menschen zur Selbstentfaltung und zu einer Lebensweise voller Energie von großer Bedeutung ist.

Weitere Informationen zu unseren innovativen Smartphones findet man unter www.vivo.com.

Medienkontakt:
Kavi Saglani
kavi.saglani@octagon.com