



## **Die Kommunikationsagentur brands and emotions bringt das MasterCard® Priceless® Cities Programm nach München**

**Seit Freitag, 12. September 2014, steht München mit Metropolen wie Paris, Moskau, New York, Sydney und Rom auf Augenhöhe. Unter der Federführung der Münchner Kommunikationsagentur brands and emotions, hat MasterCard sein globales MasterCard® Priceless® Cities Programm um Deutschland erweitert und die Landeshauptstadt München als erste deutsche Priceless City ausgewählt. Das Programm ermöglicht es MasterCard® Karteninhabern, München ganz neu zu erleben. Die Kommunikationsexperten von brands and emotions unterstützten MasterCard bei der Vorstellung seines Programms auf der Kult(ur)Nacht „Nachtschwärmer“.**

*München, 19. September 2014* – Die ersten Millionenstädte des MasterCard® Priceless® Cities Programms waren New York und London im Jahr 2011 – es folgten weitere Hotspots mit Metropolen wie: Miami, Peking, Stockholm und Rom. Mit Hilfe der Agentur brands and emotions gliedert sich jetzt auch die bayerische Landeshauptstadt München in die Reihe dieser Weltstädte ein, die MasterCard® Karteninhabern exklusive Vorteile verschafft. Den Kunden wird mit dem auf jede Metropole speziell zugeschnittene Programm und der entsprechenden Kampagne das Schönste, was eine Stadt zu bieten hat, aus einer ganz neuen Perspektive gezeigt. Sie erhalten Zugang zu begehrten Veranstaltungen oder Sportereignissen, Privatführungen in Museen sowie limitierte Angebote in Hotels oder Top-Restaurants, beim Shopping oder für ausgewählte Events.

In allen MasterCard® Priceless® Cities bietet das Programm den Kunden exklusiven Vorteile in vier Kategorien an: Genießen, Reisen, Erleben, Shoppen. Die Erlebnisse und Angebote in München stehen MasterCard® Karteninhabern immer aktuell auf [Priceless.com/Munich](http://Priceless.com/Munich) zur Verfügung. Beispielsweise ist ein exklusiver Besuch im „Esszimmer by Käfer in der BMW Welt“ verfügbar, bei dem MasterCard® Kunden Sternekoch Bobby Bräuer bei der Zubereitung des Abendessens über die Schulter schauen können. Auch eine nächtliche Besichtigung des Ägyptischen Museums, bei der die geheimnisvollen Sarkophage im Mondschein bewundert werden können, winkt den MasterCard® Inhabern. Oder wie wäre es mit einem privaten Skitag in den Alpen mit der Weltcup-Siegerin Martina Ertl-Renz?

brands and emotions zählt MasterCard seit Anfang 2014 zu seinen Kunden. MasterCard Worldwide ist eine der größten internationalen Kreditkartengesellschaften, die in mehr als 210 Ländern das schnellste Zahlungsabwicklungsnetzwerk der Welt betreibt. Neben der Convenience des bargeldlosen Bezahls mit MasterCard® steht zunehmend die emotionale Kundenbindung und Markenpräferenz im Vordergrund. Das Priceless® Cities Programm stellt die Vorzüge für MasterCard® Karteninhaber in den Mittelpunkt und ist somit Bestandteil der globalen Markenstrategie und sinnvollen Evolution der Markenkommunikation. In München wurde es unter der Federführung von brands and emotions am Freitag, 12. September 2014, im Rahmen der Kult(ur)-Nacht "Nachtschwärmer" erstmalig vorgestellt. Unbezahlbare Erlebnisse und Priceless® Surprises erwarteten Kreditkartenkunden bei „Nachtschwärmer –



präsentiert von Priceless<sup>®</sup> Munich“ in München. Unter anderem Torwartlegende Sepp Maier, die original UEFA Champions League Trophy, ein Wiesn Styling mit Modell Rebecca Mir, eine typgerechte Shoppingberatung von Mode-Profi Peyman Amin und viele weitere exklusive Überraschungen.

Frank Kampp und Rüdiger Ohl, Geschäftsführer von brands and emotions, zeigen sich begeistert von der Einführung des Programms: „Als in München ansässige Agentur freuen wir uns sehr, MasterCard dabei zu unterstützen, das Priceless<sup>®</sup> Cities Konzept in unserer Stadt zu etablieren. Als erste Stadt in Deutschland wird die bayerische Landeshauptstadt in das Programm integriert und begibt sich damit auf Augenhöhe mit den großen Metropolen der Welt“.

**brands and emotions** ist eine international tätige, inhabergeführte Kommunikationsagentur, spezialisiert auf instrumentenunabhängige Kommunikation und deren strategische Entwicklung sowie professionelle Projektierung und Umsetzung. Einen Schwerpunkt stellt das Emotional Brand Boosting für nationale und internationale Marken sowie das Handling komplexer Kommunikationsprojekte dar. Die Agentur wurde 2011 gegründet, aktuell sind knapp 35 Mitarbeiter beschäftigt.

Die Gründer und Geschäftsführer von brands and emotions, Rüdiger Ohl und Frank Kampp, greifen auf ein langjähriges Agentur- und Konzern-Know-How zurück.

**Rüdiger Ohl** ist seit fast zwei Jahrzehnten erfolgreich in führenden Positionen im Marketing- und Kommunikationsbereich tätig und als Spezialist für die strategische Entwicklung und Umsetzung komplexer, internationaler Kommunikationsprojekte bekannt. Er greift auf eine langjährige Erfahrung als Key Account Manager und Geschäftsleitung für zahlreiche internationale Marken wie z.B. Mercedes-Benz, Payback, Coca-Cola, Deutsche Telekom bei der renommierten Agentur Schmidt und Kaiser GmbH zurück, wo er diverse Benchmarkprojekte im Markt wie z.B. die Laureus World Sports Awards, das Mercedes-Benz Fußball Nationalmannschaftsengagement und den Einstieg in den Fashion-Bereich und diverse Fahrzeug Markteinführungen sowie Olympia-, WM- und EM-Aktivierungen verantwortete und entscheidend mitprägte. Außerdem war er drei Jahre Geschäftsführender Gesellschafter und Mitbegründer der Agentur Ledavi und entwickelte in dieser Zeit die innovative, globale Kommunikationsplattform Audi Cup. 2011 gründete er brands and emotions gemeinsam mit Frank Kampp mit dem Ziel, das umfangreiche Know-How über das Handling komplexer Kommunikationsprojekte in ein neues Agenturmodell zu überführen. Die von ihm betreuten/verantworteten Projekte Laureus World Sports Award (2001), Payback Olympia Aktivierung (2004), Mercedes-Benz Fashion Engagement (2006), Deutsche Telekom FC Bayern München (2007), Laureus Sport for Good (2008), Audi Cup (2009) und Audi FC Bayern Basketball (2011) wurden mit dem begehrten Internationalen Sponsoring Award ausgezeichnet.

**Frank Kampp** arbeitet bereits seit 18 Jahren erfolgreich in richtungsweisenden Bereichen der Marketing-, Sportmarketing- und Kommunikationsbranche. Während seiner Zeit bei der AUDI AG war er als Sponsoring-Manager tätig und entwickelte u.a. die Kommunikations- und Experience-Plattformen für die 24-Stunden-Rennen von Le Mans, den Ski Weltcup Kitzbühel und den Audi quattro Cup. Als Marketingleiter der Stadt München verantwortete er die gesamten lokalen Aktivitäten anlässlich der Fußball Weltmeisterschaft 2006, vom FIFA Fan-Fest bis zur neu entwickelten Kommunikationskampagne der Landeshauptstadt. Mit der von ihm gegründeten und geführten Agentur Die\_Favoriten Zwei etablierte er erfolgreiche For-



mate im Sponsoring- und Eventbereich für Automobil und Konsumgüter. Als Geschäftsführer von brands and emotions war er u.a. maßgeblich beteiligt an der Umsetzung des Audi Cups und arbeitete für die Volkswagen Group RUS während der Olympischen Winterspiele in Sotchi 2014. Einige von ihm betreute Projekte wurden mit dem begehrten Internationalen Sponsoring Award ausgezeichnet.

Weitere Informationen unter: [www.brandsandemotions.com](http://www.brandsandemotions.com)

FUCHS PR & CONSULTING  
Bahnhofstraße 18  
87435 Kempten  
0831-512 910-0  
[info@fuchspr.de](mailto:info@fuchspr.de); [www.fuchspr.de](http://www.fuchspr.de)