



PERSBERICHT

Uniekaas lanceert nieuw 'Tjezi' merk met unieke 'emoticon' campagne.

Door MobGen ontwikkelde campagne is primeur; eerste keer ter wereld dat 'emoticons' worden gebruikt voor lancering van een merk.

Amsterdam, 2 september, 2011

Uniekaas lanceert vandaag een nieuw merk; Tjezi!

Tjezi is een collectie van kaasproducten speciaal ontwikkeld voor teeners en 'pre-teens'. Onder het merk brengt Uniekaas kaasplakken (in jong belegen en pizza smaak) en verrassende kaassnacks (mozzarella strings in twee varianten en dippers). De producten zijn 100% natuurlijk en bevatten essentiële bouwstenen zoals proteïne, calcium en extra vitamine D.

Tjezi wordt met een unieke digitale campagne geïntroduceerd bij de doelgroep jongeren. Vanaf deze week brengt Uniekaas een groot aantal 'Tjezi emoticon characters' in omloop via MSN. Een basis-selectie van de emoticons kan direct 'gratis' worden gebruikt. Een set met 'special editions' kunnen worden gespaard op de website (www.tjezi.com). De benodigde spaarcodes zitten in alle Tjezi verpakkingen. Bij voldoende gespaarde codes, wordt een uniek MSN pakket met de 'special editions' beschikbaar gesteld.

"Het is de eerste keer dat een merk gebruik maakt van emoticons voor een nieuwe introductie. De Tjezi emoticons zijn erg grappig en we verwachten dat kinderen ze graag bij chats zullen gaan gebruiken. Het lijkt ons een prachtige manier om als





jongerenmerk deel uit te gaan maken van de conversatie en interactie van kids" aldus Willem-Jan Rote, Managing Partner van Uniekaas.

Naast 'emoticons' wordt Tjiezi ondersteund met een uitgebreide social media-, digitale- en mobiele campagne. De MSN activiteiten worden ondersteund met e-mailing (naar 1,5 miljoen MSN gebruikers) en speciale online promotiepakketten. Op www.tjiezi.com biedt het merk verder een tweetal casual games ('pizzamaker' en 'Tjiezi vs. Robomice'), een digitaal emoticon spaarboek, mogelijkheid de gespaarde emoticons te 'posten' op Facebook en Hyves, rankings (te delen via Facebook) en nog veel meer.

Onder dezelfde url biedt Tjiezi vanaf smartphones ook een mobiele website met Tjiezi ringtones en wallpapers. In de Apple App store zijn een tweetal Tjiezi apps gratis te downloaden:

- Talking Tjiezi (een Talking Carl-achtige app).
- DJ Tjiezi (waar gebruikers eigen soundtracks kunnen maken en 'posten' via Facebook).

Traditionele media worden ingezet voor de verdere ondersteuning van het merk.

Deze activiteiten bestaan uit:

- Interbest outdoor palen (gedurende laatste week augustus / eerste week september)
- TV billboardage op SBS en Nickelodeon
- Advertenties in Telegraaf (gericht op ouders)

Het campagne concept is ontwikkeld door MobGen (www.mobgen.com), een full-service digital/mobile marketing agency. MobGen is ook verantwoordelijk voor de executie van alle digitale en 'traditionele' campagne elementen.

"We zijn erg trots dat Uniekaas ons voor de lancering van Tjiezi heeft geselecteerd.





We hebben samen met het Uniekaas team een zeer doelgroep specifieke aanpak gerealiseerd, waarbij inzet van social-media (MSN, Facebook en Hyves), online-media en mobiele-media centraal staan. Daarbij is de inzet van branded emoticons volstrekt nieuw", zegt Ron Vrijmoet, Managing Partner van MobGen.

Na de lancering van Tjezi in Nederland deze maand, volgt in het vierde kwartaal de introductie van het merk in China. Introductie van Tjezi in Rusland staat voor het eerste kwartaal van 2012 gepland. Ook deze introducties zullen door MobGen worden verzorgd.

[Download hier de Tjezi perskit](#)

Over Tjezi (www.tjezi.com)

Tjezi is het nieuwe, gezonde funmerk van Uniekaas. Uniekaas is het oudste en bekendste kaasmerk van Nederland met een breed assortiment aan merken als Uniekaas, Parrano en Tjezi. Uniekaas is een onafhankelijke, particuliere, sterk marketing-sales georiënteerde onderneming die wereldwijd actief is, o.a in Nederland, Rusland en de Verenigde Staten. Zie voor meer informatie www.tjezi.com.

Over Mobile Generation (www.mobgen.com)

MobGen is een toonaangevend 'full service' mobile marketing agency. MobGen's team biedt een unieke combinatie van 14+ jaar ervaring met mobiele technologie en 20+ jaar ervaring in media en marketing. MobGen helpt adverteerders, uitgevers, omroepen en andere organisaties om mobiele toestellen (tablets zoals de iPad en smartphones) te gebruiken als een effectief marketing & interactie kanaal.

De diensten van MobGen bestaan onder meer uit: strategie consultancy, conceptontwikkeling & productie van (mobiele) websites en mobiele applicaties, opzetten van een "mobile community", messaging interactie programma's &





promoties, het plannen, inkopen en analyseren van mobiele media campagnes, mobile interaction onderzoek, (mobile) social network campagnes en (mobile) "search engine optimization".

MobGen is onder meer werkzaam voor Shell International, ABNAMRO, Vodafone, Unibet, General Motors, Heinz, Redevco, DirckIII, Bloemenbureau Holland en Heineken.

Volg MobGen @ [Twitter](#), [Facebook](#) & [LinkedIn](#).

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:
Huub Terpstra, interim project & marketing manager Uniekaas
0651390543 of h.terpstra@uniekaas.nl

Ron Vrijmoet, Managing Partner, Mobile Generation.
+31(0)650462637 of ron@mobgen.com | www.mobgen.com

[Download hier de MobGen perskit](#)

