



Berlin, den 21.03.2011

## **ZEHA Berlin launcht Sneaker-Kollektion IDEAL über friendticker**

*Erste Produkteinführung via Location-based-Service*

ZEHA Berlin bringt die urbane Sneaker-Kollektion **IDEAL** auf den Markt und setzt auf eine mobile Marketingkampagne mit dem Location-based-Service friendticker.

Die Sneaker-Kollektion IDEAL im *Used Look*, in vier verschiedenen Modellen und elf Trendfarben ist in den Stores von ZEHA Berlin und im eigenen [Online Shop](#) erhältlich. Nutzer der friendticker App können ab sofort wöchentlich ein Paar Sneakers der IDEAL Kollektion gewinnen. Alles was sie dazu tun müssen ist, sich per iPhone oder Android Smartphone in einem ZEHA Berlin Store mit dem Shout (Kommentar) „IDEAL“ einzuchecken. Die User mit den meisten Check-Ins haben die Chance auf ein Paar der neuen IDEAL Sneakers von ZEHA Berlin. Im dazugehörigen [Video](#) werden die Teilnahmebedingungen noch einmal genauer erklärt.

Die Kooperation von ZEHA Berlin und friendticker besteht bereits seit Anfang 2011. Im Januar gingen sie gemeinsam auf virtuelle Zeitreise ([berlin.de](#) berichtete). Aufgrund des großen Erfolges etablieren sie nun die erste Produkteinführung via Location-based-Services. friendticker gibt hiermit den Startschuss zum Launch der neuen IDEAL Kollektion.

Am 23. März 2011 liefern ZEHA Berlin und friendticker auf dem 19. Berliner Twittwoch unter dem Titel [„Fashion meets Location –based- Services“](#) zudem interessante Insights zur ersten gemeinsamen Kampagne Anfang dieses Jahres.

## **IDEAL**

Sieben Jahre nachdem ZEHA Berlin die erste legendäre retro-orientierte Sneaker-Kollektion der [Streetwear-Linie](#) auf den Markt brachte, folgt nun die zweite, eigenständige Sneaker-Kollektion. Anders als bei der Streetwear-Reihe existierte diesmal keine Retro-Vorlage an der man sich orientierte, vielmehr wurde das Designteam von ZEHA Berlin vom urbanen Style Berliner Großstädter inspiriert. Ein Hauch 80s on top - und der Sneaker IDEAL war geboren. Dementsprechend sind die Sneakers sowohl in einer flachen als auch in einer knöchelhohen Variante verfügbar.

Die [IDEAL Kollektion](#) besteht aus vier Modellen in elf urbanen Trendfarben. Die Farbgebung einer Großstadt wie Berlin spiegelt sich in den Farbkombinationen der Sneakers wider. Die Sneakers zeichnen sich optisch durch ein sportliches und dennoch elegantes Design aus. Durch die Verwendung einer speziellen Wachstechnik entsteht der moderne Vintage-Look des Schuhs. Die innovativen Druck- und Klettverschlüsse der knöchelhohen Modelle geben den Sneakers ihr eigenwilliges und individuelles Design. Aufgrund des hochwertigen Leders lässt sich der IDEAL Sneaker sowohl zu legeren als auch zu festlichen Anlässen kombinieren.

Die Schuhe zeichnen sich besonders durch die präzise Verarbeitung der verwendeten Materialien aus. Auch die Modelle der IDEAL Kollektion sind ZEHA Berlin-typisch sowohl von innen als auch von außen aus Leder gefertigt. Dies sorgt für einen außergewöhnlichen Tragekomfort und ein perfektes Fußklima. Die abriebfeste Gummisohle fördert zudem die lange Lebensdauer der Schuhe. Der Preis bewegt sich, je nach Modell, zwischen VK 120€ -140€.

## Über ZEHA Berlin

### Kurzinfo

Ursprünglich wollten sie lediglich den „Schuh ihrer Jugend“ wieder aufleben lassen. 2002 erwarben Torsten Heine und Alexander Barré deshalb die Markenrechte der insolventen Sportschuhfabrik Zeha und produzierten erste Modelle ihrer Streetwear-Kollektion. Heute, 9 Jahre später, werden in vier ZEHA Berlin Shops in den Trendbezirken Berlins und im eigenen Online Shop die Modelle der *Streetwear*, *Carl Häßner* und *Urban Classics* Kollektionen vertrieben. Im Frühjahr 2011 wird das bestehende Sortiment um die urbanen Sneakers Modelle der *IDEAL* Kollektion erweitert. Auch zu finden unter [www.zeha-berlin.de](http://www.zeha-berlin.de)

### Detail Info

ZEHA wurde 1897 im thüringischen Weida von Carl Häßner gegründet und produzierte bis Ende der 90er Jahre Sportschuhe, auch für Nischensportarten wie Fechten, Rudern etc. ZEHA avancierte in den 50er und 60er Jahren zur Kult-Sportartikelmarke der DDR und stattete WMs und Olympiaden weltweit aus.

Mit der Wende kam der Konkurs. 2002 erwarben Heine und Barré die Markenrechte und verhalfen der in Vergessenheit geratenen Schuhmarke aus deutschem Lande zu einem fulminanten Comeback.

Ursprünglich wollten die beiden Designer (und ehemaligen Hochleistungssportler) lediglich eine kleine Auflage des "Schuhs ihrer Jugend" wiederbeleben. Das Interesse war jedoch so groß, dass sich daraus die Marke ZEHA Berlin entwickelte.

Inzwischen gibt es in Berlin vier Shops der Trendmarke, in denen zum einen die Originalmodelle der 50er und 60er Jahre unter dem Namen "[Streetwear](#)" und "[Carl Häßner](#)" und zum anderen die Premium-Kollektion "[Urban Classics](#)" verkauft werden. Ab März können zudem Samples, Einzelteile, Musterkollektionen, Prototypen und Modelle vorheriger Saisons im ZEHA Berlin [Outlet Store](#) erworben werden.

ZEHA Berlin steht somit nicht nur für Tradition und hochwertige Qualität, sondern für eine *Markengeschichte made in Germany*. Alle Schuhe werden ausschließlich in Europa produziert, denn die Themen Nachhaltigkeit und sozialgerechtes Arbeiten sind Heine und Barré mindestens genauso wichtig wie der perfekte Schuh.

In Zukunft wird ZEHA Berlin ebenso die Kooperation mit in Berlin ansässigen Firmen vorantreiben, so besteht bereits eine Zusammenarbeit mit der Berliner Marke "[SOX IN A BOX](#)" und eine große Aufmerksamkeitskampagne mit der Berliner Anbieter für Location-based-Services "[freundticker](#)".



## Über freundticker

freundticker ist eine Kombination aus Social Network, Geolocation-Dienst und Echtzeitsuche, die sowohl über das stationäre Internet als auch über Smartphones wie das iPhone oder Android-Geräte nutzbar ist. Für Unternehmen und Werbetreibende stellt die Anwendung eine mobile Marketingplattform dar, die es ihnen ermöglicht, Kampagnen direkt für die Zielgruppen anzupassen und am Point of Demand mit Kunden zu interagieren.

Große Unternehmen und Brands wie Coca Cola, L'Oréal, Zalando oder Mr. Spex profitieren bereits von dem mobilen und individuell gestaltbaren Marketingkanal, den der Location Based Service bietet.

friendticker belohnt Check-Ins der Nutzer mit so genannten ITEMS. Diese virtuellen Güter repräsentieren in Abhängigkeit der Location reale Produkte, welche User ab einer bestimmten Summe erhalten. Die Auswahl der Güter ist den Werbern und Marketingverantwortlichen überlassen, die das zur Unternehmenskommunikation optimal passende Produkt wählen können.

friendticker ist ein Service der servtag GmbH - gegründet wurde das Unternehmen 2008 von Martin Pischke, Dr. Florian Resatsch und Uwe Sandner in Berlin.

## **ZEHA Berlin im Netz**

*Website & Online Shop*

<http://www.zeha-berlin.de>  
<http://www.zeha-shop.de/>

## **ZEHA Berlin Social**

*Blog*

<http://zeha-berlin.posterous.com/>

*Bilder*

<http://www.flickr.com/photos/zehaberlin/>

*Profile*

<http://twitter.com/ZehaBerlin>  
<http://www.facebook.com/ZehaBerlin>  
<http://www.mister-wong.de/user/ZehaBerlin/>

### **ZEHA Berlin AG**

Pressekontakt

Jeannine Bahrke

E-Mail: [jeannine.bahrke@zeha-berlin.de](mailto:jeannine.bahrke@zeha-berlin.de)

Tel.: +4930 44 0172 14

Fax.: +4930 44 0172 15

Mobil: +49176 703643449

### **friendticker**

Pressekontakt

Philipp von Roeder

E-Mail: [pvr@friendticker.de](mailto:pvr@friendticker.de)

Tel.: +4930 6920399-22

Fax.: +4930 6920399-29

Mobil: +49172 6897499

Heinrich-Roller-Str. 28

10405 Berlin, Deutschland

[www.friendticker.de](http://www.friendticker.de)