

extraordinary communication insights by

zoom

6,90EUR/USD · 8,50CHF

mg zing

FROM SHAVER BRAND
TO LIFESTYLE HERO
THE REJUVENATION
OF A TUNING BRAND
ENLIGHTENING THE GLOBE
WITH ACTION SPORTS
PHOTOGRAPHY
THE BIRTH OF AN ALPINE
ADVENTURE RACE
A SHOT OF PASSION FOR A
TRADITIONAL BRAND



0 436226 884800

*aa 1e.



Los Angeles **CONTACT** Fuschl am See

zoom productions inc	zoom productions gmbh
2423 ocean ave . venice . CA 90291	Felderstrasse 12 . 5330 Fuschl am See
phone: +1-310-439-9700	phone: +43-6226-8848-0
www.zoomproductions.us	www.zoom.at

34°03'N 118°15'W **COORDINATES** 47° 48' N, 13° 18' 0

California **STATE** Salzburg

1,301.970km2 **AREA** 21.4km2

71m **ELEVATION** 669m

3,792,621 **POPULATION** 1,460

3,000 h/y **SUNSHINE** 1,800 h/y

0 inches **AVERAGE SNOWFALL** 152.32 inches

California roll **LOCAL CUISINE** Kaiserschmarren



IMPRINT

Brought to you by:

zoom productions GmbH
Felderstrasse 12
5330 Fuschl am See
Austria
tel +43 (0) 6226 8848-0
office@zoom.at

zoom productions inc.
2423 Ocean Ave.
Venice, CA 90291
USA
phone: +1 310 439 9700
office@zoomproductions.us

Chief mechanics:
Niki Grill, Ulrich Grill

Captain creative:
Thomas Purwitzer

Project sergeant:
Sebastian Vogl

Wordsmiths: Susanne Schiendorfer, Matthew Rycroft, Tarquin Cooper

Lost in translation:
Susanne Schiendorfer

Graphic gods: Gregor Sams, Alexandra Teufl, Thomas Purwitzer, Waltraud Maderegger, Christian Mimler, Daniela Höllmüller

Photo editing whiz:
Michael Ramhardtter

Account acses: Astrid Berger, Rainer Plank, Nina Reschreiter, Max Korrak, Markus Wechselberger, Evelyn Winkler, Katrin Mayr, Gavin Stevens

Contributing graphic gurus:
Hera Kusyuniansari, Adam Lang,
Bill Kamphausen, Manuel Vivoda

Photography pros: Markus Berger, Leo Rosas, Cate Norian, David Robinson, Jennifer Aborn, Lukas Pilz, Marv Watson, Marc Schwarz

Event experts: Sandra Viertauer, Natalie de Maaier, Florian Holzinger, Alois Bickel

Media planning masters:
Julia Binder, Ian Boyle

Office officers: Manuela Kesinovic, Andrea Stiller

Web wizards: Hannes Maier, Andy Jörder, Johanna Temmel, Wolfgang Klopff

Print: Samson Druck GmbH



Niki & Ulrich Grill

EDITORIAL

WHERE WE ARE HEADED

Life is beautiful. It's a fantastic journey following our dreams and visions through time and space. Joined by a unique team, zoom has evolved from my humble set of photography skills to a place where innovative and disruptive ideas are created.

It's great to have clients and friends who are willing to trail-blaze new routes away from the beaten path. We are always trying to create something new and reinvent ourselves every day. Happy to be criticized, eager to improve, proud of our glory – that's us!

In the future, zoom will diversify and take up new challenges and opportunities. We are planning to launch a department specializing in the creation of online magazines and communities – very exciting! I'm particularly proud of one of our first projects, shaveyourstyle.com - have you already checked it out? However, now's the time to read past this editorial and enjoy our in-house zoom magazine, packed with interesting stories and insights from the past months!

2012 is bound to be another fantastic year and I hope to meet many of you face to face on my travels!

Good luck and stay tuned,

Ulrich Grill
Founder of zoom

Das Leben ist wundervoll. Es ist eine fantastische Reise durch Raum und Zeit, auf der wir unseren Visionen und Träumen folgen. Ausgehend von meinen Skills im Bereich Fotografie hat sich zoom im Laufe der Jahre dank eines einzigartigen Teams zu einer produktiven Ideenschmiede für Innovatives und Unerwartetes entwickelt.

Wir schätzen uns glücklich, Kunden und Freunde zu haben, die sich trauen, gemeinsam mit uns neue Wege fernab der ausgetretenen Pfade zu beschreiten. Unsere Mission ist es stets, etwas Neues zu schaffen und uns jeden Tag neu zu erfinden. Kritik ist für uns wichtig, um immer besser zu werden – wir sind stolz darauf, uns stets weiter zu entwickeln!

Unser nächster Schritt ist es, uns noch breiter aufzustellen und neue Herausforderungen und Möglichkeiten zu nutzen. Deshalb planen wir eine Abteilung, die auf die Kreation von Online-Magazinen und Communities spezialisiert ist – ziemlich aufregend! Eines unserer ersten Projekte ist shaveyourstyle.com, worauf ich ganz besonders stolz bin – habt ihr schon einen Blick darauf geworfen? Jetzt ist es aber erst mal Zeit, ans Ende dieses Editorials zu gelangen und sich in unser zoom-Magazin zu stürzen, das mit spannenden Stories und Insights aus den letzten Monaten vollgepackt ist!

2012 verspricht, ein besonders tolles Jahr zu werden, und ich hoffe, viele von euch auf meinen Reisen persönlich zu treffen!

Alles Gute und bis bald,

Ulrich Grill
Gründer zoom

CONTENTS



16



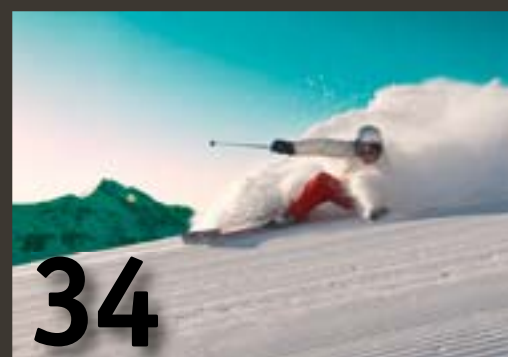
26



44



48



34



96



78



38



30



70



90



76



108



62

- editorial
- 3 WHERE WE ARE HEADED
- who is zoom
- 6 BEYOND THE ORDINARY
- meet the team
- 14 PEOPLE AT ZOOM
- procter & gamble
- 16 FROM SHAVER BRAND TO LIFESTYLE HERO
- client diversity
- 24 PRODUCTS GALORE
- dotz tuning wheels
- 26 THE REJUVENATION OF A TUNING BRAND
- hannes arch
- 30 AIMING FOR THE TOP
- fischer sports
- 34 A SHOT OF PASSION FOR A CLASSIC BRAND
- red bull illumine image quest
- 38 ENLIGHTENING THE GLOBE
- odlo
- 44 RUN FOR YOUR LIFE
- best shots of the year
- 48 DELICIOUS EYE CANDY
- client quotes
- 60 LETTERS TO THE EDITOR
- zanier sport
- 62 BECOMING THE HOTTEST GLOVE BRAND ON THE MOUNTAINS
- web projects
- 66 IN THE AGE OF WEB 2.0 & SOCIAL NETWORKING
- red bull x-alps
- 70 THE BIRTH OF AN ALPINE ADVENTURE RACE

- athlete activation
- 74 CREATING WORLD-CLASS BRANDS FOR WORLD-CLASS ATHLETES
- red bull photofiles
- 78 FEEDING THE WORLD WITH IMAGES
- youth trends
- 84 GET TO KNOW TODAY'S TRENDSETTERS AND STYLE PIONEERS
- print selection
- 86 PRESTIGIOUS PRINT PROJECTS
- braun battle of the year
- 90 TRANSFORMING THE UNOFFICIAL WORLD CHAMPIONSHIP OF BREAKDANCING
- shaveyourstyle.com
- 96 THE WORLD'S #1 BEARD STYLING MAGAZINE
- special interest
- 100 HITTING THE HEART OF YOUNG TARGET GROUPS
- puma
- 108 KEEP ON SURPRISING
- suunto
- 112 CONTENT PROVIDING WITH AN IMPACT
- zoom blog
- 114 THE ZOOM PAPARAZZI
- more clients
- 116 PROJECT PANORAMA
- highly recommended
- 118 READ, LISTEN, WATCH
- zoom ads
- 120 CLASSIFIEDS

BEYOND THE ORDINARY



WHO IS ZOOM?

As a communication agency focused on sports & youth lifestyle, we always strive to create something beyond the ordinary. Our mission is to be as unique as your brand - because we know that solutions outside the box make our clients stand out from the rest.

Authentic sports and lifestyle marketing with a youthful touch takes guts and passion. You need the courage to step off the beaten path and dare to be disruptive. The line between brilliant and boring is a fine one to young trendsetters and early adopters, which is why expertise and experience is essential to tip the balance and ensure your brand is on the right side.

In the past, we have pushed the boundaries for renowned international companies such as Braun, Red Bull, Puma, Nike and Suunto – and we're raring to redefine the limits for you!

Als Kommunikationsagentur mit einem Fokus auf Sport- und Jugendlifestyle entwickeln wir Ideen jenseits des Gewöhnlichen. Unsere Mission ist es, genauso einzigartig wie deine Marke zu sein – denn wir wissen, dass es innovative Lösungen abseits vom Mainstream sind, die unsere Kunden aus der Masse hervorheben.

Authentisches Sport- und Lifestylemarketing mit einem jungen Touch braucht Mumm und Leidenschaft. Es braucht Courage, sich von den ausgetretenen Pfaden zu entfernen und mit dem Bekannten zu brechen. Denn für junge Trendsetter und Early Adopters ist der Grat zwischen faszinierend und fade ein denkbar schmaler.

In der Vergangenheit haben wir die Grenzen für international renommierte Kunden wie Braun, Red Bull, Puma, Nike oder Suunto neu definiert – und wir warten nur darauf, für deine Marke ans Limit zu gehen!



360° SERVICES

As a full-service agency we give you the complete package. From print design to photo shoots and from website programming to event organization – we have the expertise, passion and energy it takes to compile a fully customized 360° solution for your brand.

Als Full Service Agentur bekommst du von uns das Gesamtpaket. Von Print-designs zu Fotoshootings und von Website-Programmierung zu Event-Organisation – wir haben sowohl die Expertise als auch die Passion und Energie, um maßgeschneiderte 360° Lösungen für deine Marke zu entwickeln.

- Brand Strategies
- Communication Concepts
- Viral Marketing Concepts
- Event Planning & Communication
- Special Interest Media Planning & Buying
- Content Providing
- Text, Editing & Translations
- Social Networking Strategies
- Print Solutions
- Multimedia Design
- Web & Application Programming
- Search Engine Optimization
- Photo/Film Productions



A selection of awards we have won



AMERICA



AUSTRIA

BACKSTAGE

Ever wondered where the ideas for your projects are born? These are the places! Well, some of them are also born during running, snowboarding or skateboarding, but that's a different story.

So come in and take a look around our humble homes! One home is located in the outdoor sports paradise of Fuschl am See, Austria, and the other is situated in the buzzing lifestyle hotspot of Los Angeles. Our agency buildings were designed by LA architect Mark Mack and provide us with the perfect breeding ground for ideas beyond the expected with open, modern and inspirational architecture. To keep our creativity flowing, we like to get a fresh perspective from the top of our in-house climbing wall, hold a mind-opening brainstorming session in our Pantan room, move things up a gear at the zoom BMX Dirt Park in Fuschl or quickly nip over to the next surfing spot, which is only five minutes away from our office in Venice Beach.

So to speak, our offices never sleep – so why don't you drop by sometime and see what's happening?



zoom US
Our office in the lifestyle
hotspot of Los Angeles, USA



Wenn du dich schon immer gefragt hast, wo die Ideen für unsere Projekte entstehen – genau hier! Na gut, einige davon entstehen auch beim Laufen, Snowboarden oder Skateboarden, aber das ist eine andere Geschichte.



Wanna see the "making of" our BMX dirt park? Scan the QR code with your phone and see us shovel!

Also: willkommen in unserem Zuhause. Genaugenommen haben wir sogar gleich zwei davon: eines im Outdoor-Paradies Fuschl am See in Österreich, das andere im pulsierenden Lifestyle-Hotspot Los Angeles. Beide sind offen, modern und inspirativ. Designt vom in LA ansässigen Architekten Mark Mack bieten uns unsere Agenturgebäude die perfekte Umgebung, um Ideen zu entwickeln, die über das Alltägliche hinausgehen.

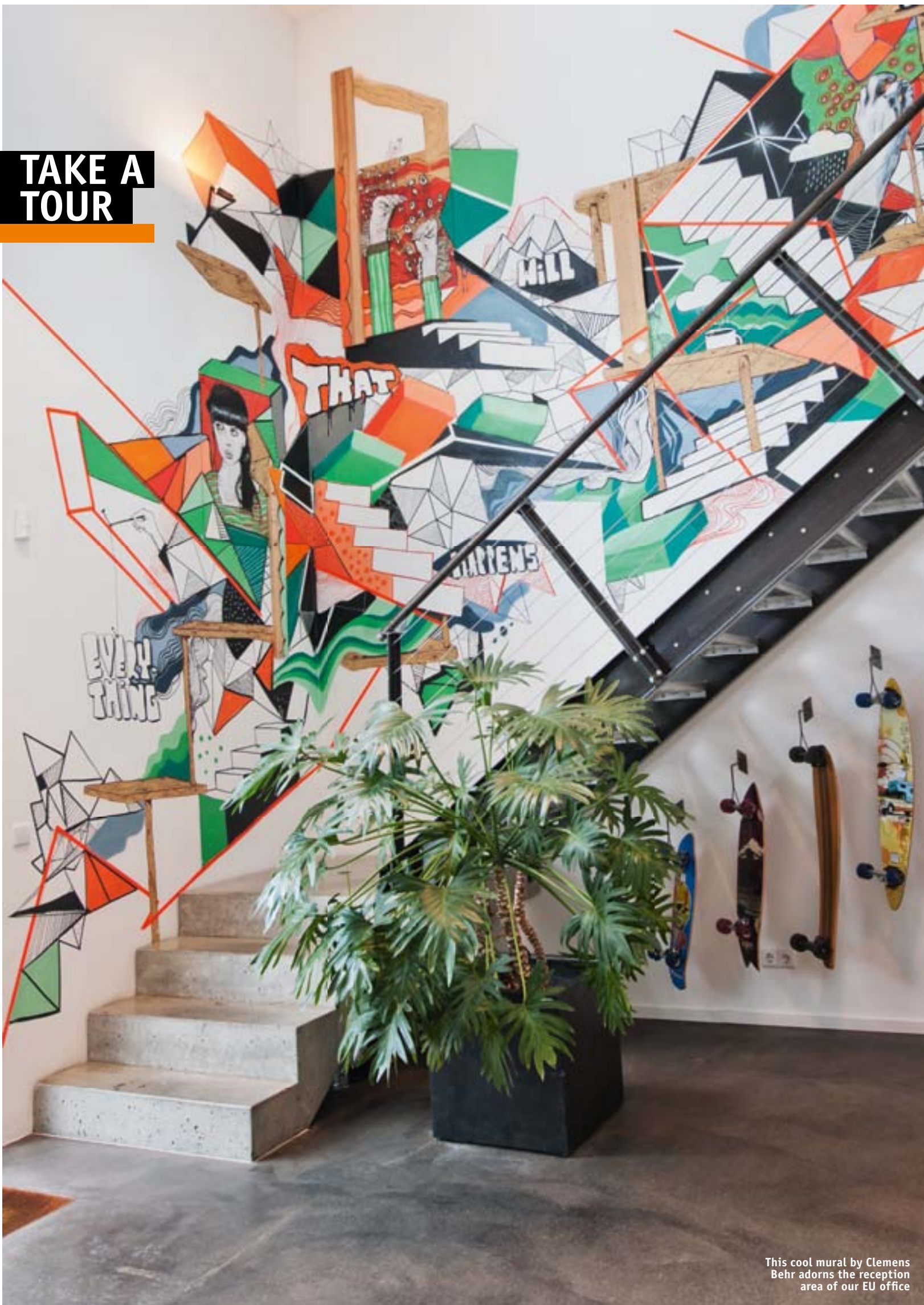
Um unserer Kreativität frische Impulse zu geben, holen wir uns gern von unserer Office-Kletterwand aus eine neue Perspektive, veranstalten in unserem Pantan-Raum ein psychedelisches Brainstorming, tanken ein bisschen Adrenalin im zoom-eigenen BMX Dirt Park in Fuschl oder machen einen schnellen Abstecher zum nächsten Surf-Spot, der nur fünf Minuten von unserem Office in Venice Beach entfernt ist.

In unseren Offices ist eigentlich immer etwas los – also warum schaust du nicht einfach mal bei uns vorbei uns machst dir selbst ein Bild davon, was heute bei uns auf dem Programm steht?

zoom EU
Our office in Fuschl, Austria with
climbing wall and BMX dirt park



TAKE A TOUR



This cool mural by Clemens Behr adorns the reception area of our EU office



While working on our many different projects, we like to be inspired by a creative atmosphere. There's a psychedelic Pantan room, lots of street graphics and other inspirational stuff to be discovered in our agency buildings in Fuschl and Venice – here's a small selection!

Bei unserer Arbeit lassen wir uns gern von einem kreativen Umfeld inspirieren. In unseren Agenturgebäuden in Fuschl und Venice gibt's einen psychedelischen Pantan-Raum, jede Menge Street Graphics und anderes Inspiratives zu entdecken – hier siehst du eine kleine Auswahl!



Painting by Barcelona-based artist Emil Kozak



Artwork by US designer Travis Millard



Our psychedelic Pantan room in Fuschl



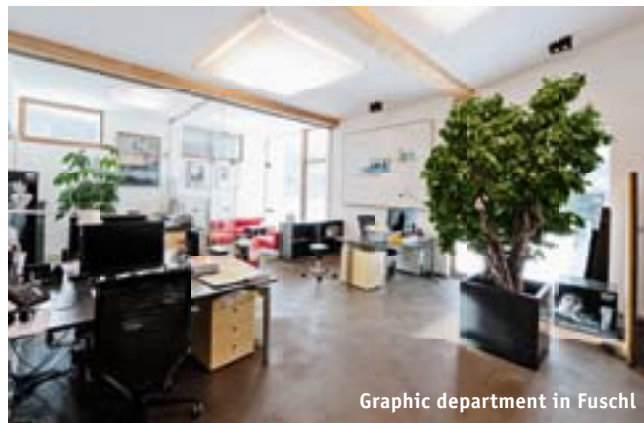
Welcome to our office



Sun terrace in Venice



Kitchenette in Fuschl



Graphic department in Fuschl



Getting a new perspective from our climbing wall



Venice backyard



Fuschl reception area



Creative inspiration in Fuschl



Workspace in Venice Beach



Vinyl figures



Spacious kitchen in Fuschl



Stairway to (designers') heaven



Meeting room in Fuschl

PEOPLE AT ZOOMM

We're always looking for creative, talented and impulsive people to join our team. If you want to be part of our dynamic team, simply visit the job section of our website from time to time and check out our latest vacancies.

To give you a general idea of what working at zoomm is like, we'd like to introduce you to some positions in our agency.

Wir sind immer auf der Suche nach kreativen, talentierten und impulsiven Neuzugängen. Wenn du gern Teil unseres dynamischen Teams wärst, schau doch einfach von Zeit zu Zeit in der Job-Section unserer Webseite vorbei und klick dich durch unsere neuesten Stellenangebote.

Damit du eine ungefähre Vorstellung davon bekommst, wie es ist, bei uns zu arbeiten, stellen wir dir hier einige Positionen in unserer Agentur vor.

MARKUS BERGER

@ zoomm since: 2005

Head of Photographer Service & Photographer

What do you do all day?

I work in and around the wide field of photography, handling photo shoots from conception right to the final picture.

Best thing about the job:

The diversity of photography and working closely with great people.



MANUELA KESINOVIC

@ zoomm since: 2008

Team Assistant Content Providing

What do you do all day?

Communicating with magazines around the world, managing press clippings and media archives and supporting the Content Providing team with all sorts of different tasks.

Best thing about the job:

That it's so diversified! I learn new things every day and grow with every challenge!



THOMAS PURWITZER

@ zoomm since: 1998

Chief Creative Director (and troubleshooter)

What do you do all day?

I drive about 1750m with my mouse every day and make about 800 clicks per hour. Add to that about 150 shortcuts on the keyboard and you often end up with quite cool things!

Best thing about the job:

Clients who allow me some creative freedom, being able to bring in my own ideas and the view from my office!



HERA KUSYUNIANSARI

@ zoomm since: 2009

Illustrator

What do you do all day?

Doing graphic designs or illustrations for all sorts of different client projects.

Best thing about the job:

Being able to pass off random doodling and watching Youtube videos as "important research" :-)



ASTRID BERGER

@ zoomm since: 2000

Key account manager

What do you do all day?

Communicate! If I'm not in meetings I'm answering emails, talking to my clients on the phone or discussing projects with my team. Then there's presentations, marketing strategies, quality control, team leading, resource planning... it doesn't get boring in here!

Best thing about the job:

The people! It's great to work with my team and clients. For me it's exciting to work on international campaigns and as a visually oriented person I simply love being part of the design process!



MATTHEW RYCROFT

@ zoomm since: 2011

Editor for Youth & Lifestyle

What do you do all day?

Wordsmith – think Van Gogh with a pen. I write and edit content for different projects, and ensure our clients' social media platforms are all running smoothly!

Best thing about the job:

There's something new to learn every day. Being surrounded by like-minded creatives is inspiring!



BILL KAMPHAUSEN

@ zoomm since: 2006

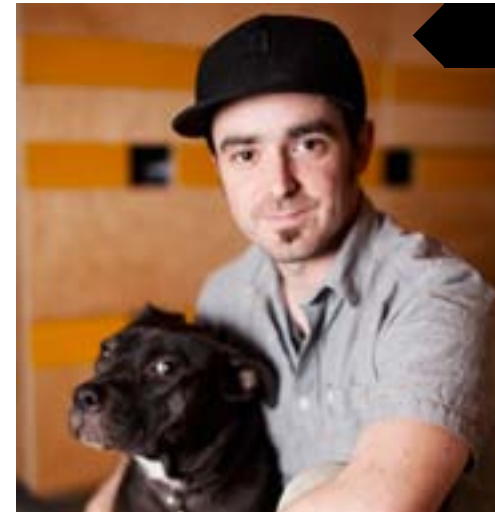
Art Director

What do you do all day?

I ingest information and regurgitate ideas: from web to print and anything in between. I research, think, imagine, write, shoot, draw, scan, manipulate, illustrate, kern, proof... and it goes on like this!

Best thing about your job:

I get to be creative while my dog sleeps under my desk every day.



From shaver brand to lifestyle hero

Turning an electric appliance like a shaver into a must-have lifestyle object requires captivating communication and a cutting edge advertising strategy. Starting with product benefits, we needed to shift the focus from the mere necessity of removing unwanted hair to reinventing one's look in a creative way. Our mission for Braun cruZer was to make their youthful target group see their products as more than just shavers – we wanted them to regard shavers as essential tools to express their personality and achieve their individual style.

As Braun had noticed a shift in the shaving habits of young men away from the shavers they produced, they assigned us as their global creative lead agency in the early 2000s and tasked us with winning back the stylish guys and send them running into the next shop to buy their 3-in-1 shaver, styler and trimmer.

Um ein Elektrogerät wie einen Rasierer in ein Lifestyle-Must-Have zu verwandeln, braucht es eine ausgeklügelte Kommunikations- und Werbestrategie. Basierend auf den herausragenden Eigenschaften des Produkts gilt es, den Fokus zu verschieben: von der einfachen Notwendigkeit, ungewollte Haare zu entfernen, hin zu der Möglichkeit, seinen Look auf kreative Weise neu zu erfinden. Für Braun cruZer lautete unsere Mission, ihre Produkte bei der jungen Zielgruppe als mehr zu positionieren als reine Rasierer: wir wollten, dass sie Braun cruZer als essentielles Werkzeug sahen, um sich selbst auszudrücken und ihren individuellen Style zu unterstreichen.

Als Braun in den frühen 2000er Jahre feststellte, dass der Trend innerhalb der jungen Zielgruppe sich nachteilig für ihre Produkte entwickelte, beauftragten sie uns als globale kreative Lead Agency, um die hippen Bartträger wieder auf den rechten Kurs zu bringen – und am besten gleich in das nächste Geschäft, um sich ihren 3-in-1 Rasierer, Styler und Trimmer zu besorgen.



“Circle, Spiral, Line – Spin the world!”

Ronnie Abaldonado, 27, B-Boy

Ronnie Abaldonado

cruZer **FACE**



Styling guide
presenting beard styling trends and tips



Packaging



Braun.com
The online universe of Braun cruZer

Beards take over the world

zoom's initial campaign was centered on the freesports scene, hitting the beardy guys of this world by using the music, fashion and sports scenes as platforms to promote the message that it's essential what you leave on rather than what you take off. Launched in 2004, the TV, print and online advertising resulted in cruZer3 sales that were 50% higher than Braun's target figures and the London School of Economics using the package as a perfect example of an above-the-line campaign.

In 2007, things got even more hairy when Braun went south of the neckline to introduce their new body hair shaver bodycruZer. From communication concept to website to print ads and TV commercials – zoom's campaign granted their target group a glimpse into the urban jungle and the 'animalistic' reactions neatly groomed guys can expect from their environment. Rewarded with market leadership only six weeks after shipment and a website that took off like a rocket, the project confirmed young men's eagerness to shave their style from head to toe.

zoom's erste cruZer-Kampagne rund ums Thema Freesport traf die jungen Trendsetter am Brennpunkt von Musik, Mode und Sport und machte eines klar: wichtig ist, was dran bleibt, und nicht, was abrasiert wird. Die Kampagne, die 2004 in TV-, Print- und Online-Kanälen an den Start ging, hatte für cruZer3 Verkaufszahlen zur Folge, die Brauns Zielvorgaben um satte 50% übertrafen. Zusätzlich kürte die London School of Economics das Projekt zum perfekten Beispiel für eine Above-the-Line-Kampagne – Erfolg auf ganzer Linie!

2007 wurde die Sache erst so richtig haarig: Braun wagte mit seinem neuen Körperhaar-Rasierer bodycruZer einen entscheidenden Schritt „unterhalb der Gürtellinie“. Vom Kommunikationskonzept über Webseite und Printanzeigen bis hin zum internationalen TV-Spot – zoom's Kampagne nahm die junge Zielgruppe mit in den urbanen Dschungel und gab ihr einen Vorgeschmack auf jene „animalischen“ Reaktionen, die gegroomte Jungs von ihrem Umfeld zu erwarten hatten. Marktführerschaft nur sechs Wochen nach Verkaufsstart und eine Webseite, deren Zugriffszahlen raketenmäßig in die Höhe schnellten, machten schnell klar, das der stilbewusste Mann von heute größten Wert auf ein Komplettpaket von Kopf bis Fuß legte.



THE HANDLE



PETITE GOATSE



HOLLYWOOD

BRAUN
cruZer

Shave your style.

“Make life your canvas.”
Emil Kozak, 29, Artist *frail*

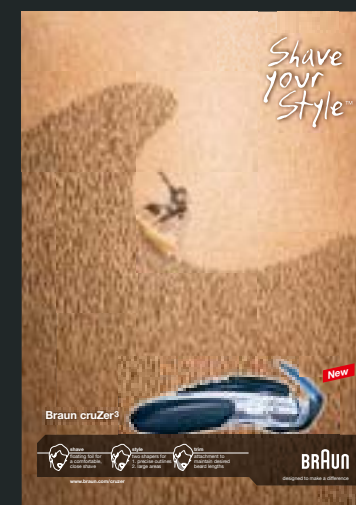
New

cruZer FACE **cruZer BEARD & HEAD**

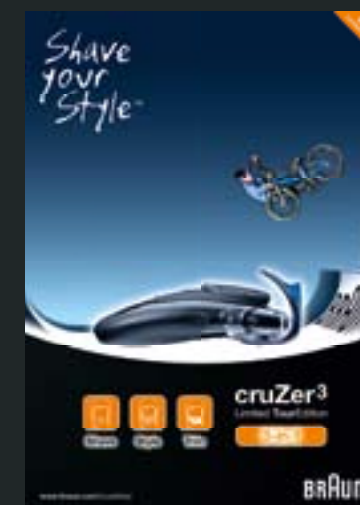
Scan to watch exclusive footage of Emil shaving, styling and trimming his personal statement of style www.braun.com/cruZer

When you scan this bar code, the terms, conditions and privacy policy of the bar code reader that you selected will apply.

Print ad 2011
Emil Kozak with cruZer face and beard&head



Print ad 2004
The first freesports campaign for cruZer face



Print ad 2006
Ad for the limited-edition cruZer Tour edition



Print ad 2008
Ad series for bodycruZer



Print ad 2009
Illegally hot styling campaign featuring German actor Til Schweiger

The style explosion

The biggest bang in the cruZer history took place in early 2011, when Braun launched a new campaign for their versatile shavers and trimmers for face and body. Turning the spotlight on cruZer face, cruZer beard&head, cruZer precision and cruZer body, this zoom-designed initiative gave a new, cool face to Braun cruZer. Bringing on board five renowned endorsers from the world of art and style, the shavers are represented by break-dance pro Ronnie Abaldonado, DJ Lean Rock, designer Emil Kozak, model Kerry Degman and trial biker Vittorio Brumotti. Concepts, key visuals, photo shoots, print ads, website designs, TV spots, product videos, special interest content providing.... you name it, we've done it.

Mit einem Knalleffekt erblickte Anfang 2011 die neueste Kampagne für Brauns vielseitige Rasierer und Trimmer für Bart und Körper das Licht der Welt. Helden der neuen Kampagne von zoom, die der Marke Braun cruZer ein noch stylischeres und coolerer Gesicht verlieh, waren der cruZer face, cruZer beard&head, cruZer precision und cruZer body. Für jeden der Rasierer holte man außerdem einen renommierten Fürsprecher mit an Bord: B-Boy Ronnie Abaldonado, DJ Lean Rock, Designer Emil Kozak, Model Kerry Degman und Trial Biker Vittorio Brumotti. Und erneut lieferte zoom das komplette Gesamtpaket: Konzept, Key Visual, Fotoshootings, Anzeigen, Website-Designs, TV-Spot, Produktvideos, Special Interest Content Providing... die Liste nimmt kein Ende!

Special interest

To push the new campaign in a particularly striking way, we also relied heavily on a sophisticated special interest campaign. Making use of zoom's very own online magazine **shaveyourstyle.com**, awareness for all aspects of beard styling and self-expression received a further boost, preparing the perfect stage for the creative tools of the Braun cruZer range to steal the limelight.

Um die neue Kampagne auf besonders aufsehenerregende Weise zu pushen, bauten wir auch verstärkt auf eine ausgeklügelte Special Interest Kampagne. Zusätzlich wurde mit zooms eigenem Magazin **shaveyourstyle.com** weiteres Bewusstsein für das Thema expressives Bart-Styling geschaffen, um eine perfekte Bühne für die Stars der Braun cruZer Line zu schaffen.

Model Kerry Degman
Brand ambassador for
cruZer body



Vittorio „100%“ Brumotti
Local hero, Italian trial biker
and Braun cruZer endorser



Emil Kozak
Barcelona-based artist and
Braun cruZer endorser

The Braun cruZer endorsers in action, all captured during a special campaign shoot by **Ulrich Grill**



Ronnie Abaldonado
showing off his best moves



TV commercial
Ronnie Abaldonado in the heavy-rotation TVC



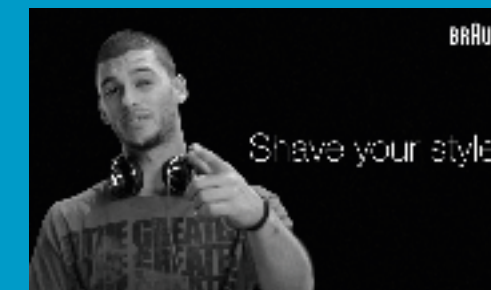
Scan to watch
the TVC



Lifestyle video
of Braun cruZer endorser Emil Kozak



Scan to see
Emil in action



Product video
DJ Lean Rock introducing cruZer beard&head



Scan to see
DJ Lean Rock's video

Getting out there

With an eye-catching out-of-home campaign we engaged with the young target group at the heart of their daily lives — on their way to school, work or their local skate park. With digital billboards illuminating New York's Times Square and videos displayed in the heart of Manhattan, the brand message spread like wildfire. Add to that various posters adorning subway stations and animations on digital phone kiosks, and the NYC cruZer experience was complete!

Mit einer auffälligen Out-of-Home-Kampagne trafen wir die junge Zielgruppe im wahrsten Sinne des Wortes mitten im Leben: auf ihrem Weg in die Schule, zur Arbeit oder in den Skate Park. Mit digitalen Billboards am New Yorker Times Square und speziellen Videos, die im Herzen von Manhattan ausgestrahlt wurden, verbreitete sich die Markenbotschaft im Laufschrift. Dazu noch eine Reihe von Postern in U-Bahn-Stationen und Animationen auf digitalen „Phone Kiosks“ – und die NYC cruZer Experience war komplett!

Key visual and implementation on New York's Times Square



BRAUN
cruZer

REP YOUR BOROUGH
~~Shave your style.~~
Shave, style, trim, All-in-1. **New**

QUEENS STATEN ISLAND
BRONX MANHATTAN BROOKLYN

Buy now and save \$5.00

cruZer FACE



Braun cruZer game implemented on different platforms from Xbox to Facebook and iPad



Right on your Xbox

To bring cruZer to the homes of young beard lovers, we created a promotional game for Braun cruZer on the Xbox platform. According to online research firm Dynamic Logic, the game proved to be highly successful. Not only did click-through rates surpass industry standards by 100% on average throughout the campaign (they were twice as high), but all brand metrics and attributes including purchase intent rose significantly once users interacted with our BDE (branded destination experience). As this marketing vehicle outperformed the entire Personal Care category, Braun requested that we extend the game to other social marketing platforms such as the iPhone, iPad and Facebook.

Um die jungen Bart-Fans direkt zu Hause zu erreichen, entwickelten wir ein Braun cruZer Promo-Game für die Xbox, dessen riesiger Erfolg durch das Online-Research-Unternehmen Dynamic Logic belegt wurde. Während des gesamten Spiels lagen nicht nur die Click-Through-Raten 100% über dem Durchschnitt, auch alle anderen Parameter wie etwa die Kaufabsicht stiegen signifikant bei Interaktion mit unserer BDE (Branded Destination Experience). Da das Spiel neue Maßstäbe für die gesamte „Personal Care“-Sparte setzte, beauftragte uns Braun mit der Erweiterung der Anwendung für andere Plattformen wie iPhone, iPad und Facebook.

PRODUCTS GALORE

From shavers to gloves, from beverages to skis – the products developed by our clients come in all shapes and sizes!

Vom Rasierer bis zum Handschuh, vom Getränk bis zum Ski – die Vielfältigkeit der Produkte, die unsere Kunden herstellen, ist kaum zu Toppen!



▲ ZANIER X-PLORE.XGX glove and ISAR wooly hat
Stylish gloves and accessories to keep you warm



▲ Red Bull
Tasty energy drinks to keep you going



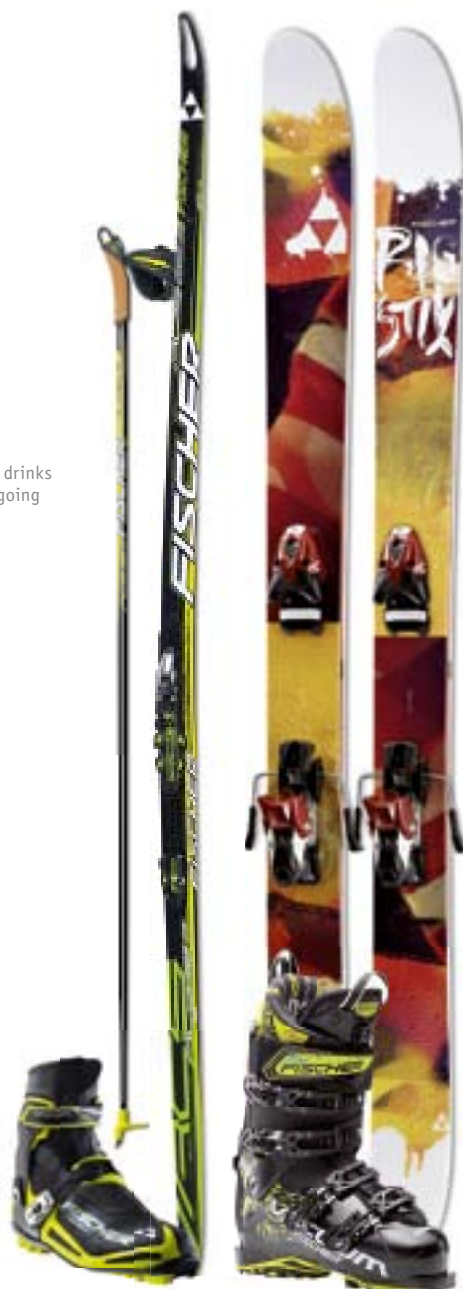
◀ Suunto Ambit watch
Watches and outdoor sports instruments to keep you on track



▲ ODLO Jacket RACE
Functional running apparel to make you move



▲ Dotz Mugello dark rim
Racy alloy wheels to add sparkle to your ride



▲ Fischer RCS carbonlite skating hole ski package, Big Stix skis & Vacuum Ranger boots
Nordic and Alpine skis to turn heads on every mountain



▲ Icon Aircraft A5
Amphibious sport aircraft to let you take off



▲ Eat the Ball®
Unique bread roll perfect for having a ball



▲ Braun cruZer line
Versatile shavers and trimmers to express your own style



▲ Cerveza Iberica, Alc. 4.8% Vol.
Cool beer to make every party a success



run for your life

WITH ODLO RUNNING APPAREL

TELL US YOUR
RUNNING STORY
& WIN

a runner's experience with
Tanja Eberhart!

www.facebook.com/odlorunning

Tanja Eberhart



Tanja Eberhart
1st place, 2011 Austrian National Championship, half marathon

odlo.com/running



THE REJUVENATION OF A TUNING BRAND

It's not just since the age of TV shows like "Pimp my ride" or movies like "The Fast and the Furious" that car tuning has become a fiercely competitive market. As a premium manufacturer of alloy wheels, German tuning pros Dotz Wheels wanted to step it up a gear and turn their company image into that of a young, cool and stylish lifestyle brand.

Der Tuning-Markt ist nicht erst seit Sendungen wie „Pimp my ride“ oder dem Blockbuster „The Fast and the Furious“ zu einem boomenden Geschäft geworden. Als renommierter Hersteller hochwertiger Felgen wollte Dotz Wheels seine Marke aus der herkömmlichen Tuning-Ecke holen und stattdessen als junge, coole und stylische Lifestyle-Brand den Markt erobern.



Website dotzmag.com



Mobile website



Dotz app





FROM OLD TO NEW AT FULL THROTTLE

To make Dotz the most stylish brand in the tuning scene, they commissioned zoom with a complete overhaul of their corporate identity. The heart and soul of the project was their product catalog, which we converted from a mere rim brochure into an intriguing lifestyle magazine.

The annual "Dotz Mag" presents tuning fans with the latest in cars, sports and music and has recently entered the world of Print 2.0 with the integration of some cool Augmented Reality content. The magazine is published in both German and English and has quickly become a compulsory read for every serious fan living the automotive lifestyle.

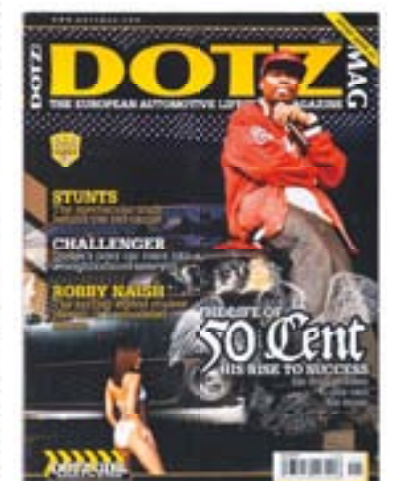
Um Dotz zur rasantesten Tuning-Marke am Markt zu machen, wurde zoom für eine komplette Überarbeitung der Corporate Identity in den Fahrersitz geholt. Angefeuert sollte die Neupositionierung dabei hauptsächlich vom völlig neuen Erscheinungsbild des Dotz Katalogs werden, der von einer reinen Produktbroschüre zu einem spannenden Lifestyle-Magazin „gepimpt“ wurde.

Das jährliche „Dotz Mag“ bietet Tuning-Fans nicht nur die besten Geschichten aus den Bereichen Motor, Sport und Musik, sondern fuhr kürzlich auch in der Welt des Print 2.0 vor, indem cooler Augmented Reality Content in das Magazin eingebunden wurde. Die Tuning-Fibel, die sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch erscheint, wurde in rasender Geschwindigkeit zum Must-Have für alle Tuning-Fans, die etwas auf sich halten.

ONLINE AND OFFLINE HIGHLIGHTS

To complement the exciting print magazine, zoom also designed a state-of-the-art website for Dotz. On dotzmag.com, tuning fans can read up on the latest stories from the Dotz universe, click through the comprehensive range of alloy wheels or have fun with the car configurator that allows users to try out their favorite wheels on their favorite ride. We also revamped the mobile version of the site, which goes perfectly together with the brand-new Dotz App that brings the tuning fever right to your phone.

Passend zum spannenden Print-Magazin lieferte zoom die rasante Webseite von Dotz. Auf dotzmag.com können Tuning-Fans sich über die neuesten News aus dem Dotz-Universum informieren, sich durch das umfassende Sortiment an Felgen klicken oder den Car Configurator ausprobieren, mit dem sie ihre Lieblingsfelge auf ihrem Lieblingsauto bewundern können. Wir lieferten auch die Designs für die mobile Seite der Web-Präsenz, die perfekt zur brandneuen Dotz App passt, die das Tuning-Fieber direkt auf dein Telefon bringt.



DotzMag designs - DotzMag 2008 - 2012

ABHEBEN IM GROSSEN STIL AIMING FOR THE TOP

an interview with
Hannes Arch



Hannes Arch is a high-flyer in the truest sense of the word. The Austrian mastermind behind the Red Bull X-Alps and 2008 Red Bull Air Race World Champion has soared to success in a matter of years, supported from the very beginnings by the zoom team. In the following interview, he talks about his career, how he got to work with zoom and about what really counts for him at the end of the day.

What made you who you are today?

My strong belief in only doing things that make me happy! For me it has always been important not to focus on what society expects from me but instead to listen to myself – both in business and private matters!

What's your personal secret of success?

I try to combine things I love with projects I believe in. For me it's important to put my heart into everything I do.

Hannes Arch ist im wahrsten Sinne des Wortes ein Senkrechtstarter. Der Red Bull Air Race Champion 2008 und Mastermind hinter Red Bull X-Alps legte innerhalb weniger Jahre eine raketenmäßige Karriere aufs Parkett – und wurde dabei von Anfang an von zoom unterstützt. Im folgenden Interview spricht er über seine Karriere, seine Zusammenarbeit mit zoom und darüber, was am Ende des Tages wirklich für ihn zählt.

Was hat dich zu dem gemacht, was du heute bist?

Die Überzeugung, nur das zu machen, was mich wirklich glücklich macht! Für mich war es immer extrem wichtig, nicht das in den Vordergrund zu stellen, was die Gesellschaft erwartet, sondern auf mich selbst zu hören – egal ob es dabei um Geschäftliches oder Privates geht.

Was ist dein persönliches Erfolgsgeheimnis?

Ich versuche die Dinge, die ich liebe, mit Projekten, von denen ich überzeugt bin, zu verbinden. Bei allem was ich tue ist mir wichtig, dass ich mit dem Herzen dabei bin.

*I put my heart
into everything i do.*



Your biggest highlight so far?

Being born :-) Regarding sports, the first B.A.S.E. jump from the Matterhorn is high up on my list – and of course my Red Bull Air Race world championship title! In private life, my highlights are of a more quiet sort: special moments in life, mostly out in nature, where I feel at one with the moment, my surroundings and myself.

In addition to flying, you're also working on lots of other projects. What fascinates you about events like the Red Bull X-Alps?

My background is outdoor sports, mountaineering, climbing and paragliding – for me, these sports are a pure representation of adventure and about pushing your limits. Red Bull X-Alps reflects the same spirit: to give your whole body and soul to experience and live through the challenge. What's more, I'm also fascinated by the fact that the Live Tracking feature brings the adventure into the homes of fans around the world, giving them the opportunity to escape from their everyday lives for a few moments.

Dein größtes Highlight bisher?

Auf die Welt zu kommen :-) Sportlich gesehen steht der erste B.A.S.E. Sprung vom Matterhorn ganz weit oben auf meiner Liste – und natürlich der Red Bull Air Race WM-Titel! Im persönlichen Bereich finde ich meine Highlights momentan mehr im Stillen: das sind ganz besondere Momente im Leben, meistens in der Natur, wo ich mich eins fühle mit dem Augenblick, der Umgebung und mir selbst.

Neben dem Fliegen arbeitest du auch an vielen anderen Projekten – was fasziniert dich so an Events wie Red Bull X-Alps?

Mein Hintergrund ist Sport in der Natur, das Bergsteigen, Klettern und Paragleiten – diese Sportarten repräsentieren für mich das Leben als Abenteuer und geben einem die Möglichkeit, über sich selbst hinauszuwachsen. Red Bull X-Alps lebt genau diesen Spirit: alles an Körper und Geist zu geben, um die Herausforderung mit Haut und Haaren zu erfahren und durchleben. Zusätzlich fasziniert mich die Möglichkeit des Live Tracking, das Abenteuer in die eigenen vier Wände von Fans auf der ganzen Welt zu bringen und es ihnen so zu ermöglichen, kurz dem Alltag zu entfliehen.



How did you begin working with zoom?

Ulrich Grill and I have been friends since our old paragliding days. We worked together on projects 20 years ago, for instance on a cool photo shoot in New Zealand, many photos of which made it into Ulrich's book "Free". About 15 years ago, we founded the Red Bull Acro Team and have been a perfect team ever since. Today, zoom is my PR agency and Red Bull X-Alps partner – I couldn't imagine a better combination!

What do you like best about working with them?

I see zoom as a young and dynamic advertising agency whose team is as passionate about their projects as I am. Quality always comes first for them. What's more, it takes real pros to think in innovative ways and implement such complex ideas.

What's up next for you?

Hopefully the 2013 Red Bull Air Race relaunch! Until then there's lots of great stunt projects, advertising campaigns for my sponsors, airshows and the European Aerobatic Championship 2013...

Wie kam es zu der Zusammenarbeit mit zoom?

Ulrich Grill und ich sind Freunde, wir kennen uns noch aus unserer Paragleiter-Zeit. Schon vor 20 Jahren haben wir gemeinsam Projekte realisiert, unter anderem ein cooles Fotoshooting in Neuseeland, von dem es viele Bilder in Ulrichs Buch „Free“ geschafft haben. Vor etwa 15 Jahren haben wir gemeinsam das Red Bull Acro Team gegründet und sind seitdem ein perfektes Team. zoom ist heute sowohl meine PR-Agentur als auch Partner von Red Bull X-Alps – etwas Besseres kann ich mir nicht vorstellen!

Warum arbeitest du gerne mit dem Team von zoom zusammen?

zoom ist für mich eine junge und dynamische Werbeagentur, deren Mitarbeiter genauso wie ich mit viel Herz und Passion an Projekte herangehen und dabei die Qualität in den Vordergrund stellen. Außerdem braucht es absolute Profis, die genauso innovativ denken wie ich, um derartig komplexe Ideen umzusetzen.

Was steht für dich als nächstes auf dem Programm?

Hoffentlich der Red Bull Air Race Relaunch 2013! Und bis dahin viele tolle Stunt-Projekte, Werbekampagnen für meine Sponsoren, Airshows und die Europameisterschaft im Kunstflug 2013...

Poster advertising Hannes Arch's latest project "Rhythm & Air", a unique show combining the power of music with the fascination of aerobatic flying (world premiered in Abu Dhabi in 2011)

Respect, accept and
always stay grounded.



A SHOT OF PASSION FOR A CLASSIC BRAND

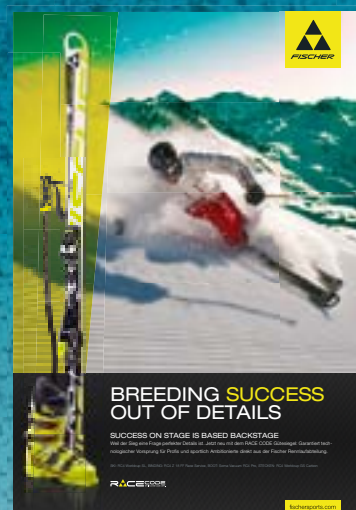
Although traditional brands are often known all over the world for the reliable, state-of-the-art products they produce, they often lack a certain emotional component that puts them on the radars of the young and wild trendsetters.

The same was true for Fischer Sports, one of the world's best-known manufacturers of Alpine and Nordic skiing equipment. As a traditional Austrian company with a proud history, they have the expertise, know-how and vision to turn an ordinary day out in the snow into an unforgettable skiing experience. But despite their rich heritage and reliable products, they needed a new twist to give them the edge and make their whole brand as cool as their medal-winning products. In terms of emotional appearance and credibility, Fischer needed a little lifestyle makeover.

Traditionelle Marken sind zwar auf der ganzen Welt für ihre verlässlichen und innovativen Produkte bekannt, geraten jedoch manchmal in Sachen Emotionalität ins Hintertreffen – und schlittern so haarscharf am Radar der jungen Trendsetter vorbei.

Das war auch bei Fischer Sports, dem führenden Anbieter von Sportausrüstung im Alpinen und Nordischen Bereich, der Fall. Als Österreichischer Vorreiter des Skisports verfügen sie zwar definitiv über das Know-how und die Visionen, um einen gewöhnlichen Tag im Schnee zu einem unvergesslichen Ski-Abenteuer zu machen, brauchten jedoch einen gewissen Kick in Sachen Marketing, eine Prise vom gewissen Etwas, das ihre Marke genauso cool wie ihre vielfach ausgezeichneten Produkte machte. In Sachen Emotion und Glaubwürdigkeit fehlte Fischer schlicht ein gehöriger Schuss Lifestyle.

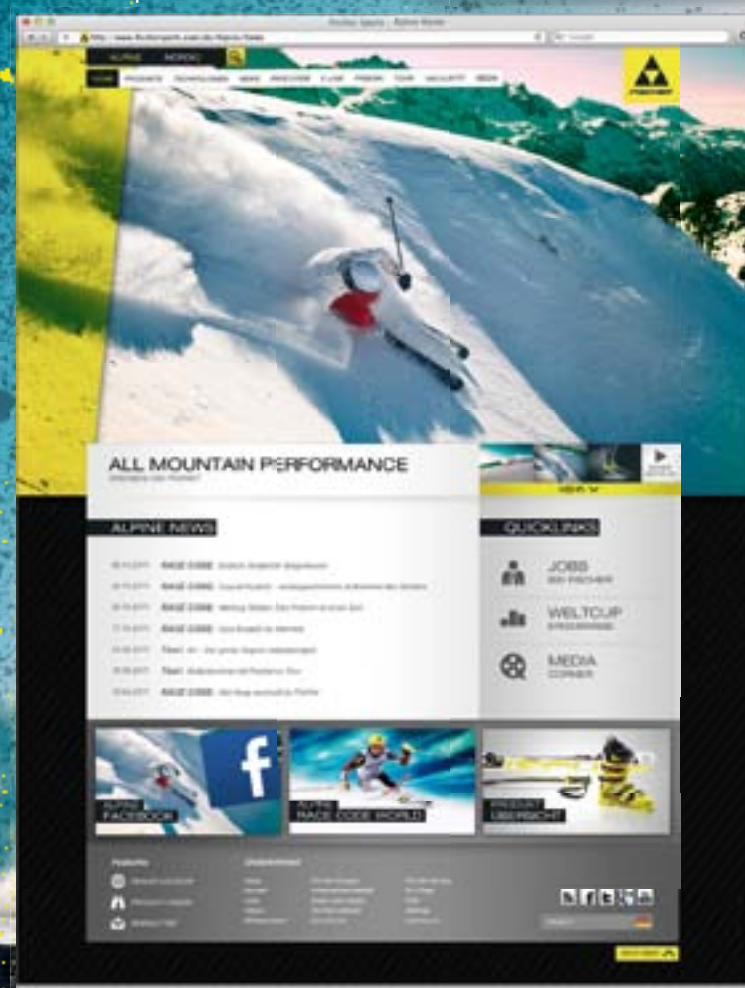
fischersports.com



Print ad templates



Website concept



Poster



Arctic Cat cooperation
HYBRID branding



Product catalog



Vacuum Fit
key visual redesign



Image folder

Totally addicted...

It all started out with Fischer Sports wanting to launch into the lucrative youth market of freestyle skiing. However, in freestyle sports, choosing a brand is an emotional decision – and the Fischer Sports brand just didn't have enough personality. Building a campaign around the slogan “addicted” to inject a strong shot of passion into the brand, we produced everything from core magazine adverts and stickers to brochures and branded vehicles. The campaign's photography carried maximum impact, jumping out of pages and transforming Fi-

scher Sports into a younger, more energetic brand within this new market.

At the cutting edge

Due to the great success of the freestyle campaign and web approach, the cooperation with Fischer Sports soon took on more extensive and in-depth dimensions, leading to zoom's assignment with the complete re-launch of the Fischer corporate brand. By subtle yet effective changes of the corporate identity, tweaking the mood of branded images, as well as better integration of the freestyle and touring lineups into Fischer's

brand strategy, we sought to embed a cutting-edge lifestyle component into the brand and add value to its public reception with a refreshed focus on the outdoor and adventure segments. Giving the freestyle logo a more dynamic touch and kitting out the company with a visually exciting set of communication tools ranging from image brochures to ads and a comprehensive workbook, we positioned them as a quality-oriented, modern and daring brand on the international market.

Süchtig nach mehr...

Los ging alles damit, dass Fischer Sports ihren Einstieg in den jungen Freestyle-Markt plante. Genau in diesem Segment sind Markenentscheidungen aber stark von einer emotionalen Komponente geprägt – und bislang fehlte es Fischer Sports in diesem Bereich ein wenig an Persönlichkeit. Mit einer Kampagne rund um den Slogan „addicted“ wurde der Marke von zoom eine gehörige Portion Leidenschaft injiziert und in Anzeigen, Stickern, Broschüren, Branding und vielem mehr umgesetzt. Die Bildsprache der Kampagne traf mitten ins

Schwarze – mit auffälligen Visuals, die aus dem üblichen Einerlei der Berg- und Schneebilder gehörig hervorstachen und Fischer Sports zu einer jüngeren und dynamischeren Position am Markt verhalfen.

Am Puls der Zeit

Auf den großen Erfolg der Freestyle-Kampagne hin wurde die Kooperation zwischen Fischer Sports und zoom auf eine neue Ebene gehoben und das Team mit dem gesamten Markenrelaunch betraut. Mit subtilen aber zugleich äußerst effektiven Änderungen der bestehenden Corporate Iden-

tity und Bildsprache sowie einer besseren Einbindung des Tourenski-Lineups in die Markenstrategie gaben wir der Marke Fischer Sports eine interessante Lifestyle-Komponente mit auf den Weg. Mit einem frischen Fokus auf den Outdoor- und Adventure-Bereich kreierten wir einen neuen Mehrwert, um die öffentliche Markenwahrnehmung stark zu verbessern. Mit einem dynamischeren Freestyle-Logo und einem visuell spannenden Paket an Kommunikationsmaterialien von der Image-Broschüre bis zu Anzeigen und einem umfassenden Workbook gelang es uns, Fischer

Ski als eine qualitätsbewusste und zugleich moderne, wagemutige Marke am internationalen Markt zu positionieren.



ENLIGHTENING THE GLOBE

WITH ACTION SPORTS PHOTOGRAPHY

Picture this: turning the spotlight not only on the world's most breathtaking action and adventure sports photographs but also on the people behind the lens - the photographers who often brave the planet's harshest terrains to capture the perfect moment in time. The enlightening mission of the Red Bull Illume Image Quest was to find the world's most gripping action and adventure sports images and unite them in one breathtaking collection.

Eine erleuchtende Mission: den Fokus nicht nur auf die beeindruckendsten Action- und Adventuresport-Fotos der Welt zu legen, sondern auch auf die Leute hinter der Linse - jene Fotografen, die oft die unwirtlichsten Ecken unserer Erde erobern, um den perfekten Moment auf Film zu bannen. Ziel des Red Bull Illume Image Quest war es, die fesselndsten Actionbilder des Planeten zu finden und sie in einer einzigen atemberaubenden Kollektion zu vereinen.

THE QUEST BEGINS

The quest began with the first edition of Red Bull Illume in 2007. Envisioned by zoom's founder Ulrich Grill, the idea was to encourage action and adventure sports photographers from all over the world to submit their best shots. And as the world's first ever international competition in this field, photographers from all over the globe were eager to participate, resulting in 2000 professional and amateur photographers sending in more than 7,500 pictures. The images were judged by an expert panel of renowned photo editors from publications such as Sports Illustrated and Transworld Snowboarding, who chose the 50 best shots that subsequently went on a traveling exhibition to enlighten spectacular outdoor venues like the slopes of Aspen or Huntington Beach.

Mit der ersten Ausgabe von Red Bull Illume startete 2007 erstmals die Suche nach dem perfekten Bild. Ursprünglich von zoom-Gründer Ulrich Grill ins Leben gerufen, war die Grundidee hinter dem Wettbewerb, Action- und Adrenasport-Fotografen auf der ganzen Welt dazu zu ermutigen, ihre besten Bilder einzureichen. Und als erster internationaler Wettbewerb auf diesem Gebiet schlug Red Bull Illume sofort ein wie eine Bombe: mehr als 2000 Profi- und Amateur-Fotografen aus der ganzen Welt reichten bereits bei der ersten Ausgabe des Quest über 7.500 Bilder ein. Eine Expertenjury aus renommierten Fotoredakteuren internationaler Magazine wie Sports Illustrated oder Transworld Snowboarding beurteilte die Einsendungen und wählte daraus die 50 besten Bilder aus, die nach Ende des Contests auf einer Wanderausstellung die spektakulärsten Outdoor-Locations von Aspen bis Huntington Beach erleuchteten.

01



Houston, Texas, USA



Denver, Colorado, USA



Bern, Switzerland



Salzburg, Austria

02



PICTURE THIS

04



03

01

Red Bull Illume Tour
enlightening spectacular outdoor venues in Europe and the US

02

Media kit
All the information on Red Bull Illume in one handy box

03

Coffee-table book
showcasing the winning images of Red Bull Illume

04

Exhibition program
with information on the winning images



Flyer



Poster



Lightbox display



Newsletter



Wallpaper

A NEW ENLIGHTENMENT

For the 2010 edition of the Image Quest, photographers around the world already knew what they were up against, submitting a staggering number of over 22,000 images. A new and even more stunning collection of action and adventure sports images was presented to the public at a special unveiling ceremony at Trinity College in Dublin, Ireland. The collection was then showcased on life-sized lightboxes in a hugely successful traveling exhibition throughout Europe and the USA.

Of course an international photography competition of this scale requires perfectly streamlined organization and professional event management to ensure that every phase runs smoothly. As the initiators behind the Red Bull Illume project, the zoom team was responsible for the entire graphic design and communication of the contest and, amongst a host of other materials, also produced the limited-edition 2010 Red Bull Illume Photobook. As a stylish tribute to the quest, the top 250 images were published in a high-quality hardback and produced for fans of stunning, breathtaking adventure sports images. In addition, we also designed a stylish iPad app (see page 68) that even received the prestigious FWA "Mobile of the day" award – an enlightening success!

Bei der zweiten Ausgabe des Image Quest 2010 wussten Fotografen auf der ganzen Welt bereits, wie hoch die Konkurrenz sein würde, und reichten diesmal eine unglaubliche Menge von 22.000 Aufnahmen ein. Das Ergebnis war eine noch packendere Kollektion an Action- und Adventuresport-Bildern, die der Öffentlichkeit erstmals bei einer einzigartigen „Unveiling Ceremony“ am Dubliner Trinity College präsentiert wurde, bevor sie auf lebensgroßen Lightboxes im Zuge einer extrem erfolgreichen Ausstellung durch Europa und die USA tourte.

Ein internationaler Fotowettbewerb dieser Größe verlangt natürlich ein perfektes Maß an Organisation und professionellem Event Management, um jeden Schritt der beiden Red Bull Illume Image Quests so reibungslos wie möglich ablaufen zu lassen. Als Initiator des Projekts war das zoom-Team dabei für das gesamte Grafikdesign wie auch die Event-Kommunikation und Erstellung diverser Werbematerialien verantwortlich. Als besonderes Highlight umfasste dies die Veröffentlichung des limitierten Red Bull Illume Photobooks 2010, das in einem hochwertigen Bildband die 250 Top-Bilder des Contests direkt zu Fans von fesselnder Action- und Adventuresport-Fotografie nach Hause bringt. Oben drauf gab's aus dem Hause zoom auch noch eine stylische iPad App (siehe auch S.68), die sogar mit dem renommierten FWA „Mobile of the day“ Award ausgezeichnet wurde – ein erleuchtender Erfolg!

Red Bull Illume in numbers

22,764 images submitted
by **4,337** photographers from
112 countries. **41,200**

downloads of the iPad app

250,000 visitors at exhibit

tour stops around the world

730,070 unique visits to

redbullillume.com

34 million overall print

publication runs

107 million overall online

publication views

min. 142 million
total documented reached contacts



01

Content providing

Our media relations team ensured that word of Red Bull Illume got out to the world's most influential magazines

02

Official contest website

www.redbullillume.com was the heart and soul of the contest, collecting all submitted images in one powerful database

03

Limited-edition camera:

Leica D-lux 5

Celebrating the Red Bull Illume Image Quest



Leica D-lux 5

The "Red Bull Illume Limited Edition" is the first ever camera made by Leica to be dedicated to a photography award. Finished in matt black design with silver colored Red Bull Illume engraving, the camera is a stylish choice for action sports photographers and amateurs.

run for your life

WITH ODLO RUNNING APPAREL



FUNCTIONAL AND STYLISH

To most people running only means to get from A to B as quickly as possible. But for running enthusiasts, it means much, much more than that. No matter if it's your daily jog around the block or your first marathon race – running means moving forward, pushing your limits and clearing your mind. Have you noticed that it's often during running that you get the best ideas and experience the most outstanding epiphanies? For Swiss sports apparel manufacturer ODLO, we wanted to bring across this idea and reposition their company as a trendy, visually exciting and highly functional running brand.

Für manche Menschen mag Laufen lediglich heißen, möglichst schnell von A nach B zu kommen. Für Lauffans auf der ganzen Welt heißt es jedoch weitaus mehr. Egal ob du deine tägliche Runde um den Block drehst oder deinem ersten Marathon ins Auge blickst – Laufen bedeutet nach vorne zu gehen, seine eigenen Grenzen auszuloten und den Kopf frei zu bekommen. Oder ist dir noch nicht aufgefallen, dass oft beim Laufen die besten Ideen und Geschichten entstehen? Für den Schweizer Sportbekleidungs-Hersteller ODLO wollten wir genau diesen Ansatz forcieren und mit der Neupositionierung als trendige, visuell spannende und hoch-funktionale Marke der weltweiten Lauf-Community näher bringen.

RARING TO RUN

When ODLO first got into contact with zoom, it was all systems go right from the start. In meetings, brainstorming sessions and discussions, our team came up with an idea that is as emotional as it is intriguing: run for your life.

The concept of “run for your life” works on many different levels, deliberately playing with seemingly contradictory notions of close escapes, wild chases, running to fulfill your passion and rising up to a challenge. In a polarizing yet exciting and highly emotional way, the campaign makes a statement for what it really means to run FOR your life.

Als ODLO sich zum ersten Mal mit zoom in Verbindung setzte, war für uns der Startschuss gefallen. Meetings, Brainstorming-Sessions und Diskussionen „liefen“ letzten Endes auf eine Idee hinaus, die ebenso emotional wie dynamisch war: run for your life.

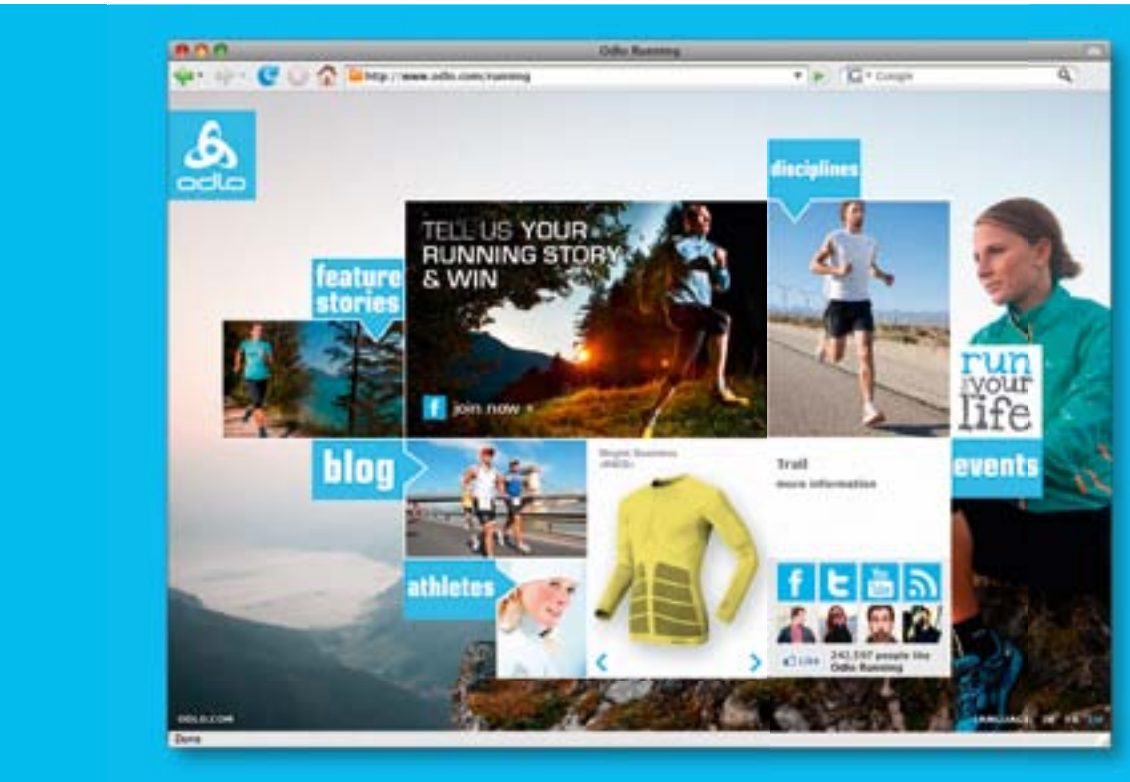
Die Idee hinter „run for your life“ entfaltet sich auf vielen verschiedenen Ebenen und spielt bewusst mit den scheinbaren Gegenpolen von wilden Verfolgungsjagden und um sein Leben Rennen auf der einen und Laufen als Leidenschaft, Herausforderung und Freiheitsgefühl auf der anderen Seite. Auf polarisierende und zugleich spannende und höchst emotionale Weise ist die Kampagne ein Statement dafür, was es heißt, FÜR sein Leben zu laufen.



Captured during a “run for your life” photo shoot: track athlete and distance runner Tanja Eberhart, 8th place 2011 Vienna City Marathon

run
for
your
life

run for your life
new logo for the sub-brand



PROJECTS IN THE LONG RUN

After agreeing on a general concept, everything went ahead smoothly: the creation of a logo for the run for your life sub-brand was followed by defining mood worlds and developing first presentations.

During a photo shoot in and around the outdoor sports paradise of Fuschl, the first visual run for your life moments were captured and used for the creation of key visuals and website designs. In addition to the new web presence, zoom also produced a bunch of communication materials, banners, event concepts and videos, as well as developing a special content providing strategy to give run for your life a distinctly non-run-of-the-mill image. So if you're up for a special runner's high, get into the ODLO spirit and get out there!

Nachdem das Grundkonzept der Kampagne stand, kamen die Dinge für ODLO und zoom erst so richtig „ins Laufen“. Auf erste Logo-Entwürfe für die neue Sub-Marke „run for your life“ folgten die Definition einer Mood-Welt und die Entwicklung erster Präsentationen.

Während eines Fotoshootings rund um das Outdoor-Sportparadies Fuschl wurden die ersten „run for your life“-Momente visuell gebannt und später zu einem Key Visual und Website-Designs weiterverarbeitet. Zusätzlich zur neuen Webseite produzierte zoom auch eine Riege an unterschiedlichen Kommunikationsmaterialien, Bannern, Event-Konzepten und Videos und entwickelte eine spezielle Content Providing-Strategie, um run for your life zu „laufendem“ Erfolg zu verhelfen. Wenn du also auf der Suche nach einem ganz speziellen „Runner's high“ bist, dann lass dir von ODLO den ultimativen Endorphinkick verpassen – los geht's!

Share your moments
Designs for the run for your life
Facebook contest



DELICIOUS EYE CANDY

Last year was a year full of action and highlights. zoom's founder Ulrich Grill and Head of Photographer Service Markus Berger were busy clicking away at a great number of action, athlete and adventure shoots – check out some of their most outstanding shots in our “Delicious eye candy” selection!

Das letzte Jahr war ein Jahr voller Action und Highlights. zoom-Gründer Ulrich Grill und Head of Photographer Service Markus Berger waren mit ihren Kameras bei zahllosen Action-, Athleten- und Adventure-Shootings fleißig im Einsatz. In unserer „Delicious eye candy“ Auswahl zeigen wir dir einige ihrer tollsten Bilder!



RONNIE ABALDONADO

B-boy Ronnie Abaldonado performing a move called “Chinese Spiderman”. The shot was taken at an old warehouse in Salzburg with a Nikon D3X, Broncolor Flash. The tricky bit was making it all look really easy and capturing Ronnie right in the moment when he looked like he was actually stuck to the wall.



CRI MAIERHOFER

The small Tauplitz ski resort in Austria is an undiscovered freeride paradise. I had the opportunity to shoot with Cri Maierhofer, formerly one of the world's best boardercrossers, on one of the season's best days: sunshine from beginning to end and the lightest powder you can imagine!



EMIL KOZAK

Although these shots were taken four months apart, they still have a similar attitude I really like. On the left is Emil Kozak - a great, humble friend and an amazing designer. On the right is Vittorio 100% Brumotti, a loud Italian TV host - two completely different characters united by a similar attitude and atmosphere!



VITTORIO 100% BRUMOTTI



SEBASTIAN PRÖDL

Soccer pro Sebastian Prödl captured during a photo shoot in Salzburg, Austria. This shot was taken to reveal his particular power when defending and clearing the ball.



THOMAS MORGENSTERN

Austrian ski jumper Thomas Morgenstern captured during a visit to the Fischer Sports headquarters in Ried, Austria. The idea behind this 'hero shot' was to use flash and smoke to make him stand out and compensate the limitations of the location.



JONATHAN WYATT

This shot of mountain runner Jonathan Wyatt was taken in Fuschl am See, Austria. It shows Jonathan reaching the summit in his best discipline.



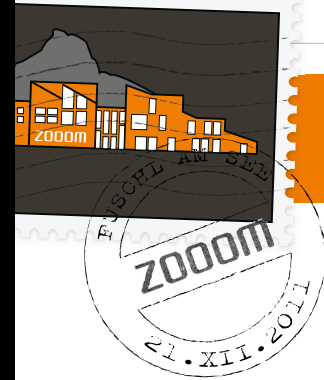
HANNES ARCH

Former Red Bull Air Race world champion Hannes Arch captured in Salzburg, Austria. The image composition was set up to underline Hannes's ability to "play" with planes while still being in full control.



MATTHIAS HAUNHOLDER

What looks like a nice powder pillow in this shot is actually a rock hard pile of snow cannon snow. Matthias "Hauni" Haunholder and me were playing around after a day of shooting for Zanier Gloves at the bottom of the piste. Trying out different things, we came up with some awesome shots, one of them this power turn. I like this shot a lot because of its composition, colors, use of flash and rider style!



LETTERS TO THE EDITOR

**We're not into singing our own praises – but how about letting others do the singing?
This is the space where our clients get to say what they think about us!**

"When you work with celebrities and global companies, an excellent visual identity is key to opening some doors. In our case zoom delivered more than we were hoping to get - extremely professional and dedicated! We want more of their expertise!"

**Dieter Abt, Founder & Owner Meteor Group
Los Angeles, USA**

"Being based in South Africa and working with an agency based in Austria seemed like it was going to be a huge challenge for us. zoom however quickly changed that feeling and made the relationship and distance apart easy to manage. They were super helpful, creative and delivered over and above all expectations. What a cool, friendly bunch of people they are too! I will definitely work with this great agency again in the future!"

**Tristan Werner, Marketing Manager
Red Bull Sports – South Africa**

"Creativity in the middle of the mountains, that's what I thought when I first met the zoom team in their office in Fuschl. Shortly after we were teaming up with zoom and Braun for our event 'Battle of the Year' and looking back on the year 2011 I only can say that we always felt a great understanding of how youth culture is working. With the support of zoom our event definitely made it to another level!"

**Thomas Hergenröther, Originator/founder of
Battle of the Year – Hanover, Germany**

"Working with zoom on 'Planet B-Boy' was an amazing experience. I enjoyed collaborating with the team to help put on The Battle of the Year in South of France's Montpellier for 12,000 enthusiastic fans. They were a great partner for our film."

**Glenn Gainor, Director of Productions
Sony Pictures – Culver City, USA**

"Working with zoom has been a very educational experience as to what is possible within the realm of social media. zoom has been extremely accommodating to our needs and has been able to deliver a high-quality product with a very short turnaround time. I'm highly excited to continue working with zoom in future endeavors."

**Per Lundstam, High Performance Manager
Red Bull USA**

"Everyone I met from the zoom family did a phenomenal job and made me feel right at home. I am so thankful for the hospitality that was shown to me. I look forward to working with everyone again in the near future!"

**Ronnie Abaldonado, B-boy
Las Vegas, USA**

"Although our website features a plain and reduced design, it's remarkably efficient. Thanks to zoom productions, users from all over the world visit our website and we keep getting lots of positive feedback!"

**David Hasenschwandtner, Team Captain
Red Bull Skydive Team – Salzburg, Austria**

"We love working with zoom as they are on the one hand an outstanding sparring partner when it comes to brand strategy, and on the other hand have a strength and passion in executing with true excellence and the right focus on details. What's more, they have unequivocally established themselves as a 'one-stop-shop', having built unique expertise in many different areas over the past years, which makes them one of our most efficient agency partners worldwide"

**Jutta Meyer, Global Marketing Director Braun
Male Grooming – Geneva, Switzerland**

"As a company producing first-class skiing equipment and driven by innovation, Fischer relies on the expertise and intuition of zoom. The zoom employees are passionate about all kinds of winter sports and fully grasp the essence of Fischer. This is the perfect combination for the creation of authentic and interesting messages needed to capture our customers' attention."

**Thomas Drindl, Brand Manager
Fischer Sports – Ried, Austria**

"zoom's creativity in producing the campaign for our Outdoor product range was outstanding. Additionally, their content providing work on our top Suunto Ambassador stories has been exceptional. At Suunto, we are looking forward to continue working with zoom on many new projects."

**Markus Rampf, Sports Marketing Manager
Suunto Global – Munich, Germany**

"zoom created a concept that perfectly met the needs of our industry as well as those of a freaky generation of extreme sports fans. The great feedback on the print magazine and website confirmed that I had chosen the right guys. They really know how to do things in style - thank you guys!"

**Gerry Samer, Brand Manager
Dotz Tuning Wheels – Hirtenberg, Austria**

"It has been such a pleasure working with zoom productions on the Braun campaign. They have been totally committed to making sure everyone is ecstatic with the final product. Their work is efficient and certainly delivers well at the end. Beyond all their hard work though, I consider zoom family!"

DJ Lean Rock, Boston, USA

"zoom productions demonstrated their amazing abilities by taking the look and functionality that I'd requested for a website front end, and translating it into a functional and intuitive back end system. Friends who see the front end are amazed to learn that I'm the one doing updates and even more surprised at the speed at which I'm able to do them."

**Steve Fisher, Pro freestyle kayaker
Island in Uganda, Africa**

"The zoom team proved their international appeal as a great partner in developing our CI re-launch and new website. Anticipating our company re-positioning – which not even we were sure about at that point – was one of the main reasons for the successful result. The graphical realization and the quality of production is always state-of-the-art and we are proud of the compliments we receive from our clients and partners. This is what you expect in a constantly changing business environment – thanks to all that contributed!"

**Gernot Leitner, CEO Masterconcept Consulting
Salzburg, Austria**

"I had the pleasure to do my first photo shoot with Ulrich Grill and his wife Niki in 2004. I remember that we had a lot of fun and that the photos turned out great. My relationship with zoom lasted throughout my whole career and has now continued with starting up my own company. I absolutely love zoom's company and work culture and I have a fantastic working relationship with them. zoom know how I think and what I want. They are able to translate my ideas into reality. I feel I can talk to them any time. I feel they understand my subjects."

**Kate Allen, Olympic gold medalist
Innsbruck, Austria**

"We're very happy to have zoom alongside us – a partner that shares the same energy and enthusiasm towards our business and product. As a start-up, we have really made a giant leap forward with zoom and we're delighted to continue working together with them in the future!"

**Norbert Kraihamer & Michael Hobel,
Founders Eat the Ball® Holding GmbH
Salzburg, Austria**

"Collaborating with zoom is always fun and inspiring. They have an eye for quality and being around their energetic team is always a pleasure."

**Emil Kozak, artist
Barcelona, Spain**



BECOMING THE HOTTEST GLOVE BRAND ON THE MOUNTAINS

You don't have to be a professional snowboarder or freeskier to know that on any perfect winter's day, your gloves are your two best friends. With cold, wet hands, even building a snowman becomes a pretty unpleasant experience. Ideally, gloves shouldn't just keep your hands dry and warm though – they should also look good.

Man muss kein Snowboard-Profi oder passionierter Freeskier sein, um zu wissen, dass an einem perfekten Wintertag deine Handschuhe deine beiden besten Freunde sind. Schließlich wird mit kalten, nassen Fingern sogar Schneemannbauen ganz schnell unangenehm. Idealerweise sollten Handschuhe jedoch nicht nur dazu dienen, deine Hände warm und trocken zu halten – sie sollten dabei auch noch gut aussehen.



That's why Tyrolean glove manufacturers Zanier not only use high-quality materials to create their products, they also apply their design-driven passion for winter sports to produce gloves that will definitely turn some heads on the mountains. Zanier needed to make their entire brand look as hot as their professional gloves. After hearing through the grapevine that Fuschl was the best address for some cutting-edge sports marketing that would hit the bull's eye with their target group, Zanier knew who to call.

IN (G)LOVE WITH WINTER SPORTS

Assigned with the complete rejuvenation and re-design of their brand, we were soon hand in glove with Zanier and began relaunching their brand with a new, head-turning direction to make them the hottest brand on the mountain.

As their full service lead agency, we set out to flip the company upside down with a completely new brand strategy. A new logo was followed by a series of striking ads, catalogs and communication tools. We turned the spotlight on the Tyrolean family business and became involved in all company aspects: from packaging design to stickers, folders, catalogs, posters, hangtags and POS towers. The new, dynamic image we created for Zanier definitely caused quite a buzz.

„zoom has always understood how to capture the spirit of Zanier and translate it into suitable design solutions. The agency's innovative input and their know-how within the young, sporty target market is incredible. The agency really lives the young spirit – and that's why it's fun to work with them,” says Markus Zanier, CEO of Zanier Gloves. We can only return the compliment and say we are looking forward to the next killer season out in the mountains!

Darum verwenden die Tiroler Handschuhhersteller Zanier nicht nur hochqualitative Materialien für die Herstellung ihrer Produkte, sondern stecken auch ihre ganze Liebe zu Wintersport und Design in Handschuhe, die für neidvolle Blicke auf jedem Berg sorgen. Um ihre gesamte Marke genauso heiß wie ihre Handschuhe zu machen, wandte sich das Tiroler Familienunternehmen vertrauensvoll an das Team von zoom, nachdem uns unser Ruf als Sportmarketing-Profis bis in die Dolomiten vorausgeekelt war.

Die Komplettverjüngung der Marke Zanier und das Redesign ihres Gesamtauftritts ging uns leicht von der (behandschuhten) Hand, da es ungemein spannend war, dem renommierten Handschuhproduzenten ein neues Gesicht zu geben und sie zur heißesten Marke des Winters zu machen.

Als Full Service Lead-Agentur stellten wir Zanier mit einer brandneuen Markenstrategie gehörig auf den Kopf. Auf den Entwurf eines neuen Logos folgte eine Reihe von coolen Anzeigen, Katalogen und anderen Kommunikations-Tools. Wir rückten das Tiroler Unternehmen neu in den Blickpunkt und sorgten unter anderem mit Verpackungsdesigns, Stickern, Broschüren, Postern, Hangtags und POS-Materialien für frischen Wind am Berg. Und das neue, dynamische Image von Zanier erwärmte nicht nur so manche Hand sondern auch zahlreiche Design-begeisterte Herzen.

„zoom hat es von Anfang an verstanden, den Spirit von Zanier in passenden Design-Lösungen umzusetzen. Der kreative Output der Agentur ist uns eine große Hilfe und wir schätzen ihr Know-how in Sachen junger Sportmarkt. Die Agentur steht einfach für gelebtes Jugendmarketing – und das macht es auch so Spaß, mit ihnen zusammenzuarbeiten“, verrät Markus Zanier, Geschäftsführer von Zanier Gloves. Dieses Kompliment können wir nur zurückgeben und freuen uns schon auf die nächste fette Saison am Berg!



40 years anniversary logo



Technology icons



Product catalog

IN THE AGE OF WEB 2.0 & SOCIAL NETWORKING



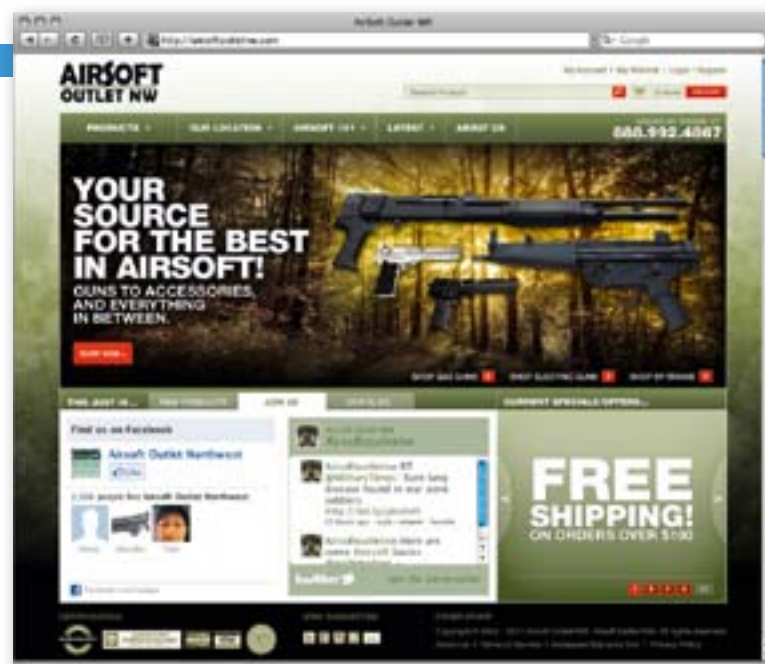
In the times of Web 2.0, Facebook, Twitter, Youtube and apps (to name but a few), it takes passionate digital pros like the members of our web department to implement intriguing projects with the power to create a worldwide buzz. Throughout the years, they brought to life a number of truly amazing projects that deserve to be at the top of your bookmark list. Furthermore, the team even won the Adobe EMEA Solutions Excellence Award for their efforts. Take a look at some of their projects...

Im Zeitalter von Web 2.0, Facebook, Twitter, Youtube, Apps & Co braucht es passionierte digitale Vollprofis wie die Mitglieder unseres Web-Teams, um außergewöhnliche Projekte umzusetzen, die sich wie ein virales Buschfeuer im Internet ausbreiten. Und im Laufe der Jahre haben wir einige solcher Projekte geschaffen, die uns unter anderem den Adobe EMEA Solutions Excellence Award einbrachten – hier sind einige davon...

IN THE CROSSHAIRS

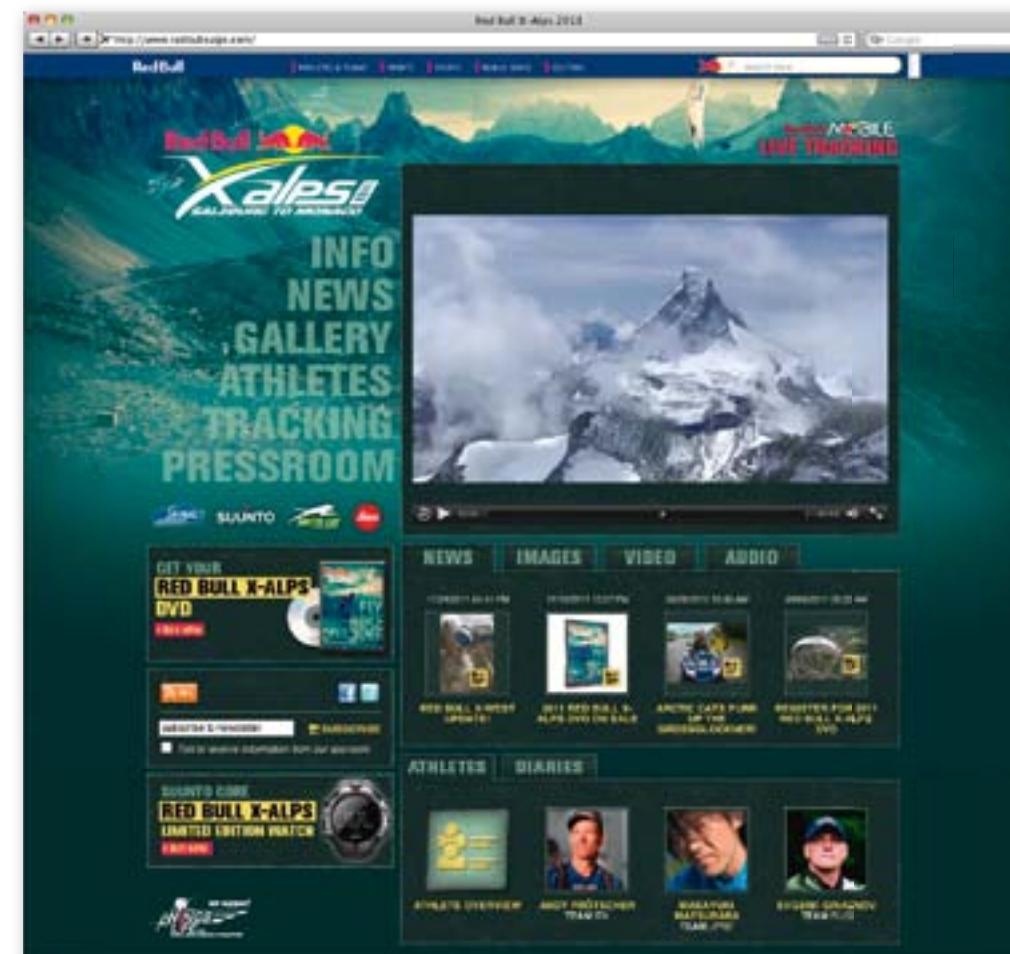
Our US office is currently working on a complex web project, building an online web shop for Airsoft guns and related products with more than 3,000 items. Built with the Magento eCommerce platform for growth, the web shop is a robust yet flexible solution built on a solid core architecture and supported by over 2,000 extensions and APIs to leading accounting/ERP packages. The eCommerce platform has already been used by internationally renowned market players such as Nespresso, Samsung and The North Face and has yielded \$25 billion in transactions and two million downloads. After a complex migration process of importing the products from the existing shop, the new Airsoft source will boast intelligent search and advanced filter features, allowing users to search for related products or see what other customers purchased before them. Powered by a user-friendly backend, this platform is bound to make every Airsoft fan's heart beat faster!

Unser US Office bastelt gerade an einem umfangreichen Webshop für Airsoft-Waffen und Zubehör mit mehr als 3.000 Produkten! Basierend auf der Magento eCommerce Plattform for Growth ist der Webshop eine robuste und flexible Lösung, die auf einer Core-Architektur aufgebaut wurde und von mehr als 2.000 Extensions und APIs zu Top-Accounting und ERP Packages unterstützt wird. Die eCommerce Plattform wurde bereits äußerst erfolgreich von renommierten Unternehmen wie Nespresso, Samsung oder The North Face eingesetzt und hat bereits US\$25 Milliarden an Transaktionen sowie 2 Millionen Downloads erzielt. Nach einem komplexen Migrationsprozess, in dem die Produkte aus dem bestehenden Shop importiert werden, wird die neue Airsoft-Seite den Usern intelligente Such- und Filterfunktionen sowie die Möglichkeit bieten, nach ähnlichen Produkten zu suchen oder sich anzusehen, was andere Kunden bereits vor ihnen gekauft haben. Mit einem User-freundlichen Backend im Hintergrund wird die neue Plattform garantiert die Herzen aller Airsoft-Fans höher schlagen lassen!



airsoftoutletnw.com

3,000 items in the web shop



Red Bull X-Alps Live Tracking

redbullxalps.com

2 million unique visitors in 3 weeks

BRINGING ADVENTURE RACING INTO THE FANS' HOMES

During the 2011 edition of Red Bull X-Alps, each of the 30 athletes carried a GPS device transmitting their exact position to the Live Tracking on www.redbullxalps.com every four seconds. Fans around the world were glued to the Live Tracking, which allowed them to see on Google Maps and Google Earth whether their favorite participant was hiking up a hostile mountain or soaring through the air. Throughout the race, we were rewarded with an extremely active community of followers, receiving a whopping 2 million visits to the website in only three weeks and 66 million documented online contacts. Various social networks were also running hot with Red Bull X-Alps fever, resulting in 5.2 million views of Facebook posts and more than 2,400 followers on Twitter. In fact, fans all over the globe were so hooked that some of them decided to open a 'Red Bull X-Alps Addicts Anonymous' Facebook group...

Auf ihrer mühsamen Reise quer über die Alpen trug jeder der 30 Athleten von Red Bull X-Alps 2011 ein GPS-Gerät bei sich, das alle Positionsdaten im Sekundentakt auf die offizielle Event-Webseite www.redbullxalps.com, wo man den genauen Fortschritt der Teilnehmer mitverfolgen konnte. Das Live Tracking faszinierte tausende Fans weltweit, die sich per Google Maps und Google Earth-Integration ein genaues Bild davon machen konnten, ob ihr Lieblingsathlet sich gerade einen steilen Berghang hinaufquälte oder durch die Luft segelte. Unsere Arbeit wurde mit einer unglaublich engagierten Web-Community belohnt, die zu 2 Millionen Visits auf der Website in nur drei Wochen und 66 Millionen dokumentierter Onlinekontakte führte. Auch in diversen Social Networks grassierte das Red Bull X-Alps Fieber, was sich in 5,2 Millionen Views von Facebook Posts und über 2.400 Followern auf Twitter niederschlug. Fans auf der ganzen Welt waren den regelmäßigen Updates dermaßen verfallen, dass sie auf Facebook sogar die Gruppe „Red Bull X-Alps Anonymous“ gründeten...

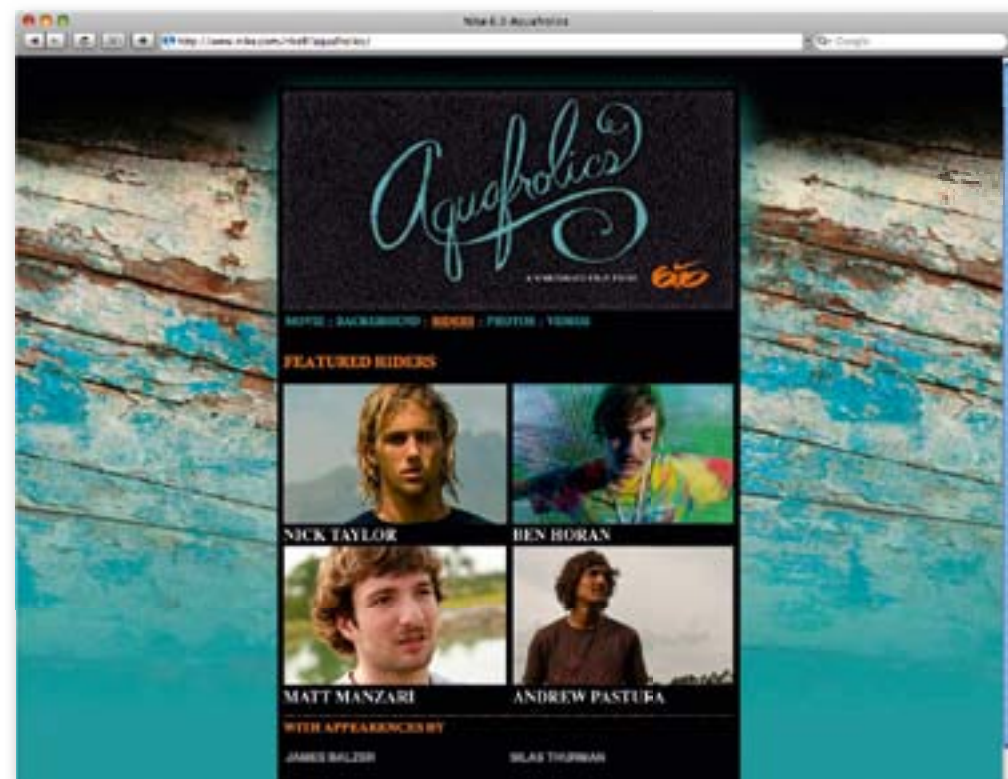
ILLUMINATING THE WORLD WIDE WEB



The 'enlightening' contest website of the 2011 Red Bull Illume Image Quest, www.redbullillume.com, was drawing fans like moths to the light with 730,070 unique visits. As a special highlight, our web department also designed a cutting-edge Red Bull Illume HD app bringing the 250 winning images right to the fans' iPads. The app features audio comments of the photographers, tells the stories behind the shots and provides a rundown of the most important technical details. With more than 40,000 downloads, the app was a staggering success and even received the prestigious FWA "Mobile of the Day" award. It featured on the official Adobe Facebook blog, was presented at the Adobe Max conference in Los Angeles and iTunes Rewind promoted it as one of the top 5 photo apps of the year in Austria, Germany and Switzerland!

Fans des Red Bull Illume Image Quest 2011 wurden von der offiziellen Wettbewerbs-Webseite www.redbullillume.com angezogen wie die Moten vom Licht und brachten den Contest mit 730.070 Unique Visits zusätzlich zum Strahlen. Als besonderes Highlight designte unser Web-Team eine coole Red Bull Illume HD App, die die 250 spektakulären Gewinnerbilder direkt auf die iPads der Fans brachte. Die App bietet Audiokommentare der einzelnen Fotografen, verschiedene Geschichten hinter den Bildern und die wichtigsten technischen Details. Mit mehr als 40.000 Downloads war die App ein voller Erfolg und wurde sogar mit dem renommierten FWA "Mobile of the Day" Award ausgezeichnet. Verschiedenste Publikationen berichteten über die App, darunter der offizielle Adobe Facebook Blog. Außerdem wurde sie bei der Adobe Max Konferenz in Los Angeles gepusht und von iTunes Rewind als einer der Top 5 iTunes Apps des Jahres 2011 im deutschsprachigen Raum promotet!

redbullillume.com
730,000 unique visitors



CREATING A MOVIE BUZZ

For several of Nike 6.0's most spectacular sports movies, we worked on an intriguing strategy to push the films in a big way. Extraordinary BMX or Wakeskate movies like "Partners in Crime" or "Aqua-frolics" required a special promotion campaign to make them hit the big screen in style. Attention-grabbing microsites whetted the fans' appetite with exciting trailers, background stories and other cool features. To create a hype around the movie premieres, they were also backed up by a successful content provision strategy with special interest portal sites supported by media placements and web banners.

For the BMX movie "Writing on the Wall", the website was rolled out in three phases, allowing us to create an intelligent traffic pattern with partnering BMX portals. In Phases 1 and 2 we offered a variety of behind-the-scenes videos, while hosting exclusive rider segments on major BMX portals. In phase 3, the entire movie was broadcast online and users were able to download it in various formats. A comment contest further boosted visits and user interaction. The outcome was overwhelming with more than 12,000 movie downloads within the first week!

Für gleich mehrere von Nike 6.0s spektakulärsten Sport-Movies erarbeitete zoom eine ausgeklügelte Strategie, um die Filme in großem Stil zu pushen. Für außergewöhnliche BMX oder Wakeskate Movies wie „Partners in Crime“ oder „Aqua-frolics“ ließen wir eine spezielle Promo-Kampagne vom Stapel, die wie für die große Leinwand geschaffen war. Auffällige Microsites sollten den Fans durch coole Trailer, Hintergrundgeschichten und Zusatz-Features einen actiongeladenen Vorgeschmack auf die Filme geben. Um den Hype perfekt zu machen, entwickelten wir zusätzlich eine erfolgreiche Content Providing-Strategie samt Platzierungen auf Special Interest Portalen, iMedia-Schaltungen und Web-Bannern.

Für das BMX Movie „Writing on the Wall“ planten wir einen Website-Rollout in drei Phasen, der mit einem intelligenten Traffic-Muster mit diversen BMX-Portalen gekoppelt war. In Phase 1 und 2 bot die Webseite umfassendes Behind-the-scenes-Material und ging mit Schaltungen auf diversen renommierten BMX-Plattformen einher. In Phase 3 wartete die exklusive Online-Premiere des Movies samt Download in diversen Formaten auf die Fans. Ein spezieller Comment Contest trieb die Visits und User-Interaktion weiter nach oben, während Hintergrundinfos, Rider-Biografien und eine Galerie das Gesamtpaket auf der Seite abrundeten. Das Ergebnis waren unglaubliche 12.000 Downloads bereits in der ersten Woche!

Nike 6.0

"Either I'm carrying my paraglider or it is carrying me.
Together we are trying to get to Monaco."

Red Bull



Xalps 2011
SALZBURG TO MONACO



Red Bull **MOBILE**
LIVE TRACKING
www.redbullxalps.com
Follow the action!



FLY HIKE CONQUER

THE BIRTH OF AN ALPINE ADVENTURE RACE

Getting from Salzburg in Austria to the Mediterranean coast of Monaco in 12 days? Easy, you say. But what if we tell you that you can't take a plane, train or use your car — that the only things you're allowed to use are a paraglider and a pair of hiking boots? Not so easy now, is it? But that's exactly what 30 of the world's top athletes attempt to do every two years...

Vom Österreichischen Salzburg bis nach Monaco in 12 Tagen. Kein Problem meinst du? Aber was ist, wenn wir dir sagen, dass du dabei kein Flugzeug benützen darfst und auch keinen Zug und übrigens auch kein Auto? Dass eigentlich deine einzigen Fortbewegungsmittel deine beiden Beine und ein Gleitschirm sind? Jetzt klingt's schon nicht mehr ganz so einfach, was? Und dennoch versuchen alle zwei Jahre 30 der besten Athleten der Welt genau das...



▲ Race route 2011

THE CHALLENGE OF A LIFETIME

The Red Bull X-Alps adventure race gives athletes the chance to test themselves in the air as well as on the ground as they face the biggest adventure of their lives – crossing some of Europe's most grueling Alpine peaks as fast as possible, on foot or by paraglider.

Some of the athletes train for years just to be part of this unique adventure, honing their flying skills, pushing their limits of endurance and working out the decisive tactics that will put them ahead of their competitors in this spectacular race.

Starting from downtown Salzburg, the 864km-long route takes the athletes to Monaco via a number of predefined turnpoints and passes some of Europe's most foreboding peaks such as Austria's Dachstein, Italy's Tre Cime and the Matterhorn in Switzerland. The race goes on day and night, sun or rain, putting the athletes under unbelievable strain. To add even more pressure, the bottom-ranked athlete is eliminated from the race every 48 hours.

In the end, the first athlete to reach Monaco wins the coveted title and with it, the knowledge that he has mastered one of today's last great outdoor adventures.

DIE HERAUSFORDERUNG DEINES LEBENS

Beim Alpinen Adventure Race Red Bull X-Alps müssen die Athleten sich nicht nur in der Luft sondern auch am Boden bewähren und sich dem größten Abenteuer ihres Lebens stellen: die feindlichsten Gipfel der Alpen nur zu Fuß und per Paragleiter zu überqueren – und das so schnell wie möglich.

Die meisten Teilnehmer trainieren jahrelang, um an diesem einzigartigen Abenteuer teilnehmen zu können. Jahr für Jahr feilen sie an ihrem Können, arbeiten an ihrer Ausdauer und grübeln über die entscheidende Strategie nach, die sie ihre beinharte Konkurrenz beim spektakulärsten Rennen der Welt hinter sich lassen könnte.

Nach dem Start in der Salzburger Altstadt bringt das Rennen die Athleten auf einer 864km langen Strecke über Etappenziele in verschiedenen Ländern quer über die Alpen bis nach Monaco – darunter einige von Europas unwirtlichsten Gipfel wie der österreichische Dachstein, die italienischen Drei Zinnen oder das Matterhorn in der Schweiz.

Das Rennen läuft dabei Tag und Nacht, bei Sonne oder Regen – die harten Bedingungen verlangen den Athleten alles ab. Um den Druck noch ein wenig zu erhöhen, scheidet auch noch alle 48 Stunden der letztplatzierte Athlet aus dem Rennen aus.

Am Ende gewinnt jener Athlet, der als Erster den Strand von Monaco erreicht. Mit nach Hause nimmt er nicht nur den begehrten Siegeltitel, sondern auch das Wissen, dass er eines der letzten wahren Outdoor-Abenteuer der Welt gemeistert hat.



FOLLOW THE ACTION

What makes the race all the more exciting is that the athletes' every move can be followed in real time on the internet. Using mobile devices that link the athletes' GPS tracking systems to the Red Bull X-Alps server, the state-of-the-art Live Tracking feature on www.redbullxalps.com is updated every four seconds and gives thousands of fans around the globe the opportunity to see the participants' exact positions on an interactive map. As a little flashing dot on the map, fans can follow their favorite athlete as he makes his way along the route and even enjoy the whole experience using Google 3D. With athlete diaries, statistics, guestbooks, news updates, videos, pics and a comprehensive press area, the zoom-designed event website is the digital heart and soul of the race.

Apart from Live Tracking development and website designs, zoom has been the creative driving force behind Red Bull X-Alps since the first race in 2003. The entire visual appearance of the event is regularly reinvented by the zoom team and applied to a staggering number of communication tools ranging from flyers and folders to banners and lots, lots more. However, zoom's commitment to the alpine adventure race doesn't stop there.

HAUTNAH AN DER ACTION

Noch spannender wird das Rennen dadurch, dass die exakte Bewegung jedes Athleten in Echtzeit im Internet mitverfolgt werden kann. Modernste GPS-Geräte, die die Teilnehmer stets bei sich tragen, übertragen sämtliche Positionsdaten alle vier Sekunden an den Red Bull X-Alps Server, der wiederum das Herzstück der offiziellen Event-Webseite www.redbullxalps.com speist: das Live Tracking. Dieses ausgeklügelte Feature erlaubt es Fans auf der ganzen Welt, die genaue Position und das Vorankommen ihres Favoriten auf einer interaktiven Karte mitzuverfolgen. Als kleinen, blinkenden Punkt auf der

Landkarte können sie ihrem Lieblingsathleten dabei zusehen, wie er sich Richtung Monaco kämpft – und das dank Google 3D sogar in besonders plastischer Form. Oben drauf gibt's noch Athleten-Tagebücher, Statistiken, Gästebücher, News Updates, einen Pressebereich und jede Menge Bilder und Videos.

Abgesehen von der Entwicklung des Live Tracking und sämtlichen Website-Designs war zoom bereits seit dem ersten Rennen 2003 die treibende Kraft hinter

Red Bull X-Alps. Der gesamte Look des Ausnahme-Events wird von zoom regelmäßig neu erfunden und in einer Vielzahl von Kommunikations-Materialien vom Flyer bis zur Broschüre und Banner weitergesponnen. Das ist aber noch nicht alles, was zoom für das Alpine Adventure Race auf die Beine stellt!



Red Bull X-Alps Live Tracking on Google Earth

▼ Red Bull X-Alps website



RED BULL X-ALPS 2011 IN NUMBERS

2 – Only two athletes made it to Monaco
2 – Nur zwei Athleten schafften es bis nach Monaco

4 – Four of the top ten athletes were newcomers to the race
4 – Vier der Athleten in den Top 10 waren zum ersten Mal bei Red Bull X-Alps dabei

8 – Eight athletes were penalized for infringing forbidden zones; two were disqualified, six served 24-hour time penalties.
8 – Acht Athleten passierten eine Flugverbotszone: zwei von ihnen wurden disqualifiziert, die restlichen sechs mit einer 24-stündigen Zeitstrafe belegt

9 – Third-placed Paul Guschlbauer was just 9km from Monaco when the contest ended
9 – Der Drittplatzierte Paul Guschlbauer war nur noch 9km von Monaco entfernt, als das Rennen endete

18 – Only 18 athletes made it to the close of the competition – 12 were injured, eliminated or disqualified.

18 – Nur 18 Athleten waren am Ende des Rennens noch dabei – 12 hatten bereits vorher aufgrund von Verletzungen aufgegeben, waren als Letztplatzierte vom Rennen ausgeschlossen oder disqualifiziert worden

205 – The longest single flight was by Christian Maurer – he flew 205km

205 – Den längsten Flug am Stück konnte Christian Maurer mit 205km für sich verbuchen

500 – The race resulted in 500hrs of worldwide TV broadcasts

500 – Das Rennen resultierte in 500 Stunden weltweiter TV-Berichterstattung

2 million – The state-of-the-art website attracted 2 million unique visits

2 Millionen – Die top-moderne Event-Website erzielte 2 Millionen Unique Visits

214 million – The total documented reached contacts for the 2011 edition

214 Millionen – Die Ausgabe 2011 führte zu unglaublichen 214 Millionen dokumentierter Kontakte

MASSIVE MEDIA SUCCESS

In addition to the visual side of the event, the team is also responsible for the race's media relations and content providing, making sure that word of Red Bull X-Alps travels to all corners of the earth as fast as possible.

And zoom's efforts continue to pay off. With huge coverage all over the world, the race has become a massive media spectacle, with a whopping 2 million unique visits to the high-technology website and an incredible 214 million documented contacts during the 2011 edition of the race.

MASSIVER MEDIENERFOLG

Neben der visuellen Seite des Events ist das Team von zoom auch für Pressearbeit und Content Providing für Red Bull X-Alps zuständig und sorgt dafür, dass Medien auf der ganzen Welt ganz genau über das Adventure-Spektakel der Extraklasse Bescheid wissen.

Und die Energie und Leidenschaft, die zoom alle zwei Jahre in das Projekt steckt, tragen reiche Früchte: Red Bull X-Alps erzeugt jedes Mal aufs Neue ein riesiges Medienecho und schlägt sich in massiver Berichterstattung auf der ganzen Welt nieder. Bei der letzten Ausgabe 2011 erzielte die top-moderne Webseite zwei Millionen Unique Visits, während insgesamt unglaubliche 214 Millionen dokumentierter Kontakte erreicht wurden.

▼ Red Bull X-Alps media kit containing all press information on the race



► Suunto Core – Red Bull X-Alps edition



CREATING WORLD-CLASS BRANDS FOR WORLD-CLASS ATHLETES

Every athlete has their own style of play. That's why if you want to successfully promote an athlete, it is key to pick up on his or her special spirit and reflect it in a distinctive brand. Basically it's about understanding the athletes' essence: discovering their personality and using it as the corner stone of a corporate identity that is as unique as their athletic feats.

Throughout the years, numerous athletes have assigned us to create personal promotional packages for them. From aerobatics world champions to soccer players, B.A.S.E. jumpers to racecar drivers – our mission was always to capture the uniqueness of every athlete and build a series of characteristic communication materials around it. No matter if it's a state-of-the-art website, brochure, photo-shoot or business card that the athlete requires, we always try to assemble the perfect package to match their style.

Jeder Athlet hat seinen eigenen Stil. Darum ist es in der Markenbildung für Athleten auch so wichtig, den persönlichen Spirit eines jeden Sportlers zu erkennen und ihn in eine einzigartige Marke zu übersetzen. Im Prinzip geht es also darum, die Essenz des Athleten heraus zu destillieren und seine Persönlichkeit als Grundstein für den Bau einer Corporate Identity zu verwenden, die seinen sportlichen Höchstleistungen in nichts nachsteht.

Im Laufe der Jahre haben zahlreiche Athleten mit genau diesem Anliegen an die Tür von zoom geklopft und dafür ein personalisiertes Komplettpaket zur Athleten-Promotion erhalten. Von Kunstflug-Assen zu Fußballprofis und von B.A.S.E. Jumpern zu Rennfahrern – wir schießen uns genau auf das ein, was den individuellen Athleten einzigartig macht, und bauen darauf eine Reihe von maßgeschneiderten Kommunikations-Materialien auf. Egal ob es eine top-moderne Webseite, eine stylische Broschüre, ein Fotoshooting oder eine Packung Visitenkarten ist – wir stellen für jeden Athleten das passende Paket für seinen Stil zusammen.

Pro kayaker Steve Fisher's web portal

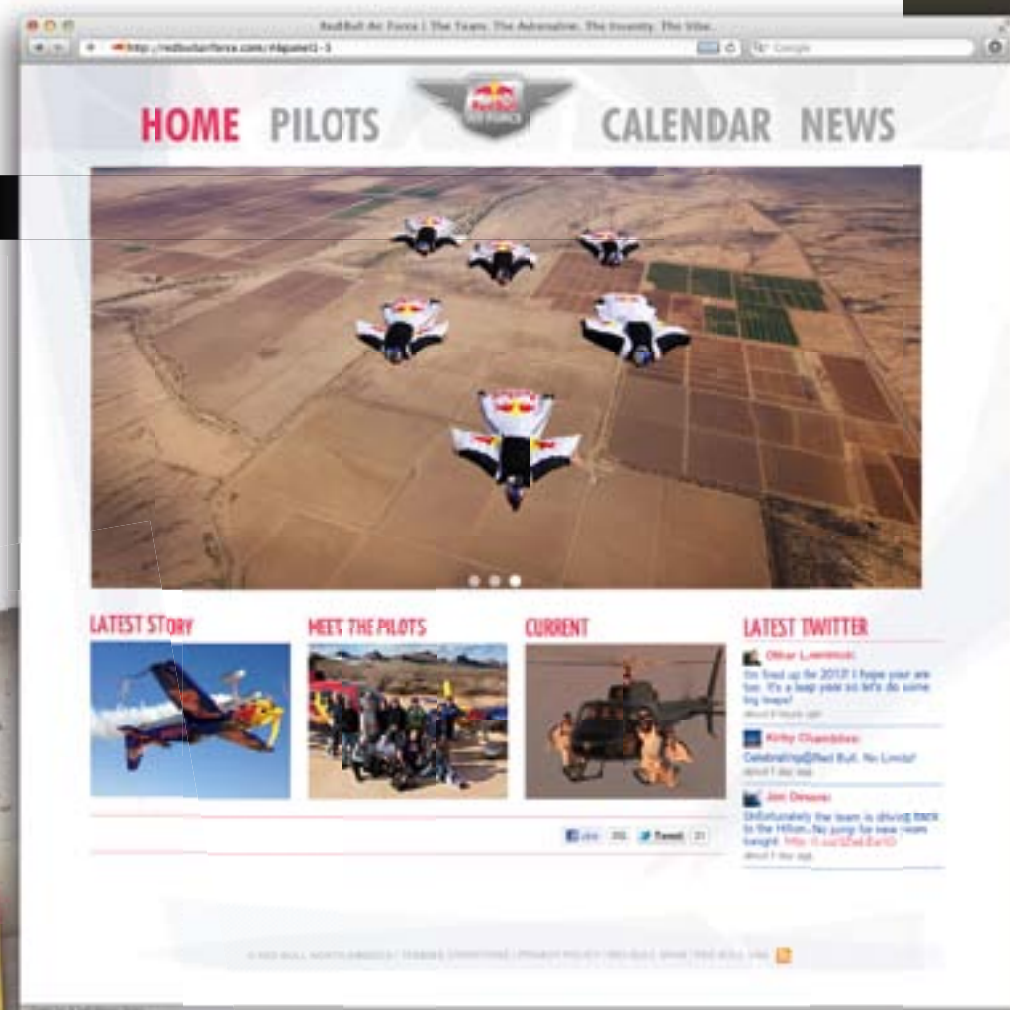
stevefisher.com



redbullairforce.com

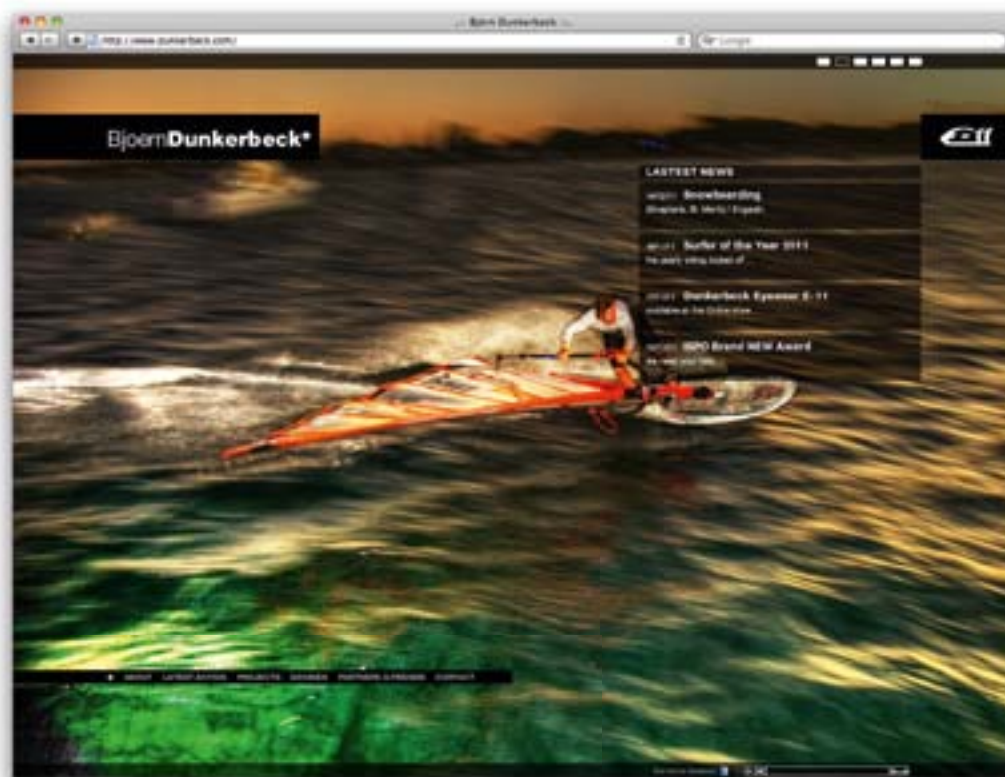


Red Bull Air Force athlete cards and website, which can be updated via iPad



Website of FMX legend Travis Pastrana
Mobile website

travispastrana.com



dunkerbeck.com

▲ Website of Björn Dunkerbeck, the godfather of windsurfing



sebastianproedl.com

▲ Soccer player Sebastian Prodl on the world wide web

Groundbreaking sportsmen

For example, we designed an eye-catching logo and action-based website for FMX legend Travis Pastrana, giving fans a stylish online ride through his thrilling life, while former Red Bull Air Race World Champion Hannes Arch was kitted out with a brand-new corporate image as well as high-flying aircraft, hangar and merchandise designs.

Even more athletes...

For the Red Bull Air Force team, zoom worked on a new CI, print materials and a high-flying website that can be updated via 14 iPad devices. Other athletes soccer pros like Sebastian Prodl and Vedad Ibisevic, ski racer Lindsey Vonn and 35-time windsurfing world champion Björn Dunkerbeck all received a comprehensive new web presence that gave fans the opportunity to find out everything about their favorite athlete and interact with them on the world wide web. Pro kayaker Steve Fisher's website even features a neat day and night mode, changing the page's look into 'night style' after 6pm.

"I have been working with the zoom team for more than 10 years and they are getting better and more innovative every day. It really shows that they do whatever it takes to be the best and still have fun at what they're doing - and that's what I like about them," says Dunkerbeck.

Außergewöhnliche Athleten

Für FMX-Legende Travis Pastrana designten wir beispielsweise ein rasantes Logo und eine action-reiche Website, die seine Fans auf eine aufregende Online-Reise durch Pastranas abenteuerliches Leben schickte, während Red Bull Air Race World Champion Hannes Arch von uns ein komplett neues Corporate Design-Paket samt Flugzeug-, Hangar- und Merchandise-Designs bekam.

Und noch mehr Athleten...

Während wir für die Piloten des Red Bull Air Force Teams eine neue CI, Printmaterialien und eine coole Website entwickelten, die über 14 iPads up-dated werden kann, erhielten Star-Fußballer wie Sebastian Prodl oder Vedad Ibisevic, Ski-Ass Lindsey Vonn und der 35-fache Windsurf-Weltmeister Björn Dunkerbeck eine umfassende Internet-Präsenz, auf der Fans alle Infos zu ihren Idolen finden und gleichzeitig mit ihnen interagieren können. Profi-Kajakler Steve Fisher bekam sogar eine Webpräsenz, deren Look sich ab 18.00 Uhr zu einem individuellen „Nachtmodus“ veränderte.

„Ich arbeite seit mehr als 10 Jahren mit dem Team von zoom zusammen und sie werden jedes Mal noch besser und innovativer. Sie tun wirklich alles, um die beste Arbeit abzuliefern und haben dabei einfach Spaß – und das mag ich so an ihnen“, erklärt Dunkerbeck.



hannesarch.com



ibisevic.net



◀ Website, aircraft designs and merchandise collection for all-round adventurer Hannes Arch

◀ Website with a kick for soccer player Vedad Ibisevic



PHOTOFILES

RED BULL PHOTOFILES

FEEDING THE WORLD WITH IMAGES



A WORLD OF IMAGES

Every day we are flooded with thousands of pictures: on billboards, in magazines, on TV... In today's virtual avalanche of images, it's hard to stand out from the crowd. We're talking about an image that instantly grabs you and won't let go. An image that simply takes your breath away.

The Red Bull Photofiles Photographer Service has made it their mission to scout and produce this very kind of image: powerful sports and culture photographs that jump out at you, no matter where you come across them.

Envisioned by zoom's founder Ulrich Grill in 1997, the Red Bull Photofiles offer international media access to thousands of breathtaking photos free of charge. Responsible for collecting, editing, commissioning, archiving and processing images from photo shoots, events or Red Bull happenings, the Red Bull Photofiles ensure that Red Bull gets maximum media coverage around the globe. A professional team of administrators and editors keeps the cogs turning and ensure that over 10,000 magazines are provided with premium photographic content.



Website
Find the most outstanding images on: images.redbullcontentpool.com

Over the years, zoom has specialized in providing a high-quality photographer service, constantly co-ordinating, managing and building our worldwide network of professional photographers. This not only involves scouting for promising photographers and compiling briefs, debriefs and image selections, it also means handling major international photo projects, on-site support, photo internships, workshops and many other photo-related issues.

As Red Bull's competence center for photographers, photography and digital imaging, the Red Bull Photofiles Photographers Service team provides media across the globe with the biggest and arguably most breathtaking collection of action and adventure sports images in the world.

TRAVIS RICE SHOT WINS IMAGE OF THE YEAR CONTEST



We're really stoked about one of our images winning "Best Portrait" in the prestigious 2011 American Photo Images of the Year Contest! The annual contest is an international showcase of the very best in contemporary photography and is a truly big award for us to win! The shot that bagged the winning title was the Red Bull Photofiles image of snowboard pro Travis Rice behind a sheet of ice, taken by our photographer Dustin Snipes during a photo shoot organized by zoom. With our outstanding "Best Portrait" we even beat the images of renowned ESPN Magazine – what a great success!

Jeden Tag werden wir von einer wahren Flut an Bildern überrollt: auf Plakaten, in Magazinen, im Fernsehen... Bei dieser virtuellen Lawine an Fotos ist es schwierig, ein Bild zu finden, das noch aus der Masse hervorsticht. Eines, das dich sofort packt und nicht mehr loslässt. Ein Bild, das dich einfach umhaut.

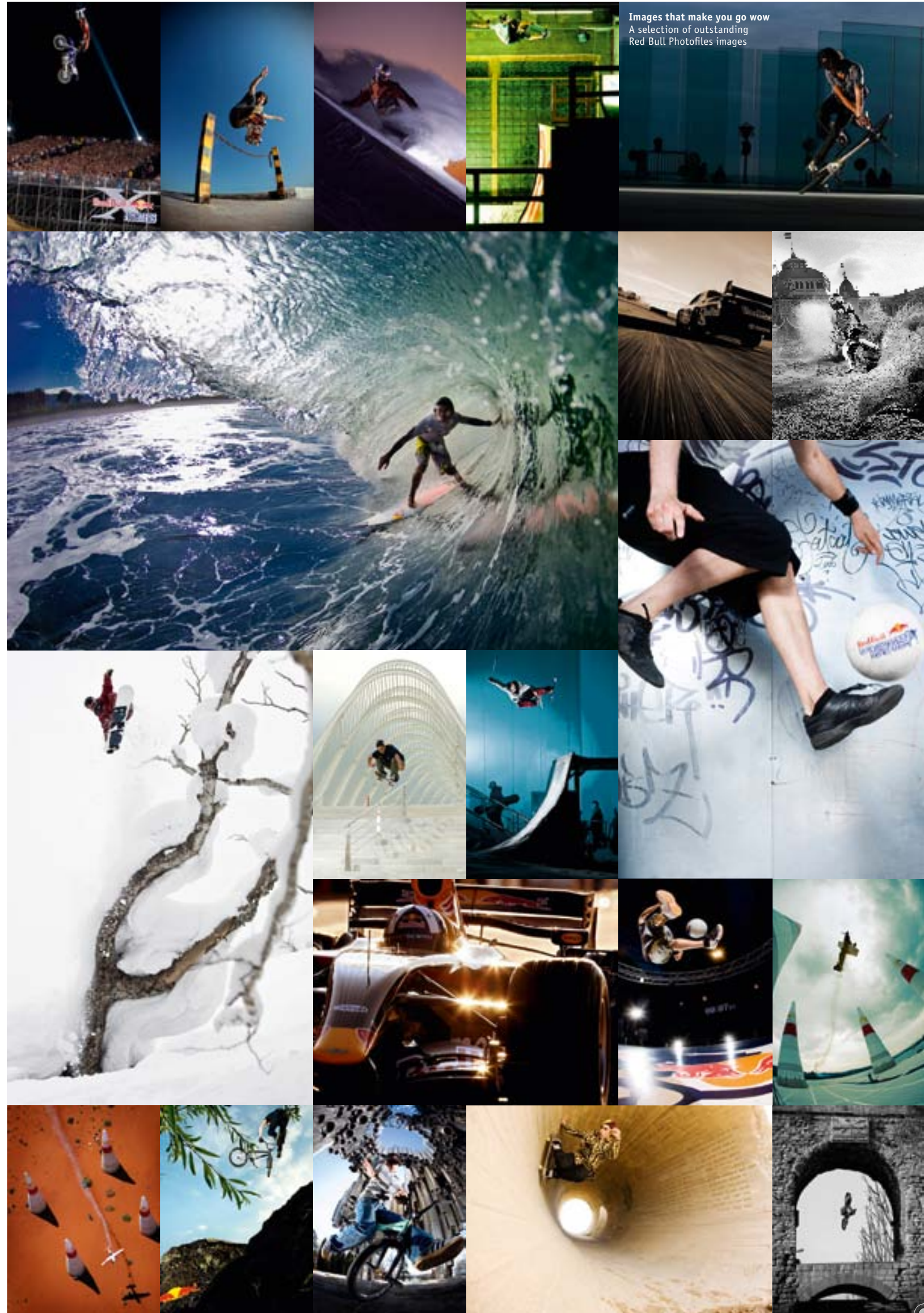
Der Red Bull Photofiles Photographer Service hat es sich auf die Flagge geschrieben, genau solche Bilder zu suchen, zu fördern und zu produzieren: kraftvolle Aufnahmen aus dem Bereich Sport und Kultur, die einem sofort ins Auge springen, egal wo man gerade über sie stolpert.

1997 von zoom-Gründer Ulrich Grill ins Leben gerufen, war es stets die Mission der Red Bull Photofiles, internationale Medien mit tausenden faszinierenden Bildern zu versorgen – und das gratis. Das Red Bull Photofiles Team sorgt dafür, dass die besten Fotos von Athleten-Shootings und Events gesammelt, editiert, beauftragt, archiviert und verarbeitet werden, um für Red Bull maximale Medienpräsenz quer über den gesamten Erdball zu erzielen. Ein professionelles Team an Administratoren und Redakteuren kümmert sich darum, dass jedes noch so kleine Zahnrad im Prozess sich reibungslos dreht und so mehr als 10.000 Magazine weltweit mit fotografischem Premium-Content versorgt werden.

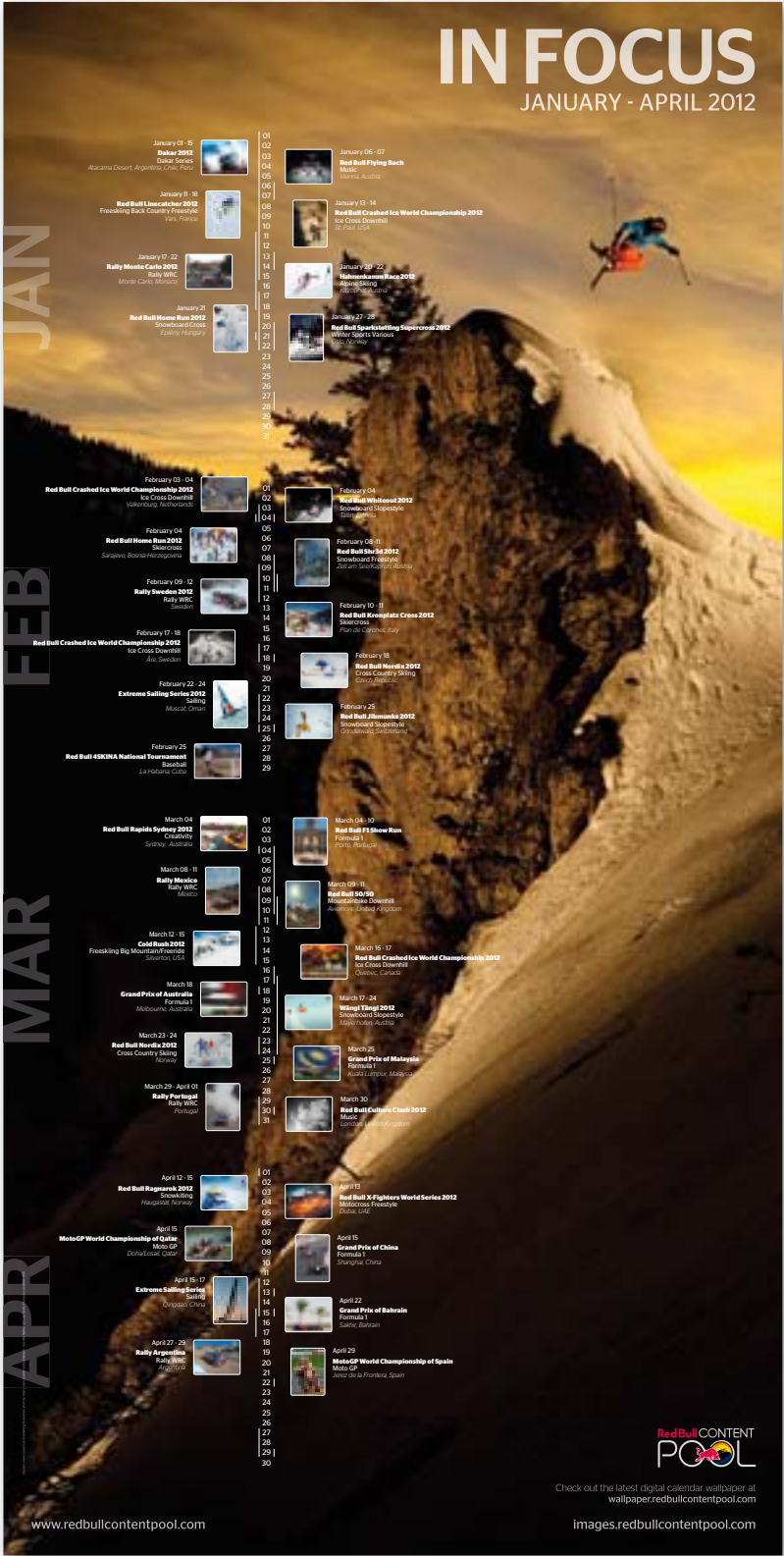
Im Lauf der Jahre hat das zoom-Team sich mehr und mehr auf Fotografen-Service auf höchstem Niveau spezialisiert und koordiniert, managt und erweitert täglich ein weltweites Netzwerk an professionellen Fotografen. Dazu gehört nicht nur aktives Scouting nach aufstrebenden Fotografen und die Erstellung von Briefings, Feedbacks und Bildauswahlen, sondern auch das Handling einer massiven Maschinerie aus internationalen Fotoprojekten, On-Site Support-Einsätzen, Foto-Praktika, Workshops und vielen anderen fotografischen Angelegenheiten.

Als Red Bulls Kompetenzzentrum für Fotografen, Fotografie und digitalen Workflow versorgt das Red Bull Photofiles Photographer Service Team täglich die einflussreichsten Medien der Welt mit den wohl atemberaubendsten, gewaltigsten und einzigartigsten Freesport-Bildern der Welt.

Wir sind superstolz, dass eines unserer Bilder als bestes Porträt beim renommierten 2011 American Photo Images of the Year Contest ausgezeichnet wurde! Jedes Jahr werden bei dem internationalen Wettbewerb die besten zeitgenössischen Bilder der Welt gekürt – und wir fühlen uns geehrt, dass eines davon aus unserem Haus stammt! Das Bild, das den großen Preis eingefahren hat, ist ein Red Bull Photofiles Foto, das unser Fotograf Dustin Snipes während eines von zoom gemanagten Fotoshootings von Profi-Snowboarder Travis Rice hinter einer Eiswand geschossen hat. Unser ausgezeichnetes „Best Portrait“ schlug sogar die Einreichungen des berühmten ESPN Magazine – was für ein toller Erfolg!



Images that make you go wow
A selection of outstanding Red Bull Photofiles images



01



04



05



02



03



Athlete: Marko Grlic
Location: Hintertux
Photographer: Samo Vidic

GET TO KNOW TODAY'S TREND-SETTERS AND STYLE PIONEERS

Working in youth marketing, your first commandment will always be to know your target group. We're talking about our in-depth knowledge and passion for youth lifestyle that doesn't stop when we close the office door behind us.

Apart from living this passion inside and outside of the office, we also conduct regular research into today's youth market to be able to spot new trends around the corner and to stay ahead of the latest developments. We're happy to share our knowledge, so don't hesitate to contact us for an update on the latest facts and figures!

Here's a bit of trivia to whet your appetite! Did you know that...

...given the choice of music or sex, 76% of young people would rather live without sex than without music for a week?

... 64.4% of young people get their daily information from Social Networks?

...the #1 aspirational sports for young people are board sports?

...64% of young people are more likely to buy from brands that donate a percentage of profits to a non-profit cause?

And what's up next? Here's a few trends that will shape the life of young people in the near future...

Asianation

Asian fashion, food and lifestyle elements are about to conquer the rest of the world (e.g. K-Pop music, bubble tea,...)

Fit = fun

More and more apps will encourage young people to eat healthy and work out more. Apps such as Nexercise and Fitocracy even offer discounts the more you work out.

Ethno fashion

Fashion heads into ethno territory and beyond with colorful prints, fringes and other ethnic elements.

Music ownership is over

Young people have rapidly adopted platforms like Pandora and Spotify, making the need to own music, even in digital format, less important.

Das erste Gebot im Jugendmarketing lautet immer: kenne deine Zielgruppe. Und damit meinen wir profundes Wissen und eine Leidenschaft für Jugend-Lifestyle, die nicht endet, wenn wir die Agentur-Türen hinter uns schließen.

Zusätzlich dazu, dass wir diese Leidenschaft während, vor und nach unseren Arbeitszeiten leben, führen wir auch noch regelmäßige Recherchen über den Jugendmarkt durch, um auch weiterhin die nächsten großen Trends schon riechen zu können, bevor sie wirklich um die Ecke biegen. Unser Wissen teilen wir dabei gerne mit dir – lass uns einfach wissen, wenn wir mit ein paar Infos und Fakten weiterhelfen können!

Als kleiner Vorgeschmack gibt's hier ein bisschen Wissenswertes. Wusstest du zum Beispiel, dass...

...76% der Jugendlichen lieber eine Woche auf Sex als auf Musik verzichten würden?

...64,6% der Jugendlichen ihre täglichen Informationen aus Social Networks beziehen?

...die liebste Art von Sport, die Jugendliche gern lernen würden, noch immer Board-Sport ist?

...64% der Jugendlichen eher bereit sind, eine bestimmte Marke zu kaufen, wenn diese an Non-Profit-Einrichtungen spendet?

Und was hält die Zukunft bereit? Hier sind einige Trends, um die sich der Lifestyle der Jugendlichen in der nahen Zukunft drehen wird...

Asianation

Sowohl Mode als auch Lebensmittel und andere Lifestyle-Elemente aus Asien erobern den Rest der Welt (z.B. K-Pop Musik, Bubble Tea,...)

Fit = Fun

Mehr und mehr Apps zielen darauf ab, junge Leute für Fitness zu begeistern. Bei Apps wie Nexercise oder Fitocracy gibt's sogar Belohnungen für regelmäßiges Training.

Ethno Fashion

Die Mode geht in Richtung Ethno: bunte Prints, Fransen und andere folkloristische Elemente sind groß im Kommen!

Musik muss man nicht mehr besitzen

Jugendliche nützen mehr und mehr Plattformen wie Pandora und Spotify und legen somit weniger Wert darauf, Musik tatsächlich zu besitzen.

PRESTIGIOUS PRINT PROJECTS

THREE60FIVE

zoom conceptualized and executed the premium coffee table book "THREE60FIVE", which celebrates the past 365 days in the world of Red Bull North America with outstanding imagery. For this year's edition we teamed up with ASP Women's World Champion Carissa Moore, which allowed us to cooperate with an outstanding athlete and perform part of the editorial work in Hawaii. Most of the photos shown in the book were produced by our in-house photo editors throughout the year, including a headshot of Travis Rice, which was voted best portrait 2011 by American Photo.

zoom entwickelte und produzierte den hochqualitativen Bildband „THREE60FIVE“, der in einer Auswahl an fantastischen Bildern einen atemberaubenden Rückblick über die letzten 365 Tage von Red Bull North America bietet. Für die letzte Ausgabe arbeiteten wir hierzu unter anderem mit der ASP Surf-Weltmeisterin Carissa Moore zusammen, was uns nicht nur erlaubte, das Projekt mit einer außergewöhnlichen Athletin abzuwickeln, sondern einen Teil davon auch noch in Hawaii zu tun. Die meisten Fotos, die im Buch zu sehen sind, wurden im Laufe des Jahres von unseren In-House-Fotoreakteuren produziert, darunter auch eine Aufnahme von Travis Rice, die von American Photo zum besten Porträt 2011 gewählt wurde.



Book cover



Selection of outstanding shots



A year in pictures

RED BULL MANNY MANIA SKATE DECK OF CARDS

Red Bull Manny Mania is an international skate contest based solely on the art of the manual. Amateur skateboarders from around the world compete against each other in regional events for a chance to represent their country in the Red Bull Manny Mania finals in NYC. The winner of this contest then competes against the world's best tech pro skaters in the Manny Mania Pro. To alert media outlets of the 2011 Red Bull Manny Mania, we developed a Skate Deck of Cards. The deck itself is based on a skateboard, with skate-related suits and face cards showcasing past Manny Mania contests. Red Bull's own Joey Brezinski is of course the joker, or Joeyker ;)

Bei Red Bull Manny Mania handelt es sich um einen internationalen Skateboard-Contest, bei dem sich alles um die Kunst des „Manual“ dreht. Bei regionalen Events treten Skate-Amateure auf der ganzen Welt gegeneinander an und kämpfen um ein Ticket für das große Red Bull Manny Mania Finale in New York City. Der Gewinner nimmt es im nächsten Schritt bei Manny Mania Pro mit den besten Skate-Profis der Welt auf. Um für die Ausgabe 2011 gehörig die Werbetrommel zu rühren, entwickelten wir dieses spezielle Kartenspiel. Das Design für das Deck basiert auf einem Skateboard und zeigt frühere Teilnehmer von Manny Mania. Der Red Bull-Athlet Joey Brezinski ist natürlich der Joker – oder besser gesagt der Joeyker ;)



Card deck

Red Bull athlete and pro skater Joey Brezinski turns into the game's joker



The suits of the cards are based on different skateboard elements

FUSCHL LOCALISM

To support our local community, we worked on some fun projects right on our doorstep. For the Fuschlseelauf, the annual race around lake Fuschl, we designed a series of folders, flyers and other materials to encourage runners to enjoy one of Austria's most beautiful running routes.

To give the local sports scene a further boost, we also organized our very own roller racing event called Battle Cranks. Roller racing consists of two riders racing head to head on static rollers. Their progress was tracked by a large dial and competitors hits speeds of up to 80km/h over the 500m distance! Everyone was welcome to come along, grab a drink, race and party. Before the actual race, we produced a range of eye-catching print materials including posters, stickers and postcards to encourage everybody from endurance athletes to stunt pilots to take part in Austria's most radical roller racing event. It took place in November 2010 at the Hotel Mohrenwirt in Fuschl am See and was a huge success.

Um unsere lokale Community ein wenig zu unterstützen, realisierten wir eine Reihe von actionreichen Projekten direkt vor unserer Fuschler Haustür. Für den alljährlichen Fuschlseelauf designten wir beispielsweise verschiedene Folder, Flyer und andere Materialien, um die Läufer auf eine der schönsten Laufstrecken Österreichs zu locken.

Als zusätzlicher Impuls für die lokale Sportszene organisierten wir unser eigenes Roller Racing Event Battle Cranks. Bei einem Rennen gegen die Zeit treten beim Roller Racing zwei Fahrer auf fixierten Rädern bei bis zu 80km/h über eine Distanz von 500m gegeneinander an. Bei Battle Cranks war jeder willkommen, vorbeizuschauen, sich aufs Rad zu schwingen oder einfach nur mitzufeiern. Vor dem eigentlichen Event produzierten wir eine Reihe an rasanten Printmaterialien von Postern über Sticker bis hin zu Postkarten, um Teilnehmer von Ausdauerathleten bis hin zu Stunt-Piloten für das Rennen zu gewinnen, das im November 2010 im Fuschler Hotel Mohrenwirt extrem erfolgreich über die Bühne ging.



Battle Cranks
Poster



Fuschlseelauf
Flyer



Illustrations



CERVEZA IBERICA

In 2009, young Spanish beer manufacturer Cerveza Ibérica assigned us with the holistic conception of their new beer brand, which was set to revolutionize Europe's hottest bars and party locations. Short of brewing the beer Cerveza Ibérica and the shandy Ibérica Limón ourselves, we pretty much created the new beverages from scratch.

Starting out with some thorough zoological research to find the perfect bull for the brand's logo, we continued with label, packaging, branding and collateral designs and moved on to creating their business cards. So think of us the next time you have a refreshing beer – cheers!

2009 beauftragte uns der junge Spanische Bierproduzent Cerveza Ibérica mit der holistischen Konzeption ihrer neuen Getränke-marke, die Europas angesagteste Bars und Party-Locations revolutionieren sollte. Außer dem Bierbrauen selbst übernahmen wir für das Bier Cerveza Ibérica und den Radler Ibérica Limón so ziemlich das gesamte Paket.

Angefangen von stundenlanger zoologischer Recherche, um den perfekten Stier für das Logo der Marke zu kreieren, ging's weiter mit Labeldesigns, Verpackungen, Werbematerialien und Geschäftsunterlagen. Das nächste kühle Bier geht auf uns – Prost!



Bottle and package design
Classic



Bottle and package design
Limón





BRAUN BATTLE OF THE YEAR

WWW.BRAUNBATTLEOFTHEYEAR.COM

**20 DANCE CREWS - 13,000 SPECTATORS
ONE BIG BRAND SUCCESS**

TRANSFORMING THE UNOFFICIAL WORLD CHAMPIONSHIP OF BREAKDANCING

Using an event as a vehicle for connecting a major brand with a young, trendy target audience provides emotive, intriguing and credible promotion opportunities. With this in mind, we set the 2011 sponsorship of the renowned Battle of the Year event series as the corner stone of a 360° branding and communication concept for Braun cruZer, thus putting word of our long-term client out there on the hippest street.

Becoming title sponsors of The Battle of the Year not only completely transformed Braun cruZer's brand image but put their name in lights at one of the world's hottest and fastest-growing events: the unofficial world championships of breakdancing.

DIE TRANSFORMATION DER INOFFIZIELLEN WELTMEISTERSCHAFT DES BREAKDANCE

Events bieten eine besonders interessante, emotionale und glaubwürdige Möglichkeit, eine Marke mit der Zielgruppe der jungen Trendsetter in Kontakt zu bringen. Um unseren Langzeitkunden Braun cruZer auf besonders „bewegende“ Art auf dem Radar dieses Publikums aufscheinen zu lassen, nahmen wir deren Sponsoring der Battle of the Year Breakdance-Eventserie 2011 zum Anlass für ein umfassendes Branding- und Kommunikationskonzept. Als Hauptsponsor des Battle of the Year bekam die Marke Braun cruZer nicht nur ein völlig neues Image, sondern wurde plötzlich im selben Atemzug mit einem der größten und renommiertesten Events der Welt genannt: der inoffiziellen Weltmeisterschaft des Breakdance.



OUR FIRST MOVES

To tie in cruZer's brand identity with the Braun Battle of the Year concept and turn the series from a small event into a huge media spectacle, it took in-depth, holistic project management skills. First, we gave the event website a completely new look with a true Hip Hop identity. Earning the trust and approval of the target audience was essential, so zoom also revitalized all channels of communication. From Youtube videos with +260K views to coverage on such renowned TV programs as Fox News, Fox 5, Fox 11, KTLA 5, KTNV, 8 News Now or Noticias 34 and features in magazines like Complex, XXL, The Source or Urban Ink and social networks, we listened responded and connected. The website was fueled with the latest B-Boy news, interesting features and upcoming events - all created and distributed by our dedicated team who had caught the Braun Battle of the Year fever and become true breakdancing addicts.

At qualifier events from LA to Rome, from Dubai to Brussels, we really got our hands dirty. Not from B-Boying though, but from organizing and managing every detail of the show, ensuring the smoothest of events and that the focus always remained on the right things: Hip Hop, music, B-Boying and our client. Furthermore, zoom added some style to the events by designing and producing a huge variety of Braun branding and promotional materials - right from conception to production.

UNSERE ERSTEN MOVES

Um die Markenidentität von cruZer auf glaubwürdige Weise mit Braun Battle of the Year zu verschmelzen und die Serie von einem kleinen Event zu einem riesigen Medienspektakel zu machen, entwickelten wir ein holistisches Kommunikationskonzept. Als erstes wurde der Event-Webseite ein völlig neuer Look im Hip Hop Style verpasst. Vorrangig ging es dabei um das Thema Credibility – und so setzte zoom neben Youtube-Videos mit +260K Views und Ausstrahlungen auf so bekannten TV-Kanälen wie Fox News, Fox 5, Fox 11, KTLA 5, KTNV, 8 News Now oder Noticias 34 und Features in Magazinen wie Complex, XXL, The Source oder Urban Ink auch verstärkt auf die Kommunikation in diversen Social Networks, wo wir fleißig posteten, kommentierten und netzwerkten. Vollgepackt mit den neusten B-Boy News, interessanten Features und Infos zu den nächsten Events wurde die Kommunikationsschiene laufend von unserem Team, das mittlerweile vollends mit dem Braun Battle of the Year-Fieber infiziert war, mit neuem Content gefüttert.

Bei Braun Battle of the Year Qualifikationen von LA bis Rom und von Dubai bis Brüssel knieten wir uns so richtig rein. Zwar nicht beim Breakdancen, aber dafür umso mehr bei detailgenauer Organisation und professionellem Event Management, was nicht nur für einen reibungslosen Ablauf, sondern auch für einen konsistenten Fokus auf unsere Hauptsäulen sorgte: Hip Hop, B-Boying und die optimale Präsentation unseres Kunden! Mit einer gewaltigen Menge an Branding- und Promo-Material aus der Hand von zoom wurde den Events noch die Style-Krone aufgesetzt.

Various branded merchandise items



Official event website
www.braunbattleoftheyear.com



TV coverage on Fox News



Highly popular YouTube video



Among many others, the campaign led to this feature in Urban Ink magazine

BRAUN BATTLE OF THE YEAR IN NUMBERS

- 920 participating b-boys and b-girls
- 64,437 Facebook fans
- 200,000 unique website visitors in 6 months
- 1.445 million views on YouTube
- 9.6 million overall print publication runs
- 38 million overall online publication views
- 119 million total reach TV distribution

min. 168 million
total documented reached contacts



Branded Basketball hoop



Braun Battle of the Year stage



Braun cruZer styling lounge



On-site movie shoot for Sony Pictures' upcoming breakdance movie "Planet B-Boy"

ROCKING THE DANCE FLOOR

The big finals in Montpellier, France were the undisputed highlight of the 2011 Braun Battle of the Year series. Fans at the sold-out event venue experienced a night of true Hip Hop excellence, witnessing the world's best B-Boy crews battling it out for the grand title. And from the moment they entered the arena right to the end of the spectacular party, they were treated to an outstanding cruZer-branded show that would live on in their minds for a long time.

From eye-catching branding on and off stage to a special Braun cruZer styling lounge where celebrity stylist Fabio Vivan worked his magic on numerous spectator beards, the night really turned the spotlight on our client. To top off the one-of-a-kind event that even served as a film set for Sony Pictures' upcoming blockbuster "Planet B-Boy", we showed off some of our best moves by taking care of the entire photography and TV production on site and rocking the international media world with some kick-ass content providing.

DIE TANZFLÄCHE BEBT

Beim großen Braun Battle of the Year Finale im französischen Montpellier ging im November 2011 schließlich das fulminante Highlight der Eventserie über die Bühne. Tausende Fans genossen in der ausverkauften Arena ein atemberaubendes Hip Hop Feuerwerk, bei dem die besten Dance Crews der Welt um den großen Siegertitel kämpften. Ganz nebenbei wurden sie außerdem noch von dem Augenblick, an dem sie die Arena betraten bis zum Ende der spektakulären Party Zeuge einer einzigartigen, cruZer-gebrandeten Show, die sie so schnell nicht vergessen würden.

Von auffälligem Branding auf und abseits der Bühne über die Braun cruZer Styling Lounge, in der Star-Stylist Fabio Vivan nonstop Besucherbärte bearbeitete, stand unser Kunde den ganzen Abend über voll im Rampenlicht. Als Meisterstück zeigten wir bei dem unvergesslichen Event, das sogar als Filmkulisse für Sony Pictures' nächsten Blockbuster „Planet B-Boy“ diente, noch unsere besten Moves, indem wir die gesamte Foto- und TV-Produktion vor Ort über hatten und die internationale Medienwelt mit zielgerichtetem Content Providing zum Beben brachten.



VAGABONDS OF FRANCE - OVERALL WINNERS 2011



PERSIAN STYLE CREW OF IRAN

MEET THE B-BOYS



RECKLESS BUNCH OF GERMANY



DE KLAN OF ITALY

THE WORLD'S #1 BEARD STYLING MAGAZINE

SHAVEYOURSTYLE.COM

If you're after a truly intriguing marketing campaign, you always have to be one step ahead. You have to surprise the target group with something new, fresh and unexpected. That's why we decided to break new ground and found our own magazine. As we had detected a digital white space concerning facial hair styling on the internet, we established a dedicated global magazine all about beards.

The idea behind the project was simple — reaching at a click the world's trendsetters who were beyond the reach of classic ads, banners or TV commercials. And what better way to talk to them than through a medium right at the center of their lifestyle? Young people around the world have made magazines their new style bibles, consulting a variety of different mags on a daily basis for inspiration, information and entertainment on those topics most relevant to them. And with our many years of experience in the styling and lifestyle sector, we jumped at the opportunity to combine both into an intriguing online magazine owned by zoom.

Wirklich erfolgreiches Marketing muss immer einen Schritt voraus sein. Es gilt, die Zielgruppe stets aufs Neue mit etwas Originellem und Unerwartetem zu überraschen. Und deswegen beschlossen wir, völlig neues Terrain zu betreten und unser eigenes Magazin zu gründen. Da wir erkannt hatten, dass in Sachen Bart-Styling geradezu ein weißer Fleck auf der Landkarte des World Wide Web herrschte, launchten wir ein passioniertes, globales Magazin rund ums Thema Bärte.

Die Idee war simpel: die Trendsetter dieser Welt abseits von klassischen Werbeschaltungen, Bannern und TV-Spots abzuholen. Und was wäre dazu besser geeignet als ein Medium, das direkt am Puls der Zielgruppe schlägt? Für junge Konsumenten auf der ganzen Welt sind Magazine das Referenz- und Nachschlagewerk Nummer 1, um sich Inspiration, Information und Unterhaltung zu jenen Themen zu holen, die ihnen wirklich am Herzen liegen. Und mit unserer jahrelangen Erfahrung im Bereich Bärte und Lifestyle lag es für uns auf der Hand, als Eigentümer eines Magazins beide Themen auf aufsehenerregende Weise zu verschmelzen.



ENTER THE UNIVERSE OF BEARD STYLING

Founding our own publishing house and launching the world's first digital magazine for beards & styling, we stepped up the game of self-expression. www.shaveyourstyle.com presents style pioneers with everything they need to know about beards, shaving and style - in a visually exciting, credible and entertaining way they can relate to.

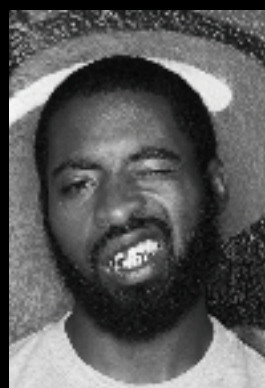
The world's only magazine focused on what you leave on rather than what you shave off is packed with interesting features, exciting stories and beard styling tips from the experts. Renowned celebrity stylists like David Glover from New York and Craig the Barber from LA give users helpful expert advice, while each month two bearded celebrities go head to head in a bearded bloodbath. Also featured are the most popular bearded heroes from core sports and music scenes while female jurors pass sentence on the latest facial cuts. In short, whether you're looking for inspiration for Movember or simply want to check out what beard trends are hot at the moment - from goatee to soul patch and van dykes - you can find everything on shaveyourstyle.com.

The online magazine was launched by zoom in October 2011 primarily for the US-American market, but due to its instant success was soon followed by an Italian version of the mag. As the magazine's owner, the zoom team was responsible for the whole idea, concept, implementation and operation of the entire magazine, providing not only designs and programming but also the cool contents.

Mit der Gründung unseres eigenen Verlags gaben wir auf einem neuen Gebiet Vollgas und schufen das weltweit erste Online-Magazin zum Thema Bart & Styling. Auf www.shaveyourstyle.com finden Style-Pioniere die neuesten Trends in Sachen Bärte, Rasur und Styling - präsentiert auf eine visuell spannende, glaubwürdige und unterhaltsame Art und Weise.

Das erste Magazin der Welt, bei dem es nicht darum geht, was abrasiert wird, sondern was dranbleibt, ist vollgepackt mit interessanten Features, spannenden Stories und Expertentipps zum Thema Bartstyling. Renommierete Star-Stylisten wie David Glover aus New York oder Craig the Barber aus L.A. stehen den Usern mit professionellem Rat zur Verfügung, während jedes Monat zwei Celebrity-Bärte im Style-Check gegeneinander antreten, bärtige Helden aus Sport und Musik näher beleuchtet werden und auch die weibliche Sicht zum Thema Bart-Styling in diversen Features nicht zu kurz kommt. Egal ob man auf der Suche nach Inspiration für Movember ist oder einfach darüber am Laufenden bleiben möchte, welche Barttrends gerade angesagt sind - auf shaveyourstyle.com findet sich alles von Goatee über Soul Patch bis hin zu Van Dykes.

Das Online-Magazin wurde von zoom im Oktober 2011 primär für den US-Amerikanischen Markt gelauncht, ging aufgrund des großen Erfolgs jedoch bald darauf auch in einer Italienischen Version online. zoom ist als Eigentümer dabei nicht nur der kreative Kopf hinter Idee, Konzeption, Umsetzung und Betrieb des Magazins, sondern produziert neben Designs und Programmierung gemeinsam mit einem Team von professionellen Redakteuren auch den gesamten textlichen Inhalt der Seite.



WIN
A TRIMMER
FROM OUR VANTERS



YES, WE ARE EXPERTS



GET MORE
related stuff that rocks!



A POWERFUL PARTNER



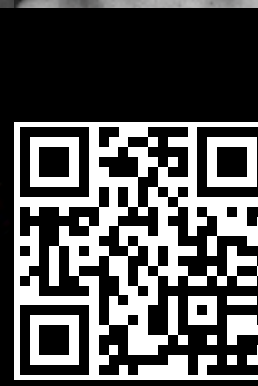
SHAVEYOURSTYLE
powered by
BRAUN
cruZer

Wowed by the cool magazine, Braun cruZer soon recognized shaveyourstyle.com as an ideal platform to get their brand message out there, seizing the great opportunity of becoming the cutting-edge lifestyle mag's main sponsor. Although sponsored by the shaver manufacturer, the site is far from yet another advertising platform. First and foremost, shaveyourstyle.com is a fully-fledged magazine that's authentic, interesting and aspiring to the target group without flooding them with a heap of ads.

Essentially, shaveyourstyle.com is all about opening minds to new styles and fostering a spirit of creativity. We help show young men how they can get the look they want - and we do it in a fun and inspiring way. So get yourself over to shaveyourstyle.com and check out the world's leading beard styling magazine!

Begeistert von dem einzigartigen Magazin, erkannte Braun cruZer shaveyourstyle.com bald als ideale Plattform, um ihre Markenbotschaft noch besser nach außen zu tragen, und kam als Hauptsponsor des einzigartigen Lifestyle-Magazins mit an Bord. Obwohl die Website von einem Rasiererhersteller gesponsert wird, ist sie jedoch alles andere als eine weitere Werbeplattform: shaveyourstyle.com ist durch und durch Magazin und bietet seiner jungen Zielgruppe authentische, interessante und lesenswerte Inhalte, ohne sie mit sinnloser Werbung zu überladen.

Im Grunde geht es bei shaveyourstyle.com darum, Offenheit für neue Styles zu schaffen und einen frischen Sinn für Kreativität zu fördern. Wir helfen Jungs auf der ganzen Welt dabei, ihren perfekten Look zu finden und tun das in der Form von witzigen, inspirierenden Magazinartikeln. Kostprobe gefällig? Dann nichts wie ab zum ultimativen Magazin für Bartstyling auf www.shaveyourstyle.com!



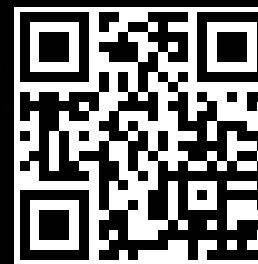
STYLOMATIC

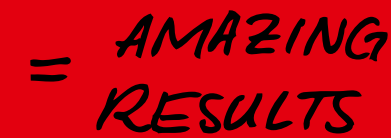
L'KE
US ON FACE BOOK
& follow the trends

GET TO KNOW THE CREW

DAMN HOT TOPIC

NEW!
Scan to visit
shaveyourstyle.com!





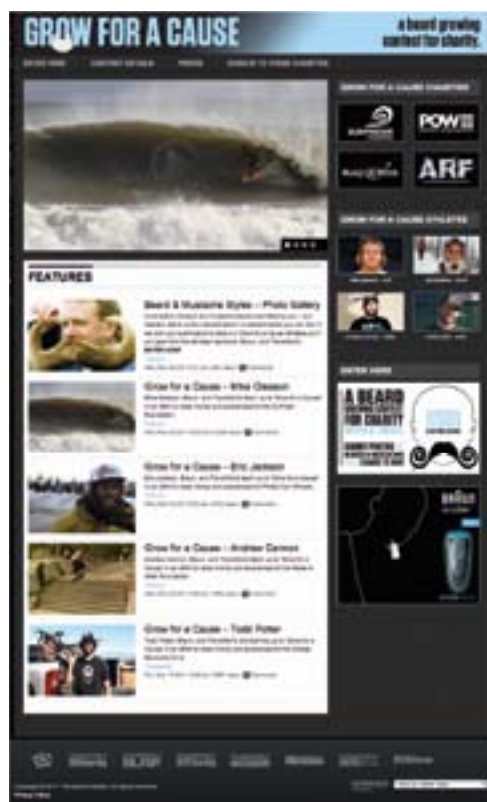
Als Beispiel möchten wir dir die extrem erfolgreiche Special Interest Kampagne vorstellen, die wir speziell für Braun cruZer entwickelt haben. Wir wollten die jungen Trendsetter genau dort treffen, wo sie am Offensten waren. Unser Plan war es, die jungen Barträger genau dann über die Marke stolpern zu lassen, wenn sie auf der Suche nach Style-Inspiration waren.

GETTING THE MESSAGE OUT THERE

With our close contacts to the world's most influential online and offline special interest media, we already had the perfect launching pad to get our brand assets out there into the world. So we started off by compiling special toolboxes to use with different media outlets: from ads to features stories, product news and multimedia content.

Then it was down to our media buying team's negotiation skills: being in contact with arts, sports, music, lifestyle and fashion magazines from all over the world on a daily basis, they pushed for the best deals, most prominent placements, coolest collaborations and lowest CPTs. The outstanding results they achieved were all down to our ongoing, friendly conversations with the magazines, speaking to editors around the world on a one-to-one level.

FROM SMALL SPARK TO BIG FIRE



Grow for a cause

This not only led to print ads and feature stories on the Braun cruZer endorsers being published in numerous editions of major outlets, but also triggered cool ideas from the magazines themselves. From beard styling contests to comics – media across the key markets amplified our campaign with not just one but several placements of our content in one single edition of their magazine, making the brand impossible to ignore. In the digital realm, highlights included an exclusive video production and distribution with Complex magazine, featuring DJ duo Flosstradamus, celebrity barber Curtis Smith and Hip Hop Artist Elzhi. Our Grow for a cause campaign featured five top athletes who called on fans to submit their wildest styles. The story was also featured on Red Bull's Facebook page with 16 million fans and at the end of the campaign, the craziest styles had to be worn by the athletes.

Apart from the fact that the entire service chain from media planning to media buying, adaptations, content providing, PR and creative work was provided from our one-stop shop, the most important aspect of the whole project was due to our holistic approach: The message of Braun cruZer reached its target group in an absolutely credible, authentic and highly visible way, putting the brand on the radars of a highly skeptical young target group because it was presented to them as part of the lifestyle they love and live every day.

Mit engen Kontakten zu den weltweit einflussreichsten Special Interest Medien im Online- und Offlinebereich stand uns der perfekte Nährboden für die Verbreitung unserer Marken-Assets bereits zur Verfügung. Was noch fehlte, war eine spezielle Toolbox an Materialien, die mit unterschiedlichen Anzeigen, Feature Stories, Produkt-News und Multimedia-Inhalten speziell auf die Nutzung durch verschiedene Medien ausgelegt wurde.

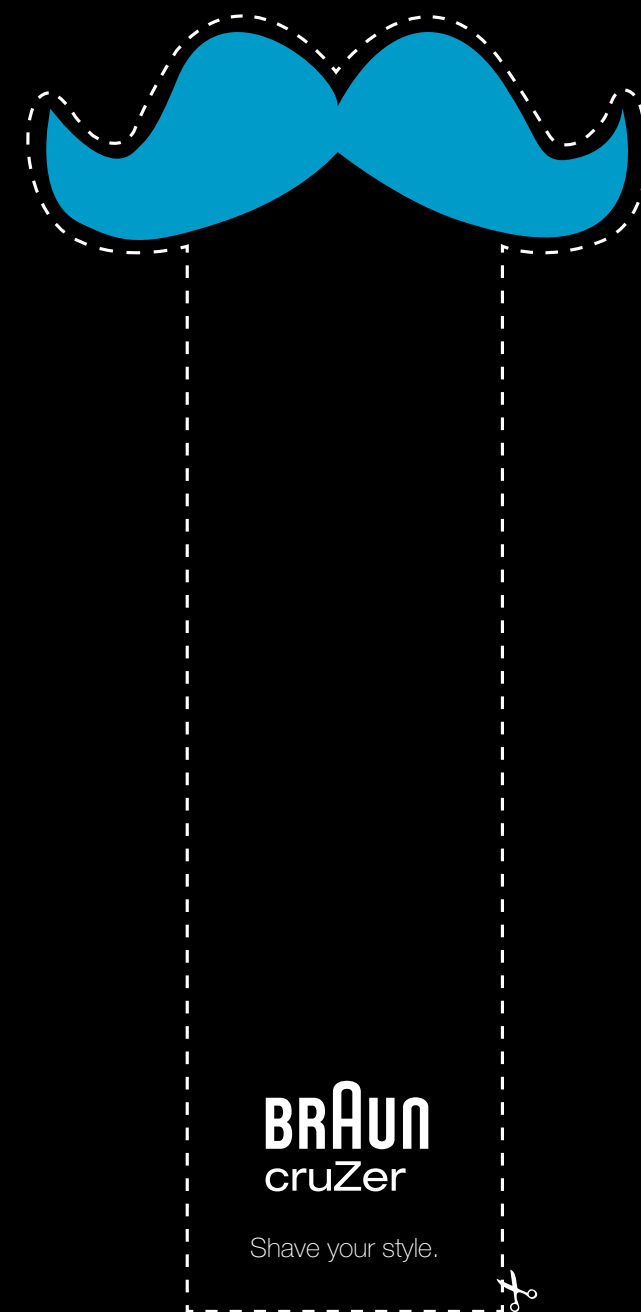
Als nächstes war das Verhandlungsgeschick unseres Media Buying Teams gefragt: Tag für Tag standen sie in Kontakt mit den coolsten Design-, Sport-, Musik-, Lifestyle- und Fashion-Magazinen der Welt, um die besten Deals, auffälligsten Platzierungen, kreativsten Kollaborationen und niedrigsten CPTs zu vereinbaren. Die beeindruckenden Ergebnisse, die sie dabei erzielten, basierten auf einer laufenden, freundschaftlichen Konversation mit den Magazinen, mit deren Redakteuren wir auf Augenhöhe kommunizierten.

Das führte nicht nur zu Printanzeigen und Feature Stories über die Braun cruZer Markenbotschafter in mehreren aufeinanderfolgenden Ausgaben der bekanntesten Magazine des Globus, sondern hatte auch zur Folge, dass die Magazine mit ihren eigenen Ideen auf uns zukamen. Von Beard Styling Contests bis hin zu Comics – Medien in den wichtigsten Märkten trugen unsere Botschaft in ver-hundertfacher Form nach außen weiter. Und das nicht nur mit einzelnen Platzierungen, sondern oft mit mehreren Einschaltungen unserer Inhalte in ein und derselben Ausgabe ihres Magazins, was es den Lesern nahezu unmöglich machte, Braun cruZer zu ignorieren. In der digitalen Welt zählte zu unseren größten Highlights eine exklusive Videoproduktion und Distribution mit Complex über das DJ-Duo Flosstradamus, den Star-Stylisten Curtis Smith und Hip-Hop-Star Elzhi. Unsere Grow for a cause Kampagne drehte sich um fünf Top-Athleten, die Fans dazu aufforderten, ihre ausgefallensten Styles einzuschicken. Die Story wurde auch auf der Red Bull Facebook-Page mit 16 Millionen Fans gefeatured, bevor die Athleten am Ende der Kampagne die verrücktesten Bartvorschläge tragen mussten.

Abgesehen davon, dass die gesamte Service-Kette vom Media Planning bis hin zu Media Buying, Adaptionen, Content Providing, PR und Kreativarbeit dabei aus einer Hand kam, stand der wichtigste Aspekt des Projektes stets klar im Vordergrund: Dank unseres holistischen Ansatzes erreichte die Markenbotschaft von Braun cruZer auf absolut glaubwürdige, authentische und höchst sichtbare Weise eine extrem skeptische Zielgruppe, da sie als Teil jenes Lifestyles an sie herangetragen wurde, den sie Tag für Tag leben und lieben.

MUSTACH YOUR PAGE!

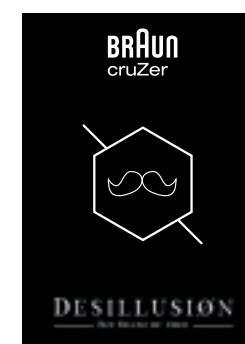
LOST WHERE YOU WERE READING? USE THIS BOOKMARK AND ALSO DON'T FORGET TO SHAVE YOUR STYLE

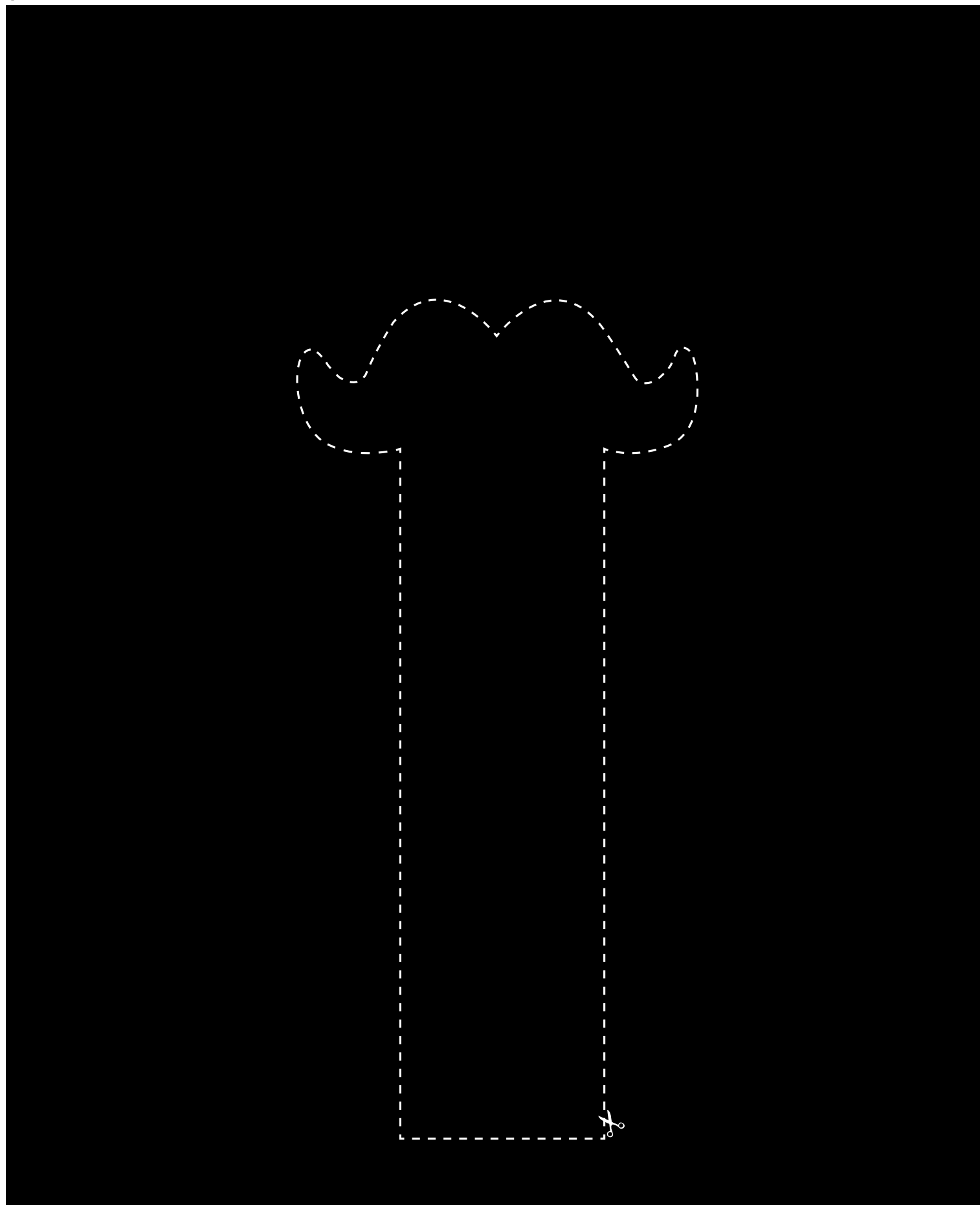


This could be YOUR special interest project!

This ad appeared in French lifestyle publication Desillusion magazine as part of our Braun cruZer special interest campaign. Inspired by our project, the magazine came up with this idea of their own to provide their readers with a "hairy" goodie – just one of the many cool things that can grow out of a special interest campaign!

Diese Anzeige erschien im Rahmen unserer Special Interest-Kampagne für Braun cruZer im Französischen Lifestyle-Magazin Desillusion. Inspiriert von unserem Projekt zog das Magazin mit dieser eigenen Idee nach, ihren Lesern ein „haariges“ Goodie zu bieten – nur eines von vielen Beispielen dafür, welche coolen Ideen aus einer Special Interest-Kampagne wachsen können!



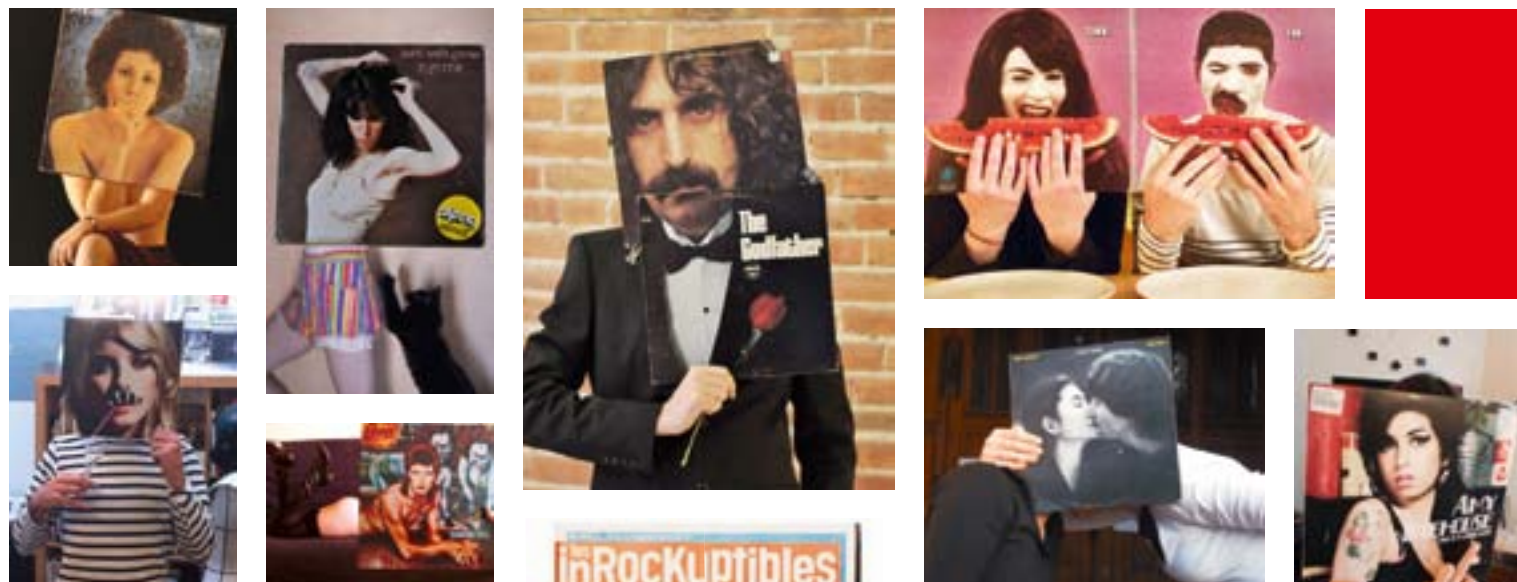


Comic with Emil Kozak ▶

This comic was the stylish outcome of a cool collaboration with Italian WU magazine. Based on our special interest materials for Braun cruZer, they came up with this nice little story on brand endorser and Barcelona-based artist Emil Kozak.

Dieses Comic war das stylische Resultat einer coolen Kollaboration mit dem Italienschen WU Magazine. Basierend auf unseren Special Interest-Materialien für Braun cruZer entwickelten sie diese nette Story über den Markenbotschafter und in Barcelona ansässigen Künstler Emil Kozak.

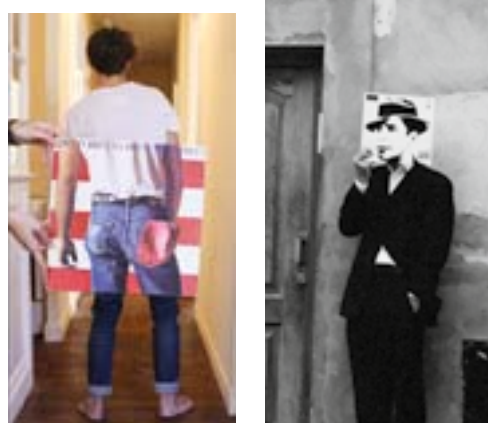




FACE DE VINYL WITH BRAUN CRUZER



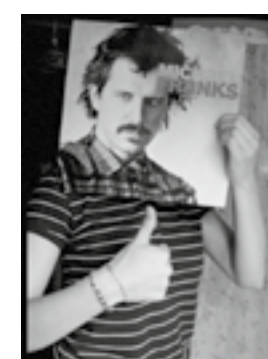
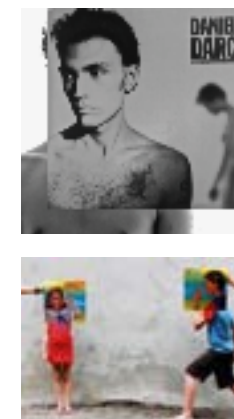
face
de vinyl



Working together with French music and culture magazine Les Inrocks, our special interest campaign for Braun cruZer led to the imaginative "Face de Vinyl" contest leading to a respectable 204.362 impressions and 45.666 visits. Readers could pose as any bearded musician by using a vinyl record as a "sleeveface". Feel inspired to try it yourself? We're sure there's some real treasures hidden in your old vinyl collection! ■



Gemeinsam mit dem Französischen Musik- und Kulturmagazin Les Inrocks führte unsere Special Interest-Kampagne für Braun cruZer zum originellen „Face de Vinyl“ Contest, der zu respektablen 204.362 Impressions und 45.666 Visits führte. Die Leser konnten dabei mithilfe eines Plattencovers in die Rolle ihres bärtigen Lieblingsmusikers schlüpfen. Inspiriert dich das nicht, es mal selbst zu versuchen? Da sind doch garantiert noch einige Schätze in deiner alten Plattenkiste verborgen! ■



www.lesinrocks.com/special/facedevinyl



ONLY 2 ARE ALIKE



PUMA PRESENTS
**THE CREATIVE
FACTORY**

KEEP ON SURPRISING

For global brands that are as renowned as international sports lifestyle brand Puma, it's a tricky task to keep on surprising their consumers with new and unexpected campaigns. With a worldwide reputation as an innovative and creative company, it's easy to rest on your laurels and keep on coming up with the same idea in a different disguise. However, for two of their latest campaigns, Puma once again wanted to amaze their young target group with some unusual, fresh and electrifying ideas courtesy of zoom.

Für globale Unternehmen, die derart renommiert sind wie die internationale Sport-Lifestylemarke Puma, ist es oft schwierig, ihre Kunden mit permanent frischen und unerwarteten Kampagnen zu überraschen. Mit einem weltweiten Ruf als innovatives und kreatives Unternehmen ist es leicht, sich auf seinen Lorbeeren auszuruhen und die ewig gleiche Grundidee in neuem Gewand zu präsentieren. Für zwei ihrer neuesten Projekte wandte sich Puma deshalb an zoom, um ihrer jungen Zielgruppe eine weitere ungewöhnliche, coole und elektrifizierende Kampagne zu präsentieren.



Creative Factory mobile



Media kit



Hang tags

POWERING UP THE CREATIVE FACTORY

Only two are alike – following this motto, Puma launched their “Creative Factory” campaign. The idea was to turn customers into shoe-makers, allowing them to design their individual pair of shoes.

Starting out with a series of colorful POS materials, we provided Puma with the designs for a special cobbler’s table allowing sneaker heads to get into the handicraft mood and design their individual pair of Puma shoes with the help of a special iPad App and customized fabric samples.

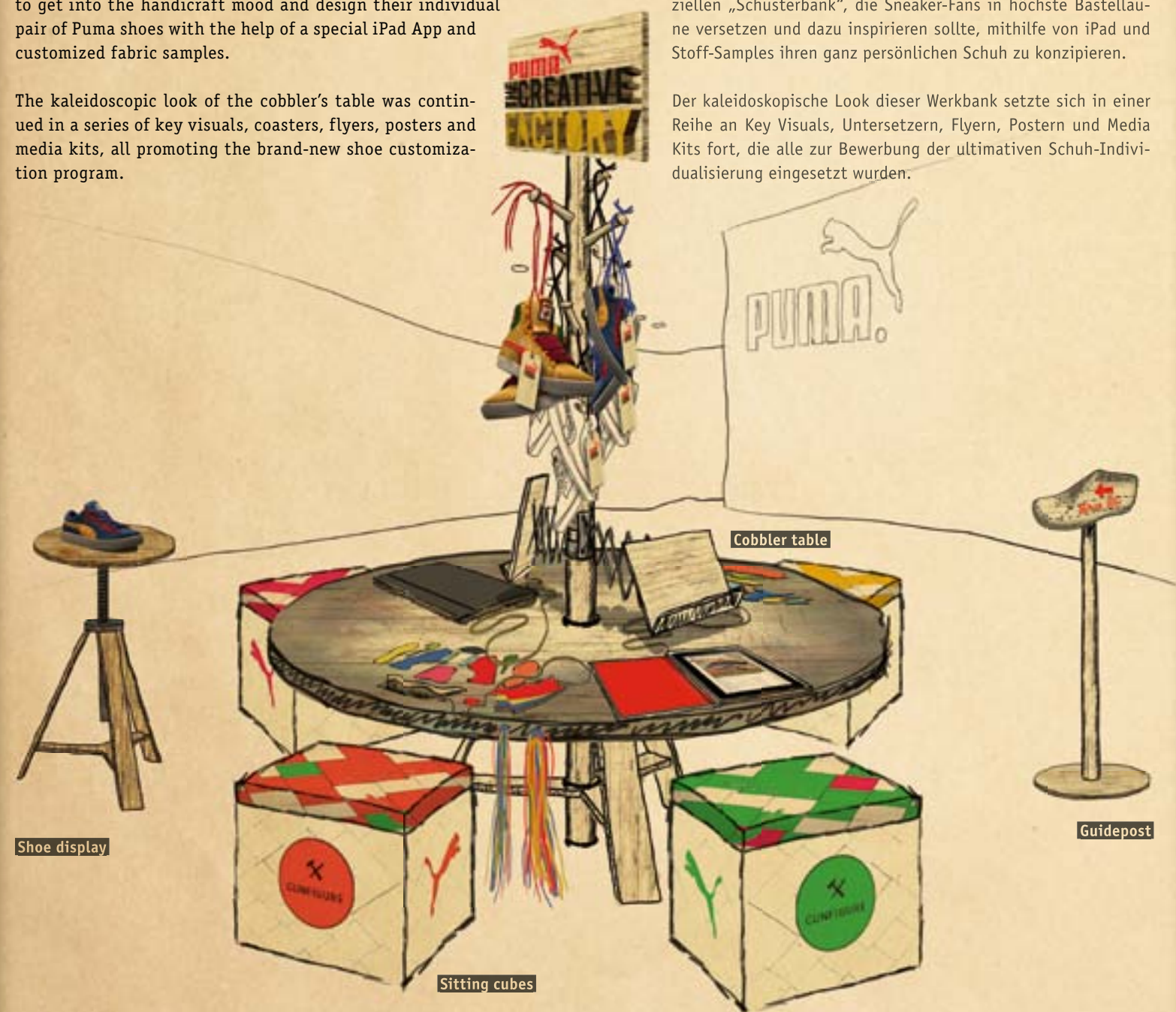
The kaleidoscopic look of the cobbler’s table was continued in a series of key visuals, coasters, flyers, posters and media kits, all promoting the brand-new shoe customization program.

DIE KREATIVE FABRIK

Nur 2 gleichen einander – unter diesem Motto rief Puma mithilfe von zoom ihre „Creative Factory“ ins Leben. Die Idee dahinter war es, den Kunden zum Schuhdesigner zu machen und ihn sein individuelles und einzigartiges Paar Sneaker höchstpersönlich entwerfen zu lassen.

Los ging’s mit jeder Menge auffälliger POS Materialien, darunter einer speziellen „Schusterbank“, die Sneaker-Fans in höchste Bastellau-ne versetzen und dazu inspirieren sollte, mithilfe von iPad und Stoff-Samples ihren ganz persönlichen Schuh zu konzipieren.

Der kaleidoskopische Look dieser Werkbank setzte sich in einer Reihe an Key Visuals, Untersetzern, Flyern, Postern und Media Kits fort, die alle zur Bewerbung der ultimativen Schuh-Individualisierung eingesetzt wurden.



iPad how to instructions

READY, SET, GO!

For Puma’s “Fastest Day on Earth” featuring famous Jamaican sprinter Usain Bolt we also got things moving in a stylish way. Inviting runners in the EEMEA markets to “put their faas to the test” and challenge Bolt’s title as the fastest man on earth, the event was promoted with a series of communication tools. Flyers, posters, ads and web banners encouraged runners to get out of the starting blocks and show the world how fast they could really be. For the race day itself, we also provided displays and other branding materials to give the event location a “racy” atmosphere and motivate the participants to give their all during this unique event.

AUF DIE PLÄTZE, FERTIG, LOS!

Für Pumas „Fastest Day on Earth“ mit dem weltberühmten Jamaikanischen Sprinter Usain Bolt brachte zoom die Dinge ebenfalls gehörig ins Laufen. Mit verschiedensten Kommunikations-Tools von Flyern über Poster bis hin zu Anzeigen und Web-Banner wurden Lauf-Fans in den EEMEA-Märkten dazu aufgefordert, sich gegen Bolt unter Beweis zu stellen und dessen Titel als schnellster Mann der Welt anzufechten. Für den „schnellsten Tag der Welt“ selbst produzierten wir diverse Branding-Materialien und Displays, um das Event zu einem wahren Laufspektakel zu machen und die Teilnehmer an diesem rasanten Tag zusätzlich anzufeuern.



Key visual



CONTENT PROVIDING WITH AN IMPACT

When Suunto, the Finnish makers of precision altimeter and diving watches, approached zoom five years ago, they came to the right place. Few agencies have the kind of expert knowledge that our staff can boast when it comes to extreme and adventure sports. We live and breath a passion for the outdoors and include writers who have been published in the world's leading adventure magazines.

Our location in Austria's Salzkammergut region is definitely an advantage: we can practice just about every adventure sport right on our own doorstep!

Als der Finnische Outdoor- und Sport-Uhrenhersteller Suunto sich vor etwa fünf Jahren an zoom wandte, hatten sie definitiv an die richtige Tür geklopft. In Sachen Extrem- und Adventure-Sport spielt das Team von zoom ganz vorne mit: mit einer gelebten Outdoor-Leidenschaft und Textern, die bereits in den bekanntesten Adventure-Magazinen der Welt veröffentlicht wurden, kann uns auf diesem Gebiet keiner so schnell was vormachen!

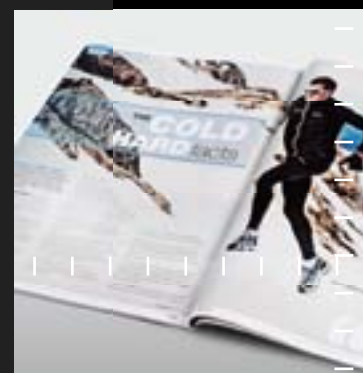
Ein weiterer Vorteil ist natürlich die Lage unseres österreichischen Office im Outdoor-Paradies Fuschl – schließlich kann man hier so ziemlich jeden Sport direkt vor der Haustür ausüben!

SUUNTO



Attractive content packages

Our natural instinct for editorial means we are able to create content packages that are extremely attractive to an editor. It was a known fact for example that the Olympic gold medalist triathlete Jan Frodeno suffered in the cold — he fell to 41st place when driving rain hit the ITU World Championships in Budapest. So we organized a photo shoot of the German Olympian training on a glacier, high in the mountains. The story of Frodeno fighting to overcome this weakness proved irresistible and the results were spectacular — double page spreads in the world's top triathlon publications. Of course the biggest selling point are the eye-catching, original and high-end images that we produce. They are naturally free-to-use but each one features subtle but high visibility branding to ensure brand recognition for the client.



Fantastic outcome of our shoot with triathlete Jan Frodeno



Across the portfolio

zoom works with Suunto's portfolio of athletes, using our expertise to ensure their incredible feats reach every corner of the world's media, whether it's the climbs of the Huber brothers or the dives of freediver Will Trubridge. We also distribute content on their events such as the AIDA world championships, an annual freediving competition that sees competitors reach incredible depths on just a single breath of air. We also work with their team of trail and mountain runners, recently ensuring a front page photo of Jonathan Wyatt on the UK's top adventure magazine, Outdoor Fitness. Besides content providing, zoom performs all the conventional roles of a PR agency for Suunto — from media planning to event organization. We are involved in every stage of their work, from building campaigns for product launches to organizing headline-grabbing press conferences. We even designed and sold a limited edition Suunto watch specially for the Red Bull X-Alps!

Attraktive Content-Packages

Unser Fingerspitzengefühl in Sachen Content Providing lässt uns regelmäßig Content-Pakete zusammenstellen, die für Medien auf der ganzen Welt extrem attraktiv sind. So war es zum Beispiel ein bekanntes Faktum, dass der Olympiagold-Gewinner und Triathlet Jan Frodeno kein Freund der Kälte ist – schließlich war er bei den ITU World Championships in Budapest aufgrund von Schlagregen bis auf den 41. Platz zurück gefallen. Genau aus diesem Grund organisierten wir mit dem Deutschen Olympioniken ein Shooting hoch oben am Gletscher. Die Geschichte von Frodeno, der seine Schwäche beim Training mitten in den Bergen zu überkommen versucht, war für die Medien einfach unwiderstehlich – und die Ergebnisse mit zahlreichen Doppelseiten in den wichtigsten Triathlon-Publikationen der Welt spektakulär! Das Um und Auf der Geschichte war auch hier das bewegende, originelle und hoch-qualitative Bildmaterial, das wir produzierten. Frei zur redaktionellen Verwendung ist jedes Bild optimal gebrandet, um den Markenwert für den Kunden auf subtile und zugleich kraftvolle Weise zu steigern.



Quer über das ganze Portfolio

zoom produziert maßgeschneiderten Content für das gesamte Athleten-Portfolio von Suunto. Mit spannenden, zielgerichteten Geschichten sorgen wir dafür, dass die sportlichen Höchstleistungen der Athleten in die ganze Welt hinaus kommuniziert werden – egal ob es dabei um ein Kletterprojekt der Huber Buam oder um einen Tauchgang des berühmten Freedivers Will Trubridge geht. Zusätzlich distribuieren wir auch Content zu diversen Events von Suunto, wie etwa anlässlich der AIDA World Championships, bei denen jedes Jahr die weltbesten Freediver mit spektakulären Tauchgängen ohne Sauerstoffflaschen überzeugen. Auch die Trail und Mountain Runner von Suunto kommen bei uns groß raus – wie etwa kürzlich Jonathan Wyatt auf dem Cover des britischen Top-Adventure Magazins Outdoor Fitness. Neben maßgeschneidertem Content Providing übernimmt zoom für Suunto auch die Rolle einer Full-Service PR-Agentur und zeichnet sowohl für Suuntos Media Planning als auch Event-Organisation verantwortlich. Kurz gesagt haben wir unsere Finger von Anfang an bei jedem Projekt im Spiel – sei es bei der Kampagnenentwicklung für einen Produkt-Launch oder bei der Organisation einer medienräftigen Pressekonferenz. Im Rahmen von Red Bull X-Alps designten und verkauften wir sogar eine spezielle, limitierte Suunto-Uhr!

THE ZOOM PAPARAZZI



The zoom soccer dream team with special guests from Braun



Vittorio Brumotti showing off his skills during a shoot



Photography workshop in Haustagol, Norway



Team spirit at the ISPO

**CURIOUS TO SEE WHAT HAPPENED TODAY?
CHECK OUT OUR BLOG
ON WWW.ZOOM.AT!**



Heavy dirt park shaping going on



An ordinary day at our US office



Getting ready for Red Bull X-Alps



A perfect summer at Lake Fuschlsee



Getting ready for the big Braun shoot



As a professional agency dog, Dino likes to start his day with a fine design magazine



Top wakeboarder Sasha Christian dropping by for a shoot



Shooting ski jumper Thomas Morgenstern

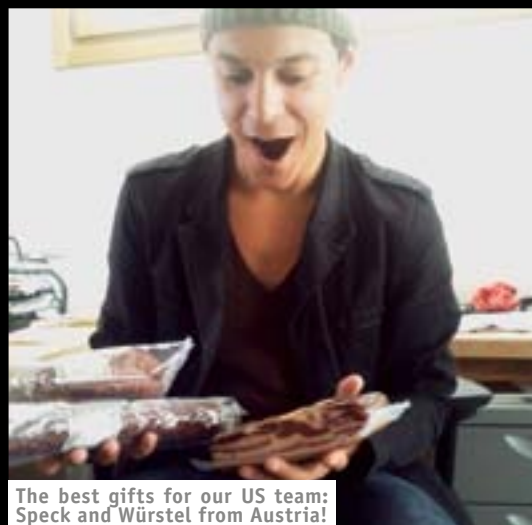


Shoe-bydoo



Action shoot for Fischer Ski in Obertauern

Cakes, cakes, cakes!
Because we're an exceptionally sporty agency, we need the calories to compensate!



The best gifts for our US team: Speck and Würstel from Austria!



Infected by b-boying fever

Wanna be friends? Find us on www.zoom.at/facebook and www.zoom.at/twitter

PROJECT PANORAMA

OF OUR FRIENDS AND CLIENTS

There are too many stories about our projects to fit into this magazine. Here's a little kaleidoscope of some additional current and upcoming projects of ours to give you a short overview of our work!

Zu unseren Projekten gibt es zu viele Geschichten, um sie alle in dieses Magazin zu packen. Damit du aber einen kurzen Überblick über unsere Arbeit bekommst, haben wir hier ein Kaleidoskop an zusätzlichen gegenwärtigen und zukünftigen zoom-Projekten für dich zusammengetragen.

GONZALO AMAT

With L.A.-based cinematographer Gonzalo Amat's new website, our goal was to create an Oscar-worthy user experience with a stylish look.
www.gonzaloamat.com



For Arizona-based cycling performance center FASTER, our US team developed a new corporate identity and web presence.
www.ride-faster.com



THE FLYING BULLS

Propelled by some Tom Cruise-inspired aviation fantasies, we gave Red Bull's collection of historic aircrafts a website to bring the smell of kerosene and the sound of engines into the homes of the fans.
www.flyingbulls.com



ICON Aircraft is a premium designer of amphibious sport aircraft for which we created various marketing tools for AirVenture Oshkosh and other renowned events.
www.iconaircraft.com



To match the great offers of the Austrian guesthouses, our goal was to provide them with a set of youthful collaterals.
www.jufa.at



We designed a website for French wingsuit flyer Loïc Jean-Albert, offering his fans all the info on his career highlights, experiences in wingsuit flying and the various other activities he engages in.
www.loicjeanalbert.com



In this project we teamed up with fabric manufacturer Lycra, Billabong and big wave surfer Maya Gabeira to create the unique "Billabong Big Wave Bikini Contest".
www.lycra.com



With Mark Mack Architects designing our two outstanding office buildings in Fuschl and LA, it was a point of honor for us to build their stylish company website in return.
www.markmack.com



When Austrian project management company Masterconcept commissioned us with the creation of their new corporate identity we knew we wanted to give them a highly recognizable appearance.
www.masterconcept.at



Designing the new web presence, logo and corporate identity of Los Angeles-based advertising agency Meteor Group turned out to be a star-studded project...
www.meteorusa.com



Fitness equipment provider Milon asked us to join their "circle" and produce a series of intriguing print materials, event concepts and much more for them.
www.milon.com



'Experience NRG' (energy), a creative event marketing agency based in LA, through a new website designed by zoom.
www.experiencenrg.com



Based on our comprehensive brand strategy we pulled out all the stops to lure young travelers away from the beaches of Spain and right through the gates of ONE BIG PARK - SalzburgerLand.
www.salzburgerland.com



Outdoor Leadership are the perfect partners if you'd like to try your hand at canyoning, ice climbing or heli-skiing. Our mission was to turn their new website into an adventure of its own!
www.outdoor-leadership.com



In order to cater to their growing media channels, Red Bull commissioned zoom with the design and implementation of various b2b platforms for the likes of Red Bull Mobile, ServusTV, Red Bull Media House and Red Bulletin.
www.redbullmediahouse.com

REDBULL SKY DIVE TEAM

Our task was to create some exceptional flights of fancy together with these extraordinary adventurers and provide them with a state-of-the-art web presence that would reflect the spirit of flying.
www.redbullskydiveteam.com



When the Training Center commissioned us with the design of their new website, we set out to provide them with an exclusive platform for their athletes.
www.redbulltraining.com



For us, teaming up with Spanish event management company Secreto del Sur meant to get word of their exquisite services out there in the most stylish way possible.
www.secretodelsur.com



When equestrian Callan Solem commissioned us with the design of her new website, we could hardly hold our horses to start working on this project that opened up a whole new field of sports to us.
www.callansolem.com



For the brand launch of Olympic triathlon winner Kate Allen's "Sportslab", which markets special supplement products for athletes, zoom worked on a logo and stationery.

STARS & FRIENDS

When Austrian sports consulting company Stars & Friends assigned us with the relaunch of their brand, it was our mission to give them a compelling corporate identity and brand character with a kick.
www.starsandfriends.net



German race driver Martin Tomczyk commissioned us with the design of a website that would perfectly reflect his personality and the spirit of racing.
www.tomczyk.com



Powered by a set of stylish zoom-designed communication tools, Lindsey Vonn regularly raced through the snow to success.
www.lindseyvonn.com



With many years of experience in dealing with clients in the fast lane, we were perfectly prepared to put the pedal to the metal when VPD Marketing chose us for the creation of their new website.
www.vpdmarketing.com



Wicked Quick, the leading US clothing brand rooted in the world of speed, rebellion and attitude, assigned us with the creation of a 'wicked' new website with lots of cool features.
www.wickedquick.com

UP NEXT



For Batoro's collection of customized outdoor jackets, the zoom team will develop an exciting iPad app and other materials – more info to come!



PLANET B-BOY

There's gonna be an exciting marketing collaboration between Braun cruZer and Sony Pictures for the upcoming breakdance movie "Planet B-Boy" – get your popcorn ready, it's coming to your local cinema soon!



Bread that looks like sports equipment – sound interesting? You'll soon hear more about Eat the Ball's new lifestyle food and exactly where zoom comes into play!



There's a stylish cooperation between zoom and international camera manufacturer Leica in the pipeline – so be prepared for some surprising, new perspectives!



Also on the way is a collaboration with Lineup-explorers, a travel agency specialized in surf, ski & snowboard trips all over the world – one to remember for your next holiday!



We are currently working on a new website for San Manuel Band of Mission Indians targeted at inspiring native American kids to do sports on a regular basis and share their achievements online – to go live soon!

READ, LISTEN, WATCH

RED BULL ILLUME PHOTOBOOK



www.redbullshop.com/redbull/en/media

The 2010 Red Bull Illume Image Quest invited action and adventure sports photographers from all over the world to submit their best shots. Judged by a panel of internationally renowned photo experts, the most outstanding images from over 22,000 submissions were selected and presented to the public at a spectacular unveiling ceremony at Dublin's Trinity College. The exhibition then proceeded to go on an enlightening tour of the most breathtaking outdoor venues across Europe and the US. To celebrate the stunning collection of action and adventure sports images born out of the Image Quest, the limited-edition Red Bull Illume Photobook presents the 250 semi-finalist images bound inside a hard cover and protected by a matt and spot gloss dust jacket.

This stylish page-turner, which makes a fine centerpiece to any coffee table, can be ordered from the Red Bull shop for EUR49.95.

Im Zuge des Red Bull Illume Image Quest 2010 wurden Action- und Adventuresport-Fotografen auf der ganzen Welt dazu eingeladen, ihre besten Bilder einzureichen. Nachdem eine Expertenjury von renommierten Fotoredakteuren die mehr als 22.000 Einreichungen durchforstet hatte, wurden die großen Gewinner bei einer spektakulären „Unveiling Ceremony“ am Dubliner Trinity College erstmals der Öffentlichkeit präsentiert, bevor sie auf einer großen Wanderausstellung die atemberaubendsten Outdoor-Locations der USA und Europa „erleuchteten“. Zu Ehren der fantastischen Sammlung von Action- und Adventuresportbildern, die der Image Quest hervorbrachte, präsentiert das limitierte Red Bull Illume Photobook die 250 Semifinalisten in einem ansprechenden Bildband. In einem Einband aus schwarzem Leinen mit Tiefprägung und matt glänzender Schutzhülle ist das Photobook ein wahrer Hingucker für jedes Bücherregal.

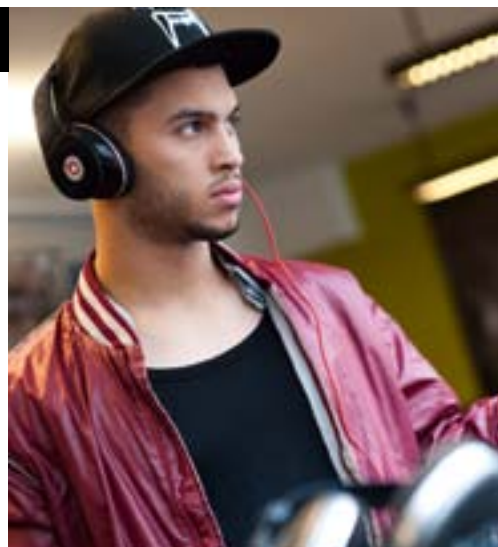
Erhältlich im Red Bull Shop für EUR49,95.

DJ LEAN ROCK ON SOUNDCLOUD

DJ Lean Rock is one of the busiest and most renowned b-boys and DJs in the game. He goes the extra mile to dig for rare funky breaks that no one else is rocking and regularly shakes up the world's dance floors from Bolivia to Taiwan. In the tradition of legendary b-boys turned DJs such as Jazzy Jay, Grand Wizzard Theodore and Grand Mixer DXT, Lean Rock is now carrying the torch, doing his part to preserve both the b-boy and DJ elements of Hip Hop culture. Also an ambassador for Braun cruZer, he is always on the lookout for fresh styles. For Lean Rock, coming up with brand-new rhythms is the perfect way to express himself and underline his individuality. If you want to get into the vibe of DJ Lean Rock, check out some of his best tunes on Soundcloud!

DJ Lean Rock ist nicht nur einer der renommiertesten sondern auch einer der emsigsten B-Boys und DJs der Szene. Stets auf der Suche nach neuen, heißen Beats, rockt er regelmäßig die Tanzflächen von Bolivien bis Taiwan. In der Tradition anderer legendärer B-Boys, die wie Jazzy Jay, Grand Wizzard Theodore oder Grand Mixer DXT auch als DJs Karriere machten, hält Lean Rock die Fahne der Hip Hop-Kultur hoch. Als Markenbotschafter für Braun cruZer ist Lean Rock stets offen für Neues, um seinen individuellen Style noch besser zu unterstreichen.

Wenn ihr Lust habt, in einige Beats von DJ Lean Rock reinzuhören, gibt's auf Soundcloud eine Auswahl seiner Titel!



www.soundcloud.com/dj-lean-rock

RED BULL X-ALPS DVD



www.redbullshop.com/redbull/en/xalps

If you'd like to relive the most breathtaking moments of the 2011 Red Bull X-Alps, check out the spectacular Red Bull X-Alps DVD and bring all the blood, sweat and tears of the world's toughest hiking and paragliding adventure race right to your home. Follow the athletes of the 2011 Red Bull X-Alps as they make their way across Europe's most gruesome peaks, starting in Salzburg right to the shores of the Mediterranean in Monaco. All the action is caught in a 52-minute documentary – from spectacular flights past iconic mountains to terrifying take-offs in dire conditions. Using footage shot by camera crews and the athletes themselves, the Red Bull X-Alps DVD gives an intimate portrait of the mental and physical endurance required to complete the challenge.

The DVD is available from Red Bull's online shop at a sales price of EUR29.95 and will make your DVD collection a whole lot cooler.

Du möchtest die besten Momente von Red Bull X-Alps 2011 direkt zu dir nach Hause holen? Dann ist die brandneue Red Bull X-Alps DVD mit allen Highlights des spektakulärsten Adventure Race der Welt genau das Richtige für dich! Erlebe mit, wie die Athleten sich beim Rennen 2011 auf einer 864km langen Strecke quer über die Alpen kämpfen – und das nur mit einem Paar Wanderstiefel und einem Gleitschirm bewaffnet. Die 52-minütige Dokumentation zeigt die Erschöpfung und Euphorie der Athleten auf ihrem Weg von Salzburg nach Monaco. Von Paragleitflügen über die atemberaubendsten Gipfel bis hin zu waghalsigen Starts unter widrigsten Bedingungen – packendes Filmmaterial von professionellen Kamera-Crews sowie den Athleten selbst zeigt Red Bull X-Alps in seiner vollen Bandbreite.

Dieses Prachtstück, das in keiner DVD-Sammlung fehlen darf, gibt's für EUR29,95 im Online-Shop von Red Bull zu bestellen!



YOU CANNOT BUY VICTORY

ABER MAN KANN AUF BESTE VORAUSSETZUNGEN BESTEHEN

Das neue Gütesiegel RACE CODE kennzeichnet den höchsten Fischer Standard: Ski, Schuhe und Stöcke direkt aus der Fischer Rennlaufabteilung mit garantiert technologischem Vorsprung.

SKI: RCS Carbonlite Skating Hole Ski, BINDING: XCELERATOR Skate NIS, SCHUHE: RCS Carbonlite Skating / Pursuit, STÖCKE: RCS OF

RACE CODE BY FISCHER RACE DEPT.

fischersports.com

CLASSIFIEDS

FOR RENT

STYLISH RIDE! Hit the road in style with our Airstream trailer! Perfect for your next road trip or trade show visit, the Airstream is sure to turn some heads as it comes complete with a refrigerator, sound system and electricity outlets. Your car's too small? No problem, we've got the Land Rover Defender to go with the Airstream – also available for rent! Price: €500/day for the Airstream without the Land Rover - call today! 43-6226-8848-52



YOUR CHANCE! BMX bikes and kayaks rented out for Fuschl outdoor adventures! Want to hit the waves of Lake Fuschlsee or feel like living it up in Fuschl's finest BMX dirt park? Get active and contact office@zoom.at



FUSCHL'S BEST DANCE CREW - Looking for something special for your next party? Hire Fuschl's best dance crew and you won't regret it: the hottest moves, the coolest styles – book them now at dancecrew@zoom.at



FOR SALE

NEVER TOO LATE - With the stylish Suunto Ambit watch it is a walk in the park to arrive everywhere on time! With its stunning features and stylish design the watch will look great on any wrist! For more info head over to: www.suunto.com!

EVERYTHING MUST GO - Relive the best moments of the world's toughest Alpine adventure race on the new Red Bull X-Alps DVD. All the elation and exhaustion for you to enjoy from the comfort of your couch! Get your copy now at www.redbullxalps.com/DVD

MISCELLANEOUS

PSYCHEDELIC EXPERIENCE - Is your creativity stuck? Looking for a new perspective? Feel the power of the Panton room and be inspired by our psychedelic brainstorming chamber! Get in touch today to create the ideas of tomorrow! Info at office@zoom.at

WANTED - Who has left the dirty dishes in the kitchen? Please help us solve this case! If you have any useful information, do not hesitate to contact us at kitchenduty@zoom.at

LOOKING FOR VOLUNTEERS! You want to help us shape our BMX Dirt Park to perfection? Get over to the Fuschl riders' paradise, grab a shovel and you might get a free sausage! Let us know if you're in at office@zoom.at

MISCELLANEOUS

NEED A HOLIDAY? How about an action-packed snowboard trip or an awesome surf break? Start packing your stuff and get the best deals at the travel experts of Lineupexplorers at www.lineupexplorers.com!



DATING

LONELY IN FUSCHL/VENICE – are you friendly, dedicated and looking for a new opportunity in life? Advertising agency (14, well-built, attractive) is looking for like-minded people for intelligent discussions, cozy brainstorming sessions and romantic meetings. We love design, communication and sports – if you think you could be our soul mate, please write to us at jobs@zoom.at

AT THE MOMENT WE ARE LOOKING FOR:
 Editors for Photography (Fuschl)
 Social Media Manager (Venice)
 Chief Community Manager (Venice)
 Media Planning Manager for Special Interest (Fuschl)
 Art Director Print (Fuschl)
 Senior Print Designer (Fuschl)
 Typo3 Developer (Fuschl)
 Internships Design/Programming (Fuschl)
 Account Manager (Fuschl)



WAITING FOR SPECIAL SOMEONE – I am kind-hearted, faithful and playful and looking for someone who loves to go for long walks. If you are an animal lover and don't mind a bit of drooling, get in touch with me at dino@zoom.at



ZOOM

EXTRAORDINARY COMMUNICATION

THAT'S OUR BUSINESS

IF YOU ARE UNABLE TO READ THIS, CONSULT YOUR OPHTHALMOLOGIST OR NEWS AGENT
ZOOM PRODUCTIONS GMBH · FELDERSTRASSE 12 · 5330 FUSCHL AM SEE · AUSTRIA · PHONE: +43-6226-8848-0 · WWW.ZOOM.AT
ZOOM PRODUCTIONS INC · 2423 OCEAN AVE · VENICE · CA 90291 · USA · PHONE: +1-310-439-9700 · WWW.ZOOMPRODUCTIONS.US

BRAUN
cruZer

Shave your style.

"Make life groove to your beat."

DJ Lean Rock, 22

Lean Rock

New



Scan to watch exclusive footage of Lean Rock shaving, styling and trimming his personal statement of style. www.braun.com/cruZer

When you scan this bar code, the terms, conditions and privacy policy of the bar code reader that you selected will apply.

cruZer **BEARD & HEAD**