

NYTÄNKANDE OCH KREATIVT NÄR BJÖRN BORG NYLANSERAR BJORNBORG.COM

BJÖRN BORG MARKERAR FOKUS PÅ INTERNET MED STORSATSNING PÅ NY WEBBPLATS

Björn Borg lanserar idag sin nya webbplats. Det visuella uttrycket är lyxigt och inbjudande och återspeglar ett fingerat huvudkontor som kontrolleras av en samling charmanta karaktärer med olika roller i företaget. Det finns även en tydlig förankring i varumärkets arv där man har hämtat inspiration från Björn Borgs enastående tenniskarriär.

E-HANDEL BEREDER VÄG FÖR NYA MARKNADER

På webbplatsen lanseras även Björn Borgs webbshop, som inledningsvis kommer att sälja underkläder. Syftet är att stödja befintliga marknader och bredda den fysiska distributionen på nya marknader. Webbshopen är uppbyggd så att konsumenten ska få samma upplevelse som i en fysisk konceptbutik. Tanken är att undvika den statiska känsla som en konventionell butik på nätet ofta förmedlar.

ANVÄNDARGENERERADE UPPDRAG OCH KONSUMENTERNAS EGNA BILDER

Men det handlar inte bara om shopping. Björn Borg vill, med glimten i ögat men på ganska stort allvar, bjuda in besökaren till olika uppdrag för att göra världen till en lite trevligare plats att leva på. Uppdragen går under namnet "Björn Borg Missions" och lanseras i slutet av oktober 2007. Under rubriken "Swedish Export" inbjuds bärare av Björn Borgs underkläder att dela med sig av egna bilder från världens alla hörn.

"Webben blir en av våra absolut viktigaste kommunikationskanaler och den kommer att ha en central plats i vårt internationella varumärkesbyggande", säger Jimmy Johansson, Vice VD, Björn Borg AB.

Konceptet för webbplatsen är utvecklat tillsammans med flerfaldigt prisbelönade, digitala kommunikationsbyrån Farfar.

För mer information, kontakta:

Rocky af Ekenstam Brennicke, PR/Event Manager, Björn Borg AB

Phone: +46 8 506 337 15

E-mail: rocky.brennicke@bjornborg.com

Björn Borg AB utvecklar och driver sin verksamhet under varumärket Björn Borg. Verksamheten omfattar idag de fem produktområdena kläder, skor, väskor, glasögon och parfym som säljs på drygt tio marknader av vilka Sverige och Holland är de största. 2006 uppgick den totala försäljningen av Björn Borg-produkter till 1,4 miljarder kronor i konsumentledet. Koncernens omsättning för samma period uppgick till 325 Mkr och resultatet efter finansnetto uppgick till 81 Mkr. Antalet anställda är 64. Björn Borg-aktien handlas på OMX Nordiska Börsen, mid cap sedan den 7 maj 2007.



BIBI
THE BOSS