

#FeelWimbledon-Kampagne von Jaguar erfüllt die Emotionen der Tennis-Fans

- Mit einem multisensorischen Instrumentarium analysiert Jaguar die Stimmungslage der Zuschauer beim größten und traditionsreichsten Tennisturnier der Welt
- Messung der auf den Rängen erzeugten Energie über biometrische Armbänder und über das Gelände verteilte Sensoren sowie Analyse der Social Media-Reaktionen
- Stimmungsschwankungen werden in Echtzeit analysiert – abrufbar während des ganzen Turniers über die sozialen Netzwerke und www.feelwimbledon.co.uk
- Jaguar Land Rover stellt als offizieller Automobilpartner 170 luxuriöse und leistungsstarke Fahrzeuge zur Verfügung – darunter auch den neuen XE

Schwalbach/Wimbledon, 30. Juni 2015 – Jaguar hat heute als offizieller Automobilpartner des Grand Slam-Turniers von Wimbledon seine #Feel Wimbledon-Kampagne gestartet. Sie erfasst mit Hilfe hochmoderner Sensoren das ganze Spektrum an Fan-Emotionen beim bekanntesten Tennisturnier der Welt. Jaguar ist offizieller Automobilpartner des *All England Lawn Tennis and Croquet Clubs* und stellt in dieser Funktion 170 Luxuslimousinen als VIP-Shuttles zur Verfügung – darunter auch Exemplare des neuen XE.

Spätestens seit dem Sensations-Sieg von Boris Becker vor 25 Jahren wissen es auch deutsche Tennis-Liebhaber: Auf dem heiligen Rasen von Wimbledon im Londoner Bezirk SW19 vergessen die Fans gern mal ihre angeborene britische Zurückhaltung. Speziell dann, wenn es über fünf Sätze oder in einen Tie-break geht, schlagen die Emotionen hoch. Mitunter so hoch, dass der Schiedsrichter mit dem Satz „*Quiet, please*“ die erhitzten Gemüter wieder beruhigen muss.

Wie hoch oder tief die Amplituden auf der Stimmungsskala wirklich ausschlagen, will Jaguar beim diesjährigen Turnier erstmals genauer wissen. Um die Stimmung während eines Matches exakt erfassen zu können, werden im Rahmen der Kampagne #FeelWimbledon ausgewählte Zuschauer vor dem Gang auf die Tribüne mit biometrischen Armbändern

Jaguar Land Rover Deutschland GmbH

Presse und Öffentlichkeitsarbeit • Andrea Leitner-Garnell • Am Kronberger Hang 2a • D-65824 Schwalbach/Ts.

Telefon: 06196 / 9521 - 162 • aleitner@jaguarlandrover.com • <http://de.media.jaguar.com>



ausgestattet. Zugleich messen im Boden eingelassene atmosphärische Sensoren die rund um einen Platz erzeugte Energie, während parallel dazu eine Analyse der weltweiten Reaktionen in den sozialen Netzwerken erfolgt.

Die atmosphärischen Sensoren erfassen die Bewegungen der Tribünenbesucher und den Geräuschpegel, die biometrischen Armbänder in erster Linie den Pulsschlag und die Positionsveränderungen auf dem Gelände. Zusammen mit einem soziometrischen Tracking – der Konversation zwischen Fans auf Facebook, Twitter & Instagram – ergibt sich eine faszinierend neue Perspektive auf das Fanerlebnis beim weltgrößten Grand Slam-Turnier.

Über den Link www.feelwimbledon.co.uk und die sozialen Jaguar-Kanäle @JaguarUK und #FeelWimbledon können Fans täglich die Stimmung auf dem traditionsreichen Areal im Londoner Südwesten nachempfinden. Dann sind sogar Vergleiche zwischen der Spannung auf dem Centre Court, dem No.1. Court oder der beliebtesten Outdoor-Location, der Naturtribüne auf dem Murray Mound/Henman Hill, möglich. Der Jaguar Seismograph schlägt auch feinfühlig genug aus, um zum Beispiel die ansteigenden Wogen der Begeisterung zum Ende eines fünften Satzes exakt aufzeichnen zu können.

Tim Henman (41), die frühere britische Nummer Eins und heute im Komitee des All England Lawn Tennis and Croquet Clubs vertreten, sagt: *„Kein Turnier ist mit Wimbledon vergleichbar und das Erlebnis wird Jahr für Jahr besser. Die Dramen auf dem Grün und die Begeisterung auf den Rängen machen das Turnier zur Nummer Eins in der Welt. Es ist großartig, dass Jaguar diese einzigartigen Qualitäten mit der #FeelWimbledon-Kampagne feiert.“*

Mich Desmond, Commercial Director des veranstaltenden AELTC, fügt hinzu: *„Die #FeelWimbledon Kampagne von Jaguar unterstützt unsere Bemühungen für eine noch engere Kommunikation mit unserer Fanbasis.“*

Laura Schwab, Marketing Direktor, Jaguar Land Rover UK, zur Zielsetzung von Jaguar: *„Wimbledon ist ein hochemotionales Sportevent und spiegelt viele unserer Markenwerte perfekt wider. Jaguar schätzt sich glücklich, über #FeelWimbledon diese Begeisterung zu honorieren. Mit insgesamt erwarteten 500.000 Zuschauern bietet das Turnier eine einmalige Plattform zur Präsentation unserer Produkte – und ganz speziell des neuen Jaguar XE.“*



Anmerkungen an die Redaktion:

- Die „Wimbledon Championships“ gehen in diesem Jahr vom 29. Juni bis 12. Juli.
- Das erstmals 1887 an der Worple Road ausgetragene Turnier gilt als das älteste und prestigeträchtigste der Welt. Ab Ende Juni werden in dem südwestlichen Londoner Stadtteil (Postleitzahlen-Bezirk SW19) jedes Jahr zwei Wochen lang die Lawn Tennis Championships ausgetragen. Es ist das dritte Grand-Slam-Turnier des Jahres und das einzige, das noch auf Rasen gespielt wird.

Weitere Informationen und Fotos zur redaktionellen Nutzung erhalten Sie unter

<http://de.media.jaguar.com>

Pressekontakt:

Jaguar Land Rover Deutschland GmbH

Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Andrea Leitner-Garnell

Am Kronberger Hang 2a • D-65824 Schwalbach/Ts.

Telefon: 06196 / 9521 - 162

aleitner@jaguarlandrover.com

Verbrauchs- und Emissionswerte F-TYPE, XE, XF, XJ, inklusive R-Modelle:

Kraftstoffverbrauch im kombinierten Testzyklus (NEFZ): Jaguar XFR-S Sportbrake 5.0 Liter V8: 12,7 l/100km – Jaguar XE E-Performance: 3,8 l/100km

CO₂-Emissionen im kombinierten Testzyklus: Jaguar XFR-S Sportbrake 5.0 Liter V8: 297 g/km – Jaguar XE E-Performance: 99 g/km



Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen entnommen werden, der bei allen Jaguar und Land Rover Vertragspartnern und bei der Jaguar Land Rover Deutschland GmbH unentgeltlich erhältlich ist. Der Leitfaden ist ebenfalls im Internet unter www.dat.de verfügbar.