

DOOH showcase

» Dr. Manfred Berger

Agentur Brokkoli

KAMPAGNE

Product Launch NEXXXT



HERAUSFORDERUNG

Ein junges, urbanes und gesundheitsaffines Publikum in kurzer Zeit auf eine völlig neue Marke aufmerksam machen.



ZIEL

Der schnelle Aufbau von Markenbekanntheit sowie relevanter Werbeerinnerung bei Wiener:innen, insbesondere in der Altersgruppe 15–24 Jahre.



LÖSUNG

Es wurde eine digitale Branding-Kampagne auf DOOH-Screens in Wien umgesetzt, kombiniert mit einer Social-Media-Interaktion: Nutzer:innen konnten per Foto teilnehmen, die besten Einsendungen wurden wiederum auf den Digitalcreens ausgespielt. So entstand ein Kreislauf aus Sichtbarkeit im öffentlichen Raum und User-Content, der die Marke NEXXXT unmittelbar mit der Lebenswelt der Zielgruppe verband.

gewista



ZIELGRUPPE

- Wiener:innen im Alter von 15–24 Jahren

PRODUKT

- NEXXXT Bio Energy Stick

AKTIVIERTE KANÄLE

- DOOH in Wien



DOOH showcase

Ergebnisse der Kampagne

Die Launch-Kampagne positionierte NEXXXT in nur zwei Wochen sichtbar im Markt und zeigte, wie stark die Kombination aus digitalen Screens und Social-Media-Interaktion wirken kann. Besonders die jungen, aktiven Lifestyle-Typen fühlten sich angesprochen und verknüpften den Bio Energy Stick klar mit einem modernen, bewussten Lebensstil.

7,4%

Markenbekanntheit innerhalb von 14 Tagen

14%

Werbeerinnerung gesamt

23,2%

Werbeerinnerung in der Zielgruppe

