

# Premium Board showcase

## » Ströck

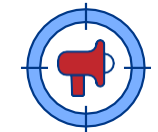
### KAMPAGNE

Ströck „Bio Logisch“



#### HERAUSFORDERUNG

Im Rahmen eines Testlaufs sollte überprüft werden, welchen konkreten Beitrag Out of Home zur Produkt- und Markenwahrnehmung leistet und ob sich dies in messbaren Verkaufszahlen für den neuen Bio-Dinkel-Snack niederschlägt.



#### ZIEL

Die Wirkung einer konzentrierten OOH-Belegung auf Recognition, Sympathie und Absatz nachzuweisen und insbesondere die Performance in Wien und dem näheren Umland zu messen.



#### LÖSUNG

Ströck setzte auf hochwertige Premium Board Standorte: 200 Premium Boards in Wien wurden für eine Woche belegt und inszenierten den Bio-Dinkel-Snack mit der klaren Botschaft „BIO? LOGISCH!“. Die starke, reduzierte Gestaltung sorgte für hohe Sichtbarkeit im Straßenbild und schuf eine prägnante Bühne für das neue Produkt.



#### ZIELGRUPPE

- Personen in Wien und Umland ab 15 Jahren



#### PRODUKT

- Bio-Dinkel-Snack



#### AKTIVIERTE KANÄLE

- Premium Board



# Premium Board showcase

## Ergebnisse der Kampagne

Die Kampagne erzielte außergewöhnlich hohe Recognition-Werte in Wien und im gesamten Befragungsgebiet. Besonders Frauen sowie die Altersgruppe 25–34 Jahre erinnerten das Sujet überdurchschnittlich gut, Lifestyle-Gruppen wie SMARTOPS und TRAFYCOS zeigten die stärksten Werte. Zusätzlich wurden überdurchschnittliche Sympathiewerte erreicht und der Bio-Dinkel-Snack konnte seine Verkaufszahlen in der Aushangwoche deutlich steigern.

44,8 %

Recognition im Befragungsgebiet

18,5%

Impact im Befragungsgebiet

12%

Verkaufssteigerung

