

Premium Board showcase

» The Good Stuff

KAMPAGNE

„Tut Hunden Gutes“



HERAUSFORDERUNG

Für die noch weitgehend unbekannte Hundefutter-Marke sollte getestet werden, welchen Beitrag Out of Home zur Markenbekanntheit und zu messbaren Performance-Kennzahlen leisten kann.



ZIEL

Die Wirkung einer konzentrierten OOH-Belegung auf Recognition und Webtraffic nachzuweisen und zu prüfen, ob sich die Kampagne in einem besseren Verkaufsmonat widerspiegelt.



LÖSUNG

The Good Stuff setzte auf hochwertige Premium Board Standorte: 200 Premium Boards in Wien wurden für eine Woche belegt. Das emotional starke Sujet mit Hundemotiv und klarer Botschaft „Tut Hunden Gutes!“ sorgte für hohe Sichtbarkeit und schuf einen klaren Call-to-Action über die Website.



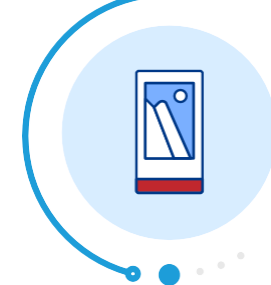
ZIELGRUPPE

- Personen in Wien und Umland ab 15 Jahren



PRODUKT

- Hundefutter



AKTIVIERTE KANÄLE

- Premium Board



Premium Board showcase

Ergebnisse der Kampagne

Die Kampagne erzielte für eine nahezu unbekannte Marke starke Wiedererkennungswerte, insbesondere in Wien und bei Personen am Stadtrand. Männer wurden deutlich stärker angesprochen, die höchsten Werte zeigten die 15–24-Jährigen. Besonders gut performten die Lifestyle-Gruppen „SMARTOPS“ und „TRAFYCOS“. Parallel dazu zeigte sich die Wirkung im digitalen Raum mit deutlichen Zuwächsen bei den Webvisits und einem bis dato besten Verkaufsmonat.

31,3%

Recognition in Wien

40,5%

Recognition am Stadtrand

20 - 60%

Anstieg der Webvisits pro Tag

