

Programmatic showcase

» Institut AllergoSan Pharma GmbH

Agentur: DiLAB42 GmbH

KAMPAGNE

Positionierung von OMNi-POWER® als Teil der OMNi-BiOTiC®-Familie im Kontext sportlicher Leistungsfähigkeit und Regeneration



HERAUSFORDERUNG

OMNi-POWER® sollte im Umfeld von Sport, Leistungsfähigkeit und Regeneration als Teil der OMNi-BiOTiC®-Familie sichtbar und glaubwürdig positioniert werden, in einem schnelllebigen Freizeit-, Event- und Shoppingumfeld.



ZIEL

Steigerung der Awareness für OMNi-POWER®
Stärkung der Wahrnehmung als Marke für Performance und Regeneration. Emotionale Markenaufladung durch sportliche Testimonials.



LÖSUNG

Gezielte DOOH-Ausspielung im sportlichen Premiumumfeld mit digitalen Screens rund um die Wiener Stadthalle während der Erste Bank Open sowie an ausgewählten Standorten entlang der Mariahilfer Straße, unterstützt durch sportliche Testimonials.

gewista



ZIELGRUPPE

- Sportlich aktive und gesundheitsbewusste Konsument:innen
- Urbanes bewegungsaffines Publikum im Freizeit-, Event- und Shoppingumfeld



PRODUKT

- OMNi-POWER®



AKTIVIERTE KANÄLE

- Digitale Screens im Umfeld der Wiener Stadthalle und Mariahilfer Straße



Ergebnisse der Kampagne

Durch die Kombination aus Sportevent, Premium- Standorten und Testimonials erzielte OMNi-POWER® eine starke Präsenz in der relevanten Zielgruppe. Die Produkte der OMNi-BiOTiC®- Familie wurden nachhaltig im Leistungs- und Regenerationskontext verankert, mit Wirkung über reine Sichtkontakte hinaus.