



SILBER

KATEGORIE: Konsumgüter Food/Beverages

BEWORBENES PRODUKT:Darbo kalorienreduzierte
Konfitüre**CREDITS****Auftraggeber:** A. Darbo AG**Kommunikationsleitung:**

Mag. Josef Goller

Agentur: Demner, Merlicek &
Bergmann**Kontakt:** Helmut Schlieffensteiner
(Bild), Friederike Barf**Kreation:** Franz Merlicek,
Felix Broscheit, Gerda Schebesta,
Arno Reisenbüchler**Mediaagentur:** Medial**FACTS****Kommunikationsbudget:**

160.000 Euro

Schaltzeitraum: März bis Mai**Mediamix:** Print, TV**Absatz:** 780.000 (+100 %)**Umsatz:** 1,33 Millionen (+99,5 %)**Marktanteil:** 3,7 % (+94,74 %)

1



2



3

TV-Spot

Marmelade macht dünn

Wie man mit einer Leichtkonfitüre schwer erfolgreich ist, zeigt Darbo. Das Rezept dahinter verspricht Genuss: Voller Geschmack und niedriger Kaloriengehalt.

Zu viele Kalorien braucht niemand. Nicht einmal eine gute Marmelade. Wenn die Frucht hervorragend ist, schmeckt auch der kalorienbewussteste Brotaufstrich. Und das Leben wird plötzlich leichter. Bei 67 % weniger an Kalorien mutieren zwei Marmeladengläser schnell zu einer Hantelstange, Fitnessplan inklusive. So viel leichte Frucht lockt auch einen Schmetterling. Er schnappt sich das volle Marmeladeglas vom Frühstückstisch und fliegt davon.

Kalorienarm und reich an Frucht

2006 brachte der Tiroler Marmeladespezialist mit „Darbo kalorienbewusst“ eine kalorienreduzierte Konfitüre auf den Markt. Der erfolgreichsten Produktinnovation 2006 (LK-Handelszeitung) sollte nun Demner, Merlicek & Bergmann zum

Durchbruch verhelfen. Jeweils ein Drittel mehr an Distribution und Marktanteil lautete das Ziel. Durch die Kampagne legte Marktführer Darbo mit Leichtigkeit an Marktanteilen zu, obwohl der Konfitürenmarkt weitgehend gesättigt ist.

Weniger ist mehr

Denn die Print- und TV- Kampagne für „Darbo kalorienbewusst“ übertraf die ambitionierte Vorgabe deutlich. Absatz und Umsatz wuchsen um starke 100 %. Um rund 95 % katapultierte sich der Marktanteil in die Höhe, die Distribution stieg um 35 %. Damit stammt die Hälfte des vorjährigen Darbo-Wachstums aus der „Kalorienbewusst“-Range - ein echter Genuss! ■

 ORF
 ENTERPRISE