


ANERKENNUNG KATEGORIE: Konsumgüter Food/Beverages, Pharma

FACTS

Beworbenes Produkt:

Ja! Natürlich

Auftraggeber: Ja! Natürlich
Naturprodukte G.m.b.H.

Kommunikationsleitung:

 Mag. Martina Hörner,
Mag. Maria Laubreiter

Agentur: Demner, Merlicek &
Bergmann

Kontakt: Dr. Harry Bergmann,
Imke Lepper, Barbara Schmolz

Kreation: Franz Merlicek,
Rosa Haider-Merlicek

Mediaagentur: OMD

Kommunikationsbudget:
939.289 Euro

Schaltzeitraum:

April bis Dezember

Mediamix: Print, Plakat, TV, Radio

Umsatz: +13 %

Marktanteil: +13,1 %


TV-Spot

Schweinderl liebt Joghurt

Bauer und Schweinderl sitzen in der Küche. Der Bauer nimmt ein „Ja! Natürlich“-Joghurt, löst die Platine und schleckt deren Unterseite ab. Gierig sieht das Schweinderl zu. Da erinnert es sich, dass in der Speisekammer ein zweites Fruchtjoghurt steht. Aufgeregt sprintet es davon. Während der Bauer den Tisch abräumt, kommt das Schweinderl zurück. Die runde Platine klebt auf seiner Schnauze: „Bauer! Bauer! I krieg ka Luft! Konnst ma net höfn?“ Der Bauer hilft: „Ja! Natürlich“. Ja! Natürlich war auch die Kampagne erfolgreich - von 443.000 auf 688.000 Stück stieg der Absatz während des Saisonschwerpunkts Fruchtjoghurt. ■

FACTS

Beworbenes Produkt:

Zeckenschutzimpfung

Auftraggeber: Baxter

Kommunikationsleitung:

Dr. Alexandra C. Gruber

Agentur:

Public Health PR ProjektgesmbH

Kontakt: Mag. Michael Leitner MAS

Kreation: Mag. Alexander Schatek

Kommunikationsbudget:

134.000 Euro

Mediamix: Print, Internet

Rücklauf Mailing: 10 %

Kampf der Fußballzecke

„Reisen Sie zur Fußball Europa-meisterschaft 2008? Wussten Sie, dass in den beiden Gastländern Österreich und Schweiz die von Zecken (englisch: Tick) übertragene Frühsommer-Meningoenzephalitis (kurz FSME) weit verbreitet ist? Rechtzeitige Impfungen sind der beste Schutz.“ Visualisiert wurde der Copytext durch einen Fußballschuh, der eine auf einem Fußball sitzende Zecke wegstößt. Bei Reisenden zur EURO 2008 die FSME-Awareness zu steigern, formulierte Baxter als zentrales Ziel der Tick-Kick-Kampagne. Den gewünschten Impact brachte das Zusammenspiel von Foldern, Wartezimmerpostern, Impfpässen und Inseraten: Kick the Tick! ■


 Printanzeige (oben)
und Mailing
