

KATEGORIE: Konsumgüter Food/Beverages

GOLD



1



2



3



4



5

TV-Spot

Hundstage

Viele leiden, wenn ihr geliebtes Tier älter wird. Pedigree nimmt ihnen diese Sorge und verbessert die Lebensqualität der Hunde.

Der Hund blickt den Zuseher mit traurigen Augen an. Er liegt auf dem Boden, ist alt, müde und schwach. Das Aufstehen fällt ihm schwer. Er ist nicht mehr so aktiv wie früher, nicht mehr so beweglich. Eine schlimme Vorstellung für jeden Hundeliebhaber, wenn sein Liebling plötzlich nicht mehr unbeschwert laufen kann. Die Gelenke nützen sich langsam ab. Genau hier setzt Pedigree mit seinem Produkt „Gelenk Aktiv+“ an. Damit Hunde wieder ...

... ein aktiveres Leben führen können

Obwohl bereits Marktführer bei Hundernahrung, versucht Pedigree durch Innovationen die Marktführerschaft auszubauen. Innerhalb des Portfolios gewann zuletzt die Kategorie Snacks & Treats (S&T) vermehrt an Bedeutung. Mit dem neuen S&T-Produkt Gelenk Aktiv+ sollte die Beliebtheit von Pedigree als die Marke für Hundeliebhaber noch stärker verankert werden. Die lebens-

lange Liebe zum Haustier wird so auch auf die Marke übertragen.

Nur den Letzten beißen die Hunde

Pedigree erobert den Snacks & Treats-Markt: Während die gesamte Branche zwischen den Jahren 2007 und 2008 um nur 3,6 Prozent zugelegt hat, konnte Pedigree seinen eigenen Anteil um 32,5 Prozent steigern. Pedigree wächst damit fast zehnmal so stark wie der Markt. Pedigree konnte bei den Snacks & Treats 2008 um 498.000 Euro mehr Umsatz lukrieren als noch 2007. Gelenk Aktiv+ schnellte nach der Produkteinführung auf einen Marktanteil von 4,3 Prozent im Jahr 2008, der gesamte Marktanteil von Pedigree im S&T-Markt auf 10 Prozent. Die Einführung von Gelenk Aktiv+ hat demnach einen wesentlichen Anteil an der Erhöhung des Marktanteils von 28 Prozent. Pedigree liebt Hunde. Hunde und ihre Herrchen lieben Pedigree.

BEWORBENES PRODUKT:
Pedigree Gelenk Aktiv+



CREDITS

Auftraggeber: Mars Austria OG
Kommunikationsleitung:
Gerd Trimmel
Agentur: TBWA|Wien
Kontakt: Isabella Würfel (Foto),
Christoph Müllauer
Kreation: Gerda Reichl-Schebesta,
Bernhard Grafl
Mediaagentur: MediaCom
Kontakt: Katrin Stuchlik

FACTS

Kommunikationsbudget:
509.700 Euro
Schaltzeitraum:
Juli/August 2008
Zielgruppe: Hundebesitzer mit
älteren Hunden
Mediamix: TV
Umsatz: +32,5 % Steigerung des
eigenen Anteils ggü. 2007
Marktanteil: gesamt +28 %, im
Snacks & Treats-Segment +10,1 %
(ggü. 2007)