

KATEGORIE: Handel

BRONZE



TV-Spot

G'riss ums G'wand

Kleider machen Handwerker - das beweist Millionenshow-Moderator Armin Assinger für Lagerhaus.

Armin Assinger einmal nicht als schnittiger Moderator, sondern als Heimwerker. Der ORF-Publikumsmagnet ist in heikler Mission unterwegs. Fürs Lagerhaus wirft er sich in seine „Montur“ und arbeitet - angeblich - gemeinsam mit Schwager Franzl am Holzvorrat. Die Säge macht einen ohrenbetäubenden Lärm und die Holzscheite fliegen nur so durch die Luft. Wie sich jedoch zeigt, sitzen die beiden Herren gemütlich im Liegestuhl und studieren den Lagerhaus-Produktfolder.

Die Montur als Werkzeug

Der Wettbewerb unter den Baumärkten ist an Intensität kaum zu übertreffen. Doch Lagerhaus kann sich erfolgreich von der Konkurrenz abheben: Kein anderer Baumarkt führt ein größeres Sortiment an Arbeitsschutzbekleidung wie dieses.

Lagerhaus vertreibt die Eigenmarke „Werkstoff“.

Der Auftrag: 15 Prozent mehr Arbeitskleidung an den Mann bringen, Absatz und Umsatz steigern. Die Zielgruppe: alle Österreicher mit Bedarf an Arbeitskleidung. Das Team: Den kreativen Part übernahm AHA puttner red cell für den Baumarkt.

Auftrag erfüllt

Für die Umsetzung benützte AHA puttner red cell den gesamten Medienwerkzeugkoffer. So machte „Agent Nr. eins“ Armin Assinger im Fernsehen und auf Plakaten eine schneidige Figur. Abfallprodukt der Holzarbeit: Steigerung des Absatzes von Arbeitskleidung um 137 Prozent und 36 Prozent mehr Umsatz. Diese Arbeitskleidung hat definitiv das (Werk-)Zeug zum Erfolg.

BEWORBENES PRODUKT:
RWA-Werkstoff



CREDITS

Auftraggeber: RWA Raiffeisen
Ware Austria AG
Kommunikationsleitung:
Mag. Gabriele Zelloth
Agentur: AHA puttner red cell
Werbeges.m.b.H.
Kontakt: Ilona Szita (Foto)
Kreation: Reinhard Gnettner
Mediaagentur: MindShare
Kontakt: Julia Binder

FACTS

Kommunikationsbudget:
342.000 Euro
Schaltzeitraum: KW 40-45/08
Zielgruppe: Alle Österreicher im ländlichen Raum, die Bedarf an Arbeitsbekleidung haben
Mediamix: Print, TV, HF, Sales Promotion/POS/Events
Umsatz: +36 % ggü. 2007
Absatz: +137 % ggü. 2007