

Ringier AG | Streuwurf «Lucky-Bunny»

Aufgabenstellung

Das Medienunternehmen Ringier (Verbund Aktivitäten) beauftragte sense-com mit der Entwicklung eines Mailing Formats, das zur Steigerung der Abbonement-zahlen für 11 bekannte Zeitschriften und Zeitungen aus dem Hause Ringier führen soll.

Vorgaben waren: Auflage knapp 200'000 Exemplare. Streuwurf in der deutschen Schweiz, grosser Wettbewerb, Hauptgewinn Fr. 100'000.–, Partneraktion mit Rabatt-Bons für Osterprodukte in der MIGROS.

Start 2 Wochen vor Ostern. Erwarteter Rücklauf 0.7%.

Lösung

Auffällig, spielerisch, frisch und fröhlich. Ostern steht vor der Tür und der Knack-Flyer steckt bald in 200'000 Briefkästen der Schweiz.

Entwicklung Key Visual «Lucky Bunny», Umsetzung auf Osterei-Format und dem im Ei integrierten Wickel-Falz-Flyer. Im Inhalt schickten wir die Zielgruppe auf spielerische Art auf die Suche nach unterschiedlichen Ostereiern mit der Aussicht auf den Hauptpreis von Fr. 100'000.– und als Geschenk wurde ein Rabatt-Bon der MIGROS integriert. Die Spielabfolge wurde so konzipiert, dass der Spielablauf immer über die im Zentrum des Flyers platzierte Seite mit den 11 Covers der zu abonnierenden Titel führte.

Ergebnis

- Erwarteter Rücklauf: 0.7%
- Effektiver Rücklauf: 1.38 %
- Steigerung: 96 %
- Neue Abonnenten: 2'700

Wir durften eines der erfolgreichsten Mailing für Ringier realisieren!



Oster Knack-Flyer via Post in 200'000 Briefkästen der deutschen Schweiz.



Keyvisual «Lucky Bunny»



Auffälliges und grosses Format.



Frontseite Wickelfalz-Flyer



Glücksspiel Seiten mit Antwortkarte und Partneraktion.



Rückseite mit Antwortkarte und grossem Wettbewerb.