



OSTER PRANK



Über 4'000
Likes auf
Social Media



1 DIE AKTION

Rund einen Monat vor Ostern sorgten wir bei nichts ahnenden Müttern für eine bunte Überraschung. Im Kindergarten Wackelzahl gaben wir Kindergärtnern den Auftrag, Ostereier zu bemalen.

2 DIE ÜBERRASCHUNG

Was ihre Eltern nicht wussten – die Kleinen durften sich dabei voll austoben. Am Ende blieben die Eier weiss, dafür waren die Kinder kunterbunt angemalt – und die Eltern ab dem Resultat sichtlich überrascht.

3 DAS VIDEO

Die ganze Aktion wurde auf Video festgehalten und anschliessend auf Social Media gestreut.

4 DER WETTBEWERB

Mit dem Claim «Sunny, Funny und Lucky machen Ostern bunt» wurde die Zielgruppe gleichzeitig dazu aufgerufen, die Landingpage frey-bunny.ch zu besuchen und an einem Online-Wettbewerb teilzunehmen.



AUFGABENSTELLUNG

Ostern gehört für Schokoladenhersteller zur umsatzstärksten – und gleichzeitig wettbewerbsintensivsten – Zeit des Jahres. Auch die Hasen «Sunny, Funny und Lucky» von Chocolat Frey sollten daher vor Ostern bekannter gemacht werden. Dabei wurde insbesondere der Dialog mit der Kernzielgruppe – junge und jung gebliebene, trendorientierte Frauen sowie junge Familien – gefördert.

LÖSUNG

Mit einer witzigen und überraschenden Aktion, die sich dokumentieren und anschliessend medial verbreiten liess, brachte Chocolat Frey frischen Wind in das Ostergeschäft – und positionierte damit die hauseigenen Schokohasen als trendige Alternative im Schweizer Markt. Dabei bediente man sich einer Tradition, die insbesondere bei Kindern zu den absoluten Oster-Highlights gehört: dem Eierfärben.

ERGEBNIS

Das Video, welches aus der Aktion entstand, wurde auf Facebook 1'164 Mal geteilt, erzielte rund 600'000 Views, über 4'000 Likes und erntete von der Community 330 begeisterte Kommentare. Als Resultat verzeichnete die Landingpage 54'328 Besucher. Mit 21'607 Wettbewerbsteilnahmen lag die Konversionsrate zudem bei beachtlichen 39.77 Prozent.