

PAUSENLOS BESTE UNTERHALTUNG

Aufgabenstellung

Der PayTV-Sender Teleclub zeigt 365 Tage im Jahr Filme, Serien und Sportübertragungen ohne Werbeunterbrechung. Der Sender bewegt sich in einem hart umkämpften Umfeld. Denn von allen Seiten drängen Streaming-Anbieter in den Markt. Die Aufgabe war eine Herausforderung, denn es ging darum Neukunden zu gewinnen.

Strategie/Lösung

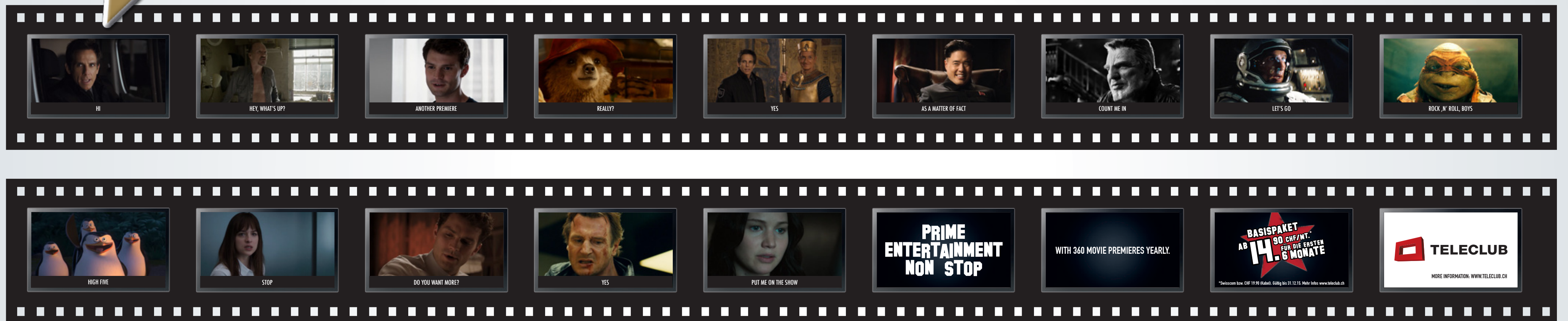
Aus dem Insight, dass Teleclub ohne Werbeunterbrechung läuft, entstand die Big Idea: "Pausenlos beste Unterhaltung". Als Werbemittel wurden Offline- und Online-Massnahmen gewählt, die zum Dialog auf der Landingpage aufrufen, auf der die Zielgruppe gleich ein Abo abschliessen konnte.

Kreation/Umsetzung

Aus hunderten von Teleclub Szenen aus Filmen und Serien wurden Wörter und kurze Sätze zum Thema „Pausenlos beste Unterhaltung“ gesucht. Aus diesen wurden dann neue Dialoge kreiert, welche die Big Idea „Pausenlos beste Unterhaltung“ unterstrichen.

Resultat

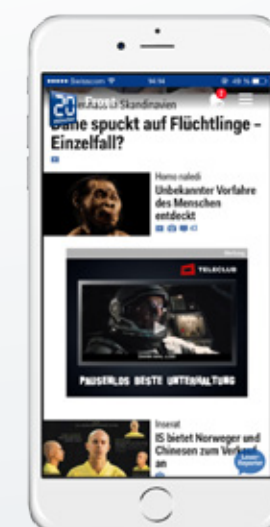
Die Kampagne übertraf alle Erwartungen. Mit einem um 30 Prozent tieferen Medieninvestment als im Vorjahr, gewann Teleclub mit der neuen Kampagne 43 Prozent mehr Neukunden.



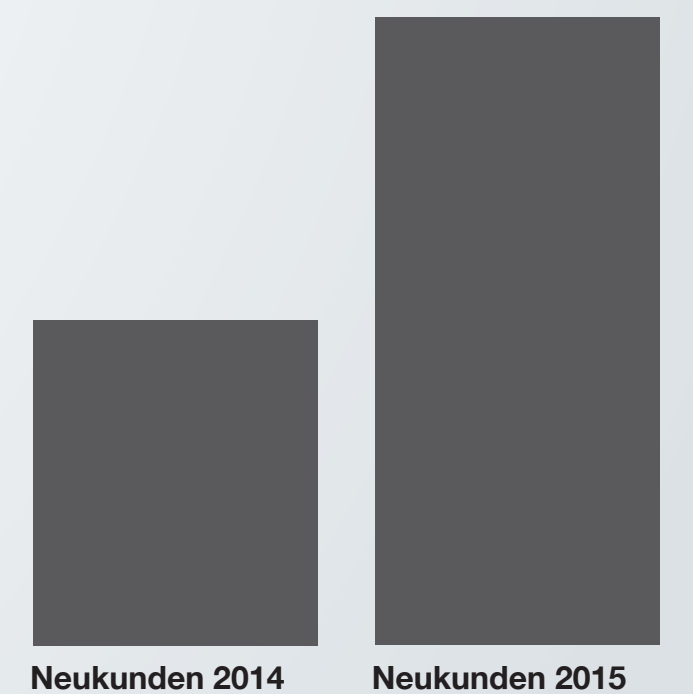
Print



Banner



Banner



+43%