

«WIR GRATULIEREN MARCO ODERMATT» – MIT AUF SKIRENNDATEN BASIERTEN RADIOSPOTS

Radiovermittlerin Swiss Radioworld hat für den Haushaltsgerätehersteller Electrolux und dessen Agentur Zenith Media eine eventdatenbasierte Radiokampagne realisiert. Während der letzten Tage des Ski Alpin Weltcups 2020/21 wurden in der Deutschschweiz Radiospots in Abhängigkeit der Resultate von Skirennfahrer und Electrolux-Markenbotschafter Marco Odermatt ausgestrahlt.

Die Kampagne

Medium: Radio

Werbeform: Eventdatenbasierte Radiospots

Branche: Haushaltsgeräte

Zielgruppe: 30- bis 59-Jährige

Kampagnenziel: Gewinnspiel bewerben, Branding

Ausgangslage

Der Haushaltsgerätehersteller Electrolux pflegt bereits seit 2014 eine Premium-Partnerschaft mit dem Skirennfahrer Marco Odermatt. Um seinen Markenbotschafter zum Schluss der erfolgreichen Skisaison anzufeuern und ihm zu gratulieren sowie das **exklusive Meet&Greet** zu bewerben, hat sich Electrolux kurzfristig entschieden, am Wochenende vom 18. bis 21. März eine entsprechende Kampagne zu fahren.

Umsetzung

Um mit möglichst passendem Bezug während der letzten Rennen des Ski Alpin Weltcups 2020/2021 werben zu können, konzipierte Swiss Radioworld für Electrolux und deren Leadagentur Zenith Media eine eventdatenbasierte, flexibel ausspielbare und vollautomatisierte Radiokampagne.

Eventdatenbasierte Radiospots

Nachdem erste Ideen entwickelt wurden, erfolgten parallel Planung und Produktion der Werbemittel. Die Radiospots wurden innerhalb von zwei Tagen produziert und sollten je nach Rennergebnis von Marco Odermatt passend ausgespielt werden. Entsprechend wurden drei Spotversionen konzipiert: eine allgemeine Gratulation zur erfolgreichen Skirennensaison, eine Gratulation zum Gewinn des Gesamtweltcups sowie eine Gratulation zum Gewinn der kleinen Kristallkugel. Die Spots wurden jeweils mit einem Aufruf zur Wettbewerbsteilnahme ergänzt und in einem detaillierten Ausspielungskonzept eingeplant, das je nach Durchführung der Rennen und in Abhängigkeit der Schlussplatzierung von Odermatt variierte. Die Ausstrahlung erfolgte in der Deutschschweiz auf mehreren Privatradiostationen.

Technologische Umsetzung

Swiss Radioworld entwickelte die eventdatenbasierten Targetingmöglichkeiten zusammen mit dem Technologiedienstleister adremes. Über das Modul «added data», das die Anreicherung des Werbeinventars mit zentral verfügbaren Daten ermöglicht, wie beispielsweise Wetterinformationen, Verkehrsmeldungen oder eben Sportergebnisse, können Radiowerbeplätze zielgerichteter und flexibler gehandelt werden. Dadurch ergeben sich vielfältige Möglichkeiten für innovative Werbeausspielungen, wie z.B. im Fall des vorliegenden Cases, die vollautomatisierte Ausspielung von Radiospots in Abhängigkeit der erzielten Ergebnisse von Skirennfahrer Marco Odermatt.

Ergänzend zur Radiokampagne wurden im gleichen Zeitraum auch im TV und Online eventdatenbasierte Ads ausgespielt.

Ergebnis

Die eventdatenbasierten Radiospots konnten massgeblich zum Erfolg der Kampagne mit Marco Odermatt beitragen und erzeugten bei der Ausstrahlung eine hohe Brand Awareness. Es wurden insgesamt 2.4 Millionen Kontakte generiert, was einer Reichweite von 24% in der relevanten Zielgruppe entspricht. Zudem wurden rund 6% aller Wettbewerbsteilnahmen direkt durch die Radiowerbung erzeugt.

«Mit der Schaltung von Event-abhängigen Radiospots waren wir für alle Eventualitäten gerüstet und erzielten so unmittelbar nach dem Rennen eine hohe Aufmerksamkeit für unsere Marke und die Verlosung eines Meet&Greet mit Marco Odermatt», bestätigt Stefano Grasso, PR & Communication Manager bei Electrolux.

Die europaweit einzigartige vollautomatisierte Radiokampagne konnte über klassische Radiosender ausgespielt werden und ermöglichte den Auftraggebern kreative Umsetzungsmöglichkeiten. So bestätigt Yanick Schönenberger, Account Manager bei Zenith Media:

«Die eventbasierte Radiokampagne hat die Planung rund um den Electrolux-Markenbotschafter Marco Odermatt sehr passend ergänzt. Damit entstand eine 360°-Kampagne mit unterschiedlichen Touchpoints. Die Radiokampagne bot die Möglichkeit einer sehr kurzfristigen Umsetzung und die automatische sowie eventbasierte Schaltung der Spots ermöglichte eine inhaltlich passende Kommunikation zu verschiedenen Szenarien. Innert zwei Tagen konnte die Kampagne geplant und gebucht werden, inklusive Spotproduktion von drei unterschiedlichen Versionen. Die schnelle Umsetzung sowie die flexible Ausspielung der Spots, auch während dem Wochenende, haben massgeblich zum sehr positiven Ergebnis der Kampagne beigetragen.»

Verantwortlich für die Kampagne bei Electrolux Schweiz: Roland Bienz (Director Marketing), Linda Mall (Senior Experience and Activation Manager), Isabel Loos (Junior Activation Manager), Isabelle Studer (Activation Manager), Livia Blank (Junior Digital Manager), Stefano Grasso (PR & Communication Manager)

Verantwortlich bei Zenith Media: Yanick Schönenberger (Account Management), Noémi Schneider (Electronic Media Planning and Buying)

Verantwortlich bei Swiss Radioworld: Darko Dunjic (Sales Director), Fabian Zeller (Agency Manager Planning & Media Services)

Dürfen wir auch Sie bei Ihrer nächsten Radiokampagne unterstützen?

Darko Dunjic, Sales Director Swiss Radioworld freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme (+41 44 485 42 92, darko.dunjic@swissradioworld.ch).