

Leistungsgruppe 4 Displays

3. Platz

Ritter Sport Fernweh-Promotion DS Smith, Werk Erlensee

Beschreibung:



Ritter Sport lädt die Konsumenten zum Verreisen ein – wenn auch nur mit den Geschmacksnerven: Die neue Sonderedition namens ‚Fernweh‘ soll Urlaubsstimmung ohne Langstreckenflug und Sonnenbrand ermöglichen. Die aufmerksamkeitsstarke Kampagne mit dem Titel "Knick & Weg: Einfach kurz Urlaub!" benötigte eine ebenso aufmerksamkeitsstarke Großplatzierung, um die neuen Sorten im Handel einzuführen und erfolgreich zu verkaufen.

Mit der „Fernweh-Promotion“ ist die perfekte Umsetzung der Kundenanforderungen gelungen. Die kreative Großplatzierung bietet Platz für vier ¼-Paletten und zieht schon von weitem die Blicke der Shopper am Point of Sale auf sich. Die drei neuen Produktsorten „Hula Hula – Kokoswaffel“, „Buenos Dias – Weisse Mango Maracuja“ und „Marhaba – Joghurt Honig Nuss“ sind optimal ganz oben mittig platziert. So erhält der Shopper die wichtigsten Informationen bereits auf den ersten Blick.

Die originelle Platzierung aus Wellpappe spielt gekonnt das Thema Fernweh und nutzt emotionale Blickfänger wie exotische Blumen und ein Surfbrett, um den Shopper direkt in Urlaubsstimmung zu versetzen. Die einzelnen Elemente ragen in verschiedene Richtungen aus der Platzierung heraus, sie sind zudem vor und hinter den ‚Bogen‘ gesetzt, der die Paletten umfasst. Durch diese Anordnung fühlt man sich fast in den Dschungel versetzt und es ergibt sich ein fantastischer 3-D-Effekt. So zahlt die Platzierung optimal auf die Marke ein und bringt das Marketingkonzept von Ritter Sport gekonnt an den Point of Sale.

Die hochwertig im Offset- und Digitaldruck gedruckte Platzierung hat eine sehr große Werbewirksamkeit. Sie ist zugleich ein optisches Highlight für den Handel und steigert das Einkaufserlebnis, gleichzeitig steigert Sie die Lust der Shopper zuzugreifen und die angebotenen Produkte zu kaufen und zu probieren.



Der Anspruch an Nachhaltigkeit wurde durch Verwendung einer Einstofflösung aus Wellpappe erfüllt, die am Ende ihres Einsatzes ganz einfach über den Recyclingkreislauf wiederverwertet werden kann.

Beurteilung der Jury:

Großes Kino! Dieses Aktionsdisplay beeindruckt auf den ersten Blick mit seiner schieren Größe und vermag Verbraucher über große Distanz anzuziehen. Seine Werbewirksamkeit steigert das Display durch die gelungene Auswahl der dreidimensional angeordneten Motive. Das Spiel mit den Themen Urlaub und Exotik weckt das Fernweh und sorgt so für ein hohes Maß an Emotionalität und Kundenbindung. Zusammen mit den produkttragenden Displays, die innerhalb des Bogens platziert werden, bildet das Aktionsdisplay ein harmonisches Gesamtbild, das das Marketingkonzept des Herstellers perfekt unterstützt.