

Radio-Online-Kombi Listen & Surf geht in die nächste Kampagnenrunde



WIESENHOF gibt Startschuss für die Grillsaison – im Radio und im Internet

Karlsruhe/ Frankfurt (Main), 11. Mai 2010. WIESENHOF, Marktführer bei Geflügelfleisch in Deutschland, eröffnet die diesjährige Grillsaison mit einer Kampagnenneuheit. Pünktlich zu Beginn der Freiluft-Jahreszeit setzt das Unternehmen zur Bewerbung des Wiesenhof Bruzzler und zur Markteinführung der neuen Bruzzler Variante „Hot Safari“ auf eine integrierte Radio-Online-Kampagne mit der Listen & Surf Recency Crossmedia-Kombi von AS&S Radio und United Internet Media (Mediaplanung: ZenithOptimedia, Düsseldorf, Kreation: KD+P, Bremen).

Multi-Targeting für flexible Kampagnenaussteuerung nach Wetterlage, Region, Wochentagen, Zeitschienen und Alter

Für größtmögliche Flexibilität bei der Aussteuerung der innovativen Radio-Online-Kampagne – und dies in mehrfacher Hinsicht – setzt WIESENHOF konsequent auf die Leistungsstärke der beiden Medien: die zeitliche und regionale Aussteuerbarkeit. Mediabasis für den Radio-Part ist dabei die AS&S Radio Deutschland Kombi, für den Online-Part die United Internet Portale WEB.DE und GMX, auf denen die Display-Kampagne mit dem marktführenden Targetingsystem TGP[®] gesteuert wird.

Ausgerichtet auf die Zielgruppe der 20- bis 49-Jährigen (auf WEB.DE und GMX mit soziodemografischem WEB.Demographic[™] Targeting zielgruppengenau ausgesteuert) und auf das Setzen von konkreten Kaufimpulsen im Tagesverlauf abzielend (Listen & Surf Recency) arbeitet die mehrwöchige Kampagne mit 18-Sekünder Radiospots, die donnerstags und freitags in der Prime- und Drive-

■ P R E S S E M I T T E I L U N G

Time (6-10 und 15-18 Uhr) und samstags von 8-11 Uhr geschaltet werden. In komplementären Zeitfenstern (10-15 und 18-22 Uhr) und inhaltlich darauf abgestimmt läuft die Kampagne auf den United Internet Portalen (Superbanner-/ Skyscraper-Rotation).

Der besondere Clou dabei: Wie im Radio wird auch online die Werbung für die Grillprodukte je nach Wetterlage regional ausgesteuert (kombiniertes Wetter- und Regio-Targeting): Bei schlechtem Wetter bleibt die Kampagne völlig offline und off air. Bei mäßigem Wetter wird die Kampagne online und im Radio in den Regionen (Bundesländer zusammengefasst auf „Nord“, „Süd“, „West“ und „Ost“), auf die die Wetterlage zutrifft, mit mittlerem Werbedruck ausgeliefert. Bei gutem Wetter wird der Werbedruck noch einmal deutlich erhöht.



„Die Aussteuerung unserer Kampagnen nach Wettervorgaben und die Regionalisierung der Strategie hat uns in den letzten zwei Jahren deutlich voran gebracht und mitgeholfen, die Marktführerschaft zu erlangen“, resümiert Dr. Ingo Stryck, Geschäftsführer Marketing WIESENHOF. „Von der Crossmedia-Kombi Listen & Surf Recency versprechen wir uns einen weiteren Effektivitäts- und Effizienzgewinn. Mit dieser integriert geplant und differenziert ausgesteuerten Belegung von Radio und Online setzt Listen & Surf exakt dort an, wo reine Flächen- und Reichweitenkampagnen nicht mehr effektiv und effizient genug arbeiten können. Wenn sich unsere Erwartungen erfüllen, wird dies eine zunehmende Substituierung von TV durch die flexibleren Medien Funk und Online zur Folge haben.“

Über Listen & Surf

Unter der Marke Listen & Surf bieten AS&S Radio und United Internet Media seit September 2009 bislang einzigartige integrierte crossmediale Kommunikationslösungen in Form erstmals echter Radio-Online-Kombis an. Je nach Markenstatus einsetzbar, bietet

■ P R E S S E M I T T E I L U N G

Listen & Surf drei crossmediale Lösungsansätze für unterschiedliche Marketingzielsetzungen:

Listen & Surf Awareness zielt auf eine starke Verankerung der Werbebotschaft durch Wiedererkennungseffekte und die Online-Visualisierung des bereits im Radio Gehörten („Kino im Kopf“).

Listen & Surf Recency fokussiert sich auf das Setzen von Kaufimpulsen im Tagesverlauf.

Listen & Surf Interaction schließlich zielt auf eine Aktivierung des Werbepublikums durch Werbeeinheiten mit Aufforderungscharakter.

Um den Anforderungen an eine flexible und zielgruppengerechte Crossmedia-Planung Rechnung zu tragen, sind alle drei Listen & Surf Produktpakete sowohl regional als auch national planbar und buchbar. Die zielgruppenkonforme Ansprache der Zielgruppen erfolgt im Radio über die AS&S Radio-Deutschland-Kombi, die Deutschland Kombi-Kompakt und die Deutschland-Kombi Young & Online. Online erfolgt die zielgruppenorientierte Aussteuerung der Werbung auf Basis von TGP[®] Targeting.

Über WIESENHOF

WIESENHOF, Deutschlands Geflügelmarke Nr. 1, beschäftigt rund 2.800 Mitarbeiter und steht für einen Umsatz von rund 1,19 Mrd. Euro (2008/2009). Fast jedes zweite in Deutschland geschlachtete Hähnchen kommt von WIESENHOF in den Handel. Das Angebot des Unternehmens an Qualitätsgeflügel erstreckt sich von der konventionellen Bodenhaltung bis zum Bio-Hähnchen aus ökologischer Aufzucht. Darüber hinaus gehören Puten- und Entenspezialitäten als Frisch- und Frostgeflügel, Convenience- sowie Geflügelwurst-Produkte zum umfassenden Sortiment.

Für alle WIESENHOF-Produkte gilt das unternehmenseigene umfassende Herkunfts- und Qualitätskonzept, mit dem das Unternehmen eine Vorreiterrolle in der gesamten Lebensmittelindustrie einnimmt. Nach dem Prinzip „Alles aus einer Hand“ liegen



■ P R E S S E M I T T E I L U N G

sämtliche Produktionsstufen – von der Elterntierhaltung über die Brütereien, die Aufzucht, Schlachtung und Verarbeitung bis hin zu den eigenen Futtermühlen – komplett in Deutschland. Die ausgewählten Vertragspartner des Unternehmens sorgen für eine kontrollierte, tierschutzgerechte Aufzucht in Bodenhaltung.

Auf die Verfütterung von tierischem Eiweiß wie zum Beispiel Tiermehl oder von antibiotischen Leistungsförderern wird bereits seit über zehn Jahren durchgehend verzichtet. Darüber hinaus achtet WIESENHOF seit dem Jahr 2000 strikt darauf, kein genmanipuliertes Soja einzukaufen, sondern verfüttert ausschließlich GVO-freies (GVO: genveränderte Organismen) Sojaschrot.



Über AS&S Radio

AS&S Radio ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH (AS&S) und vermarktet insgesamt 61 Radiosender in Einzel- oder Kombiangeboten (29 private und 32 öffentlich-rechtliche). Das Vermarktungsunternehmen mit Sitz in Frankfurt/Main erreichte 2009 einen Bruttoumsatz von 750.0 Mio. Euro. AS&S selbst vermarktet die Werbeangebote im Ersten Deutschen Fernsehen. Nähere Information gibt es im Netz unter www.ass-radio.de.

United Internet Media – The fine Arts of digital Media

United Internet Media steht für die konsequente Verknüpfung von Klassik mit den innovativen Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Technologie und damit für einen neuen Reifegrad der Online-Werbung: „The fine Arts of digital Media“.

Impress! Discover! Announce! Attract! Sell! Reward! Involve! Entertain! Feature! und Connect! – Langjährige Expertise und fundiertes Know-how von über 200 Media- und Marketingspezialisten, führende Technologien wie Target Group Planning (TGP), innovative Produkte, kreative Konzepte und die gebündelten Reich-

■ P R E S S E M I T T E I L U N G

weiten von Top-Portalen fließen bei United Internet Media in ein innovatives Instrumentarium ein, aus dem kundenindividuell Lösungen für die klassischen Ziele und Aufgaben der Werbung in digitalen Mediawelten entwickelt werden.

Als Drehscheibe zu rund 22 Millionen deutschsprachigen, über 230 Millionen europäischen und über 600 Millionen Internetnutzern in 60 Ländern weltweit bietet der Mediavermarkter der konzern-eigenen Online-Angebote und -Kooperationsangebote der United Internet AG – WEB.DE, GMX, 1&1, SmartShopping.de sowie top.de – mit seinen Portalen und AD Europe Partnerportalen die globale Vielfalt neuer Medienwelten aus einer Hand (one-stop-media-shopping).

United Internet Media ist Partner deutscher und internationaler Werbekunden in den Segmenten Media- und Kreativagenturen sowie aus der werbetreibenden Industrie (Direktkunden). Das Unternehmen unterhält Standorte in Karlsruhe und München und Niederlassungen in Hamburg, Düsseldorf, London und Wien.



The fine Arts of digital Media ■



INTERNETADRESSEN

Listen & Surf

<http://www.listenandsurf.de>

ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH

<http://www.ard-werbung.de>

United Internet Media AG:

<http://united-internet-media.de>

PRESSESERVICE

Pressemitteilungen, honorarfreies Fotomaterial sowie Hintergrundinformationen finden Medienvertreter in der

United Internet Media Presselounge:
<http://united-internet-media.de/presse>

KONTAKTADRESSEN

AS&S Radio

Norbert Rüdell

Leitung Corporate Communication

Pressesprecher

ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH

Bertramstraße 8 / D-Bau

60320 Frankfurt

Telefon +49 69 / 15424 - 218

Fax +49 69 / 15424 - 7 218

E-Mail: norbert.ruedell@ard-werbung.de

United Internet Media AG

Nadja Elias

Pressesprecherin

Frankfurter Ring 129

D – 80807 München

Telefon: +49 / (0) 89 / 14339-222

Telefax: +49 / (0) 89 / 14339-250

E-Mail: nadja.elias@united-internet-media.de