

Der Uncle Ben's® Mitkochhocker



Kunde

Mars GmbH, Venden

Verantwortlich

Gabriela Froehlich, Marketing Director - Mars Food
Annette Galvan Garcia, Brand Manager - Uncle Ben's®
Felix Roth, Activation Manager - Uncle Ben's®
Lena Rutten, Brand Manager - Uncle Ben's®
Tanja Scheil, Corporate Affairs Manager

Agentur

bbdo Düsseldorf GmbH, Düsseldorf

www.bbdo.de

Verantwortlich

Gordon Euchler - Head of Planning
Sabine Frank - Client Service Director
Michael Pluckhahn - Creative Director
Alison Segar - Executive Planning Director
Simon Stitzl - Client Service Director
André Bastian - Senior Copywriter
Aristotelis Saflanis - Senior Art Director
Marc Hines - Account Director
Bianca Sauer - Account Director
Grit Nebendahl - Account Manager

AUFGABENSTELLUNG

Unser Leben verändert sich. Es gibt mehr Hobbys, mehr Unterhaltung, mehr Ablenkung, mehr Freunde ... und damit: Immer weniger Zeit. Auch beim gemeinsamen Essen.

Obwohl sich 70% mehr Zeit dazu wünschen, hat jede 3. Familie keine gemeinsamen warmen Mahlzeiten mehr.*

Wir kochen immer weniger gemeinsam. (Und damit auch immer weniger mit Uncle Ben's®.) Dabei geht vor allem für die Kinder etwas sehr Wichtiges verloren. Die Leidenschaft zu schmecken, zu probieren und zu genießen, lernen sie manchmal erst gar nicht mehr kennen. Wir wollten dieser Entwicklung entgegenreten.

ZIELSETZUNG

- Ziel 1: Der Startschuss - der Uncle Ben's® Mitkochhocker geht durch die Medien. Soll: Die Medien berichten über unsere Hocker und mindestens drei Millionen Menschen werden darauf aufmerksam.
- Ziel 2: Publikumsliebhaber - der Mitkochhocker zieht in die Küchen ein. Soll: Mindestens 50.000 Familien sichern sich einen Hocker.
- Ziel 3: Über die Ziellinie - der Mitkochhocker treibt den Uncle Ben's®-Umsatz in neue Höhen. Soll: Umsatzsteigerung im Aktivierungszeitraum um 20% gegenüber dem Vorjahr.

STRATEGIE

Wir stellten den Familien etwas in die Küchen, das den Kleinsten den wichtigen ersten Schritt zum Kochen überhaupt erst ermöglichte:

Der Uncle Ben's®-Mitschhocker

Beim Kauf von 4 Uncle Ben's®-Produkten erhielt jede Familie unseren Uncle Ben's®-Mitschhocker. Und viele Kinder eine ganz besondere Kocheinladung: Rauf auf den Hocker, ran an den Herd. Rein ins Kochvergnügen. Um mit den Eltern im Handumdrehen leckere Mahlzeiten zuzubereiten. Mit neu entdeckter Kochleidenschaft - und Uncle Ben's®.

*Befragung von 1.000 Haushalten mit Kindern, Mafo.de im Auftrag von Uncle Ben's, 2015

CASE SUMMARY

Immer weniger Kinder entdecken die Leidenschaft zu kochen und sich gut zu ernähren. Rauf auf den Hocker, ran an den Herd. Die Bild berichtet, Familien sichern sich 68.000 Hocker und Uncle Ben's® steigert seinen Absatz um mehr als 44%. Kleiner Hocker, große Wirkung.

ERGEBNISSE

Erfolg 1: Medien ohne Spendings - der Hocker in der Presse.

Unsere Aktivierung erreicht nicht nur die Läden, sondern sogar die Presse. Die Schweizer Starköchin Meta Hildebrand und die Foodbloggerin Bianca Matthee schlossen sich an - mit Events in Kochstudios und am POS. Sie zeigten, wie sich Kinder spielerisch leicht die Lufthoheit über den Herden erobern konnten und mit ihren Eltern im Handumdrehen ausgewogene und leckere Mahlzeiten zubereiten können. Selbst die Bild-Zeitung berichtet, und so erreichte unser Mitkochhocker fünf Millionen Menschen - ohne Mediaspendings.

Erfolg 2: Der Mitkochhocker zieht in die Küchen ein.

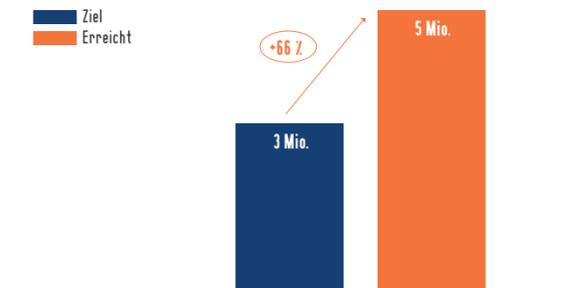
Die Mitkochhocker bleiben nicht lange in den Läden: Die Menschen kauften sich Uncle Ben's® und erwarben damit ihren Hocker. Alle 68.000 Hocker sind im Handumdrehen ausverkauft und ziehen in die Küchen ein.

Erfolg 3: Der Hocker treibt den Uncle Ben's®-Absatz an.

Und nachdem die Menschen erst einmal auf den Genuss gekommen sind, probierten sie mehr und mehr Uncle Ben's® aus. Im Aktionszeitraum stieg der Absatz um 44%. Kleiner Hocker, große Wirkung: Es wurden zusätzlich 5,1 Millionen Packungen verkauft. Selbst wenn man das günstigste Uncle Ben's®-Produkt zum günstigsten Preis beim Hard-Discounter nimmt, ergibt dies eine Umsatzsteigerung von mindestens 6,1 Millionen Euro. Und weil der Mitkochhocker in Deutschland so erfolgreich war, schickt Uncle Ben's® ihn auf Weltreise und führt ihn auf allen fünf Kontinenten ein. Um immer mehr Familien und Kinder das Kochen wiederentdecken zu lassen. Und damit auch immer häufiger Uncle Ben's® auf den Familientisch zu bringen.

Kleiner Hocker, große Headlines.

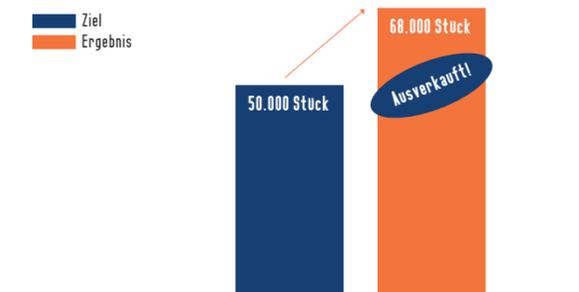
Reichweite von Earned Media (Kontakte)



Quelle: Presse Tracking

Mitschhocker ausverkauft!

Anzahl Uncle Ben's®-Mitschhocker im Aktivierungszeitraum



Quelle: Mars, interner Sales-Tracking-Report

Der Hocker treibt den Uncle Ben's®-Absatz an.

Absatz Uncle Ben's® im Aktivierungszeitraum



Quelle: Mars, interner Sales-Tracking-Report