

Die foodlounge präsentiert



Für das niederländische Unternehmen Westland entwickelte die foodlounge eine nationale Thekenpromotion für die Marke Old Amsterdam und einen neuen Auftritt für die Marke Westlite.



Die Old Amsterdam Thekenpromotion:

Für den traditionsreichen Premium Gouda Old Amsterdam aus dem Hause Westland entwickelte die foodlounge eine integrierte Thekenpromotion. Zielsetzung war es Neukonsumenten an die Marke heranzuführen, und die Frequenz an der Käsetheke zu steigern. Erstmals in Deutschland wurde dazu einen Gratis-probier Mechanik entwickelt, die sowohl online als auch offline umgesetzt und medial unterstützt wurde. Im Rahmen einer weitreichenden POS Unterstützung wurden Thekenbanner, Adhäsionsfolien, Teilnahmekarten, Poster und Megadisplays entwickelt. Basis der gesamten Gestaltung war das neue Key-Visual.



Neues
Key-Visual
Old Amsterdam



POS Materialien
Old Amsterdam

Old Amsterdam Shopper Mediastrategie:

Die Thekenpromotion wurde unterstützt durch 18/1 Plakate vor den Supermärkten sowie klassische Radiospots in ausgewählten Regionen. Im Radiospot wurden die Konsumenten ebenfalls aufgefordert, Old Amsterdam gratis zu probieren. Im Ergebnis konnte die komplett von der foodlounge konzipierte und umgesetzte Kampagne massiv Neuverwender an die Marke heranzuführen.



Das neue Westlite-Design:

Gestützt durch eine ausführliche Marken- und Verbraucheranalyse konnte die foodlounge gemeinsam mit dem Kunden eine zielführende Repositionierung der Marke umsetzen.

Darauf basierend entwickelte die foodlounge neue Designwelten für alle vier Sorten, ein neues Key-Visual und diverse Werbemittel für die Käsetheke.



Salesfolder Westlite



Neues Design Westlite



Der Kunde:

Together with foodlounge we created a new start for our cheese brands in the German market; Old Amsterdam and Westlite. With relevant insights, creative solutions and a lot of positive energy foodlounge developed several concepts for us. And most of all they delivered success for our brands in terms of brand building and volume effect.



Bregtje van Aalten
Marketing Director
Westland Kaasspecialiteiten B.V.