

# Die foodlounge präsentiert

## Onken®

Channelspezifische und tailormade Handels- und  
Verbraucher-Programme mit medialer Unterstützung.



## Das Unternehmen Onken feiert:

Onken wurde 1940 von Hermann Onken als Herstellungsbetrieb für Molkereiprodukte gegründet. Anlässlich des 75-jährigen Bestehens wurde die Marke mithilfe verschiedener Marketingbausteine am POS unterstützt und medial aufgeladen.

Für den deutschen Markt entwickelte die foodlounge GmbH als Fachagentur für Marketing & Sales eine Reihe von nationalen Markenprogrammen und tailormade Promotions. Ziel war es, die Wahrnehmung der Marke Onken zu intensivieren und Neuverwender an die Marke und die Produkte heranzuführen. Der gezielte Einsatz von POS-Radio in den Märkten, POS-Plakatierung und klassischem Radio sorgte für massive Reichweite und Aufmerksamkeit in den Promotionzeiträumen.



18/1-Plakatkampagnen im direkten Einkaufsumfeld

## Die Onken Instant-Jubiläums-Promotion:



Key Visual, Landingpage und Siegelplatine des Instant-Gewinnspiels

Mit der Kernbotschaft *75 Jahre Onken – 75 Jahre Genuss* wurden alle Handelspartner und Verbraucher eingeladen, mit Onken gemeinsam ein Dreivierteljahrhundert zu feiern. Im Rahmen eines Instant-Gewinnspiels konnten Verbraucher direkt unter der Platine ein Gewinnsymbol entdecken, das einen Sofortgewinn in Höhe von 7.500 Euro bedeutete.

Die Instant-Gewinn-Mechanik besteht durch den direkten Gewinnzugang (Instant-Gewinn) über die Mechanik des Gewinn-

symbols auf der Rückseite der Siegelplatine. Das große Onken Jubiläumsgewinnspiel wurde unterstützt durch POS-Material, PR, Internet und eine massive

Radiokampagne, die ebenfalls von

der foodlounge medial geplant, konzipiert und umgesetzt wurde.



### Die Onken Summer-Feeling-Promotion:

Die radiogestützte POS-Promotion mit versicherungsge-  
stützter Absicherung der hochpreisigen Gewinne konzipierte  
die foodlounge als sales- und absatzorientiertes On-Pack-  
Gewinnspiel. Unterstützt mit gezielt eingesetztem POS-Radio,  
konnte auch nach der Promotion ein deutlicher Absatzzu-  
wachs erzielt werden. Die Rücklaufquoten waren deutlich  
höher als bei klassischen Gewinnspielen.

Alle Marketingbausteine einschließlich Absicherung, Clearing,  
Mediaplanung, Radioentwicklung und Internetprogrammierung  
wurden durch die foodlounge aus einer Hand umgesetzt und  
abgewickelt.



Key Visual, Salesfolder  
und Aktions-Leporello

### Die nationale Onken Gratis-Testen-Aktion:



Landingpage Onken Gratis-Testen-Promotionen

100 Prozent Budgetsicherheit und kostengünstiger als klas-  
sische Verkostungen mit Promotions-Teams; das sind die  
eindeutigen Vorteile einer Gratis-Testen-Promotion inklusive  
Risikoabsicherung.

Pünktlich zur Einführung der neuen Onken Frühlings- und  
Ländersorten entwickelte die foodlounge die Onken Gratis-  
Testen-Promotion für Deutschland, Österreich und die  
Schweiz. Konzeptionell integriert konnte die foodlounge  
die gesamte Promotionmechanik einschließlich Mediakam-  
pagagne erfolgreich umsetzen.

### Der Kunde:

Die foodlounge zeichnet eine langjährige Verbundenheit  
zu unserer Traditionsmarke ONKEN aus. Das dabei ge-  
wonnene Know-how spiegelt sich in der professionellen  
Konzepterstellung und Umsetzung bei allen Aktivitäten  
wieder. Wir fühlen uns bei der foodlounge sehr gut  
aufgehoben.

Elisabeth Wagner-Wehrborn  
Geschäftsführung  
Emmi Deutschland GmbH

