

# HORIZONT online

## TOP-NEWS

19.05.2015

### Eskimo präsentiert freche Eis-Charaktere

#### Größte Kampagne, die es je für Jolly, Twinni & Co. gab

Eskimo versorgt als nationaler Sponsor des Eurovision Song Contests Fans, Teilnehmer, Presse und Delegierte mit seinen Eiskreationen, ist in der Wiener Stadthalle präsent sowie mit einem eigenen Store und einer Lounge am Eurovision Village am Rathausplatz vor Ort. Begleitend ging nun die größte Kampagne, die es je für die Eskimo-Klassiker gab, on air.

#### Umfassendes Station Branding

„Jeder mag Jolly, Twinni, Cornetto, Plattfuß, Twister oder Calippo. Das wollen wir nicht nur allen internationalen ESC-Gästen vermitteln, sondern auch allen Wienerinnen und Wienern“, erklärt Rebecca Widerin, Strategische Leitung Bereich Ice Cream bei Unilever Austria. Für entsprechende Aufmerksamkeit sorgt u.a. ein umfassendes Station Branding am hochfrequentierten Wiener U-Bahnhof Stephansplatz mit allen 109 Digitalscreens des Außenwerbers Gewista und flächendeckender Folierung. Laut Andrea Groh, Director of Sales bei der Gewista, umfasst die werbliche Inszenierung mehr als 500 Quadratmeter.

#### Wettertargeting

Ein Highlight der Kampagne ist das „Digital out of Home Wettertargeting“. Dazu schalten etwa 194 digitale Screens bei Temperaturen ab 25 Grad aufwärts in hochfrequentierten U-Bahn-Stationen auf Eskimo und sollen so Lust auf Eisgenuss machen. Zusätzlich werden klassische Citylights in ganz Wien mit zehn verschiedenen Sujets belegt, es sind Titelseiten-Anzeigen in der „Heute“-Zeitung geplant und die Eskimo Lieferfahrzeuge werden mit den Kampagnensujets gebrandet.

#### Konsequent vernetzt

In der Kampagnenführung dachte die Mediaagentur Mindshare in allen Bereichen des Marketing-Ecosystems – Paid, Owned, Earned und Contextual. „Unser Ansatz demonstriert als Real-Time-Adversiting-Projekt, welches Potential große Events für Marken eröffnen, die sich für Adaptive Marketing offen zeigen“, erklärt Mindshare-CEO Friederike Müller-Wernhart. „Wir liefern damit einen konsequent vernetzten Case und ermöglichen ein enormes Wirkungspotential, wenn Marken in ihrer Interaktion mit den Usern spontan und witzig darauf reagieren.“

#### Eskimo spricht wienerisch

Die verbindende Klammer der Kampagne ist laut Gunnar Widhalm, dem für die Kampagne verantwortlichen Eskimo Category Manager (OOH), der Gedanke, dass man mit der Eismarke den Alltag auch kurz mal Alltag sein lassen kann - deshalb lautet der Claim „Ciao Alltag“. Neu ist auch die ungewöhnliche Ansprache, die der Marke Anziehungskraft und mehr Relevanz bringen soll. „Was liegt näher, als dass Eskimo bei einer auf Wien fokussierten Kampagne mit den Wienerinnen und Wienern auch wienerisch spricht“, meint Widhalm (siehe Sprüche oben in der Bildergalerie).

#### Starke Sichtbarkeit in Social Media

Mit der Werbe-Offensive wurde auch ein neuer Instagram-Auftritt ins Leben gerufen und die Sprüche im Wiener Dialekt werden auch via Facebook eingesetzt. Roland Trnik, Managing Partner von Spinnwerk, der umsetzenden New Media Agentur: „Damit haben wir ein ideales, stringentes Kampagnenthema innerhalb dessen wir Real Time Marketing wie es uns als Agentur und den Fans der Marke so richtig Spaß macht, betreiben können. Ob Wetter, tagesaktuelle TV Ereignisse oder Sager von Politikern. Nichts und niemand ist vor unseren frechen Eis-Charakteren sicher.“

Die Real Time Marketing Maßnahmen erstrecken sich aber über Facebook hinaus. Im Rahmen des Station Brandings der U-Bahnstation Stephansplatz wird es ebenfalls möglich sein die Sprüche nahezu in Echtzeit auf die Screens zu bringen. Widhalm: „Ein besonderer Schwerpunkt wird hier natürlich der ESC sein, der bestimmt für viele lustige Sager gut sein wird.“ Über Facebook schließt sich auch der Kreis zum Eskimo Sponsoring des Eurovision Song Contest 2015 – Tickets für den ESC werden über die Facebook-Aktivierung und eine PR-Kooperation ebenfalls verlost.

#### Credits:

Auftraggeber: Eskimo/Unilever Austria; Mediaagentur: Mindshare; OOH: Gewista; New Media: Spinnwerk; PR/Eskimo: BuzzDriver

[Lana Gricenko]