

Bolton Alimentari | Borotalco Duftoase U-Bahn-Station Stephansplatz



Media Stunt für die Nase zur Deo-Markteinführung

ERGEBNISSE

- 1,5 Mio. Wiener Fahrgäste in Kontakt mit dem neuen Produkt
- 15 positive Medienberichte inklusive „Heute“ & „Kronen Zeitung“, große Social Media-Bewegung, Reichweite von über 3,6 Mio. Kontakten
- 2/3 des geplanten Zielwerts zur Markteinführung bereits in der ersten Jahreshälfte erreicht
- Staatspreis Public Relations 2014 Kategorie „Produkt- und Service PR“
- 2 x European Excellence Awards 2014 Kategorien „Launch“ und „AUCH“

WIE HABEN WIR ES GEMACHT

- Borotalco-Duft über Lüftungskanäle in der gesamten U-Bahn-Station Stephansplatz verbreitet
- Teaserphase mit kryptischen Hinweisen über digitale Screens
- Erst nach drei Tagen, am internationalen Tag des Duftes, wurde die Aktion über Medienarbeit, begleitende Sampling-Aktionen und klare Werbesujets enthüllt.

