

RITEX

Das Studenten Kondom Sampling



Die deutschlandweite
Studentenpromotion in 50 Städten
im Sommersemester 2007

Inhaltsübersicht

- Konzept & Aktion
- Ziel der Aktion
- Zielgruppenansprache
- Story of Success
- Aktivierungsvarianten
- Standorte und Reichweite
- Werbemittel
- Leistungen
- Die LIEBESENGEL am PoS
- Resümee



© Unicum Marketing GmbH, 2007

Konzept & Aktion

Während der Promotion sollten die RITEX LIEBESENGEL alle Studenten, sowohl Männer als auch Frauen, ansprechen und eine RITEX-Warenprobe überreichen.

Durch diese ungewöhnlichen und aufmerksamkeitsstarken Produktbegegnungen an überraschenden Orten wie Copy-Shops, dem Lieblingscafé, der Mensa oder Bibliothek sollen lang anhaltende Produkterlebnisse bei den Studierenden generiert werden.

Die Marken- und Produktaktualität von RITEX soll so über konsumentennahe Kommunikation gesichert werden und Folgekäufe in der Zielgruppe initiiert werden.

In 50 Hochschulstädten sollten die LIEBESENGEL die Zielgruppe der Studenten aufsuchen und sie überraschen. Hierzu wurden Fahrzeugen gemietet und die sog. Point of Students evaluiert und den LIEBESENGELN übermittelt, damit diese mobil und variabel hoch frequentierte Orte aufsuchen konnten.

Dieses Konzept wurde erfolgreich und nachhaltig umgesetzt!



© Unicum Marketing GmbH, 2007



Konzept & **Aktion**

- **Zielsetzung:**

- Benefit von RITEX kommunizieren
- neue Verwender ansprechen und gewinnen

- **Strategie:**

- Schaffung von Brand Awareness in der Zielgruppe
- Kommunikation der Markenbotschaft
- Generierung von Folgekäufen durch Produktkontakte über aktive Ansprache der Zielgruppe

- **Aktivierungsvarianten:**

- RITEX Mensa Sampling
- RITEX Campus Sampling
- RITEX **P**oint **o**f **S**tudent-Sampling



Zielgruppenansprache

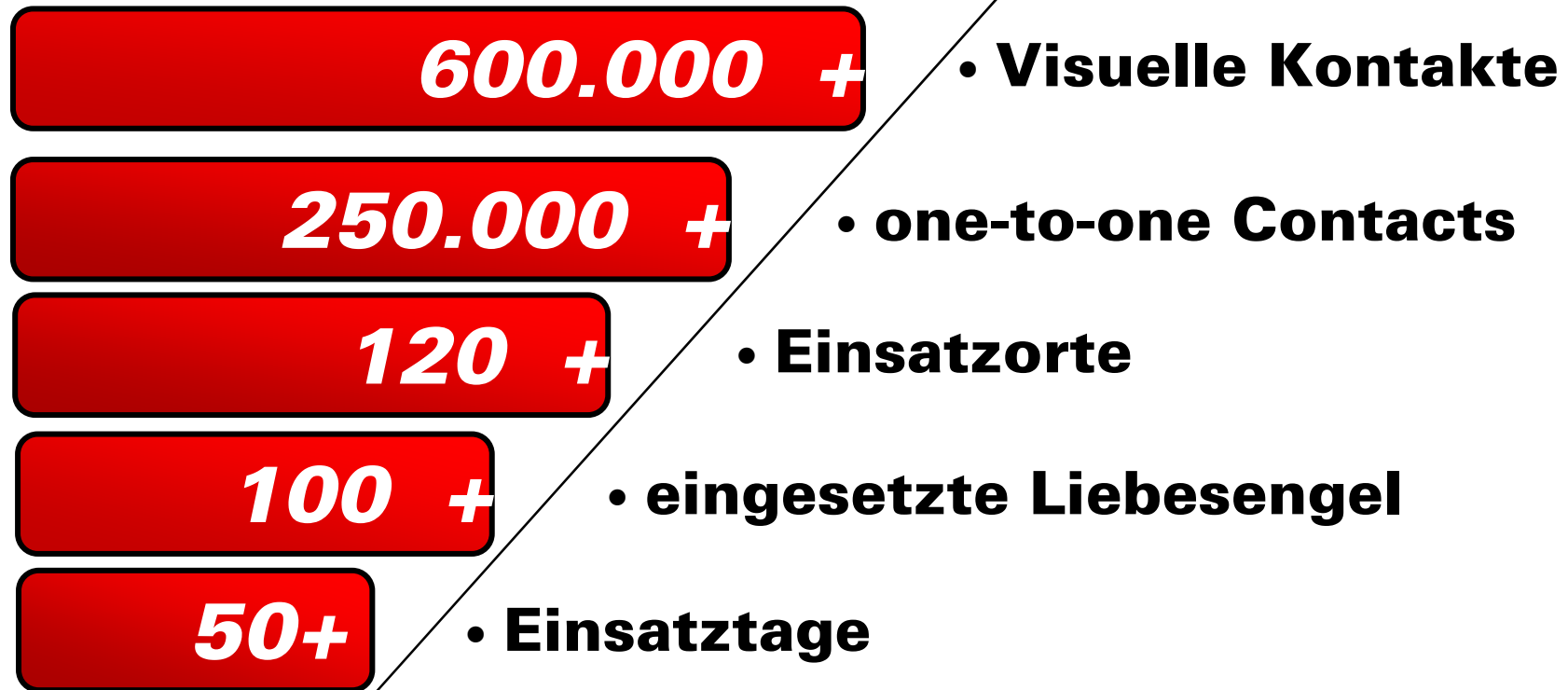
Als kommunikative und aufgeschlossene Persönlichkeiten wirken Studenten am Campus als wichtige Multiplikatoren.

Der gezielte Einsatz von Promotion-Teams in Hochschulen oder deren Umfeld bietet zahlreiche Vorteile und Möglichkeiten, die Studenten und Studentinnen auf interessante Aktionen aufmerksam zu machen. Als erlebnisorientierte Zielgruppe stehen sie spassbringenden Ideen und Events stets aufgeschlossen gegenüber.



© Unicum Marketing GmbH, 2007

Story of Success



RITEX Mensa-Sampling

- Aufmerksamkeitsstarker Markenauftritt während der hoch frequentierten Hauptzeit der Essensausgabe in der Mensa
- Die Promotion-Teams überraschten die Studentinnen und Studenten während Ihrer täglichen Mittagspause mit einem lockeren Spruch, einem unvergesslichen Lächeln und einem RITEX Kondom
- Durchweg positives Feedback der Studenten auf diese „Abwechslung“ während der Mittagszeit vom grauen Studi-Alltag
- Bedingt durch die auffälligen Branding und außergewöhnlichen Outfits wird dieser Mensa-Besuch noch lange in den Köpfen der Studenten bleiben





RITEX Campus-Sampling

RITEX Point of Student-Sampling

- Egal ob im Liegestuhl vor der Uni-Cafete, der Bibliothek, dem Lieblingscafe oder den Wegen zwischen Hörsaal und Audimaxx, die LIEBESENGEL waren auf dem Campus unübersehbar und immer präsent
- Witzige Sprüche, tolles Feedback der Studenten und oftmals schönes Wetter haben diesen RITEX-Markenauftritt in den Köpfen der Studierenden verankert



RITEX LIEBESENGEL 2007





Reichweiten und Verbreitung:

Hochschulen, Standorte und Einsatztage

In über 50 Hochschul-Städten bundesweit fand an jeweils 1 Einsatztag die Promotion für die RITEX mit den Liebesengeln statt. Je nach Frequentierung der Sampling-Orte haben die Liebesengel bis zu drei Point of Interest, wie Cafes, Copy-Shops oder Bibliotheken, aufgesucht. Immer dort, wo auch die Zielgruppe ist!

Bundesland	KW	Wochentag	Datum	Hochschule	Straße	Ort	Studierende	# Erhaltene Samples	# verteilte Samples	gesamt verteilt in %
Mecklenburg-Vorpommern	18	Montag	30.04.2007	Universität Rostock	Albert-Einstein-Str. 6a	Rostock	13797	2.741	2.779	101%
Nordrhein-Westfalen	18	Montag	30.04.2007	Heinrich-Heine-Universität	Universitätsstr.	Düsseldorf	17070	3.391	3.439	101%
Hessen	18	Montag	30.04.2007	FH Frankfurt a.M.	Nibelungenplatz 1	Frankfurt a.M.	8534	1.695	1.719	101%
Mecklenburg-Vorpommern	18	Mittwoch	02.05.2007	University of Techn., Busin., Design	Philipp-Müller-Str. 14 a	Wismar	3500	695	714	103%
Nordrhein-Westfalen	18	Mittwoch	02.05.2007	Ruhr-Universität Bochum	Universitätsstr.	Bochum	32201	6.397	6.487	101%
Hessen	18	Mittwoch	02.05.2007	Justus-Liebig-Universität	Otto-Beghagel-Str. 27	Giessen	21160	4.203	4.263	101%
Mecklenburg-Vorpommern	18	Donnerstag	03.05.2007	Ernst-Moritz-Arndt-Universität	Am Schießwall 1-4	Greifswald	10458	2.078	2.107	101%
Nordrhein-Westfalen	18	Donnerstag	03.05.2007	Universität Dortmund	Vogelpothsweg	Dortmund	22012	4.373	4.434	101%
Hessen	18	Donnerstag	03.05.2007	FH Wiesbaden	Kurt-Schuhmacher-Ring 18	Wiesbaden	8446	1.678	1.701	101%
Nordrhein-Westfalen	18	Freitag	04.05.2007	Universität Essen-Duisburg	Seegerothstraße 10	Essen	15035	2.987	3.029	101%
Rheinland-Pfalz	18	Freitag	04.05.2007	Johannes-Gutenberg-Universität	Staudingerweg 21	Mainz	34391	6.832	6.832	100%
Niedersachsen	19	Montag	07.05.2007	Universität Hannover	Callinstr. 23	Hannover	24127	4.793	4.861	101%
Hessen	19	Montag	07.05.2007	Universität Mannheim	Schloss	Mannheim	12028	2.389	2.389	100%
Berlin	19	Dienstag	08.05.2007	Humboldt-Universität	Reinhardstr. 30	Berlin	29787	5.917	5917	100%
Niedersachsen	19	Dienstag	08.05.2007	FH Hildesheim	Hohnsen 1	Hildesheim	6196	1.231	1231	100%
Baden-Württemberg	19	Dienstag	08.05.2007	Ruprechts-Karls-Universität	Neuenheimer Feld 304	Heidelberg	24716	4.910	4910	100%
Brandenburg	19	Mittwoch	09.05.2007	Universität Potsdam	Am Neuen Palais	Potsdam	17032	3.383	3383	100%
Niedersachsen	19	Mittwoch	09.05.2007	Georg-August-Universität	Platz der Göttinger Sieben	Göttingen	23499	4.668	4734	101%
Baden-Württemberg	19	Mittwoch	09.05.2007	Universität Stuttgart	Holzgartenstrasse 11	Stuttgart	20626	4.097	4097	100%
Brandenburg	19	Donnerstag	10.05.2007	Europa-Universität Viadrina	Große Scharnstr. 59	Frankfurt a.O.	5110	1.015	1015	100%
Niedersachsen	19	Donnerstag	10.05.2007	TU Carolo-Wilhelmina zu BS	Katharinenstr.	Braunschweig	12465	2.476	2511	101%



Reichweiten und Verbreitung:

Hochschulen, Standorte und Einsatztage

Produktionsort	12	Donnerstag	10.05.2007	TU Carolo-Wilhelmina zu Br.	Reuballee 46	Ludwigsburg	7000	1.391	1391	100%
Baden-Württemberg	19	Freitag	11.05.2007	Universität Bremen	Leobener Straße 3	Bremen	22314	4.433	4495	101%
Bremen	19	Freitag	11.05.2007	Philipps-Universität	Erlenring 5	Marburg	18529	3.681	3733	101%
Hessen										
Sachsen	21	Dienstag	22.05.2007	Universität Leipzig	Jahnallee	Leipzig	28332	7.770	7770	100%
Sachsen-Anhalt	21	Mittwoch	23.05.2007	Otto-von-Guericke-Universität	Universitätsplatz 2	Magdeburg	12585	2.500	2500	100%
Sachsen	21	Donnerstag	24.05.2007	TU Dresden	Bergstr.	Dresden	32279	12.474	12474	100%
Bayern	21	Donnerstag	24.05.2007	Ludwig-Maximilians-Universität	Lothstr. 13d	München	44285	15.338	15338	100%
Niedersachsen	21	Freitag	25.05.2007	Carl-von-Ossietzky-Universität		Oldenburg	10554	3.859	3859	100%
Thüringen	21	Freitag	25.05.2007	Friedrich-Schiller-Universität	Philosophenweg 20	Jena	19963	4.680	4680	100%
Bayern	21	Freitag	25.05.2007	Universität Augsburg	Unistr. 4	Augsburg	14160	4.933	4933	100%
Nordrhein-Westfalen	22	Dienstag	29.05.2007	FH Münster University of Applied Scienc	Höflerstr. 27	Münster	9720	3.610	3610	100%
Bayern	22	Dienstag	29.05.2007	Friedrich-Alexander-Universität	Andrej-Sacharow-Platz 1	Nürnberg	7000	2.800	2800	100%
Baden-Württemberg	22	Dienstag	29.05.2007	Hochschule für Technik und Wirt.	Alteburgstraße 150	Reutlingen	3500	1.757	1757	100%
Niedersachsen	22	Mittwoch	30.05.2007	Universität Osnabrück	Ritterstraße 10	Osnabrück	10629	3.881	3881	100%
Bayern	22	Mittwoch	30.05.2007	Otto-Friedrich-Universität	Feldkirchstr. 21	Bamberg	8456	3.234	3234	100%
Baden-Württemberg	22	Mittwoch	30.05.2007	Universität Ulm	James-Frank-Ring 8	Ulm	7237	2.870	2870	100%
Nordrhein-Westfalen	22	Donnerstag	31.05.2007	Universität Paderborn		Paderborn	14424	5.012	5012	100%
Bayern	22	Donnerstag	31.05.2007	Friedrich-Alexander-Universität	Erwin-Rommel-Str. 60	Erlangen	19000	6.376	6376	100%
Baden-Württemberg	22	Donnerstag	31.05.2007	Albert-Ludwigs-Universität	Rempartsstr. 18	Freiburg	22077	7.292	7292	100%
Nordrhein-Westfalen	22	Freitag	01.06.2007	Universität Bielefeld	Universitätsstr.	Bielefeld	17892	6.045	6045	100%
Bayern	22	Freitag	01.06.2007	Universität Regensburg		Regensburg	17194	6.143	6143	100%
Baden-Württemberg	22	Freitag	01.06.2007	Eberhard-Karls-Universität	Auf der Morgenstelle	Tübingen	24137	7.906	7906	100%
Hamburg	23	Montag	04.06.2007	Universität Hamburg	Von-Melle-Park 6	Hamburg	36830	11.689	11689	100%
Nordrhein-Westfalen	23	Montag	04.06.2007	Universität zu Köln	Zülpicher Str.	Köln	46064	14.440	14440	100%
Schleswig-Holstein	23	Dienstag	05.06.2007	Universität Flensburg		Flensburg	6234	5.837	5837	100%
Nordrhein-Westfalen	23	Dienstag	05.06.2007	RWTH Aachen	Turmstr. 3	Aachen	29189	9.412	9412	100%
Schleswig-Holstein	23	Mittwoch	06.06.2007	Christian-Albrechts-Universität	Christian-Albrechts-Platz	Kiel	21238	7.042	7042	100%
Nordrhein-Westfalen	23	Mittwoch	06.06.2007	Rhein. Friedrich-Wilhelm-Univ.	Nassestr.	Bonn	29589	9.531	9531	100%
Niedersachsen	23	Freitag	08.06.2007	Universität Lüneburg		Lüneburg	6754	2.727	2727	100%
							909353	250.614	251.329	100,29%

Werbemittel

Folgende Werbemittel wurden zur Promotion eingesetzt:

- RITEX Liebesengel-Outfits:
 - Weiße, RITEX-gebrandete Kleider
 - Flügel
 - Weißer Chiffon-Schal
- RITEX Messenger Bags
- 250.000 RITEX Kondome
- Anzeigen in UNICUM: 1/1, 4cA
- Bundesweite Partnerplakate DIN-A2
- Container auf www.unicum.de mit Link zur RITEX-Homepage und zum Erotik-Quiz



© Unicum Marketing GmbH, 2007





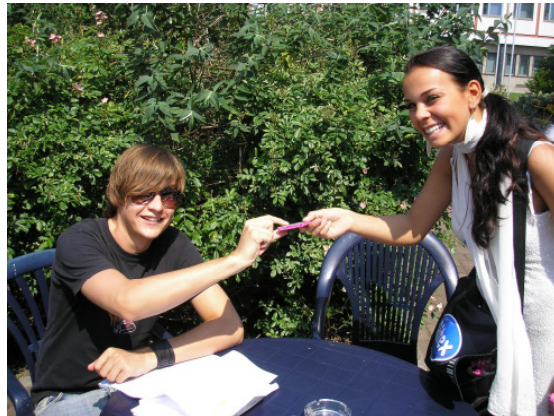
Leistungen

Um den reibungslosen und effektiven Ablauf der gesamten Aktion zu gewährleisten, wurden von Unicum Marketing folgende Leistungen erbracht:

- Einsatz von Know-How aus über 23 Jahren Campus- und Schulmarketing
- Steuerung und Koordination der Aktionsabläufe sowie Erstellung aller notwendigen Formulare und Verhaltensregeln für die Promoter
- Casting und Briefing der Promotoren
- Beratung zur optimalen Ansprache der Zielgruppe
- Ausarbeitung der Versandpläne
- Logistik vor Ort
- Permanente Unterstützung der Promotionteams durch Promotionsleiter in der Bochumer Agenturzentrale an den Aktionstagen (Koordination und Trouble-Shooting)
- Auswertung der Aktionsbögen mit Reaktionen der Zielgruppe
- Organisation von Dokumentationsfotos und Belegen
- Ausarbeitung einer Abschluss-Dokumentation



Die LIEBESENGEL am POS



Die LIEBESENGEL am POS



Die LIEBESENGEL am POS

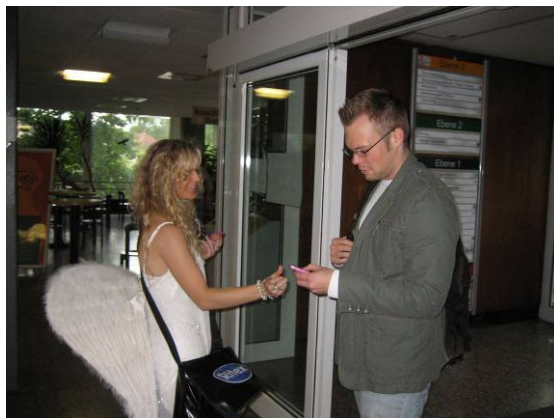


Die LIEBESENGEL am POS

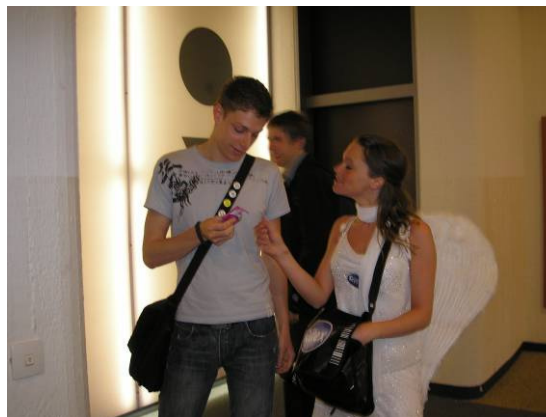


RITEX LIEBESENGEL 2007

Die LIEBESENGEL am POS



Die LIEBESENGEL am POS





Resümee

Die bundesweite LIEBESENGEL-Promotion wurde von RITEX zusammen mit der Bielefelder Agentur adworx geplant.

Im Zeitraum April bis Juni 2007 führte die Unicum Marketing GmbH die Aktion erfolgreich innerhalb von 50 Tagen an insgesamt mehr als 50 Hochschulen und 70 Point of Students durch.

Als Ausführungspartner übernahm die Unicum Marketing GmbH dabei die gesamte Organisation von Personal und Equipment sowie die Buchung geeigneter Standorte an den Hochschulen. Hier wurden in diesem Jahr erstmalig zusätzlich zu der Mensa das Campus-Umfeld aktiviert, um die Präsenz der Promotion zu verstärken. Neben der Erstellung eines ausführlichen Tourenplans sorgte Unicum Marketing für die Beschaffung von geeigneten Mietfahrzeugen sowie der Logistik der Promotionausstattung.

Unicum Marketing betreute außerdem das Casting und die Koordination der Promotionteams, welche die Promotion jeweils zu zweit an den 50 Hochschulstädten durchgeführt haben.

Neben der Projektleitung in Bochum stellte Unicum Marketing für einen reibungslosen Ablauf einen internen Supervisor als ständigen Ansprechpartner für die Promotionteams vor Ort zur Verfügung.

Resümee (2)

Als Empfehlung für eine weitere Promotion könnte die Verfügbarkeit z.B. durch ein parallel zur Promotion verlaufendes Merchandising von RITEX in den Hochschulen gesteigert werden. Gerade bei der wieder entflammten Sensibilität von AIDS dürften hier Merchandiser mit entsprechenden POP-Materialien auf offene Ohren bei den Verantwortlichen in den Hochschulen stoßen.

Durchweg positiv war das Feedback aus der Zielgruppe der Studierenden und einiger Professoren, welche die Promotion interessiert an den Aktionstagen verfolgt und unsere Promoter direkt auf die RITEX-Produkte angesprochen haben.





Ihre Ansprechpartner

UNICUM Verlag

- INSPIRATEUR -

Sammy Sommerfeld

UNICUM Verlag GmbH

Willy-Brandt-Platz 5-7

44787 Bochum

Telefon (02 34) 961 51-44

Telefax (02 34) 961 51-11

sommerfeld@unicum-verlag.de

Unicum Marketing

- Leiter Promotion -

Pascal Dittmann

Unicum Marketing GmbH

Willy-Brandt-Platz 5-7

44787 Bochum

Telefon (02 34) 961 51-85

Telefax (02 34) 961 51-88

dittmann@unicum-marketing.de



Vielen Dank für die gute Zusammenarbeit!

