

Gustavo Gusto erzielt 62% Absatzsteigerung mit Ghostbusters-Kampagne auf FRAMEN-Screens in Edeka

Berlin, 22.10.2024 – Gustavo Gusto, der Anbieter von Premium-Tiefkühlpizzen, hat mit seiner Marketingkampagne zum Film "Ghostbusters Frozen Empire" eine signifikante Absatzsteigerung von 62% erreicht. Die Kampagne zur Ghostbusters Aktionspizza, die auf den digitalen FRAMEN-Screens in Edeka-Filialen lief, hat die Verkaufszahlen in die Höhe getrieben.

Performance Marketing für den lokalen Handel

Im April sagte Michael Götz, CMO bei Gustavo Gusto im OMR Podcast: "Für uns sehr spannend ist Retail Media, denn da kannst du dann Rückschlüsse auf die Performance ziehen. Also eine Art Performance Marketing, was für uns als nicht E-Commerce Marke nicht ganz einfach ist."

Gesagt, getan. Gustavo Gusto startet eine zweiwöchige Kampagne auf den Screens von FRAMEN, einem der führenden Retail Media-Anbieter. Über das FRAMEN-Inventar in den Edeka-Märkten konnte Gustavo Gusto die Zielgruppe endemisch, also direkt am Point of Sale erreichen. Die Kampagne zeigte nicht nur appetitliche Bilder der neuen Aktionspizza, sondern bot auch einen kurzen Einblick in den begleitenden Film.

Ergebnisse ganz nach ihrem Gusto

Die Ergebnisse der Kampagne übertrafen alle Erwartungen: Innerhalb von zwei Wochen konnte Gustavo Gusto eine Absatzsteigerung von beeindruckenden 62% verzeichnen. "Ich habe zweimal beim Controlling nach den Zahlen gefragt, weil diese wirklich beeindruckend sind. Im Schnitt sprechen wir bei guten Kampagnen von einem Push von 15-25%" sagt Maximilian Döppe, Teamleiter Instore-TV bei Edeka.

Diese 62% ergeben sich aus dem Vergleich der Absatzentwicklung von Test- und Kontrollmärkten. Während in den Testmärkten die Kampagne lief, wurde sie in den Kontrollmärkten nicht ausgespielt. Bei den Kontrollmärkten wurden nur Märkte einbezogen, deren Charakteristika hinsichtlich Demographie, Marktgröße und Promotionaktivitäten denen der Testmärkte entsprachen.

"Wir sind begeistert von den Ergebnissen unserer Kampagne mit FRAMEN", sagt Michael Götz. "Die Möglichkeit, unsere Pizzen direkt im Geschäft und somit genau im Moment der Kaufentscheidung zu präsentieren, hat sich als äußerst effektiv erwiesen."

Instore Retail Media, fester Bestandteil im Marketing Mix

Nach diesem erfolgreichen Pilotprojekt geht FRAMEN nun in die Offensive. "Für uns ist es immer gut, wenn wir Cases haben, die beweisen, wie wirksam unser Medium ist. Oft ist es

nicht direkt greifbar, dass eine Kampagne auf unseren Bildschirmen auch zu einer Conversion führt." sagt Dimitri Gärtner, Co-Founder und CEO bei FRAMEN. "Dieser Case zeigt, dass der Kanal Instore Retail Media im FMCG Bereich fester Bestandteil des Marketing Mix sein sollte, da er neben der reinen Awareness am POS auch nachweislich einen Einfluss auf das Kaufverhalten des Kunden hat." Magdalena Pusch, Co-Founder und CMO bei FRAMEN. Gärtner ergänzt: "Durch die Kooperation mit der Online Software und der SSP-Schnittstelle zur Softwareplattform PRESTIGEenterprise bieten wir vielen Einzelhändlern, die Möglichkeit bestehende oder neue geplante Instore-Displays der Industrie als Werbeinventar zur Verfügung zu stellen ohne auf eigene Werbung verzichten zu müssen."

Über Gustavo Gusto

Gustavo Gusto startete 2016 als Hersteller von Premium-Tiefkühlpizzen für den Einzelhandel. Gustavo Gusto hat sich von Beginn an zum Ziel gesetzt, die Welt der Tiefkühlpizzen zu revolutionieren. Die Gustavo Gusto-Tiefkühlpizza soll sich nicht mehr von einer echten, sehr guten Restaurant-Pizza unterscheiden lassen. Deshalb werden diese Pizzen möglichst authentisch nach italienischen Rezepten hergestellt. Erhältlich sind diese in den Lebensmittelgeschäften in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie im Onlinehandel und im Quick-Commerce. Seit Februar 2022 sind Gustavo Gusto-Pizzen auch in den Niederlanden und seit Oktober 2023 im Großhandel erhältlich. Weitere Informationen unter www.gustavogusto.com, bei Facebook und Instagram.

Über FRAMEN

FRAMEN ist der führende Anbieter für Informations-, Unterhaltungs- und Werbeinhalte auf Displays in Fitnessstudios, Hotels und Coworking Spaces. Das medientechnische Scale-up ermöglicht die Anzeige auf allen Standardbildschirmen in kommerziell genutzten Räumen. Über FRAMEN können Werbetreibende und Standortbetreiber relevante Inhalte mit ihren Zielgruppen verbinden und teilen. Mit FRAMEN Ads Manager können Werbetreibende Kampagnen in Minutenschnelle programmatisch buchen, starten und verwalten und gleichzeitig die Leistung in Echtzeit auswerten. Gleichzeitig können Standortbetreiber ihre Bildschirme durch die Bereitstellung von Inhalten über FRAMEN Screen Manager monetarisieren.

FRAMEN hat seinen Sitz in Berlin und wurde 2018 von Magdalena Pusch, Dimitri Gärtner, Alexander Gärtner und Sveatoslav Podobinski gegründet. Derzeit ist FRAMEN mit fast 100 Mitarbeitern in 24 Ländern aktiv. Weitere Informationen finden Sie unter: www.framen.com

Pressekontakt

Pia Breh, Head of Communications Europe bei FRAMEN - pia@framem.com



Foto in HD anbei