

Weshalb sollten Häuser atmen?



Mit einer aktivierenden, crossmedialen Kampagne schaffen wir Bekanntheit und Kunden-Leads für das Kaufmann Klimahaus.

**KAUF  
MANN**  
OBERHOLZER



Wer möchte nicht gerne mehr von seinen Produkten verkaufen? Diese Aufgabe stellte sich Kaufmann Oberholzer, ein inhabergeführtes, holzverarbeitendes Unternehmen mit seinem innovativen Klimahaus, gebaut aus nachhaltigen Rohstoffen.

Die Herausforderung: Den noch viel zu geringen Bekanntheitsgrad des Produktes so rasch als möglich deutlich zu steigern. Und parallel dazu viele, qualitativ hochwertige Kontakte zu potenziellen Bauherren in der Ostschweiz zu generieren. Im ersten Schritt untersuchte E,T&H den Markt und schälte die aus Kundensicht relevante und differenzierende Eigenschaft des Kaufmann Klimahauses heraus. Verdichtet in einem Claim lautet sie: «Das Haus, das atmet.» Basierend auf diesem Leistungsversprechen entstand ein Kreativkonzept mit 2-Phasen-Dialogmarketing.

**Phase 1** startete mit einem attraktiven Wettbewerb und der provokanten Frage «Weshalb sollten Häuser atmen?». Fünf Wochen lang war die Kampagne in den Kantonen St. Gallen, Appenzell, Thurgau und Schaffhausen auf über 160 Plakatstellen an **Bahnhöfen/Bushaltestellen**, in der **Tagespresse** (20 Minuten Ausgabe/Banner, Blick am Abend, Thurgauer Zeitung) und mit Google AdWords omnipräsent.

Die **Phase 2 führt die Kampagne konsequent weiter**. Sie pusht die Bekanntheit des Kaufmann Klimahauses mit weiteren aufmerksamkeitsstarken Motiven noch weiter und motiviert dazu, das Haus auf einer **speziell entwickelten Microsite** kennen zu lernen. Der persönliche Draht zu den Interessenten wird dann bei einem Kaufmann Klimahaus-Frühstück aufgebaut. Hier werden mit Hilfe einer Checkliste die geplanten Projekte der Besucher zusammen mit einem Kaufmann Klimahaus-Berater vorbesprochen.

Das **Resultat der Kampagne**: nicht weniger als 360 Wettbewerbsteilnehmer, davon 98 mit Bauland und hiervon 63 mit konkreter Bauabsicht. Eine **eindrückliche Anzahl an hochqualifizierten Leads!** Speziell, wenn man sich vergegenwärtigt, dass im Zielgebiet der Kampagne pro Jahr nur insgesamt 1600 Häuser bzw. 300 Holzhäuser entstehen.

Wollen auch Sie so wirkungsvoll kommunizieren, wie Kaufmann Oberholzer es tut? Wir sind bereit!

Axel Thoma, Leiter Strategie

**E,T&H Werbeagentur AG BSW**  
Starke Botschaft. Starke Wirkung.

**Weitere**

**Wirkungszahlen:**

- 100% mehr Zugriffe auf die Kaufmann Oberholzer Website
- Zahlreiche Anmeldungen zum Kaufmann Klimahaus-Frühstück
- ca. 4 Millionen potentielle Plakat-Views (SPR+)
- ca. 8 Millionen potentielle Anzeigen-Views in 20 Minuten, Blick am Abend und Thurgauer Zeitung (WEMF)

**E,T&H** Werbeagentur AG BSW  
Hauptstrasse 102  
CH-9401 Rorschach  
Telefon +41 71 846 68 68  
www.ethcom.ch