

Volvo DRIVE Tankreichweite Routenplaner

Beste Media Idee

Link: http://explorer.ogilvyinteractive.at/users/volvo/awards/drive_radius.html

Titel der Einreichung: Volvo DRIVE Tankreichweite Routenplaner

Einreichendes Unternehmen: Mindshare

Adresse: Reisnerstrasse 5, 1030 Wien

Ansprechpartner für die Einreichung: DI(FH) Christine Winter

Telefon: +43/1/24230-170

E-Mail: christine.winter@mindshareworld.com

Kategorie: Beste Media Idee



Volvo DRIVE Tankreichweite Routenplaner



Ausgangslage:

Die DRIVE-Modelle von Volvo zeichnen sich durch einen extrem **niedrigen Spritverbrauch** aus. Die User sollen sich mit diesem USP auseinandersetzen, ohne dabei mit technischen Details gelangweilt zu werden.

Media Idee:

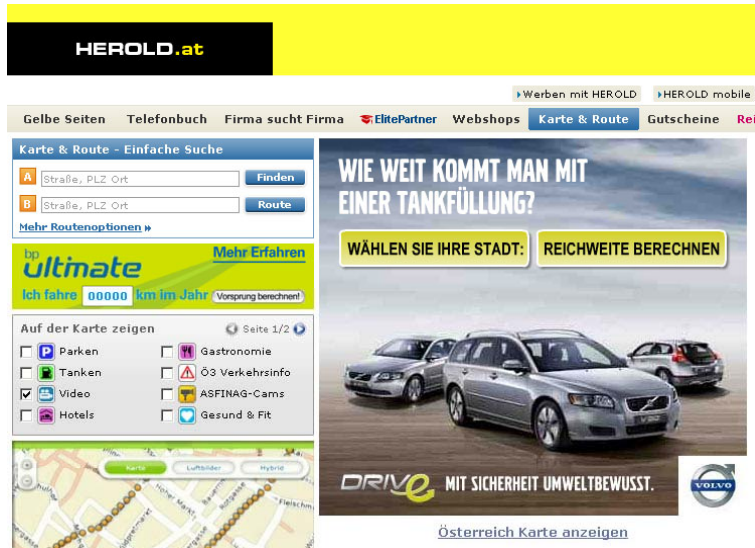
Um den USP niedriger Spritverbrauch zu kommunizieren wurde für die Werbeeinschaltung die Nutzungssituation bei Online Routenplanung gewählt. Hier sind die User besonders sensibilisiert auf das Thema Streckenplanung und damit auch Spritverbrauch.

Durch die Kombination mit dem interaktiven Werbemittel wurde auch die Brücke geschaffen, die Werbeplatzierung mit Servicecharakter am Point of Interest zu verbinden und vielleicht sogar Inspiration für neue Reiseziele zu schaffen.

Begleitet wurde die Kampagne durch reichweitenstarken Medien wie ORF.at, zielgruppen-affinen Sites wie DerStandard.at oder DiePresse.com und andererseits durch auto-themenspezifische Seiten wie oeamtc.at, News/Auto Channel oder SaubereAutos.at.



Volvo DRIVE Tankreichweite Routenplaner



Während der Kartenladezeit großflächige Werbepresenz

User kann seinen Standort im Werbemittel eingeben.



Das Werbemittel zeigt, wie weit man mit einer Tankfüllung eines Volvo DRIVE-Modells kommt.

[Live Demo des Werbemittels* >](#)

* Konnte aus technischen Gründen nicht mehr genau auf der entsprechenden Routenplaner Sonder-Platzierung eingebaut werden.

Ziele – Idee - Wirkung - Ergebnisse



Aufgabenstellung/Ziele:

Ziel war es den geringen Spritverbrauch und die geringen CO2-Emissionen der neuen DRIVE-Modelle zu kommunizieren.

Media Idee:

Dabei wurde einerseits auf eine geeignete Visualisierung gesetzt (Wie weit komme ich mit einer Tankfüllung?) und andererseits auf ein adäquates Umfeld am Point of Interest geachtet (z.B.: Routenplaner – Schaltung mit großflächigem Format während der Kartenladezeit).

Wirkung:

Interaktionsrate signifikant über dem Marktdurchschnitt.

