

diewildeehederwerbung und die Knappschaft schnüren Weihnachtsgeschenke



Key Visual der weihnachtlichen Kampagne der Knappschaft (Foto: diewildeehederwerbung)

Passt nicht, extrem hässlich oder einfach voll daneben? Nicht jedes Weihnachtsgeschenk löst beim Empfänger Freude aus. Die Lösung: 'Beschenk dich selbst!' So die Idee der Kampagne, die die Düsseldorfer Kreativagentur diewildeehederwerbung für die Knappschaft Krankenkasse entwickelt hat.

Mit dem Ziel neue Mitglieder zu gewinnen, wird die integrierte Kampagne, in deren Fokus das SportBonus-Programm der Krankenkasse steht, über die sämtliche Kanäle ausgerollt: Von Funkspots auf lokalen Sendern und Webradio, über Online Display Ads, Youtube Bumper Ads, Native Ads, [Landingpage](#), Inhouse-Plakate bis hin zu Social-Media-Maßnahmen.

"Sich selbst beschenken macht einfach glücklich", sagt Frank Dondit, Geschäftsführer Kreation, und erläutert: "Wissenschaftler haben dies bewiesen und wir nutzen es, um den 140 Euro SportBonus, ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal der Knappschaft, als Geschenkpaket zu verpacken – um sich selbst zu belohnen."

Es ist die erste Arbeit der Agentur für den Neukunden. diewildeehederwerbung löste im August Etathalter Saint Elmo's ab und sicherte sich im Pitch das Mandat für integrierte Werbekampagnen für die Kranken- und Pflegeversicherung der Knappschaft mit Sitz in Bochum ([siehe Meldung](#)).

[diewildeehederwerbung](#) wird von Helen Dutzi (Beratung) und Frank Dondit (Kreation) als geschäftsführenden Gesellschaftern geleitet. Die inhabergeführte Werbeagentur arbeitet für Auftraggeber wie Henkel, SAP, Großbritanniens führende Buch- und Zeitschriftenkette WHSmith, Automobilzulieferer PMA/TOOLS AG, das Wuppertaler Familienunternehmen Vorwerk.

Teilen



 Teilen