

Alles neu macht der April: Gasag wirbt mithilfe von Die Onlinefabrik für Heizungsmodernisierung

- *Erfolgreiche Vorgänger-Kampagne im Dezember*
- *Zielgruppenaffine Umfeldler und Echtzeit-Retargeting-Aussteuerung ab April*

Berlin, 9. April 2015. Seit Anfang 2015 sind Hausbesitzer erstmalig verpflichtet, über 30 Jahre alte Heizungen auszutauschen. Obwohl das Gesetz für die meisten Eigenheimbesitzer in der Regel aufgrund von Ausnahmeregelungen nicht gilt, hat das Thema in diesem Jahr doch an Dynamik gewonnen. Die Berliner Gaswerke Aktiengesellschaft informiert auf ihrer Microsite www.neue-heizung.de Hausbesitzer in Aufbruchsstimmung und hat die Online-Mediaplaner von Die Onlinefabrik beauftragt, ab Anfang April eine vierwöchige Informationskampagne auszuspielen. „Eigenheimbesitzer werden mit Anzeigen in themennahen Inventaren über die Chancen einer Modernisierung informiert und gleichzeitig über Echtzeit-Retargeting angesprochen“, sagt Benjamin Birkner, Head of Business Development bei Die Onlinefabrik. „Die Kampagne kombiniert hohe Effizienz in zielgruppenaffinen Umfeldern sowie, über Echtzeit-Aussteuerung, eine hohe Reichweite bei gleichzeitig niedrigen Streuverlusten“.

Reichweitenstärke dank Trading Desk

Die für die Gasag-Kampagne eingebuchten Maßnahmen haben sich bereits in der Vorgängerkampagne zu bestehenden Modernisierungspotenzialen für Eigenheimbesitzer zwischen Oktober und Dezember 2014 bewährt. Über Echtzeit-Aussteuerung und dynamischen TKP konnten bei unverändertem Kampagnenbudget-Anteil und niedrigen Streuverlusten die Anzahl der geplanten Ad Impressions mehr als verdoppelt werden. Zielgruppenaffine Umfeldler wie energiesparen-im-haushalt.de oder zuhause.de boten den perfekten thematischen Rahmen und eine Zielgruppe, für die das Kampagnenthema eine hohe Relevanz hatte. „Die Themen erneuerbare Energien und innovative Technik sind gerade für Eigenheimbesitzer hoch attraktiv und die GASAG ein umfassender und kompetenter Partner für die Bereiche Energieversorgung und Modernisierung“, erklärt Benjamin Birkner.

Um als neutraler Ratgeber auf Kundeseite wahrgenommen zu werden, hatte die GASAG im Herbst 2014 das Informationsportal www.neue-heizung.de ins Leben gerufen. In diesem Kontext hatte sich die Annäherung an die Zielgruppe der Eigenheimbesitzer über die Verknüpfung von soziodemografischen Kriterien mit Interessen und kontextuellem Targeting bereits bewährt. Im Gegensatz dazu hatte sich ein Standalone-Newsletter, der an sich eine gute Möglichkeit bietet, umfassend über ein spezielles Thema zu informieren, aufgrund der Targetingoptionen im Dezember weniger erfolgreich gezeigt, so dass dieses Format vorerst nicht wieder genutzt wurde. Geprüft wird allerdings der Einsatz des Newsletter-Formats für eine einzelne, weniger diverse Zielgruppe.

Über Die Onlinefabrik

Die Onlinefabrik ist eine Full-Service-Agentur für Online-Marketing und Media-Strategien. Auf Basis von Zielgruppen, Medien- und Marktanalysen werden

Kampagnen für Display-Advertising, SEM, Social Networks, Affiliate- und Direct-Marketing entwickelt und stationär sowie mobil ausgespielt. Im Verbund mit den Schwesteragenturen Die Mediafabrik und Die Posterfabrik blickt die Berliner Agentur auf mehr als 16 Jahre Erfahrung in der Mediaplanung zurück und entwickelt auch crossmediale Strategien. Zu den Kunden gehören unter anderem das Bundesministerium für Gesundheit, IG Metall, Thüringer Energie sowie GASAG AG.

Die Onlinefabrik wurde 2010 gegründet und ist Mitglied im Bundesverband digitale Wirtschaft (BVDW). Weitere Informationen unter www.dieonlinefabrik.de.

Facebook: <https://de-de.facebook.com/DIEONLINEFABRIK>

Pressekontakt:

Andrea Petzenhammer
Agentur Frische Fische
Telefon: +49(0)30.629011-74
E-Mail: ap@frische-fische.com

Unternehmenskontakt:

Benjamin Birkner
Head of Business Development
DIEONLINEFABRIK
Telefon: +49 (0)30.52684952-23
E-Mail: birkner@dieonlinefabrik.de