

# COBOLUX

STARKES STORYTELLING VEREINT  
MIT VISUELLEM IMPAKT

## **KONTEXT**

COBOLUX, eine allseits bekannte Luxemburger Marke und Garant für die Rückverfolgung und Überwachung der gesamten Produktionskette, vom Bauernhof bis hin zum Kunden, inklusive der Gewährleistung von Qualität und Tierschutz.

## **DIE VORGABEN DER KAMPAGNE**

Gewünscht war eine Jahreskampagne, abseits der klassischen Werbung und hin zu den Themen und Fragen der Konsumenten, wie z.B.: Verantwortung, Umwelt- und Tierschutz, Vegan als Trend, der Metzgerberuf ...

Kampagnenziel von Cobolux war das Erreichen einer breiten Mehrheit der in Luxemburg ansässigen deutsch- und/oder französischsprachigen Bevölkerungsgruppen.

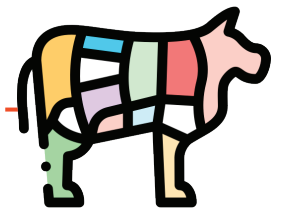


## **DIE LÖSUNG! EIN STARKES STORYTELLING, FORMGEBEND, IM HERZEN REDAKTIONELLER BEITRÄGE**

**Ein markantes  
Storytelling,  
das grundsätzliche  
Fragen sachlich  
und argumentativ  
beantwortet.**

**Starke Medienmarken  
mit denen die Zielgruppen  
erreicht werden.**

**Native Advertising,  
als Garant  
einer optimierten  
Leseerfahrung.**



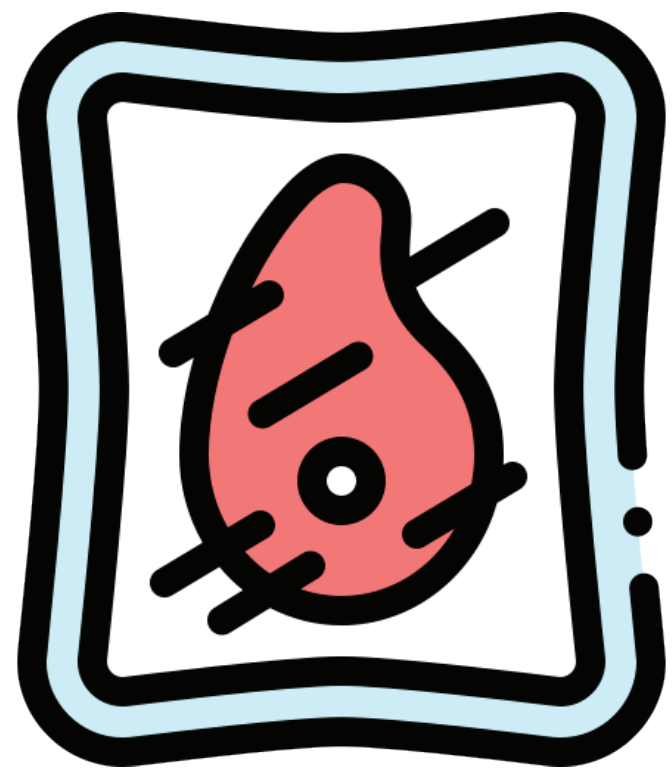
Native Advertising: Optimale Integration Ihrer Artikel  
auf der Medienplattform.

Redaktionelle Beiträge, gemäß der Redaktionscharta des Mediums.

## **DIE LÖSUNG! EIN STARKES STORYTELLING, FORMGEBEND, IM HERZEN REDAKTIONELLER BEITRÄGE**

**1** Redaktionelle Beiträge in der Form einer Artikelserie, ausgerichtet auf den Verbraucher und dessen Konsumgewohnheiten.

Wichtige Fragen rund um die Fleischindustrie sowie die Produktionsprozesse von Cobolux, aufgegliedert in 7 Schwerpunktthemen:



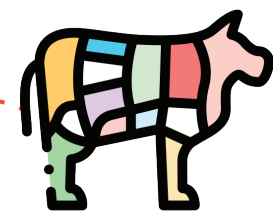
- Lokale Produkte
- Tierschutz
- Die Rückverfolgung
- Hygiene und Qualität
- Der Reifeprozess
- Handwerkskunst
- Der Metzgerberuf

**2** Abschlusskampagne mit Hilfe einer Anzeige, als Zusammenfassung aller von Cobolux hervorgebrachten Argumente.

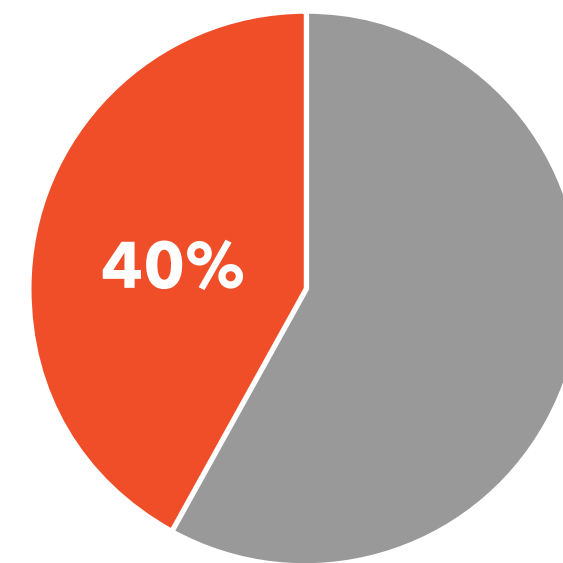
# DIE LÖSUNG! EIN MEDIAPLAN UNTERSTÜTZT DURCH DIE STÄRKE EINER TAGESZEITUNG.

## Printmedien als Garant für ausdrucksstarke Beiträge, rund um die Schwerpunktthemen.

Das Luxemburger Wort, etabliert und geschätzt von den Luxemburgern sowie den Kaufentscheidern.

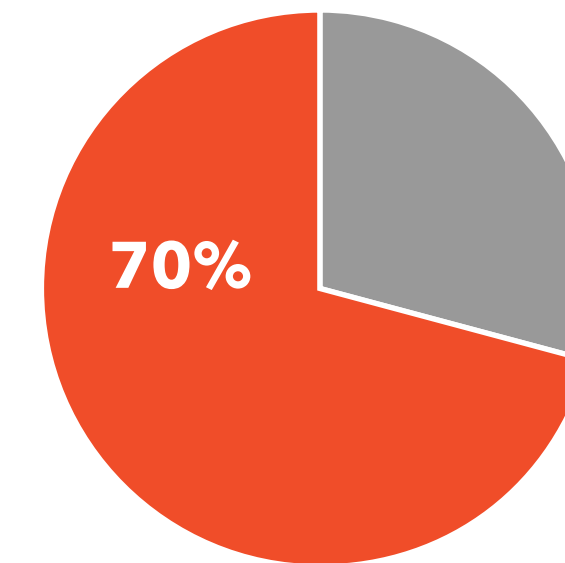


**FÜHRENDE LUXEMBURGER TAGESZEITUNG: 137 100 LESER/AUSGABE  
94 % ABONNENTEN ALS GARANT EINER TÄGLICHEN LESERSCHAFT**

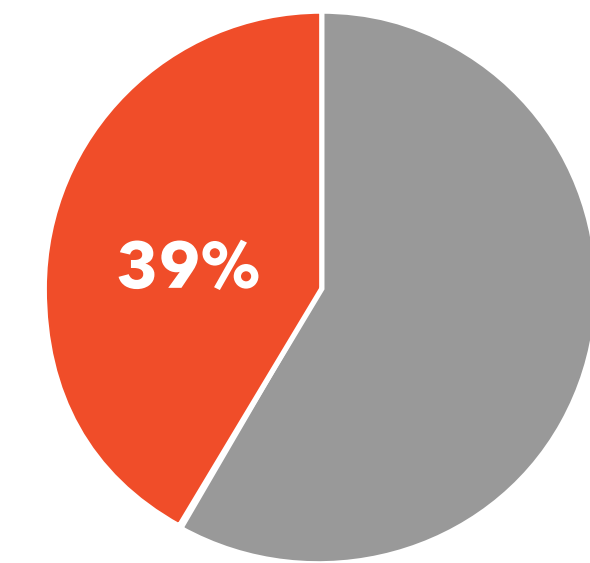


**40%** aller Luxemburger lesen das Luxemburger Wort täglich.

Selektivität: 156



**70%** der Leser sind Kaufentscheider



**39%** der Leser aus den Einkommensklassen 1-2

Quelle : TNS Ilres Plurimédia 2021.2

# DIE KAMPAGNE: DAUER ÜBER 10 WOCHEN

Storytelling // Artikel

Branding // Anzeige



24. April



30. April



8. Mai



15. Mai



22. Mai



29. Mai



5. Juni



12. Juni



19. Juni



26. Juni

2021

- Erstellung einer Native Advertising-Serie aus 7 deutschsprachigen Beiträgen
- Ein Teasing-Banner als Hinweis auf die Seite des Artikels
- Eine 10-wöchige Artikelserie ausgehend vom 1. Mai (Internationaler Tag des BBQ)
- Aufbau und Argumentation, jeweils in Form einer Timeline aufgezeichnet
- Eine Anzeige im Corporate-Design, als Zusammenfassung aller Fragen und untermauert durch starke Botschaften.

# DIE KAMPAGNE: DIFFERENZIERENDE BILDER, UM AUFMERKSAMKEIT UND ERHÖHTE LESERBINDUNG ZU ERREICHEN

7 Native Advertising Artikel, verstärkt durch Teasing-Banner

**Teaser**  
um das Leserinteresse zu wecken



**Timeline**  
als wöchentliche Rubrik  
und als Erläuterung  
der verschiedenen Etappen



...eine Frage des...  
...Ein respektvoller Um...  
...ist deshalb effektiv au...  
...gebend.  
...Wir  
...eb in  
...kapazität  
...Mehr Informationen über  
...[www.cobolux.lu](http://www.cobolux.lu)

**Call to action**  
zum Ermessen  
der Effizienz

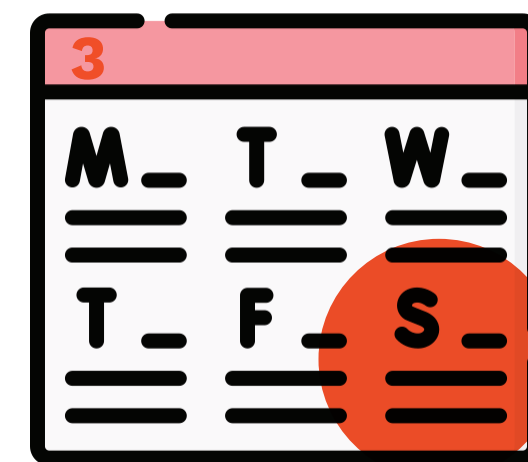
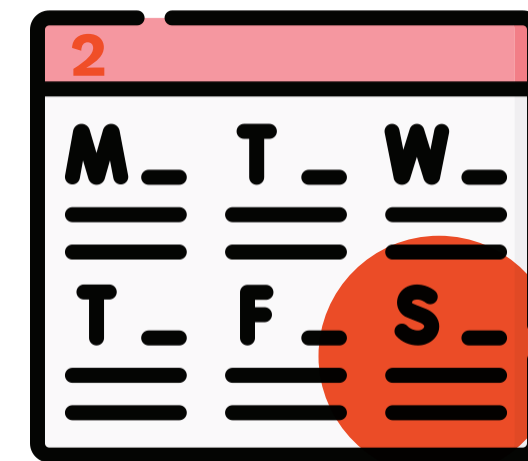
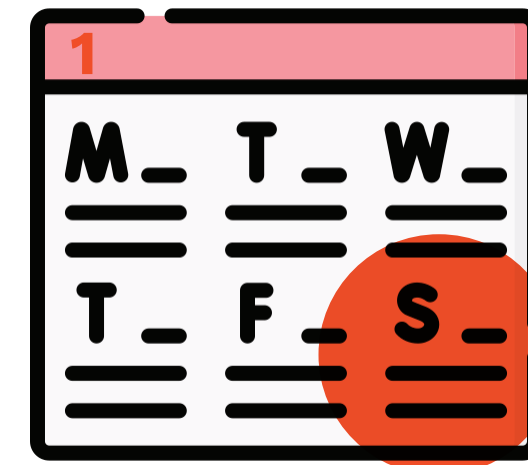
**Einige Zahlen**  
...Beispiel  
...Faltz be...  
...immer öfter  
...verbrauch bei  
...produktion ange...  
...das stimmt", gibt  
...Man muss es aber  
...in Relation sehen...  
...en in einer Region, in  
...Niederschlag momen...  
...ausreicht. Der Vieh...  
...ist relativ klein und  
...t genug Wasser zur...  
...g, ohne die Reserven  
...den. In trockeneren  
...ist das natürlich pro...  
...aber nicht  
...n Preis  
...to lautet:  
...Was sich  
...chee  
...Das Gewicht des verzehrten Fleisches  
pro Person und Jahr in Luxemburg:  
80% der Einwohner essen regelmäßig  
Fleisch. (TNS Iltres Studie)  
1900  
Cobolux arbeitet mit ca. 1.900 Luxem-  
burger Züchtern, d.h. praktisch allen  
Höfen des Landes.  
50 m  
Der am naheliegendste Bauernhof  
befindet sich direkt gegenüber  
der Cobolux.

**Eckdaten**  
um eine  
größtmögliche  
Leserschaft zu  
erreichen



# DIE KAMPAGNE: AUSSAGEKRÄFTIGE UND ANSPRECHENDE BILDER

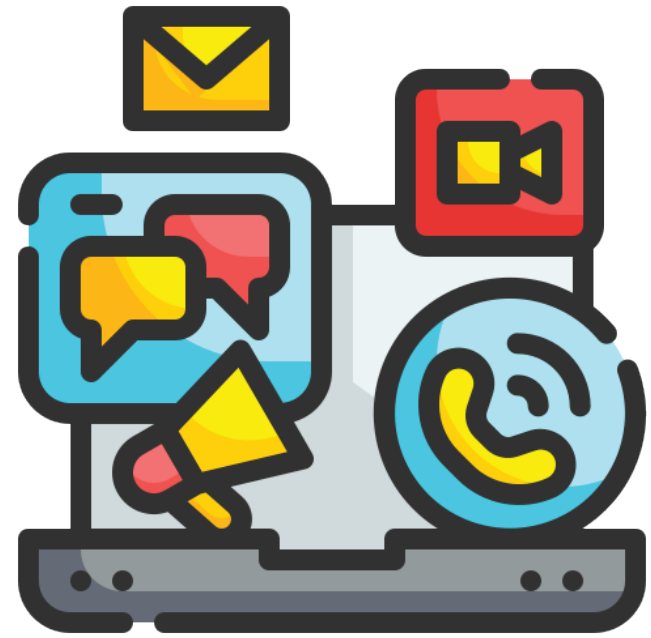
Eine **Abschlussanzeige** als Zusammenfassung der Stärken und Botschaften der Firma Cobolux



3 wöchentliche  
Erscheinungen



## RESULTATE: EINE SPONSORED CONTENT-KAMPAGNE, DIE IHR ZIEL ERREICHTE



Eine starke, ausgeprägte und mutige Kampagne, die viel positives für die Marke bewirkte.


Cobolux wurde somit zum Sprachorgan der Fleischindustrie Luxemburgs. Professionalität und Seriosität der Branche und Anerkennung der Leser, als positiver Nebeneffekt der Kampagne.



### **Geschätzte Leserschaft Luxemburger Wort\***

10 Wochen Kampagne: Netto-Leserschaft bei 10 Schaltungen im Luxemburger Wort (Print + PDF) = **216 400 Leser**, entsprechen **59% Reichweite** in der gesamten Bevölkerung 15 Jahre+ des Landes.

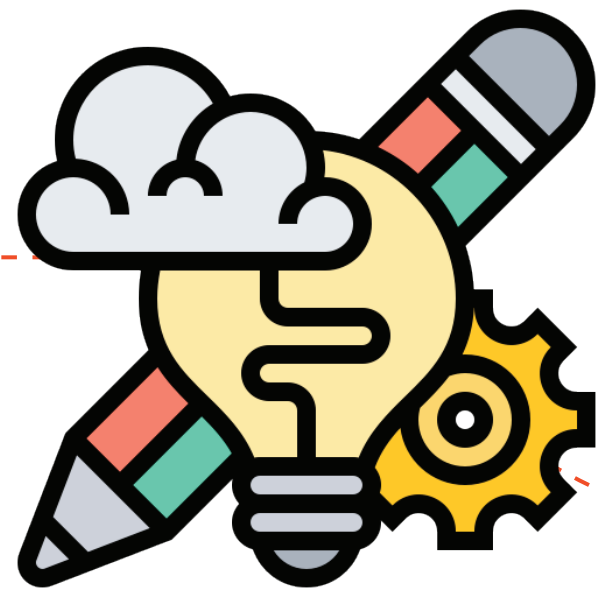
Quelle : TNS Ilres Plurimédia 2021.2



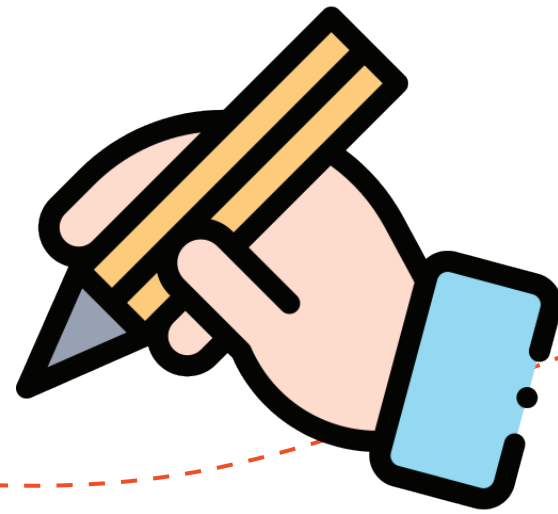
*“ Eine sehr gelungene Kampagne,  
die anhand ihrer Botschaften,  
einen bleibenden Eindruck hinterlassen  
und die Marktposition von Cobolux  
gestärkt hat.*

*Paul Faltz, Geschäftsführer Cobolux* ”

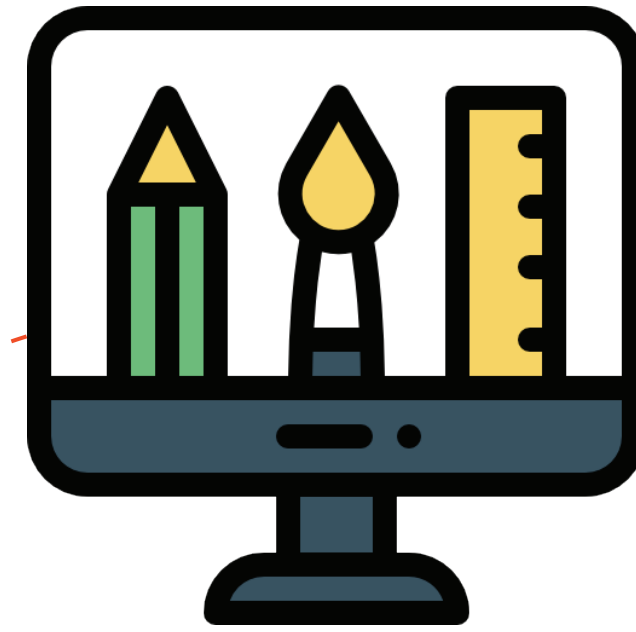
# REGIE.LU: EINE VIELSEITIGE EXPERTISE FÜR EIN VOLLSTÄNDIGES ANGEBOT



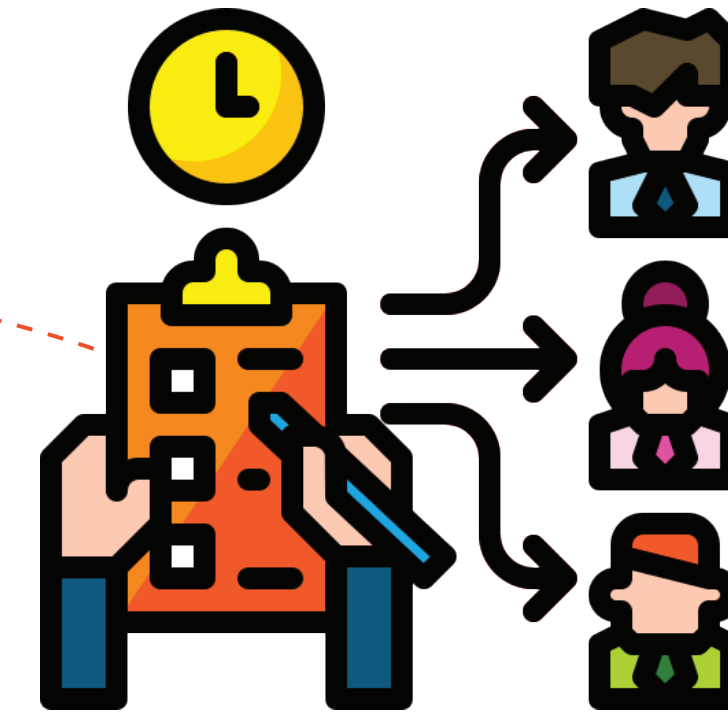
**Medienstrategie**  
für eine Kampagnenplanung



**Redaktion & Übersetzung**  
von Beiträgen



**Design & Seitenlayout**



**Projektmanagement**  
während der gesamten  
Kampagne



**Monitoring & Reporting**  
aller Kampagnen

# MEHR INFORMATIONEN?

---

KONTAKTIEREN SIE UNS



(+352) 4993 9000



info@regie.lu



www.regie.lu

**regie.lu**