

Happy Birthday



Kinder sind die Kunden von morgen: Ovomaltine macht sich diese Tatsache zunutze und verschickt zum ersten Geburtstag ein «Happy Birthday»-Mailing.

Die Wander AG, eine Tochtergesellschaft der Associated British Food, entwickelt, produziert und vermarktet bekannte Marken wie Ovomaltine, Caotina, Twinings oder Isostar. Das Unternehmen beschäftigt in der Schweiz rund 280 Mitarbeitende und stellt jährlich mehr als 18 000 Tonnen Produkte her. Am Produktionsstandort in Neuenegg wird Ovomaltine für ganz Europa produziert. Bei der Vermarktung der hochwertigen Nahrungsmittel – insbesondere bei Ovomaltine und Contour – setzt Wander regelmässig auf Direct Mailings. Das «Happy Birthday»-Mailing zum ersten Geburtstag richtet sich an Familien mit Kleinkindern.

Ausgangslage

«Ab dem ersten Altersjahr darf in der Kleinkindernahrung von Mutter- oder Babymilch auf unverdünnte Kuhmilch gewechselt werden», sagt Sarah Winiger, Marketingassistentin bei der Wander AG. Da Ovomaltine mit ihren Vitaminen und Mineralstoffen einen wertvollen Beitrag zur Ernährung von Kindern leistet, macht Wander das Produkt mit einem Mailing zum ersten Geburtstag der Kinder bei Familien bekannt. Der schöne Nebeneffekt: «Ovo» wird so nicht nur bei den Eltern verankert, auch die kleinsten Konsumenten werden damit vertraut gemacht.

Umsetzung

Das adressierte Mailing enthält eine Karte mit zwei aufgespendeten Beuteln Ovomaltine-Pulver und einer «1»-Kerze. Auf der Rückseite befindet sich ein Rezept für den Ovomaltine-Geburtstagskuchen. Im Couvert befinden sich zudem ein Produktprospekt und ein Begleitbrief, der die Möglichkeit bietet, ein attraktives Ovomaltine-Set bestehend aus Trinkflasche, Nachfüllbeutel und Ovolinos zu bestellen und an einem Fotowettbewerb teilzunehmen. Kreiert wurde das auffällige Mailing von hobi punkt – direct marketing solutions in Zollikon.

Reaktion

Das «Happy Birthday»-Mailing wird wöchentlich per Post in der Deutsch- und in der Westschweiz versendet. Die Adressen für den Versand stammen aus der Mutter-Kind-Datenbank von KünzlerBachmann. Auf's Jahr aufgerechnet werden rund 24 000 deutsche und 9000 französische Exemplare verschickt. «Die Reaktionen sind sehr positiv», sagt Sarah Winiger. «Der Response beim Fotowettbewerb und bei der Selbstbestellung nimmt stetig zu.»