

## :Degusta Box



### STRATEGIE

- **Degusta Box** Essentielle Kampagne
  - Inkl.
  - Social Media Kampagne
  - Marktforschung
  - Produktsampling

- **Online Promotion Paket**

- **Instagram Paket (Reel + Story Push für mehr Engagement)**
- **Premium Influencer Kampagne**

### MARKE

**Dr. Oetker**

### PRODUKTE

**Dr. Oetker's** Süße Mahlzeit: Kaiserschmarrn

### ZIELSETZUNG

Die Marke "**Dr. Oetker**" wollte ihre "Süße Mahlzeit: Kaiserschmarrn" deutschlandweit verkosten lassen und wertvolles Kundenfeedback generieren. Mithilfe eines Social Media Premium Pakets sollte das Produkt in der **Degusta Box** hervorgehoben werden. So wollte **Dr. Oetker** von der erhöhten Reichweite und Sichtbarkeit auf Social Media profitieren, um das Produkt zusätzlich zu bewerben und dessen Bekanntheit zu fördern.

# Social Media



**71 INFLUENCER**

erstellten Beiträge  
über Dr. Oetker.



**78 BEITRÄGE**

wurden auf Social Media  
generiert.



**2,1 MIO.**

Personen wurden in dieser  
Kampagne erreicht.



Dank der Social Media Beiträge auf Instagram und Facebook konnte **Degusta Box** dem **Dr. Oetker** Süße Mahlzeit: Kaiserschmarrn eine höhere Visibilität verleihen, sowie Engagement und Konversation rund um das Produkt erzeugen.

Darüber förderte das Netzwerk aus Micro-Influencern die Visibilität, indem Sie das Produkt ihrer Online-Community vorstellten.



**30.000**  
ERREICHTE PERSONEN

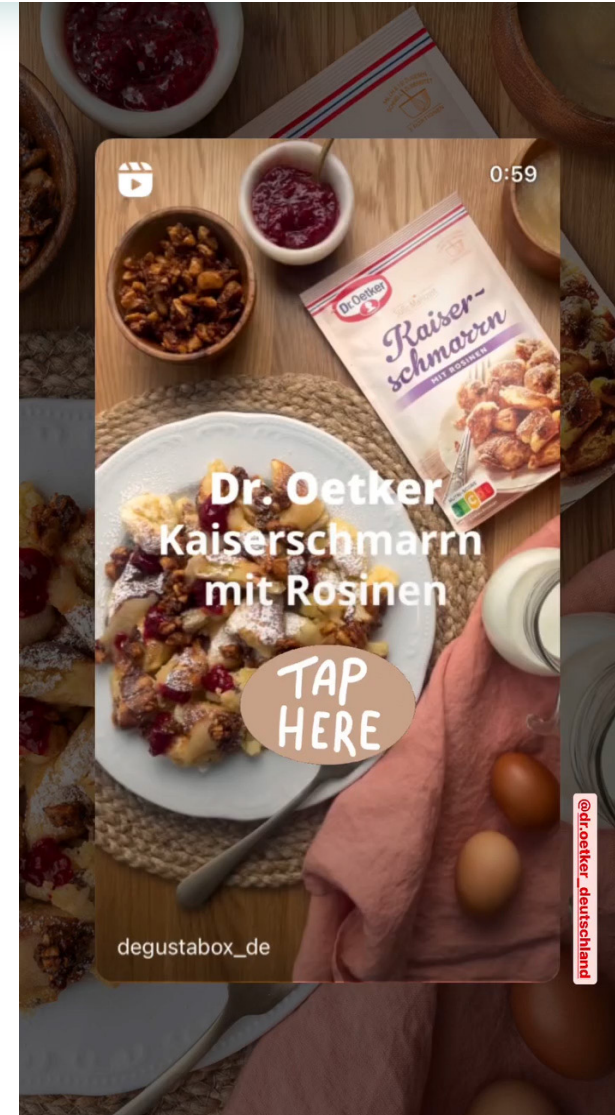


**35.000**  
ERREICHTE PERSONEN



INSTAGRAM  
REEL

**3.500**  
ERREICHTE  
PERSONEN



INSTAGRAM  
STORY



NEWSLETTER

**8.400**

Empfänger



REACH BOOST

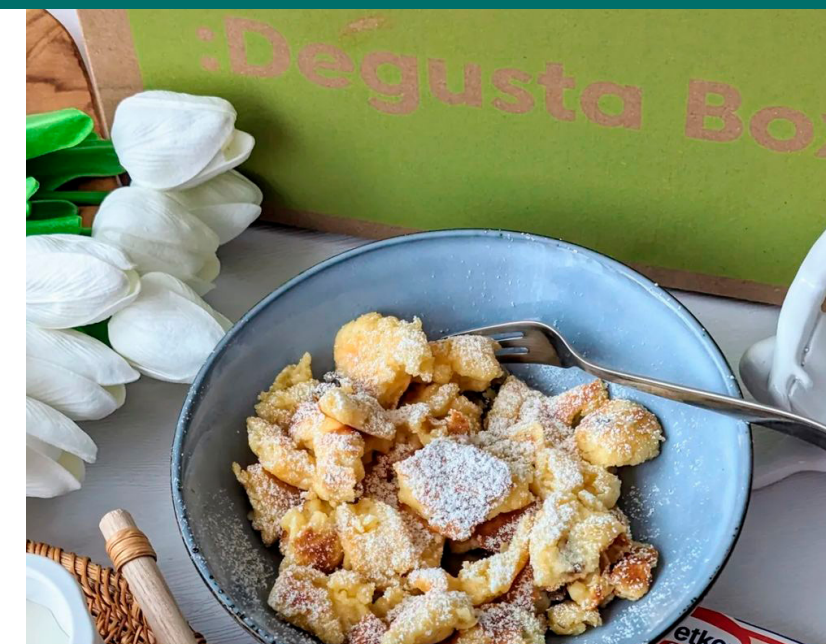
**65.000**

Zusätzliche Reichweite



BILDRECHTE  
FÜR IN-HOUSE

erstellte Produktbilder





REEL  
@christina.kli



REEL  
@einfach.mal.kochen



REEL  
@littlecarrotsandme

390.000 FOLLOWER  
100.000 VIEWS

120.000 FOLLOWER  
160.000 VIEWS

135.000 FOLLOWER  
165.000 VIEWS

1,5 MIO.  
ERREICHTE MENSCHEN

- RESULTATE IM DETAIL:**
- 3 Influencer
  - 3 Instagram Reels
  - 3 Storyreihen
  - 2 zusätzliche TikTok Videos
  - 1 zusätzlicher Blogartikel

Insgesamt 9 Inhalte auf **Instagram**, TikTok und **Blogs**, erstellt von 3 spezifisch ausgewählten Influencern, welche die Einzigartigkeit und Kreativität ihres Stils mit der Dr. Oetker-Identität kombinierten, ganz nach dem vorgegebenen Briefing. Durch die kreierte Beiträge konnte Dr. Oetker für das Produkt Süße Mahlzeit **über 1,5 Mio Endkonsumenten** ihrer gewünschten Zielgruppe erreichen.

# :Degusta Box

Kontaktieren Sie unser Partnerships Team und erfahren Sie, wie Sie von einer **Degusta Box** Kampagne profitieren können.

