

# DYBILL Reporting

## Backshop Tiefkühl GmbH "Fettes Brot"

04.04.2026

10.04.2026 - 11.04.2026

18.04.2026



# 01 Übersicht & Ziele

## DER ÜBERBLICK ÜBER DIE WERBEFAHRRAD-AKTION



### Einsatzmedium

Die Werbefahrräder sind ein Mix aus Außenwerbung und Promotion.



### Anzahl Werbefahrräder

Die 6 Bikes waren mit insgesamt 25,8 m<sup>2</sup> Werbefläche im Zielgebiet unterwegs.



### Ziele der Aktion

Vertriebspartnern sichtbar machen, wie das Produkt beworben wird, um den Verkauf aktiv zu unterstützen.



### Einsatzorte

Die Werbefahrräder waren mit den Promotern in Hamburg, Prisdorf, Pinneberg, Stade, Kaltenkirchen, Quickborn und Norderstedt on Tour.



### Gesamtlaufzeit

Die Aktion lief über 4 Tage und über 6 Stunden täglich.



### Zielgruppen

Hauptsächlich B2B-Vertriebspartner im Raum Hamburg, die das Produkt in den Verkauf bringen sollen.

# 02 Werbezeitraum

## DIE AKTIONSZEITRÄUME

Der Zeitraum wurde gewählt, um eine maximale Reichweite zu erreichen.

Datum	Samstag, 04.04.	Samstag, 04.04.	Samstag, 04.04.	Samstag, 04.04.	Samstag, 04.04.
Uhrzeit	11.00- 17.00 Uhr	11.00- 17.00 Uhr	11.00- 17.00 Uhr	11.00- 17.00 Uhr	11.00- 17.00 Uhr
Anzahl Werbefahrer	2 - 1 pro Route	1	1	1	1
Route	Hamburg 1 & Hamburg 2	Prisdorf, Pinneberg	Stade	Kaltenkirchen	Quickborn, Norderstedt

# 02 Werbezeitraum

## DIE AKTIONSZEITRÄUME

Der Zeitraum wurde gewählt, um eine maximale Reichweite zu erreichen.

Datum	Freitag, 10.04.	Samstag, 11.04.	Samstag, 18.04.
Uhrzeit	11.00- 17.00 Uhr	11.00- 17.00 Uhr	11.00- 17.00 Uhr
Anzahl Werbefahrräder	2 - 1 pro Route	2 - 1 pro Route	2 - 1 pro Route
Route	Wedel, Blankenese & Hamburg-Harburg	Hamburg-Wandsbek & Hamburg-Eimsbüttel	Hamburg 1 & Hamburg 2

# 03 Touchpoints & Werberoute

## DIE TOUCHPOINTS ZU DER AKTION UND DIE WERBEROUTE

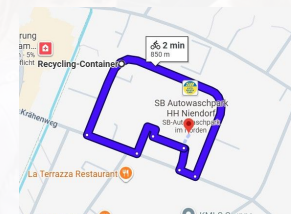
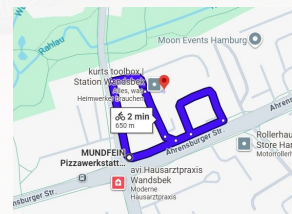
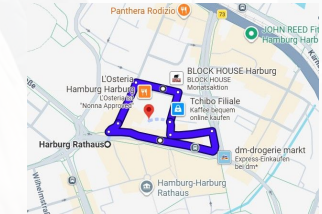
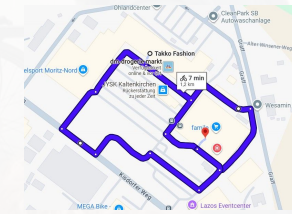
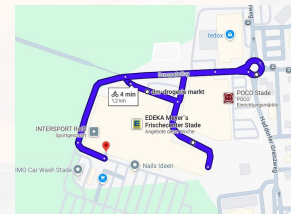
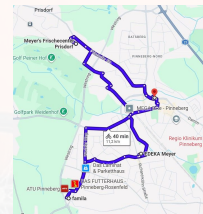
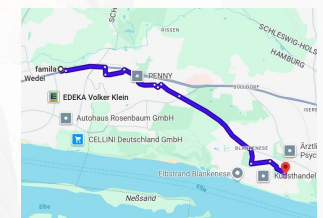
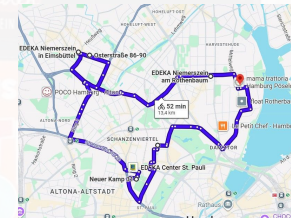
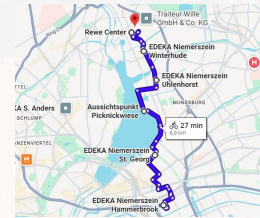
### Touchpoints

Die Werbefahrräder wurde an folgenden Touchpoints kurzzeitig abgestellt:

- ausgewählte EDEKA-Märkte
- ausgewählte familia-Märkte

An diesen und weiteren Touchpoints, haben die Promoter Fotos gemacht sowie Aufkleber verteilt.

### Routen:



# 04 Feedback der Promoter

## DAS HAT ROBERT WÄHREND DER AKTION ERLEBT

### Persönliche Einschätzung

"Die Aktion lief richtig gut.

Viele Marktbesucher sind auf das auffällige Banner aufmerksam geworden, stehen geblieben und haben sich den Werbeträger genauer angeschaut.

Dabei kam es immer wieder zu Gesprächen.

Das Feedback war durchweg positiv und es gab viele freundliche Zurufe. Insgesamt war die Aktion sehr gelungen und erfolgreich.

Ich wäre beim nächsten Mal gerne wieder dabei!"

Robert



# 05 Feedback der Zielgruppen

## ZURUFE, FEEDBACK UND FRAGEN ZU DER AKTION

Während des Aktionszeitraums wurden unsere Promoter von über 600 Personen angesprochen.



Haha, Fettes Brot, wie geil!



Wo gibt's das Brot denn?



Was kostet das Brot?



Hast du das schon mal probiert?



Wusste gar nicht, dass es das bei EDEKA gibt.



Gibt's das hier im Markt?



Ist das eher süß oder herzhaf?



Fettes Brot, feier ich.

# 06 Ergebnisse

## WELCHE ZIELE WURDEN ERREICHT?



### Zielgruppengespräche

Während des gesamten Aktionszeitraums haben die Promoter mit über 600 Passanten gesprochen.



### Gepflanzte Bäume

Durch die Aktion wurden 24 weitere Bäume an Plant for the Planet gespendet.



### Interaktionen

Über 100 Personen haben Fotos der Werbefahrräder aufgenommen.



### Anzahl Kilometer

Insgesamt waren alle Werbefahrräder während des Aktionszeitraums 360 km on Tour.



### Zielgruppen-Insights

Auffällige und humorvolle Werbung weckt Neugier.



### Verteilte Sticker

Während der Aktion wurden 600 Sticker verteilt.

# 07 Bilder

## EINE AUSWAHL DER BILDER DER AKTION AUS HAMBURG (KW 14)



# 07 Bilder

EINE AUSWAHL DER BILDER DER AKTION AUS PRISDORF/PINNEBERG  
UND QUICKBORN/NORDERSTEDT (KW 14)



# 07 Bilder

EINE AUSWAHL DER BILDER DER AKTION AUS KALTENKIRCHEN UND STADE (KW 14)



# 07 Bilder

## EINE AUSWAHL DER BILDER DER AKTION AUS HAMBURG UND WEDEL (KW 15)



# 07 Bilder

## EINE AUSWAHL DER BILDER DER AKTION AUS HAMBURG (KW 16)



# 08 Optimierungspotenziale

## UNSERE VORSCHLÄGE FÜR NOCH MEHR REICHWEITE

### Weiteres Wachstumspotenzial

#### Gebrandete Promotion-Outfits

Einheitliche Outfits mit Eurem Logo verleihen den Promotern einen authentischen Auftritt. Sie werden noch stärker als das Gesicht Eurer Marke wahrgenommen und hinterlassen einen bleibenden Eindruck.

#### BikeCards

Mit BikeCards erreicht ihr Radfahrende auch außerhalb des Bewerbungszeitraums. Eine smarte Möglichkeit, eure Marke nachhaltig ins Gedächtnis zu rufen – natürlich auf 100 % recyceltem Papier.

#### Sattelschoner

Sattelschoner aus 100 % recyceltem Plastik sind der Gamechanger für eine langfristige Kundenbindung. Sie bieten jahrelangen Mehrwert und sorgen für maximale Sichtbarkeit im Zielgebiet.



# 09 Ansprechpartner

## WIE KÖNNEN WIR WEITERHELFFEN?



**Carlos Sievers**

**Geschäftsführer**

Marketing und  
Organisation



**Konstantin Braun**

**Geschäftsführer**

Beratung und  
Finanzen



**Benedikt Popp**

**Kampagnen Manager**

Routenplanung und  
Kommunikation



**Robert Lüdtke**

**Büroassistentz**

Back-Office und  
Organisation



## Unser Team

Bei Rückfragen melde dich  
gerne jeder Zeit bei uns.

