

Sie lieben Lebensmittel
genauso wie wir?

DYBILL Reporting

GROSSE
NEUERÖFFNUNG
AM 26.11.2025 UM 07:30 UHR

Krombholz
Aus Liebe zu Lebensmitteln

EDEKA Krombholz NEÖ in Stuttgart

26.11.2025 - 29.11.2025



01 Übersicht & Ziele

DER ÜBERBLICK ÜBER EURE WERBEFAHRRAD AKTION



Einsatzmedium

Unsere Werbefahrräder sind eine Mischung aus Außenwerbung und Promotion.



Anzahl Werbefahrräder

Eure 2 Werbefahrräder waren mit insgesamt 8,6 m² Werbefläche für euch on Tour.



Ziele der Aktion

Ziel der Aktion ist es, die Besucherfrequenz und die Bekanntheit zu steigern.



Einsatzort

Eure Werbefahrräder waren mit den Promotern in Stuttgart on Tour.



Gesamtlaufzeit

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



Zielgruppen

Alle Einwohner aus Stuttgart Ost.

02 Werbezeitraum

EURE GENAUEN WERBEZEITRÄUME

Der Aktionszeitraum wurde gewählt, um eine maximale Reichweite und Kundenfrequenz zu erreichen.

Datum	Mittwoch, 26.11.	Donnerstag, 27.11.	Freitag, 28.11.	Samstag, 29.11.
Uhrzeit	12.00- 18.00 Uhr	12.00- 18.00 Uhr	12.00- 18.00 Uhr	12.00- 18.00 Uhr
Anzahl Werbefahrer	2	2	2	2

03 Feedback & Werberoute

UNSER FEEDBACK ZU DER AKTION UND DIE WERBEROUTE

Unser Feedback

Die Aktion war aus unserer Sicht ein großer Erfolg!

Rund um die Neueröffnung von EDEKA Krombholz sorgten unsere aufmerksamkeitsstarken Werbefahrräder für viel Aufsehen.

Die Werbebanner überzeugten mit ihrem klaren Design und waren ein echter Blickfang.

Die Flyer ergänzten die Maßnahme hervorragend und stärkten die nachhaltige Wirkung der Aktion.

Wir freuen uns sehr, dass wir Teil der Aktion sein durften und blicken gespannt auf zukünftige gemeinsame Projekte.

Route



04 Feedback der Promoter

DAS HABEN GABRIEL & EMAD WÄHREND DER AKTION ERLEBT

Persönliche Einschätzung

„Die Promotion lief wirklich gut und hat großen Spaß gemacht.

Die Werbebanner waren ein echter Hingucker und haben schon von Weitem die Aufmerksamkeit der Leute auf sich gezogen.

Zahlreiche Passanten blieben stehen und warfen einen neugierigen Blick darauf.

In diesem Zuge konnten wir sehr gut die Flyer verteilen.

Insgesamt war es aus meiner Sicht eine rundum gelungene Aktion.“

Gabriel



05 Feedback der Zielgruppen

ZURUFE, FEEDBACK UND FRAGEN ZU EURER AKTION

Während des Aktionszeitraums wurden unsere Promoter von über 400 Personen angesprochen.



Oh, ein neuer EDEKA in der Stadt, das ist ja praktisch.



Wird es zur Eröffnung besondere Angebote geben?



Gibt es dort eine Frischetheke für Fleisch und Käse?



Gibt es eine Bäckerei im Eingangsbereich?



Kommt man dort gut mit dem Auto hin?



Gibt es eine Sushi-Bar?



Wie komme ich von hier am besten dorthin?



Hast du einen Flyer für mich?

06 Ergebnisse

WELCHE ZIELE WURDEN ERREICHT?



Zielgruppengespräche

Während des gesamten Aktionszeitraums wurde mit über 400 Passanten gesprochen.



Gepflanzte Bäume

Durch Eure Aktion wurden 16 weitere Bäume an Plant for the Planet gespendet.



Interaktionen

Über 25 Personen haben Fotos der Werbefahrräder aufgenommen.



Anzahl Kilometer

Insgesamt waren alle Werbefahrräder während des Aktionszeitraums 240 km on Tour.



Top Touchpoints

Die besten Touchpoints waren vor den konkurrierenden Märkten.



Verteilte Flyer

Während der Aktion wurden 400 Flyer von uns verteilt.

07 Bilder

EINE AUSWAHL DER BILDER EURER AKTION



08 Verbesserungsmöglichkeiten

UNSERE VORSCHLÄGE FÜR NOCH MEHR REICHWEITE

Es geht immer noch mehr

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 Eure Ansprechpartner

WIE KÖNNEN WIR DIR WEITERHELFFEN?



Carlos Sievers

Geschäftsführer

Marketing und
Organisation



Konstantin Braun

Geschäftsführer

Beratung und
Finanzen



Benedikt Popp

Kampagnen Manager

Routenplanung und
Kommunikation



Robert Lüdtkke

Büroassistentz

Back-Office und
Organisation



Unser Team

Bei Rückfragen zu der Aktion
melde dich gerne jeder Zeit bei
uns.



10 Eure Botschaft im besten Licht

STRAHLENDE SICHTBARKEIT AUCH NACH SONNENUNTERGANG

Strahlende Markenpräsenz

Mit integrierter Beleuchtung bleiben eure Banner auch in der Dämmerung und am Abend klar sichtbar.

Maximale Reichweite dank klarer Wahrnehmung bei allen Lichtverhältnissen.

Ein starkes Plus für eure Markenpräsenz in den Abendstunden und der dunklen Jahreszeit.

