

DYBILL Reporting

Emma Services GmbH
Store Awareness

13.03.2026 - 14.03.2026



01 Übersicht & Ziele

DER ÜBERBLICK ÜBER DIE WERBEFAHRRAD-AKTION



Einsatzmedium

Die Werbefahrräder sind ein Mix aus Außenwerbung und Promotion.



Anzahl Werbefahrräder

Die zwei Bikes waren mit insgesamt 8,6 m² Werbefläche im Zielgebiet unterwegs.



Ziele der Aktion

Ziel der Aktion ist es, Aufmerksamkeit für den Emma Store in Hamburg zu schaffen.



Einsatzort

Die Werbefahrräder waren mit den Promotern in Hamburg on Tour.



Gesamtlaufzeit

Die Aktion lief über 2 Tage und über 6 Stunden täglich.



Zielgruppen

Alle Menschen aus Hamburg, insbesondere Erwachsene ab 30 Jahren.

02 Werbezeitraum

DIE AKTIONSZEITRÄUME

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

Datum	Freitag, 13.03.	Samstag, 14.03.
Uhrzeit	12.00- 18.00 Uhr	12.00- 18.00 Uhr
Anzahl Werbefahrer	2	2
Werberoute	1.	2.

03 Touchpoints & Werberoute

DIE TOUCHPOINTS ZU DER AKTION UND DIE WERBEROUTE

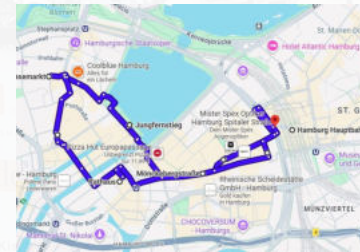
Touchpoints

Die Werbefahrräder wurde an folgenden Touchpoints kurzzeitig abgestellt:

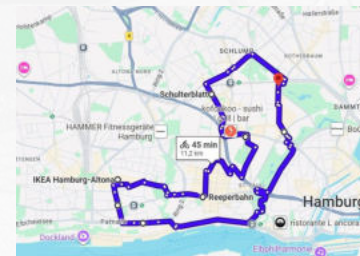
- Rathausmarkt
- Mönckebergstraße
- Jungfernstieg
- Hamburg Hauptbahnhof
- Reeperbahn
- IKEA Hamburg-Altona
- Große Bergstraße
- Sternschanze & Schulterblatt

An diesen und weiteren Touchpoints, haben die Promoter Fotos gemacht sowie Flyer und Give-Aways verteilt.

Route 1.



Route 2.



04 Feedback der Promoter

DAS HABEN ROMAN & SOUFYAN WÄHREND DER AKTION ERLEBT

Persönliche Einschätzung

"Wir waren auf unserer Route durch die Hamburger Innenstadt unterwegs.

Die Aufmerksamkeit, die wir dabei erzeugen, war beeindruckend.

Das Wetter war top und die Straßen waren voller Menschen.

Es kam immer wieder zu Interaktionen mit Interessierten, an die wir sehr gut Flyer verteilen konnten.

Insgesamt eine sehr gelungene Aktion."

Roman



05 Feedback der Zielgruppen

ZURUFE, FEEDBACK UND FRAGEN ZU DER AKTION

Während des Aktionszeitraums wurden unsere Promoter von über 200 Personen angesprochen.



Wo ist das Emma Geschäft genau?



Habt ihr auch Matratzen für Menschen mit Rückenschmerzen?



Gilt das Angebot nur heute oder den ganzen Monat?



Kann ich mir das Kissen selbst aussuchen?



Habt ihr auch Betten oder nur Matratzen?



Kann man die Matratzen auch liefern lassen?



Was kostet so eine Emma Matratze ungefähr?



Kann man die Matratzen auch zurückgeben, wenn sie nicht passen?

06 Ergebnisse

WELCHE ZIELE WURDEN ERREICHT?



Zielgruppengespräche

Während des gesamten Aktionszeitraums haben die Promoter mit über 200 Passanten gesprochen.



Interaktionen

Über 30 Personen haben Fotos der Werbefahrräder aufgenommen.



Zielgruppen-Insights

Viele kennen Emma aus der Online-Werbung, möchten die Matratzen aber einmal im echten Leben sehen und probeliegen.



Gepflanzte Bäume

Durch die Aktion wurden 8 weitere Bäume an Plant for the Planet gespendet.



Anzahl Kilometer

Insgesamt waren alle Werbefahrräder während des Aktionszeitraums 120 km on Tour.



Verteilte Flyer

Während der Aktion wurden 200 Flyer von den Promotern verteilt.

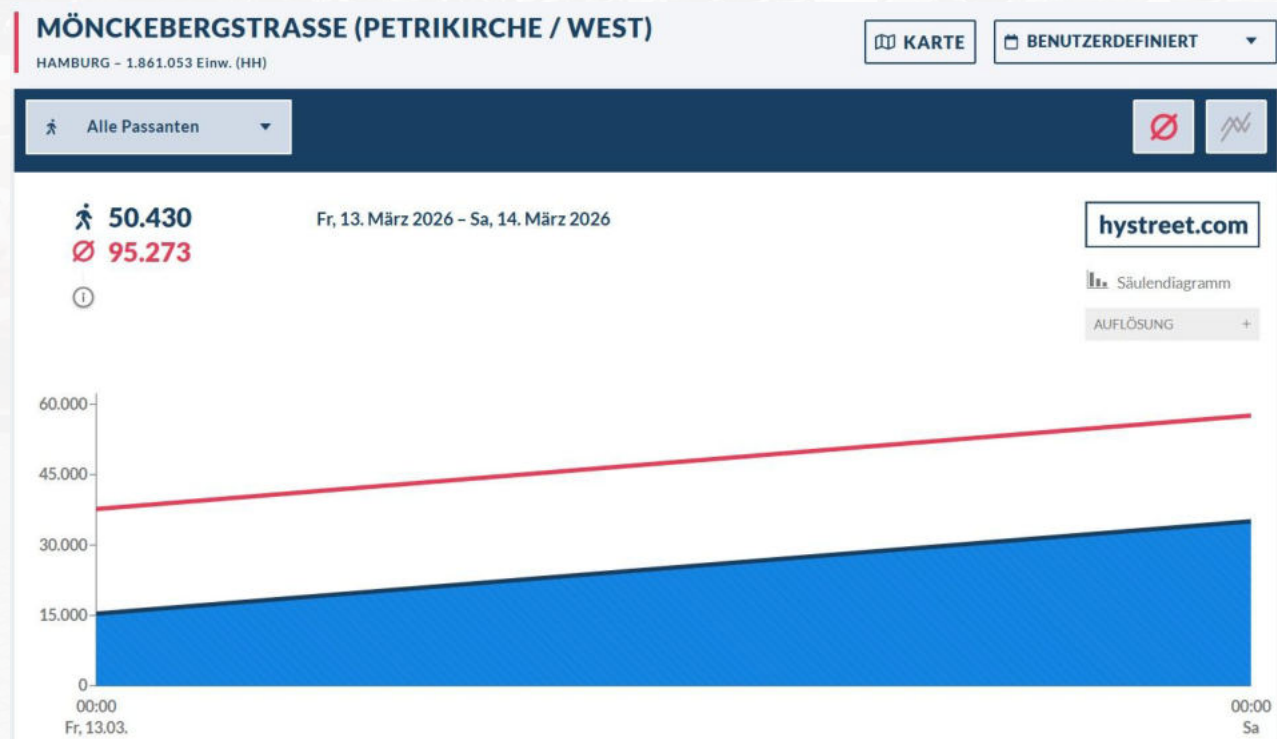
07 Passantenfrequenz

WIE VIELE PASSANTEN WAREN WÄHREND DES AKTIONSZEITRAUMS IM ZIELGEBIET?



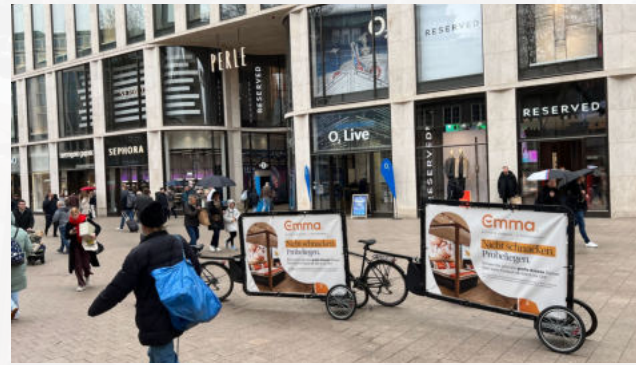
Passantenfrequenz

Rechts zu sehen ist die Passantenfrequenz für die Mönckeberstraße während des Aktionszeitraums.



08 Bilder

EINE AUSWAHL DER BILDER DER AKTION



09 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.



10 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 Lüdtkke

Büroassistenz

Back-Office und
Organisation



Unser Team

Bei Rückfragen melde dich
gerne jeder Zeit bei uns.



11 Immer Sichtbar

STRALENDE 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.

