

DYBILL Reporting

Snipes SE

27.02.2026 - 28.02.2026



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

JD-Neueröffnung nutzen, um Kunden mit attraktiven Angeboten gezielt zu Snipes umzuleiten.



Einsatzort

Die Werbefahrräder waren mit den Promotern in Köln on Tour.



Gesamtlaufzeit

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



Zielgruppen

Besucher der Neueröffnung von JD Sports in Köln sowie sneaker- und streetwear-affine Zielkunden im direkten Umfeld.

02 Werbezeitraum

DIE AKTIONSZEITRÄUME

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

Datum	Freitag, 27.02.	Samstag, 28.02.
Uhrzeit	12.00- 18.00 Uhr	12.00- 18.00 Uhr
Anzahl Werbefahrräder	2 - 1 pro Route	2 - 1 pro Route

03 Touchpoints & Werberoute

DIE TOUCHPOINTS ZU DER AKTION UND DIE WERBEROUTE

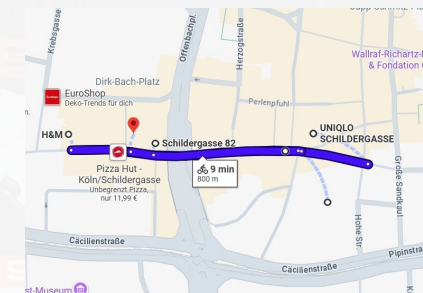
Touchpoints

Die Werbefahrräder wurde an folgenden Touchpoints kurzzeitig abgestellt:

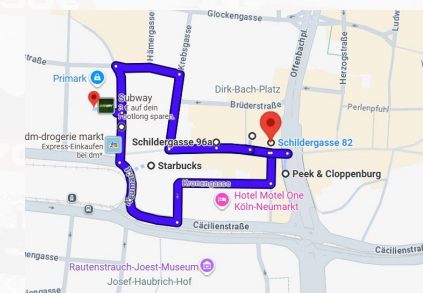
- JD Store, Schildergasse 84a
- H&M, Schildergasse 98-100
- UNIQLO SCHILDERGASSE, Schildergasse 24-30
- SNIPES, Schildergasse 120
- Starbucks, Neumarkt 1a
- NEUMARKT Galerie Köln
- Peek & Cloppenburg

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 BARA & SAMED WÄHREND DER AKTION ERLEBT

Persönliche Einschätzung

"Ich war für Snipes unterwegs und war von der Wirkung des Anhängers wirklich beeindruckt. Die Aufmerksamkeit war enorm.

Das Wetter war hervorragend und in der Innenstadt war entsprechend viel los.

Die Rabatte haben viele Menschen neugierig gemacht, sodass ich die Flyer sehr gut verteilen konnte.

Dadurch wurde Snipes in meinem Umfeld unmittelbar zum Gesprächsthema.

Jederzeit gerne wieder."

Samed



05 Feedback der Zielgruppen

ZURUFE, FEEDBACK UND FRAGEN ZU DER AKTION

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



90 Euro für Air Force? Das ist stark.



Gilt der Preis nur heute?



Gibt es noch alle Größen?



Wie lange läuft die Aktion?



Das ist ja günstiger als online.



Wo ist der nächste Snipes?



Nur solange der Vorrat reicht? Dann muss ich schnell sein.



Hast du einen Flyer für mich?

06 Ergebnisse

WELCHE ZIELE WURDEN ERREICHT?



Zielgruppengespräche

Während des gesamten Aktionszeitraums haben die Promoter mit über 400 Passanten gesprochen.



Interaktionen

Über 30 Personen haben Fotos der Werbefahrräder aufgenommen.



Zielgruppen-Insights

Die Zielgruppe reagiert stark auf attraktive Sneaker-Deals und entscheidet spontan.



Gepflanzte Bäume

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



Anzahl Kilometer

Insgesamt waren alle Werbefahrräder während des Aktionszeitraums 40 km on Tour.



Verteilte Flyer

Während der Aktion wurden 200 Flyer von den Promotern verteilt.

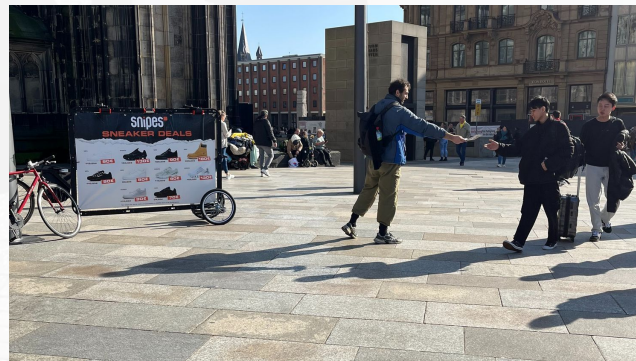
07 Bilder

EINE AUSWAHL DER BILDER DER AKTION



08 Bilder

DIE PROMOTER BARA & SAMED FÜR SNIPES IM EINSATZ



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

Büroassistentz

Back-Office und
Organisation



Unser Team

Bei Rückfragen melde dich
gerne jeder Zeit bei uns.



11 Immer Sichtbar

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.

