



CASE STUDY LIDL

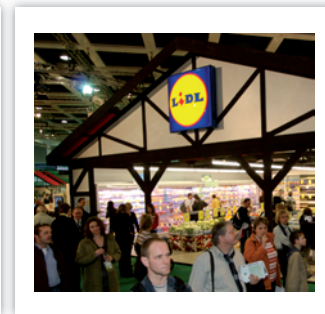
PR-Begleitung und Umsetzung eines Schüler-Gewinnspiels



Besucher auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin



Der Internet-Auftritt des Gewinnspiels



Der LIDL-Markt auf der Internationalen Grünen Woche

LIDL ist Teil der Schwarz Unternehmensgruppe und heute einer der erfolgreichsten Lebensmittelhändler Europas. Mit circa 7.000 Märkten in 24 Ländern betreibt LIDL das größte Filialnetz in Europa.

Zusammenarbeit mit wbpr: seit Oktober 2006

Ausgangssituation

LIDL forciert seit Mitte des Jahres 2006 die Themen „gesunde Ernährung“ und „hochwertige Lebensmittel aus heimischer Produktion“. Im Januar 2007 beteiligte sich das Unternehmen erstmals an der Internationalen Grünen Woche in Berlin, eine der weltweit größten Messen für Ernährungswirtschaft, Landwirtschaft und Gartenbau. Zentrales Anliegen war es, die Qualität und Frische der heimischen Produkte sowie deren Weg von der Herstellung bis in die LIDL-Filialen anschaulich darzustellen – insbesondere für Kinder und Jugendliche.

Vorgehen

Um Kinder und Jugendliche an das Thema gesunde Ernährung heranzuführen, entstand die Idee, im Rahmen des Auftritts auf der Internationalen Grünen Woche ein deutschlandweites Gewinnspiel für Schüler zu initiieren. Die Preisvergabe wurde so gestaltet, dass einzelne Schüler nur im Namen ihrer Schule an dem Gewinnspiel teilnehmen konnten und dementsprechend auch die Gewinne (Computer, Geldpreise, Erlebnistage) den Klassen beziehungsweise den gesamten Schulen zugute kamen. Auf diese Weise wurde die Attraktivität des Gewinnspiels für die Medien gesteigert.

wbpr war sowohl für die gesamte Medienarbeit im Rahmen der Internationalen Grünen Woche als auch für die Umsetzung und mediale Begleitung des Gewinnspiels verantwortlich.

► Konzeption und Umsetzung des Projektes

Für das Gewinnspiel erstellte wbpr eine eigene Website, auf der neben dem Online-Fragebogen auch detaillierte Informationen rund um das Thema gesunde Ernährung bereitgestellt wurden. Außerdem betreute wbpr die komplette Umsetzung und Abwicklung des Gewinnspiels.

Die umfangreichste Aufgabe war die Vergabe von über 1.200 ersten, zweiten und dritten Preisen. Besonders anspruchsvoll war die Organisation von Erlebnistagen für 1.150 Schulklassen, also Klassenfahrten in regionale Lebensmittel-Produktionsbetriebe, die zwischen Betrieben, Lidl, Schulen und Busunternehmen koordiniert werden mussten.

► **begleitende Medienarbeit**

Im Zentrum der Pressearbeit standen Medienpartnerschaften mit Tageszeitungen in jedem Bundesland. Die jeweils führenden regionalen Tageszeitungen wurden als Mitorganisatoren des Gewinnspiels gewonnen und präsentierten so ihr eigenes Engagement für die Schulen in der Region gemeinsam mit dem Hauptinitiator LIDL. Die Medien hatten somit hohes Interesse an einer kontinuierlichen Berichterstattung über das Gewinnspiel.

Ergebnis

- Große Regionalmedien wie Augsburgener Allgemeine, Märkische Allgemeine, Mitteldeutsche Zeitung, Nordsee-Zeitung oder Westdeutsche Allgemeine Zeitung wurden als Medienpartner gewonnen.
- Die Medienpartner berichteten kontinuierlich Offline und Online über das Gewinnspiel.
- Über 77.000 Schülerinnen und Schüler von 15.626 Schulen aus ganz Deutschland beteiligten sich am Gewinnspiel.
- Die Ankündigung und Begleitung des Gewinnspiels erfolgte durch bundesweite Medienberichterstattung (Gesamtauflage: rund 4.452.000).
- Die Gewinnübergaben wurden von Medienpartnern wie auch zusätzlich weiteren Lokalmedien bundesweit begleitet (Gesamtauflage: rund 4.240.000).
- Mit der Übergabe der Preise und der Durchführung der Erlebnistage wurden insgesamt rund 34.000 Direktkontakte mit Schülerinnen und Schülern sowie dem Lehrpersonal realisiert, zum Großteil unter persönlicher Begleitung durch Vertreter von LIDL.



Denise spendet Computer
Zehn Multimediale Geräte plus Druckern vom Online-Gewinnspiel für Grundschule

Die Mittelschule in Zetting hat die SchülerInnen von Sachsen-Anhalt im 18. Internet-Gewinnspiel am Online-Gewinnspiel teilgenommen. Die Gewinnerin Denise hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Yvonne Wenzel
Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Julia 78 000 Kinder
Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Michaela Wenzel
Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Mitteldeutsche Zeitung



Robert gewinnt Computerkabinett für seine Schule

Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Robert
Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Ostsee-Zeitung



Das große Los gezogen
Marienrealschule Elfjährige der Klasse 5c holte sich den ersten Preis bei einem Internetgewinnspiel – Zehn neue Rechner für Computerraum

Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Christina
Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Allgäuer Zeitung



Zehn neue Computer für den Unterricht
Realschule Bötzingen hat bei Internet-Gewinnspiel den ersten Preis – Schüler Simon Eckle schickte die Sieger-E-Mail

Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Simon Eckle
Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Süddeutsche Zeitung



Gewinnspiel endet mit großem Finale
77.000 Schüler haben sich bundesweit an Aktion „Krebnis Bauernhof“ beteiligt – Ersten Preis vergeben

Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Christina
Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Nordsee-Zeitung



Bednickel der Sieger
Zehnjähriger macht bei Gewinnspiel mit, gewinnt – und seine Schule freut sich über zehn neue Computer

Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Christina
Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Thüringer Allgemeine



Riesen-Scheck für Rate-Quiz-Gewinner
Online-Gewinnspiel brachte Stockelsdorfer Grundschulern 1000 Euro für die Klassenkasse

Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Mara
Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt. Die Klassenkasse hat sich ein Computer-Kabinett geschenkt.

Lübecker Nachrichten