

Junge Wiener Digitalagentur „Fuchsfabrik“ schafft mit der Marke Kenwood in Österreich internationalen Best-Practice-Fall

Online-Kampagne steigerte 2018 den Umsatz für Auftraggeber signifikant. Nun ist die Fuchsfabrik 2019 als Kreativagentur für die De'Longhi-Kenwood GmbH gesetzt

Im Oktober 2018 startete **Kenwood** folgende Österreich-Promotion: Beim Kauf von Kenwood-Küchenmaschinen konnten Konsumenten bis zu drei Zubehörteile auswählen und gratis dazu bestellen. Mit Konzeption, Design und Umsetzung der Online-Kampagne wurde die junge (Durchschnittsalter 23 Jahre!) Wiener Digitalagentur **Fuchsfabrik** betraut. Diese bediente sich – in Abstimmung mit der **Mediaagentur DentsuX** – bei der Realisierung für eine neue **Google**-Technologie: Mit **Dynamic Creatives** werden Zielgruppen mit maßgeschneiderten Sujets bedient.

Im Vorfeld wurde gemeinsam mit DentsuX evaluiert, welche Zielgruppen („Cooking Enthusiasts“, „Wedding Planner“, „Foodies“, ...) welche Inhalte beim Erstkontakt und den Folgekontakten sehen sollte. Dann wurden diese Informationen gemeinsam mit einem Grunddesign der Anzeige sowie mit Text- und Bild-Variationen Google zur Verfügung gestellt.

Die Suchmaschine erstellte dann – anhand der Interessen, Suchverhalten und demographischen Merkmalen der Personen – je nach Zugriff das passende Sujet. Insgesamt kamen so mehr als 100 verschiedene Werbemittel zum Einsatz.

Daniel Scheuch, Geschäftsführung Fuchsfabrik: *„Wir können so unmittelbar mit den Zielgruppen interagieren und auch unseren Anspruch leben, stets das effizienteste digitale Erlebnis für den Kunden zu kreieren.“*

Ergebnis führt zur fixen Partnerschaft 2019

Die Kampagne zeitigte mit einer Laufzeit von nicht einmal drei Monaten herausragende Resultate. **Vanja Kuzet, Senior Marketing Manager Kenwood:** *„Wir konnten mit Hilfe der Kampagne den Kenwood-Umsatz im Jahr 2018 um 19 % erhöhen. Weiters ist unser Marktanteil bei Küchenmaschinen um 5,1 % auf 40,3 % mengenmäßig und um 3 % auf 54,5 % wertmäßig gestiegen.* Begeistert hat uns aber vor allem die Verdreifachung der durchschnittlichen Clickraten im Vergleich zu den vergangenen digitalen Kampagnen.“*

*(Quelle: GFK Zahlen 01-12/2018)

Kuzet ist auch für die Arbeitsweise der jungen Fuchse voll des Lobes: *„Mit der Fuchsfabrik haben wir nicht nur eine Agentur, sondern einen Partner gefunden, der die Marke Kenwood und die dazugehörige Strategie und Ziele versteht. Vor allem aber die reibungslose Zusammenarbeit und Abstimmung zwischen unserer **Media-Agentur DentsuX**, Agentur*

Fuchsfabrik und uns als Kunden hat signifikant zu unserem Erfolg beigetragen.“

Kein Wunder, dass die Zusammenarbeit zwischen der De’Longhi-Kenwood GmbH und der Fuchsfabrik nun offiziell für das ganze Jahr 2019 fixiert wurde. Darüber hinaus schlägt das Projekt auch internationale Wellen.

Katharina Walenta, Marketing Director De’Longhi-Kenwood GmbH: „Die herausragende Umsetzung der Kampagne und dessen Ergebnisse haben auch in unserer Zentrale Anklang gefunden und wird als ‚Best Practice‘ für andere Niederlassungen herangezogen.“

Rückfragenhinweis:

Daniel Scheuch
Fuchsfabrik Digitalagentur GmbH
Lerchenfelder Strasse 52/2/1
1080 Vienna, Austria
+43 699 1929 3570
daniel@fuchsfabrik.at
fuchsfabrik.at

Über Fuchsfabrik:

Die Wiener Fuchsfabrik Digitalagentur GmbH ist ein seit 2014 agierendes Unternehmen mit dem Ziel, kontinuierlich die besten digitalen Erlebnisse zu kreieren. Dazu kann das ganze Team seinen Faible für intuitives Design und für zielgerichtete Kommunikation sowie sein technisches Verständnis von revolutionären Technologien ausleben.

Für folgende Unternehmen konnten die fünf Füchse mit Durchschnittsalter 23 bereits Projekte realisieren: **De’Longhi-Kenwood GmbH mit den Marken Kenwood und Braun, Sky, IKEA und Burger King.**

Florian Fazekas, Geschäftsführung Fuchsfabrik: *„Als waschechte Millennials sind wir von klein auf mit digitalen Medien aufgewachsen und durchblicken daher, wie Online Content und Soziale Medien mit Mensch und Maschine agieren. Entgegen der Schnelllebigkeit des digitalen Raumes oder der Vergänglichkeit von Facebook-Likes streben wir immer danach, das beste digitale Storytelling zu bieten und zugleich zu beweisen, dass die Zukunft mehr parat hält als eine Generation Neckache.“*

Fuchsfabrik – das Gründungsteam:

Denise Roznovsky (Jahrgang 1995, Graphic Design) absolvierte mit Auszeichnung den Bachelor Studiengang „Graphic and Informationdesign“ an der New Design University; Master in „Graphic Branding and Identity“ an der University of Arts London. Seit 2014 Fuchsfabrik.

Florian Fazekas (Jg. 1994, Geschäftsführung): juristischen Ausbildung mit Schwerpunkt auf IT & IP Law; Leitung von Start-up-Projekten in Kalifornien und Dänemark. Seit 2014 Fuchsfabrik.

Daniel Scheuch (Jg. 1995, Geschäftsführung): noch vor dem Abschluss des TGM Wien/Medientechnik erfolgte der Schritt in die Selbstständigkeit, Leitung der Start-up-Projekte in Kalifornien und Mitarbeit in Dänemark gemeinsam mit Florian. Seit 2014 Fuchsfabrik.