

# case study

Code 111



# Schon mal was von der Bezeichnung „Code 111“ gehört?

Dabei handelt es sich weder um den Titel einer geheimen Mission noch um eine neuartige Datenverschlüsselung – es ist – \*Trommelwirbel\* – ein Führerscheineintrag.

Und zwar einer, mit dem B-Schein-Besitzer ohne Prüfung Motorroller und Motorräder bis 125 ccm fahren können – auf Basis von sechs Schulungsstunden. Den meisten Autofahrern ist das kaum bekannt, was eine Kampagne im Auftrag der österreichischen Zweiradhändler ändern sollte – und geändert hat.

## Der Media-Mix



Auf Basis der Budgetvorgaben und guter Erfahrungswerte haben wir uns bei Code 111 für eine Kombination aus Hörfunk- und Online-Kampagne entschieden. Dadurch konnten wir die zwei Kommunikationsziele „hohe Awareness“ und „Conversion“ optimal fokussieren und, wie das Kampagnenergebnis zeigt, auch erreichen.

## Das Zentrum der Kampagne

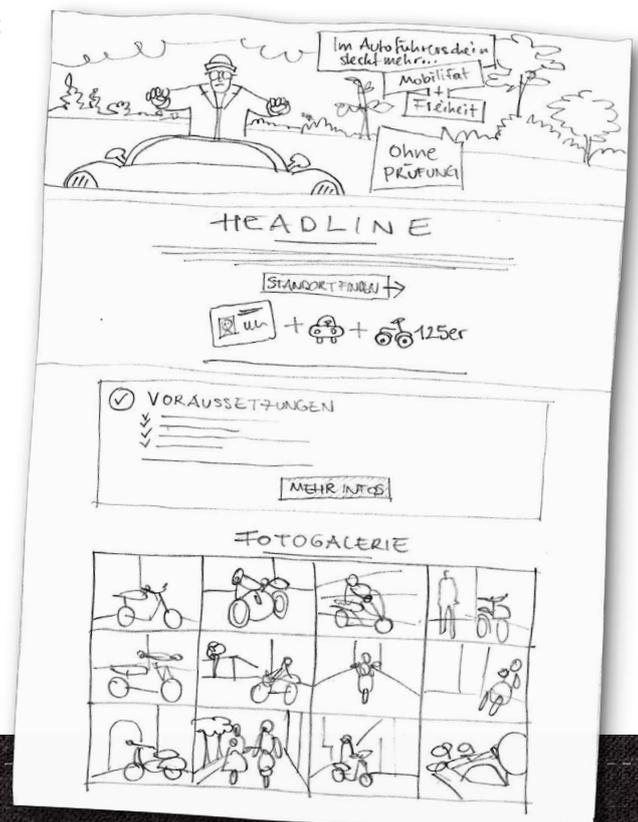
Als Dreh- und Angelpunkt wurde die Website [www.b-kann-mehr.at](http://www.b-kann-mehr.at) gelauncht, die einen **Fahrschulfinder** bietet und online mit einer **programmatischen Banner-Kampagne** sowie **Google AdWords** beworben wurde. Während herkömmliche Werbebanner kaum noch Klicks erzeugen, konnten durch die programmatische Auspielung 16.256 Klicks generiert werden.

Das **Conversion-Ziel** auf der Website war die Nutzung des Fahrschulfinders, damit die User eine Fahrschule in ihrer Nähe finden, bei der sie die 6 Schulungsstunden für den Code 111 absolvieren können.

**Das phänomenale Ergebnis:** Mehr als 16 % aller Websitebesucher nutzten den Standortfinder, um sich eine Fahrschule herauszusuchen.

### KONZEPTION / WIREFRAMING

Nebenstehend sehen Sie eines der ersten Wireframes, das die Idee des Fullscreen-Layouts als auch die auf der Startseite benötigten Inhalte vereint.



## Die technische Umsetzung

Die Website wurde im Content Management System Contao umgesetzt. Zur optimalen Darstellung des Layouts wurden die neuesten Techniken aus HTML5, CSS3 sowie JavaScript und für die optimale Performance PHP 7 angewendet.

Die Einbindung des **Standortfinders** beruht auf der Integration der Google Maps Api und dem Google Maps Geocoding der österreichischen Postleitzahlen.



## Der Clou - Programmatic Ads

Ein Zubringer für unsere Zielseite waren Online-Werbebanner. Statt die Werbebanner statisch auf einem Set vorgegebener Websites zu platzieren, wurden diese dynamisch auf Basis definierter Userprofile und des Nutzerverhaltens eingeblendet – und zwar **website- und plattformübergreifend**. Im Ergebnis wurde durch diese programmatische Auspielung die Zielgruppe **deutlich besser targetiert – bei gleichzeitiger Reduzierung des Streuverlustes**.

Zudem ist bei einer programmatischen Banner-Kampagne die Bestimmung des CPC-Wertes (Cost per Click) im Vorfeld möglich. Der Kunde weiß somit im Vorfeld, was ein Lead (Besucher) auf die Zielseite kostet und wie viele Leads er in Summe für sein Online-Media-Budget erhält. Ebenfalls ein Novum, das klassische Online-Banner-Kampagnen nicht bieten.



# Google AdWords

Für die themenbezogene Suche auf Google wurde eine abgestimmte AdWords-Kampagne konzipiert, die Suchanfragen rund um Motorrad- und Autoführerschein gezielt abgefangen hat.

Im Ergebnis konnte – auch durch eine kontinuierliche Optimierung – eine hervorragende **Click-Through-Rate von 13,15 %** erreicht werden.



## Hörfunk für mehr Awareness

Für noch mehr Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit wurden parallel Hörfunkspots geschaltet. Schließlich läuft bei den meisten Autofahrern während der Fahrt das Autoradio und unsere Zielgruppe konnte so perfekt abgeholt werden.

**Die Zugriffe auf die Website konnten während der Hörfunkspot-Laufzeit deutlich gesteigert werden, was zeigt, dass sich klassische Medien wie Radio und Online hervorragend kombinieren lassen.**



Den Hörfunkspot finden Sie unter: [www.ghostcompany.com/code111-case-study.html#Anchor01](http://www.ghostcompany.com/code111-case-study.html#Anchor01)

## Die Resultate

**Erhebungs-Zeitraum:** Ende Februar bis Ende September 2017.



**FAZIT:**  
**Klassische Werbung, Programmatic Advertising und Google AdWords-Kampagnen lassen sich optimal aufeinander abstimmen.**

**+12 %**  
bei den  
Führerschei-  
einträgen!



Sie möchten mehr über die enorme Effizienz und die Möglichkeiten für Ihr Unternehmen erfahren? Dann nehmen Sie jetzt Kontakt mit uns auf:

**Michael Mehler**  
Gründer und Geschäftsführer Kreation  
Tel. +43 1 869 21 23-19

### Österreich

Werbeagentur Michael Mehler e. U.  
Donauwörther Straße 12  
2380 Perchtoldsdorf, Österreich  
Tel. +43 1 869 21 23 0  
Fax +43 1 869 21 23 18  
info@ghostcompany.at

### Deutschland

Nymphenburger Straße 4  
80335 München  
Deutschland  
Tel. +49 89 208 027 271  
Fax +49 89 208 027 450  
info@ghostcompany.com

### Schweiz

Freilagerstrasse 73  
8047 Zürich  
Schweiz  
Tel. +41 43 535 21 00  
Mobil +41 76 569 99 22  
stephan.brunner@ghostcompany.ch

Wir sind DACH