

## Wenn der Einkaufswagen zum Geldesel wird

*Erfolgreiche Crossmedia zwischen andré media AG und Radio Charivari*

**Die Meisten geben beim Einkaufen Geld aus. Im Juli stellte ein Goldener Charivari-Einkaufswagen diese Regel auf den Kopf. Wer den Wagen beim Shoppen fand, wurde sofort um 500 oder 1.000 Euro reicher.**

Einen Monat lang war der Goldene Charivari-Einkaufswagen immer wieder versteckt in den Einkaufsmärkten im ostbayerischen Sendegebiet. Zu erkennen war er an dem besonderen Werbeschild am Einkaufswagen, einem CartBoard der andré media AG. Über Radio Charivari wurden Hinweise gegeben, wo sich der Geld bringende Einkaufswagen befinden könnte. Jede Durchsage löste einen Run der Hörer aus.

Das Gewinnspiel war eine gemeinsame Aktion zwischen der andré media AG und Radio Charivari. Charivari brachte sich mit seinem Programm und seinem Internet-Auftritt ein. Der Mix aus Radio, Internet und CartBoards brachte eine starke Werbeform zustande. Zum einen wurde für die CartBoards der Aufmerksamkeitsgrad gesteigert und zum anderen steigerte Charivari seine Hörerbindung und konnte seinen Bekanntheitsgrad festigen, denn neben

den Goldenen Einkaufswagen waren noch 10.000 weitere Einkaufswagen mit Charivari-CartBoards ausgestattet. Die Aktion war eine Idee der Regensburger Werbeagentur ‚Creativ Concept‘.



**Mathias Meier**, Leiter des Geschäftsbereichs Brandvertising bei der andré media AG war sehr zufrieden mit der gemeinsamen Einkaufswagen-Aktion: „Ein rund um gelungener Event, wie die Reaktion der vielen ‚Schatzsucher‘, die Zahl der Klicks im Internet und die spontanen Anrufe bei allen Beteiligten beweisen.“