

# Starbucks Showcase

Für Starbucks Schweiz hat Livesystems in Zusammenarbeit mit Mediaschneider AG, Zürich, eine Drive-to-Store-Kampagne durchgeführt. Die Besucher sollten im öffentlichen Verkehr dazu animiert werden, die Stores in ihrer Umgebung aufzusuchen. Mit dem Geo-Targeting von Livesystems wurden jeweils im Umkreis von 300 m die Stores beworben, die bei der nächsten Haltestelle besucht werden können.



## Setup



Reichweite generieren bei definierter Zielgruppe durch digitale Screens im öffentlichen Raum



Ausstrahlung im Umkreis von 300 m durch Geo-Targeting



Day- und Time-Targeting für noch dynamischere Kampagnen

## Ergebnisse Marktforschung

49 % derjenigen, die sich an die Werbung erinnern können, haben Starbucks aufgrund der gesehenen Werbung aufgesucht. Personen, welche die Werbung gesehen haben, geben nach der Werbeausstrahlung eine um 11 % erhöhte regelmäßige Besuchshäufigkeit (mind. 2 Mal pro Monat) im Vergleich zur Besuchshäufigkeit vor der Werbeausstrahlung an.\*»

\* Ergebnisse aus der Marktforschung der Starbucks-Kampagne, durchgeführt von dieMarktforscher.org, 2021



«Dank der gezielten Kampagnenaussteuerung im Umkreis unserer Coffee-Houses sowie des nicht übersehbaren Werbeformats konnten wir die Effizienz und den Impact unserer Kampagne steigern.»

**Starbucks**  
Kerstin Goutier-Sauer,  
Marketing Manager