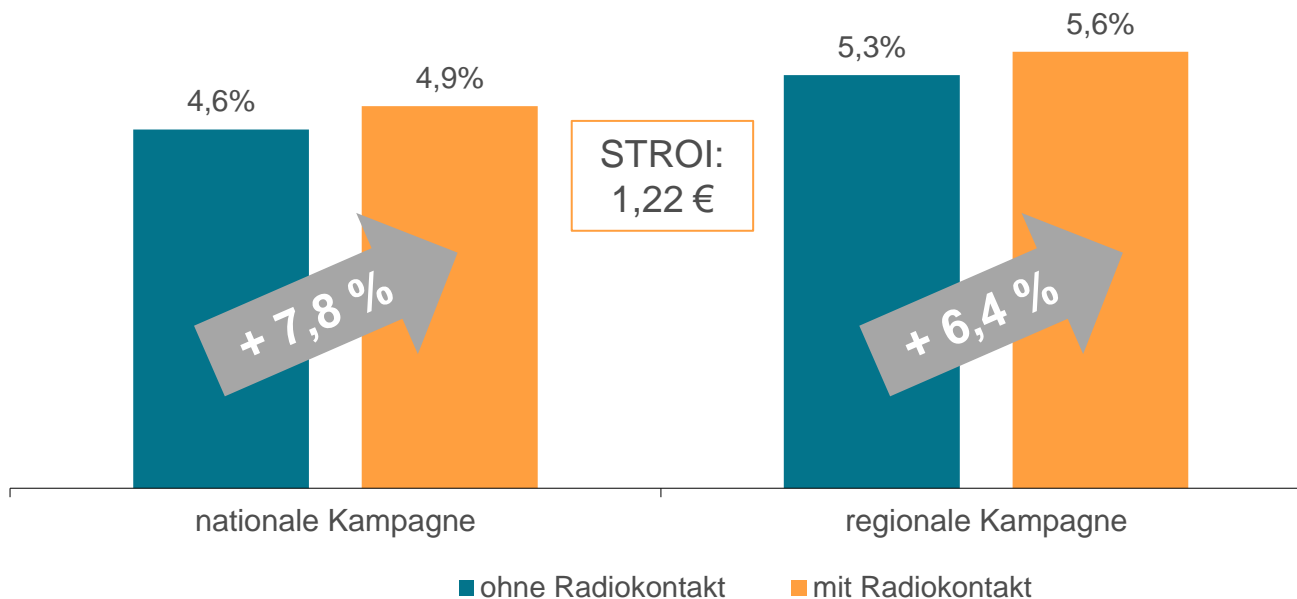


SALES-EFFEKT: WARSTEINER – ERST NATIONAL VORBEREITET, DANN REGIONAL GEZIELT NACHGELEGT

WARSTEINER Kronkorken-Meisterschaft: Fünfwöchige nationale Kampagne, die regional in acht Bundesländern um zwei Wochen verlängert wurde.

Käuferanteil in Prozent, die in der Warengruppe Bier (Pilsbiere, Biermischgetränke, alkoholfreies Bier) WARSTEINER gekauft haben.



Die Radio-Spots von WARSTEINER sorgten für deutliche Abverkaufssteigerungen. Der kurzfristig erzielte Zusatzumsatz pro eingesetztem Werbeeuro im Radio (=Short Term Return on Investment) betrug 1,22 Euro.