



BEST CASE: AOK PLUS

CHALLENGE

1. **Maximale Aufmerksamkeit** für die Mitmach-Aktion der AOK PLUS.
2. **Positionierung der AOK PLUS** als Ansprechpartner in allen Fragen rund um das Thema Gesundheit.
3. **Zielgruppengenaue Ansprache:** Bewusst die Leser in Chemnitz, Dresden und Leipzig erreichen!

STRATEGIE

- Wir verpflichten ein Promi-Testimonial exklusiv für die BILD Brand Story und steigern so die Aufmerksamkeit für das Thema.
- In einem spannenden Ratgeber klären wir die wichtigsten Fragen rund um das Thema Fahrrad und integrieren die Fragen, die unsere Leser beschäftigen. Und die JETZT von AOK PLUS beantwortet werden.
- Die Brand Story läuft über die BILD Regio Channels von Chemnitz, Dresden und Leipzig. Auch die Werbemittel werden auf die Leser zugeschnitten ausgespielt. SO erreichen wir genau die Zielgruppe!

STORY

- Tour-de-France-Profi Björn Schröder verrät zum Frühlingsanfang alle coolen Bike-Trends und –Tricks!
- DAZU: Eine exklusive Bilderstrecke: Der große Profi-Rad-Check: So sitzen Sie richtig auf Ihrem Bike und die besten City-Radwege der Städte!
- Die 10 wichtigsten Fragen rund ums Rad – erklären in exklusiven Interviews die Profis vom Radclub!
- Ganz nativ integrieren wir so "Die große Mitmach-Aktion der AOK Plus "Mit dem Rad zur Arbeit" und mehr Sportprogramme, mit kontextuell gesetzte Link-Outs.
- Durch diese journalistische Reportage mit einem großen Ratgeber- und Serviceteil schaffen wir Authentizität und Glaubwürdigkeit.

Brand-Story-Link: <http://bit.ly/2sOJTK2>

BEST CASE: AOK PLUS



Artikel-Views:
> 25.330



Artikel-Verweildauer:
Ø 3:32 Min.



Die Brand Story auf 3 verschiedenen
Regio Channels Chemnitz, Dresden und
Leipzig



8.000 Views garantiert/ 25.330
Views erreicht



