

# Native video: Fremtidens Køkken med Hundebøll og Møldrup

- markant effekt på præferencen

## Situation

Siemens havde behov for en ny og anderledes måde at skabe opmærksomhed omkring Induction Air, gerne på en underholdende og oplysende måde.

Fokus var især at øge præference og kendskab, for derved at skabe mere interesse om Siemens InductionAir og trafik på sitet.

## Løsning

Ekstra Bladet blev valgt som partner til at nå det mål med et native koncept med overskriften "Fremtidens Køkken".

I fem native video artikler med TV personlighederne Mattias Hundebøll og Flemming Møldrup som vært og ekspert blev fem emner i "fremtidens køkken" taget op.

Kampagnen strakte sig over seks uger og støttet op af advertorials og native display med et mere taktisk og produktfokuseret budskab.



“

Vi havde store forventninger til denne native satsning – og vi er på ingen måde blevet skuffet, tvært i mod. Resultaterne taler for sig selv og som afledt effekt oplevede vi en stigning i trafik i kampagneperioden til vores site, hvilket på ingen måde var en KPI på denne kampagne.

- Jonas Andreassen, Brand Campaign Manager,  
Siemens BSH Home Appliances

“

Den effekt vi ser på Siemens kampagnen bekræfter at det valg vi traf i samarbejde med BSH Group var det rigtige – og ønskværdigt for enhver kampagne. Projektstyringen, fra konceptudvikling til optagelse har været optimalt. Dejlig nemt med én kontakt hos EB, der har styret os trygt igennem og godt i mål med denne store native satsning.

- Maria Louise Gylov-Hermann, Digital Director  
Carat Danmark

**543**  
timer brugt  
sammen med  
brandet

=

**+4%**  
brand kendskab  
**+10%**  
produkt kendskab

**Værdier:**  
**+ Høj kvalitet**  
**+ Moderne**  
**+ Brugervenlig**

**+32%**  
i præference