

„Narri! Narro! - Geh nicht K.O.!“



Fallstudie



acquiroy.

**Turnerweg 12
91074 Herzogenaurach**

**Tel. 09132 733 817
Büro Konstanz 07531 584 7890**

**www.acquiroy.de
info@acquiroy.de**

1. Kunde	2
2. Zeitraum	2
3. Kosten	2
4. Ziel	3
5. Zielgruppe	3
6. Lösung	4
7. Durchführung	4
7.1. CityCards-Kampagne	4
7.2. Verteilung von Cup Protectors im Rahmen mehrer Promotion-Touren	4
7.3. Weitere Touchpoints	4
8. Grafiken	5
9. Kundenstimmen	8



1. Kunde

Landratsamt Bodenseekreis, Friedrichshafen

2. Zeitraum

Anfrage: Mitte Oktober 2022

Planungsbeginn: Mitte November 2022

Durchführung: 12. Januar - 19. Februar 2023

3. Kosten

10.500 € zzgl. Ust.



4. Ziel

Wir wollen auf die Gefahren und Problematik von K.O.-Tropfen aufmerksam machen und mit sog. *Cup Protectors* ein „Abwehrmittel“ gegen K.O.-Tropfen vorstellen und verteilen.

Als K.-o.-Tropfen (auch: K.-o.-Mittel, Knockout-Tropfen, Date-Rape-Drogen oder Vergewaltigungsdrogen) werden sedierend wirkende Stoffe bezeichnet, die im Rahmen von Straftaten wie Sexual- oder Eigentumsdelikten genutzt werden, um die Opfer zu betäuben und damit wehrlos zu machen. Sie werden Opfern unbemerkt oder heimlich verabreicht. Dazu werden sie zumeist in Getränke oder andere Drogen, manchmal auch in Speisen gemischt. (Quelle: [K.O.-Tropfen auf Wikipedia](#))

5. Zielgruppe

Überwiegend Frauen, überwiegend „im Ausgehalter“.



6. Lösung

Wir sprechen die Zielgruppe dort an, wo die Gefahr vor K.O.-Tropfen überproportional oft droht: auf Veranstaltungen, Parties, in Kneipen, Bars, Clubs, auf Festivitäten - speziell dort, wo (viel) Alkohol getrunken wird.

7. Durchführung

7.1. CityCards-Kampagne

Touchpoints: 30+ Gastronomie-Standorte in Friedrichshafen.

Dauer: Sechs Wochen (12.01 - 22.02.2023).

Medium: 9.000 Postkarten DIN A6, vier gleichzeitig verteilte Motive, mit Informationen und Links auf eine [Landingpage](#) des LRA mit weiterführenden Informationen auf der Rückseite.

7.2. Verteilung von Cup Protectors im

Rahmen mehrer Promotion-Touren

Touchpoints: Hochschulen in Friedrichshafen (Duale Hochschule Baden-Württemberg; Zeppelin Universität); Fasnachts-Veranstaltungen im Landkreis mit zwischen 300 und 2.500 Besuchern pro Abend.

Dauer: Acht Termine zwischen 26. Januar und 18. Februar 2023.

Medium: 1.000 Cup Protectors mit Branding des Landratsamtes Bodenseekreis; Postkarten und Flyer mit Informationen und Links auf die Landingpage des LRA.

7.3. Weitere Touchpoints

[Schwäbische Zeitung \(€\)](#)

[regio TV, Sendung 47NEUN, \(Bericht ab Minute 05:58\).](#)

Facebook: [LRA Bodenseekreis](#) / [acquirio](#)

Instagram: LRA Bodenseekreis [1](#) - [2](#) - [3](#) / [acquirio](#)

8. Grafiken



CityCards, Motiv 1/4





RollUp Display, 100 x 200 cm

&

Warnwesten mit Aufdruck als
„Dienstkleidung“





9. Kundenstimmen

Die Agentur acquiro entwickelte nach unseren Bedürfnissen und Vorgaben eine Promotionskampagne für unsere Präventionskampagne *Narri-Narro – Geh nicht K.O.!*, die sie mit viel Fachwissen um Marketing ergänzte.

Aufgabenstellung waren u.a.: Die Promotion der Glasschützer gegen K.O.-Tropfen an Fasnachtsveranstaltungen und an Hochschulen sowie die Promotion von City-Cards in den Gastronomiebetrieben des Bodenseekreises. Die Zusammenarbeit lief sehr gut. Zeitvorgaben wurden eingehalten, Erweiterungswünsche unkompliziert ausgeführt.

Ich kann die Zusammenarbeit mit acquiro sehr empfehlen.

Veronika Wäscher-Göggerle

Landratsamt Bodenseekreis,
Frauen- und Familienbeauftragte

