



WARDA NETWORK launcht Österreichs größtes Sampling-Netzwerk mit der weltweit größten Biermarke – BILD

ID: LCG20147 | 16.04.2020 | Kunde: Anheuser-Busch InBev | Ressort: Wirtschaft Österreich | Medieninformation

Lösungsorientiert, zielstrebig und einzigartig! Mit dem Online-Shop WARDALIVERY hat Warda Network seinen Kunden bereits eine neuartige Vertriebsplattform ermöglicht. Jetzt gehen die Kreativen einen Schritt weiter und wollen jedem Unternehmen österreichweit auf www.wardalivery.at ein einzigartiges Sampling-Tool zur Verfügung stellen!

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © WARDA NETWORK

Wien (LCG) – Am Best-Practice-Beispiel der wertvollsten Biermarke der Welt, BUD, hat Warda Network bewiesen, dass mit dem neuen Online-Shop Werbung, Brand-Experience und Sampling geschickt miteinander verbunden werden.

Im unglaublichen Zeitraum von nur zwei Wochen hat Warda Network den Online-Shop WARDALIVERY auf www.wardalivery.at aufgebaut, Kunden eine Möglichkeit gegeben, ihre Produkte zu verkaufen und gleichzeitig mit BUD, dem König der Biere, eine Sampling-Aktion gestartet, die durch die Decke gegangen ist.

AB-InBev-Austria-Country-Manager **Lennart Kübler** :

„Gemeinsam mit unserem Partner Warda Network konnten wir den Konsumentinnen und Konsumenten mit über 10.000 BUDs in diesen schwierigen Zeiten eine Freude machen. Das Sampling ist eine außergewöhnliche Möglichkeit, einen neuen Touchpoint mit der Marke zu schaffen und Menschen für den König der Biere zu begeistern.“

Geschickt und gut durchdacht hat Warda Network die Plattform ihrer Schwesterfirma WARDA und deren Social-Media-Kanäle genutzt, um WARDALIVERY viral gehen zu lassen.

Der Testlauf war mehr als erfolgreich. Im nächsten Schritt möchte Warda Network Unternehmen österreichweit die Möglichkeit geben, dieses Sampling-Tool für sich zu nutzen. Neue Produkte können durch Sampling ihre Zielgruppe ansprechen und zusätzliche Aufmerksamkeit gewinnen. Durch die rasante Verbreitung auf Social Media durch Warda teilen die Konsumenten ihre Freude und Goodies mit der Community und sorgen so für zusätzliches Interesse. Mit der Aktion ist auch der Nachhaltigkeit gedient: Verderbliche Güter müssen nicht kostenintensiv entsorgt werden, sondern werden zu sympathischen Markenbotschaftern in der Ausnahmesituation.

Eugen Prosquill, CEO, Warda Network: „Ich bin extrem froh, dass unsere Firma den Biss hatte, auch in einer globalen Krise lösungsorientiert und mit Tempo zu agieren. Was am Anfang eine Beteiligungsplattform für uns und unsere Kunden war, kann morgen schon einer der bekanntesten Online-Shops Österreichs für neue Vertriebswege und ein einzigartiges Aktions- und Sampling-Tool werden.“

Über Anheuser-Busch InBev

Anheuser-Busch InBev mit Sitz in Leuven, Belgien, ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft (Euronext: ABI) mit Zweitnotierungen in Mexiko (MEXBOL: ANB) und Südafrika (JSE: ANH) und US-amerikanischen Hinterlegungsscheinen an der New York Stock Exchange (NYSE: BUD). AB InBev besitzt sieben der zehn globalen Top-Biermarken, darunter Bud, Bud Light, Stella Artois, Skol, Corona, Brahma und Aguila. Zum 500 Biermarken zählenden Portfolio gehören auch Antarctica, Harbin, Victoria, Victoria Bitter, Löwenbräu, Spaten, Becks, Franziskaner und Leffe. Das Unternehmen ist in 150 Ländern vertreten und beschäftigt 200.000 Menschen in 50 Ländern. Jährlich produziert das Unternehmen über 550 Millionen

Hektoliter Bier und erwirtschaftet einen Umsatz von rund 55 Milliarden US-Dollar (rund 48,8 Milliarden Euro). Anheuser-Busch InBev unterstützt den verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol, über den Sie sich auf <https://www.verantwortungsvoll.at> informieren können. Weitere Informationen zum Unternehmen auf <https://www.ab-inbev.com>.

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf <https://www.leisure.at>. (Schluss)