

PØLSEPRESSER DU?

Historien om hvordan pølser ændrede en drukkultur

Problem

9 ud ad 10 unge mellem 20 og 25 år har oplevet, at deres venner har forsøgt at presse dem til at drikke mere alkohol, end de havde lyst til. Kampagnen skulle give de unge et redskab til at stå imod drikkepressets mange facetter – uden at virke moraliserende og som en løftet pegefinger fra de voksne.

Løsning

Løsningen blev kampagnen 'Pølsepresser du?' – Den første alkoholkampagne nogensinde der ikke viser en eneste dråbe alkohol. For at åbne øjnene på de unge blev enhver alkoholisk genstand – øl såvel som shots – nemlig udskiftet med pølser i alle afskygninger og former, for at skildre absurditeten i de unges alkoholkultur.

Resultater

21 x højere engagementsrate end benchmark

86% dækning af den unge målgruppe (18-34 år)

Organisk rækkevide på 61% blandt danske unge (20-25 år)

54% angiver at kampagnen har fået dem til at presse mindre

60% Ad-recall

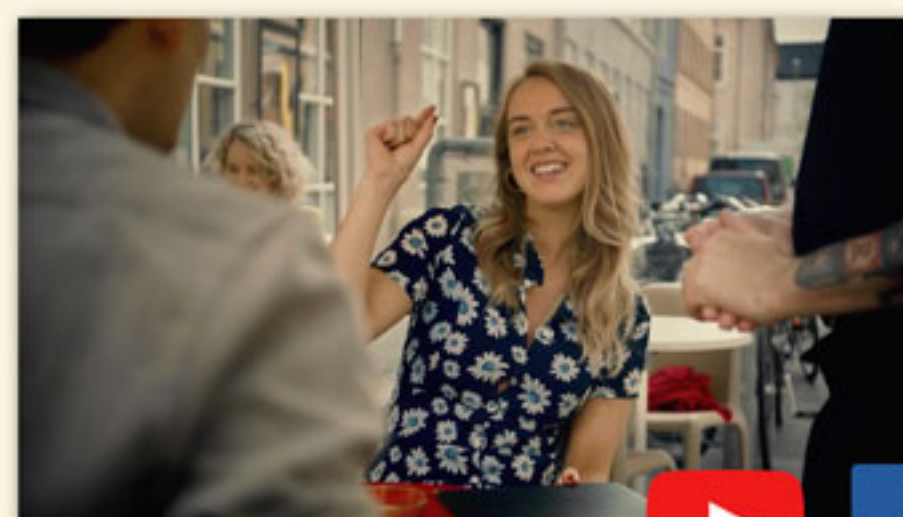
74% Ad-liking



Social

Gennem hele året blev der udgivet SoMe content + skræddersyet indhold ved højtider og begivenheder

1



Digital Abribus

Danske druksange blev transformeret til pølse-karaoke på digitale abribusser nær uddannelsesinstitutioner

2



Instagram Stories

Hver weekend efterlignede vi de typiske instagram druk stories med pølse content

3

