

YUH Multichannel 3D Kampagne



Marie Papilloud
Media Consultant,
und
David Rahenbrock
digital media
consultant,
mediatonic



ZIEL DER KAMPAGNE

Um ihren neuen Werbespot zu bewerben, dessen Star ein liebenswerter Gefährte ist, schlugen wir vor, die Grenzen eindimensionaler Spots mithilfe eines 3D-Ansatzes zu überschreiten. Ziel war es, den Vierbeiner zum Leben zu erwecken und Menschen zu erreichen, die sich an strategischen Punkten in Bahnhofen in der Schweiz aufhalten. Um sich nicht mit einer „Out of Home“-Ausstrahlung zu begnügen, schlugen wir eine zusätzliche Adaptierung vor, bei der wir den Spot direkt bei Internetnutzern zu Hause auf dem Computer ausstrahlen.

Die Kampagne wurde in Zusammenarbeit mit der Kreativagentur Cavalcade durchgeführt und stellt für mediatonic und YUH eine Premiere bei der Nutzung der 3D-Technologie auf DOOH-Bildschirmen und die Erweiterung auf Display Bannern dar.

AKTION: 3D in DOOH und Display Bannern

Die Kampagne wurde zwischen Ende September und Anfang Oktober 2024 in den SBB-Bahnhöfen Genf Cornavin, Bern und Zürich HB, auf Rails eBoard-Bildschirmen sowie auf den News-Websites der Goldbach Gruppe in einem speziellen „Wideboard XL“-Format ausgestrahlt.

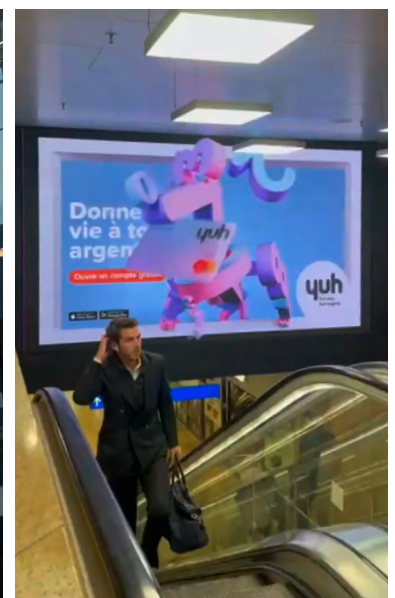
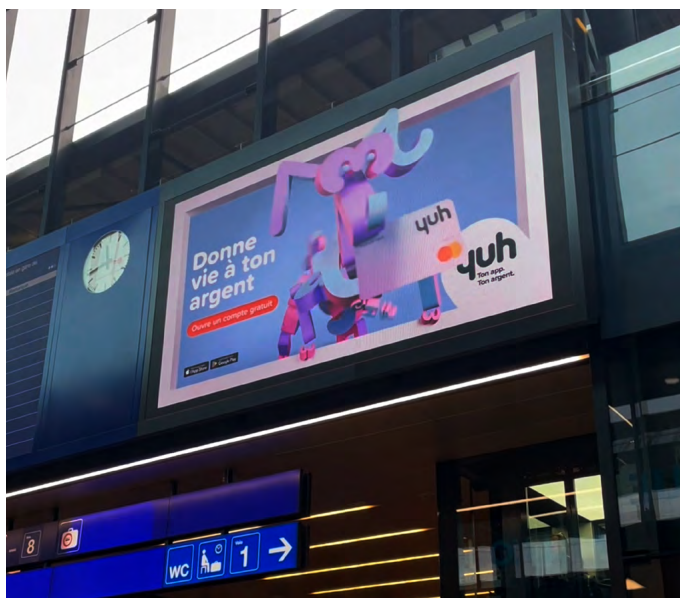
Die in dieser DOOH-Kampagne eingesetzten technologischen Lösungen sind von der Gaming- und

Werbeindustrie inspiriert und ermöglichen es, flache Oberflächen in fesselnde, immersive Erlebnisse zu verwandeln. Das 3D-DOOH-Format ermöglicht es, durch spektakuläre Videoanimationen die Aufmerksamkeit der Passanten stärker zu binden, was ein hohes Engagement-Potenzial bietet. Auf der Grundlage der für die DOOH-Bildschirme entwickelten Lösung wurde eine Adaptierung vorgenommen, damit derselbe Spot auch auf den Plakatbannern verwendet werden konnte. Die Herausforderung bestand darin, denselben überzeugenden 3D-Effekt auf den Bildschirmen der Nutzer nachzubilden. Dazu wurde der Rahmen angepasst, um den Spot auf das Inventar auszurichten, das zur Auspielung der Kampagne verwendet wurde.

ERGEBNIS: Immersive und fesselnde Werbung «OOH» und auf dem Bildschirm

Diese erste 3D-Kampagne für YUH spiegelt das Engagement von mediatonic wider, neue Werbeformen zu erforschen, um die Aufmerksamkeit der Verbraucher zu gewinnen und ihr Erlebnis zu bereichern. Durch die Kombination von Außenwerbespots in stark frequentierten Bereichen und Display Bannern wurde die Reichweite und Frequenz der Kampagne erfolgreich gesteigert.

Wenn Sie mehr über die Umsetzung von Kampagnen erfahren möchten, sprechen Sie uns gerne an.



Mobility Employer Branding Kampagne



Maximilian Stürzekarn
Senior Digital Media
Manager, mediatonic

Mobility kam Mitte 2024 auf uns zu mit einem Briefing zum Thema Employer Branding.

Hier hatten wir recht komplizierte Berufsgruppen, die wir finden sollten wie, IT-Cloud Ingenieure oder einen Senior Agile Coach.

So haben wir den Mediaplan entsprechen aufgebaut und über Kontextuelle Targetings sowie die richtige Mediawahl passende Profile ins Bewerbungstool von Mobility leiten können.

HR ist aktuell zufrieden, und sie haben schon einige passende Bewerbungen erhalten. Der IT-Cloud Ingenieur konnte sogar schon besetzt werden.

Richtig spannend wurde es, als dem HR-Department auffiel, dass ihnen Ende August/ Anfangs September noch kaum Bewerbungen für die Lehrstellen eingegangen waren.

Mobility kontaktierte uns daraufhin an einem Mittwochmorgen mit der Aussage: „Wir brauchen dringend Lehrlinge!! Die Kampagne soll Montag starten.“

Problematisch ist nun, dass Werbung in der Schweiz via TikTok und Insta nur an 18+ ausgeliefert werden kann, unsere Zielgruppe aber zwischen 16 und 18 Jahre alt ist.

In einer gemeinsamen Brainstorming Session haben wir dann eine Social Media Kampagnenmechanik erdacht: die Idee war es Eltern, Freunde und Verwandte zu aktivieren, Mobility hat das Reel dazu gedreht, und wir sind mit einer auf Engagement und Video Views optimierten Instagram, TikTok & LinkedIn Kampagne am Montag gestartet.

Nach 11 Tagen Kampagne mit überschaubarem Budget hat Mobility 40 Bewerbungen erhalten.

Wenn Sie mehr über die Umsetzung von Kampagnen erfahren möchten, sprechen Sie uns gerne an.

