

Adikteev launcht neues mobiles Ad-Format für Audi

- *Ein einziges Creative für zwei neue Audi Modelle*
- *Wisch-Option nach oben und unten*
- *Technische Umsetzung sowie Auslieferung von Adikteev, Strategie und Media von PHD, Kreation von Adikteev in Kooperation mit Kolle Rebbe*

Berlin, 20.12.2018 – Audi testet ein neues Ad-Format: User bekommen einen Screen mit zwei Audis angezeigt und können für nähere Informationen spielerisch nach oben für das eine oder nach unten für das andere Modell scrollen. Initiiert und technisch umgesetzt wurde die Kampagne vom Mobile-Ad-Spezialisten Adikteev, die Mediaplanung besorgte PHD Germany, die Creatives entwickelte Kolle Rebbe gemeinsam mit Adikteev, die Auslieferung übernimmt Adikteev. Der Flight wurde mit einem sechsstelligen Testbudget am 23.11. gestartet und läuft noch bis 31.12.2018. Hauptzielgruppen sind moderne Autointeressierte mit Premiumanspruch und entsprechender Kaufkraft, die über Premium-Publisher wie FAZ, Vice, Handelsblatt, Focus Online von Adikteev über die eigene DSP adressiert werden. Zusätzlich setzt PHD das Creative als Redirect über die DSP „The Trade Desk“ ein.

Oben moderner Kleinwagen, unten SUV

Der Audi A1 oben, der Audi Q3 unten. Beide in brillanter HD-Auflösung. Die Neuheit: Durch Pfeile animiert kann sich der User per Wischen nach oben oder nach unten für eines der beiden Modelle entscheiden und wird dann auf dem Creative selbst mit zusätzlichen Infos und Bildern versorgt.

„Gleich zwei Modelle in attraktiver Grafik auf einem Screen mit einer technisch überraschenden Vertikalführung ist eine Ad-Innovation, die wunderbar zur Marke Audi passt. „Wir sind gespannt auf die Ergebnisse der Brand – und Performanceeffekte und erhoffen uns einen sichtbaren Anstieg.“, sagt Yvonne Hippner, Leiterin Marketing Kommunikation Deutschland bei der AUDI AG.

„Für uns geht es darum, jedes Medium gemäß seiner individuellen Stärke bestmöglich einzusetzen“, kommentiert Joel Koch, Managing Partner bei PHD Germany. „Daher haben wir aus der vermeintlichen Not zweier gleichzeitiger Produkt-Launches eine Tugend gemacht und ein interaktives Werbemittel auf die Beine gestellt, das dem Nutzer die Wahl lässt, mit welchem Modell er sich noch im Werbemittel intensiver beschäftigen möchte.“

„So adressieren wir die tendenziell jüngeren Mobile-Nutzer mit einem auf sie zugeschnittenen Werbemittel, um ein hohes User-Engagement zu erreichen. Die kreativen Möglichkeiten dieses Werbemittels sind für die Marke Audi ideal – die Ad Specs erlauben Premium-Qualität für eine Premium-Marke.“ sagt Christian Rentschler, Director UX bei Kolle Rebbe.

Vorsprung durch Mobile-Technik

„Unsere Techniker haben ganz schön geschwitzt, bis wir eine funktionierende Ausspielung dieser sowohl optisch als auch handwerklich ambitionierten Ads realisieren konnten“, sagt Maximilian Simon, VP Sales bei Adikteev. „Die größte Herausforderung bestand darin, zahlreiche HD-Grafiken unterzubringen, ohne dass das Creative zu datenintensiv wird. Hierfür haben wir eine Komprimierungstechnologie entwickelt, mit der wir gewährleisten, dass unsere Creatives immer in HD ausgesteuert werden.“

Über Adikteev

Adikteev ist ein AdTech-Unternehmen, das auf Verbesserung der digitalen Marken- und Produktwahrnehmung spezialisiert ist sowie auf Retargeting von App-Nutzern und die Erhöhung ihres Lifetime Values (LTV). Adikteev setzt drei Technologien in Kombination ein: K.I.-Algorithmen, Mobile DSP und die selber entwickelte Creative Technology. Von den 140 Mitarbeitern an den Standorten in Paris, Berlin, Düsseldorf, New York und San Francisco sind allein ein Drittel im Bereich Forschung und Entwicklung tätig. Das Unternehmen erwirtschaftete zuletzt Umsätze in zweistelliger Millionenhöhe und wächst weiterhin rasant.

www.adikteev.com

Über PHD Germany

PHD versteht sich weltweit als Innovator im Bereich Kommunikationsplanung und -einkauf. Die strategische Denkweise und das kreative Innovationspotenzial bei PHD ermöglichen es den Mitarbeitern, effiziente Kommunikations- und Media-Strategien für weltweit führende Marken zu entwickeln. Gegründet auf einer Unternehmenskultur des Vordenkens („Thought Leadership“) lautet die Philosophie von PHD: „Finding a better way.“ PHD ist eine der schnellst wachsenden und meist ausgezeichnetsten Media- und Kommunikationsagenturen mit über 6.000 Mitarbeitern in 80 Ländern weltweit. 2016 wurde PHD zum zweiten Mal in Folge vom Fachmagazin Campaign zum „Media Network of the Year“ gekürt.

In Deutschland betreut PHD Germany von den Standorten Frankfurt, Düsseldorf und Hamburg aus das nationale bzw. internationale Mediageschäft namhafter Kunden wie bspw. Audi, Bayer, Canon, Expedia, Porsche, SAP, SEAT, Skoda und Volkswagen. Das ganzheitliche Leistungsspektrum von PHD umfasst die Bereiche Strategie, Kommunikation, Mediaplanung und -einkauf, Optimierung und Forschung.

PHD ist Teil der Omnicom Media Group.

<http://www.phdmedia.com/germany/>

Über Kolle Rebbe Accenture Interactive

Kolle Rebbe ist ganz einfach: Wir glauben an den gesunden Menschenverstand. Wir arbeiten international und zählen zu den kreativsten Agenturen Deutschlands.

Wir unterscheiden nicht zwischen klassischer und digitaler Kommunikation, sondern zwischen Markeninszenierung und Produktinnovation. Das nennen wir kreative Business Intelligenz. Außerdem unterstützen wir als kreative Unternehmer Start-ups. Ein Investment in gute Ideen, das Gründer und auch uns weiterbringt.

<http://www.kolle-rebbe.de>