



Suchen

HORIZONT

Anmelden

News

Ressorts

Jobs

E-Paper

Abo

Über uns

HORIZONT NEWSLETTER

Verpassen Sie nie wieder die wichtigsten Meldungen des Tages!

E-Mail Adresse

ANMELDEN

MARKETING

# Ottakringer wirbt mit ersten Audio Dynamic Creatives Österreichs

Horizont Redaktion 02. August 2018



Teilen

© Ottakringer/Philipp Lipiarski

In Zusammenarbeit mit RMS, Media1 und CCK Wien laufen derzeit im gesamten Digital-Portfolio der RMS auf den einzelnen Hörer in

## MEISTGELESEN



TÜV gibt Denkanstöße für "Digital Leadership"

31. Juli 2018



Mastercard mischt Marketing-Karten neu

30. Juli 2018



Agentur Wien Nord erweitert Management

31. Juli 2018



Das FMP-Sommerfest in Bildern

30. Juli 2018

WEITERE ARTIKEL

## seiner jeweiligen Hörsituation zusammengestellte Spots.

Die von der Werbeagentur CCK kreierte Spots variieren in der Höreransprache, berücksichtigen die Region des Hörers, das aktuelle Wetter am Hörort, die Tageszeit des Hörens und das Tagesprogramm der Ottakringer Braukulturwochen.

„Wir haben für den 20-Sekunden-Spot insgesamt 33 Snippets aufgenommen, die bei der Ausspielung perfekt zueinander passen“, so Peter Czerny von CCK.

RMS nutzt dabei die Technologie von "A Million Ads" aus UK. Für die Dynamic Creatives wurden zunächst im Tonstudio „Snippets“ produziert, also kurze Audiospots, die die Variation der Datenpunkte widerspiegeln, etwa: „Guten Morgen“, „Guten Abend“, „Hallo am Nachmittag“. Aus den einzelnen Snippets entstehen dann in Real-Time mittels dynamisch erzeugter Elemente die individuellen Spots. Entscheidend bei der Real-Time-Zusammenstellung sei, dass Musik, Geräusche und Tonfall so ineinander übergehen, dass der Hörer ein optimales Spoterlebnis hat.

All das spart laut Regina Zinöcker von RMS „extrem viel Zeit, minimiert Streuverluste und schafft wesentlich mehr Engagement und ein Optimum an Awareness innerhalb der Zielgruppe. Dynamic Creative ermöglicht es, mit den unzähligen Spotvariationen Geschichten zu erzählen, die den einzelnen User genau dort abholen, wo er sich gerade befindet“.

„Es erlaubt uns individualisiert und dennoch mit entsprechender Skalierung das breite Angebot der 6. Braukultur-Wochen mit täglich wechselndem Liveprogramm und variierenden Gastbrauereien zu kommunizieren“, erläutert Jan Gorfer, Marketing-Leiter der Ottakringer Brauerei.



### MEINUNG



#### Anstieg im vierten Quartal?

Marlene Auer 30.  
Juli 2018



#### Gefilterte Neuverhandlung

Marlene Auer 16.  
Juli 2018



#### Keine Antworten, aber viel Fantasie

Jürgen Hofer 02.  
Juli 2018

0 Kommentare

Sortieren nach **Älteste**



Kommentar hinzufügen ...

[Facebook-Plug-in für Kommentare](#)