

Programmatische Kinowerbung letztes i-Tüpfelchen zur integralen und crossmedialen Zielgruppenansprache

Programmatic Cinema komplettiert die konsistente und wiedererkennbare Gattungs- und Device-übergreifende holistische Zielgruppenansprache von MPX

Ludwigsburg, 27.10.2022 – Vorhang auf! Mit CastX bietet MPX eine integrierte und crossmediale Bewegtbildplanung, die mit Hilfe eines eigens entwickelten und übergreifenden Audience-Targeting-Ansatzes Zielgruppen auf allen Screens anspricht. Das gewisse Extra in CastX ist der gattungs- und medienübergreifende integrale Audience-Ansatz, der Streuverluste reduziert und einen Wiedererkennungswert auf den unterschiedlichen Touchpoints gewährleistet. Mit der weltweit einmaligen Einführung von Programmatic Cinema im Sommer dieses Jahres kommt ein weiterer Touchpoint neben ATV, CTV und DOOH in der Customer Journey hinzu: ab sofort werden die CastX-Kampagnen auch auf Kinoleinwänden programmatisch angesteuert und gemeinsam mit ATV-/ CTV-Flights intelligent verknüpft.

Mit dem Kinowerbevermarkter Weischer.Cinema und dem Programmatic-Spezialisten Virtual Minds werden diese CastX Advanced-Kampagnen zielgruppenspezifisch angesteuert und optimiert. So können die programmatischen Vorzüge (automatisiert, überwiegend in Echtzeit und datengestützt) mit dem Kino-Werbemedium verknüpft werden, das an Aufmerksamkeit und Werbewirkung seinesgleichen sucht. „Wir freuen uns sehr, dass MPX für seine Kunden das Thema Programmatic Cinema so früh und aktiv angenommen und genutzt hat“, sagt Weischer.Cinema-CEO Stefan Kuhlow und ergänzt: „Damit schreiben wir gemeinsam Kinogeschichte!“

Der in Ludwigsburg ansässige Dienstleister MPX ist seiner Zielvorstellung, Zielgruppen effizienter und erfolgreicher zu erreichen, mit der Aufnahme von programmatischer Kinowerbung in den CastX-Ansatz, nun einen deutlichen Schritt nähergekommen, indem Gattungs- und Device-übergreifend eine konsistente Geschichte erzählt wird. Mit der hauseigenen Ad Production hat MPX die technischen Möglichkeiten, bereits vorhandene Bewegtbild-Spots zu adaptieren und für die große Leinwand nutzbar zu machen. Diesen Weg ist die MPX unter anderem mit dem Kunden „SOS-Kinderdörfer weltweit“ bereits gegangen und hat in den letzten Wochen erste



MPX GmbH
Hindenburgstraße 45
71638 Ludwigsburg | Germany
Geschäftsführer Sascha Jansen,
René Hartwig, Can Zeybekler

T +49 7141 25 89 4 - 0
F +49 7141 25 89 4 - 10
www.mpx.de
info@mpx.de

Deutsche Bank AG
IBAN: DE86 1207 0070 0450 0001 56
BIC (SWIFT-Code): DEUTDEFFVAC

Amtsgericht Stuttgart
HRB 23629
USt-IdNr. DE155531287

Programmatic Cinema-Kampagnen umgesetzt und eine Verlängerung der bestehenden ATV-/CTV-Kampagnen ins Kino ermöglicht.

„Programmatic Cinema ist eine bedeutende und konsequente Ergänzung zu unserem bisherigen Produktportfolio“, sagt Danny Wegert, Director Client & New Business bei MPX. „Mit der gelungenen Adaption und Aufbereitung des uns vorliegenden ATV-/CTV-Spots zum Einsatz im Kino, haben wir den Grundstein gesetzt, auf Kundenwunsch alle CastX-Kampagnen ins Kino zu überführen“, ergänzt Wegert, der seit Mai 2022 die Neugeschäfte von MPX verantwortet.

MPX bietet mit ihrer Produktlinie CastX eine integrierte, crossmediale Bewegtbildplanung, auf Basis eines eigens entwickelten und übergreifenden Audientargeting-Ansatzes für Addressable TV, Connected TV, Online Video, Digital Out-of-Home, Digital Audio und nun auch Programmatic Cinema.

Das in Ludwigsburg ansässige Unternehmen, positioniert sich als Partner, der in die Mediabuchung das gewisse Extra bringt – sozusagen Media Plus X. Neben dem Bewegtbildansatz CastX bedient MPX im zweiten Wirkungsfeld Display Advertising und Specials einen weiteren Baustein im Mediamix. Dank der integrierten Kampagnenplanung und breit aufgestellten Expertise bekommen Werbetreibende alles aus einer Hand und können ihre vorab definierten Zielgruppen in einem übergreifenden Setup erreichen sowie ihre Display-Werbemittel durch die hauseigene Grafik und Ad Production kreativ gestalten und technisch erstellen lassen. Ziel ist es, individuelle Konzepte für einen Markenauftritt in großformatigen und brandingorientierten Werbemitteln umzusetzen, die nicht nur für Beachtung sorgen, sondern auch performant sind.

Über MPX

Die MPX GmbH (bis Juni 2021 M,P,NEWMEDIA) steht als Dienstleister für nachhaltige, innovative, digitale Inszenierungen, die performant sind. Das Unternehmen kombiniert die vermarkterübergreifenden Inventare mit eigens entwickelten Technologie- und Data-Lösungen und schafft somit maßgeschneiderte Setups für Kunden.

www.mpx.de



MPX GmbH
Hindenburgstraße 45
71638 Ludwigsburg | Germany
Geschäftsführer Sascha Jansen,
René Hartwig, Can Zeybekler

T +49 7141 25 89 4 - 0
F +49 7141 25 89 4 - 10
www.mpx.de
info@mpx.de

Deutsche Bank AG
IBAN: DE86 1207 0070 0450 0001 56
BIC (SWIFT-Code): DEUTDEFFVAC

Amtsgericht Stuttgart
HRB 23629
USt-IdNr. DE155531287

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Sonja Tabatabai, Omnicom Media Group Germany

Group Manager Public Relations & Marketing

Tel.: 0211-38807-579

E-Mail: sonja.tabatabai@omnicommediagroup.com



MPX GmbH
Hindenburgstraße 45
71638 Ludwigsburg | Germany
Geschäftsführer Sascha Jansen,
René Hartwig, Can Zeybekler

T +49 7141 25 89 4 - 0
F +49 7141 25 89 4 - 10
www.mpx.de
info@mpx.de

Deutsche Bank AG
IBAN: DE86 1207 0070 0450 0001 56
BIC (SWIFT-Code): DEUTDEFFVAC

Amtsgericht Stuttgart
HRB 23629
USt-IdNr. DE155531287