



Presseinformation

Ich bin ein Star – Wirkungsplus für Sonderwerbeformen?

OMD misst die Wirkung verschiedener TV-Sonderwerbeformen für McDonald's Deutschland und trifft so Empfehlungen für die zukünftige Feinjustierung auf Formatebene

München, 04.02.2022 – In der aktuellen Staffel von „Ich bin ein Star – Holt mich hier aus!“ setzt OMD wieder auf TV-Sonderwerbeformen für McDonald's Deutschland – McDonald's Deutschland und das Dschungelcamp sind ein eingespieltes Team. Verschiedene TV-Werbeformate wie „Situative Cut Ins“ und „Animated Action Moves“ werden prominent und unterhaltsam ins Format eingebunden – als kleine Erinnerung für die Zuschauer, dass nach jeder harten Prüfung Aussicht auf eine leckere Belohnung besteht. Neben den Sonderwerbeformen, die sich situativ in das Format einfügen, ist ein Product Placement mit einem der Dschungel-Stars Teil der von der Kreativunit OMD Create umgesetzten Aktivierung.

Die Mediaagentur OMD hat den Erfolg der Maßnahmen mit einer individuell aufgesetzten Werbewirkungs-Messung begleitet, die vom Insights- und Kreativ-Team bei OMD entwickelt wurde. Mit der Messung erhebt OMD die Wirkung der verschiedenen TV-Sonderwerbeformen und kann so Empfehlungen für den zukünftigen Einsatz einzelner Formate für McDonald's Deutschland ableiten.

Abgefragt werden bei einem repräsentativen Personenkreis in Deutschland Werbeerinnerung, Image- und Sympathiewerte der Marke McDonald's, die konkrete Beurteilung der Werbung im jeweiligen Format sowie der Markenfit zwischen „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!“ und McDonald's. Dabei ist die Erhebung so aufgesetzt, dass unterschiedliche Formate, die McDonald's Deutschland im Rahmen der Sendung einsetzt, separat bewertet werden, um Unterschiede in der Wirkung und Leistungsfähigkeit einzelner Platzierungen herauszufiltern. „Auf diese Weise kann ein eindeutiger Wirkungsnachweis auf Formatebene in Bezug auf Image- und Aktivierungsleistung erfolgen und es können klare Handlungsempfehlungen für den zukünftigen Einsatz einzelner Formate abgeleitet werden,“ sagt Sophia Wiese, Group Manager OMD Insights.

Das Besondere an der Werbewirkungs-Messung: die Befragungsdaten laufen in Echtzeit in ein Dashboard ein, sodass die Erkenntnisse und damit einhergehende Implikationen schnell und einfach allen Verantwortlichen zur Verfügung stehen. „Mit einer solchen Messung können wir agil und effizient unsere Aktivitäten prüfen und feinjustieren,“ so Roland Meves, Head of Media bei McDonald's Deutschland. „Kampagnenumsetzung und Marktforschung über einen Agenturansprechpartner steuern zu können, ist dabei ein wesentlicher Vorteil in der Zusammenarbeit.“

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388.
Geschäftsführung: René Coiffard, Boris Cieslar, Markus Stautner, Thorsten Decker, Christjan Esch, Klaus Stinnertz.
Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDEDD.
An Omnicom Company. www.omd.com/germany/



Presseinformation

Diese Ergebnisse versetzen McDonald's Deutschland und OMD in die Lage kostenintensive Sonderwerbformen, wie hier beim Dschungelcamp, wirkungsorientiert zu selektieren und zu steuern. Sie bilden die Grundlage für den zukünftigen Einsatz von Product Placements und anderen Sonderwerbformen in der Bewegtbild-Strategie.

Durch diese Art der Kollaboration unterschiedlicher Units bietet OMD seinen Kunden eine ganzheitliche Marketing- und Mediaberatung, die nachweislich einen Beitrag zum Geschäftserfolg liefert.

Über OMD Germany

OMD ist eine der führenden Mediaagenturen Deutschlands und entwickelt auf Basis von Innovation, Kreativität, Empathie und Daten wirksame Marketing- und Kommunikationslösungen für Unternehmen. Getreu ihrer Philosophie „Better decisions, faster.“ steht für OMD immer im Fokus, ihre 900 Mitarbeitenden und über 160 Kunden dabei zu unterstützen, schneller zu lernen und schneller zu handeln – um letztlich relevantere, effektivere und profitablere Verbindungen zwischen Menschen und Marken entstehen zu lassen. So gelingt es OMD, nachweisbar zum Geschäftserfolg ihrer Kunden beizutragen.

OMD ist in Deutschland an insgesamt vier Standorten vertreten: Düsseldorf, Hamburg, München und Berlin. 2021 wurde OMD als Digitaler Marktführer Deutschlands (COMvergence) ausgezeichnet und ist zugleich die meistausgezeichnete Mediaagentur Deutschlands bei den Award Shows. Die Agenturgruppe ist Teil von OMD Worldwide (www.omb.com), dem weltweit größten Media-Agenturnetzwerk mit Offices in 100 Ländern und mehr als 13.000 Angestellten. Weltweit ist OMD von RECMA (Research Company Evaluating the Media Agency Industry) zur leistungsstärksten Mediaagentur ausgezeichnet worden. OMD bleibt auch 2021 die meistausgezeichnete Media Agentur in Cannes.

www.omb.com/germany/

Weitere Informationen über McDonald's Deutschland erhalten Sie bei:

McDonald's Deutschland LLC
Markus Weiß
Drygalski-Allee 51
81477 München
Tel.: 089 78594-519
Fax: 089 78594-479
Mail: presse@mcdonalds.de
Twitter: @McDonaldsDENews

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

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388.
Geschäftsführung: René Coiffard, Boris Cieslar, Markus Stautner, Thorsten Decker, Christjan Esch, Klaus Stinnertz.
Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDEDD.
An Omnicom Company. www.omb.com/germany/