



Volkswagen und PHD informieren Fußballfans über die Ankunft des Mannschaftsbusses ihres Teams

Volkswagen, offizieller Partner des Fußballs, informiert Fans nun persönlich – mittels personalisiertem Content – über die Ankunft des Mannschaftsbusses ihrer Lieblingsteams

Düsseldorf/Frankfurt, 13. April 2018 – In Zusammenarbeit mit PHD Germany setzt Volkswagen zur Bewerbung des Sondermodells Golf JOIN auf die App des Kicker-Sportmagazins. Der Automobilhersteller ist der erste Werbetreibende, der in Echtzeit den aktuellen Standort der Lieblingsmannschaft des Users ausliest und in die Werbemittelkommunikation aufnimmt.

Mit Start der Kampagne zum 13. April stimmt Volkswagen die Fußballfans personalisiert auf das kommende Bundesligaspiel ein und präsentiert das Produkt in einem reichweitestarken Umfeld.

Über ein Targeting des individuellen Nutzerverhaltes innerhalb der Kicker-App kann der favorisierte Verein identifiziert werden.

Ruft ein Nutzer die Kicker-App kurz vor Spielbeginn auf, erhält er die Information, dass der Mannschaftsbus seiner Lieblingsmannschaft nun eintrifft. Der User wird auf diesem Wege individuell und persönlich angesprochen - präsentiert durch die Gebietserkennung des Golf JOIN. Entscheidender Faktor hierbei ist, dass Botschaften, die personalisiert auf den User zugeschnitten sind, deutlich stärker von der Zielgruppe wahrgenommen werden, als standardisierte Werbemittel.

„Wir freuen uns mit dieser First-Mover-Werbeform unsere Zielgruppe individuell anzusprechen und einen Mehrwert anbieten zu können. Ziel ist es, durch die emotionale Bindung zum Lieblingsverein, den neuen Golf JOIN und das





Gebietserkennungs-Feature, auf sympathische Art und Weise in Szene zu setzen“, sagt Jörn Hartig, Leiter Marketing Kommunikation der Volkswagen AG.

„Personalisierter Content ist einer der entscheidenden Faktoren, um die Reaktanz gegenüber mobiler Werbung zu minimieren“, erklärt Jan Kröger, Managing Director bei PHD Germany.

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 4.000 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 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.

handelsregister-nr.:
frankfurt
hrb 16475

ust-idnr.: DE 114.134.553 tobias schichtel
jan kröger

geschäftsführung:phd germany

holger thalheimerhanauer landstraße 182 a
sabine knöpfel-ruth 60314 frankfurt

tel.: +49(0)69 96 21 95-0

fax: +49(0)69 96 21 95-340

An Omnicom Company

www.phdmedia.com

