CROSSMEDIA

CROSSMEDIA gewinnt Automobiletat

Die unabhängige Mediaagentur sichert sich den zentralen Digital-Etat der BMW Group

Düsseldorf, 14. Dezember 2017. Der Düsseldorfer Independent setzt sich im Pitch gegen den bisherigen Etathalter sowie weitere teilnehmende Agenturen durch. Der gewonnene Etat umfasst die Betreuung globaler Digital-Kampagnen für die Marken BMW, MINI, BMW Motorrad und BMW M.

Im Zentrum der Ausschreibung stand die Entwicklung internationaler digitaler Media-Kampagnen für das Headquarter sowie zur Adaption durch die BMW Ländergesellschaften. Außerdem gehörten eine umfassende Beratungskompetenz im Bereich Programmatic und die operative Umsetzung datengetriebener Kommunikation zum Anforderungsprofil an die neue Agentur. Hier konnte Crossmedia mit ihrem programmatischen Lösungsangebot „Nucleus" und einem ganzheitlichen, integrierten Kommunikationsangebot punkten. Auch für die Weiterentwicklung der digitalen Marketingkommunikation sieht der Münchener Automobilhersteller in der inhabergeführten Agentur den richtigen Partner für die herausfordernden Themen der Zukunft und setzt ab sofort auf ihre innovativen wie kreativen Lösungen.

Mit dem kürzlich erfolgten Launch der neuen globalen BMW.com und dessen kommunikativer Begleitung wartet auch bereits die erste Bewährungsprobe auf die inhabergeführte Mediaagentur. „Wir sind sehr glücklich, uns dieser spannenden wie gleichermaßen herausfordernden Aufgabe stellen zu dürfen", freut sich Sebastian Schichtel, Director Data Driven Marketing bei Crossmedia, auf die gemeinsame Zusammenarbeit. „Im Schulterschluss mit dem Kunden wollen wir die Weiterentwicklung des digitalen Marketings der BMW Group vorantreiben." Neben Schichtel zeichnen auch der Crossmedia-Geschäftsführer Armin Schroeder sowie Gruppenleiter Sven Büteröwe für die BMW Group verantwortlich.

Über CROSSMEDIA
CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert, die nicht nur alle denkbaren Kanäle in ihre Planung mit einbezieht, sondern diese auch effektiv miteinander vernetzt. Mit mehr als 300 Mitarbeitern hat CROSSMEDIA ihren Hauptsitz in Düsseldorf und ist darüber hinaus mit Büros in Hamburg und Berlin sowie New York, Los Angeles und Philadelphia vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2008 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Aktion Mensch, DER SPIEGEL, DPD, Fressnapf, LIDL, Messe Berlin, Messe Düsseldorf oder Tamaris.

Nucleus bei CROSSMEDIA
Nucleus ist das transparente, programmatische Lösungsangebot der CROSSMEDIA für datengetriebene und kundenzentrierte Marketing-Kommunikation. Sein Ansatz beruht auf drei Säulen: Qualität, Transparenz und Bedarfsgerechtheit. Im Schulterschluss mit dem BI- und Forschungsteam CROSSMEDIA REDBOX ist das Angebot Ausdruck der fortschreitenden Weiterentwicklung der CROSSMEDIA im Digitalen Transformationsprozess.

Pressekontakt
CROSSMEDIA GmbH
Nicole Weschke
Hildebrandtstraße 24 A
40215 Düsseldorf
fon 0211.86652.441
mobil 0173.6706762
weschke@crossmedia.de

CROSSMEDIA / Nucleus
Sebastian Schichtel
Hildebrandtstraße 24 A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.409
schichtel@crossmedia.de