

CROSSMEDIA beim ADC Festival

Die unabhängige Mediaberatungsagentur zeigt in einer Keynote und mit einem Stand auf dem Festivalgelände, wie die Zusammenarbeit von Kreation und Media zur Erfolgsgeschichte werden kann:

Getreu dem ADC-Motto „Füttere Deine Kreativität“ steuert der Düsseldorfer Independent reichlich Futter für die Kreativen bei und zeigt im Open Space, wie Kreation und Media Hand in Hand den wirkungsvollsten Fit zwischen Kreation und Distribution erzeugen. Als unabhängige und neutrale Mediaagentur glaubt Crossmedia an die Wertschöpfung im Dreiklang Strategie, Kreation und Media und entwickelt so Erfolgskampagnen, wie DIE REKRUTEN oder MALI.

In der [Keynote „Immersive Communications Planning“](#) [19. April 2018 | 16:00 Uhr] beim ADC Festival auf Kampnagel in Hamburg berichten Andrea Schroeder und Armin Schroeder von Crossmedia gemeinsam mit Jörg Wolf von Kreativpartner Castenow, wie sich Künstliche Intelligenz, Immersive Storytelling und Data-Marketing zu einer der spektakulärsten Kampagnen des Jahres verknüpft haben. Dabei ist das Zusammenspiel von Kommunikationsplanung und Kreation das Erfolgsgeheimnis. Am begleitenden Stand im Foyer des Festivalgeländes kann der ChatBot im Nachgang zur Kampagne noch einmal ausprobiert werden. Außerdem gibt das Team tiefere Einblicke in die Kampagnenplanung und zeigt einzelne Folgen der Webserie MALI.

Der ChatBot als Beispiel für Kreativ-Futter zum Case MALI

Wie sich Kommunikationsplanung und Kreativität gegenseitig erfolgreich „anfüttern“, haben Crossmedia und Castenow bereits im vergangenen Jahr mit der vielfach ausgezeichneten Bundeswehr-Kampagne [„DIE REKRUTEN“](#) gezeigt. Auch die hieran anknüpfende Kampagne „MALI“ setzt auf digitale Technologien und die Vernetzung über alle Social Media Plattformen. So wurde die Zielgruppe in ihrer Lebensrealität abgeholt und durch konsistentes Storytelling an die Bundeswehr als Arbeitgeber herangeführt. Im Fokus stand der für die Kampagne entwickelte größte deutschsprachige ChatBot der Werbegeschichte. Weitere Informationen zum Case MALI aus dem Bereich Immersive Communications Planning finden sich [hier](#).

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 insgesamt über 350 Mitarbeitern ist CROSSMEDIA mit sieben Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2008 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Zum Kundenportfolio gehören neben der Bundeswehr u. a. Catrice, s.Oliver, Aktion Mensch, LIDL und Tamaris.

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Nicole Weschke | Rania Ladwig
Hildebrandtstraße 24 A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.434
ladwig@crossmedia.de