

SUPER RTL vertraut als neue Bestandsagentur auf CROSSMEDIA | Pressemeldung

Düsseldorfer Independent übernimmt nach Pitch den Gesamtetat der Nummer eins unter den privaten Kindersendern in Deutschland

Düsseldorf, 19. September 2018. Die unabhängige Mediaberatungsagentur überzeugt den Kölner TV-Sender und verantwortet seit Beginn des Jahres alle Kampagnen. Ausschlaggebend für die Entscheidung waren die Digitalexpertise sowie das Spezialangebot für Kinder- und Familienmarketing CROSSKIDS.

Seit Anfang 2018 betreut Crossmedia als neue Bestandagentur den Gesamtetat von Super RTL – und löst damit Carat ab. Der Marktführer unter den Familiensendern arbeitet bereits seit drei Jahren projektweise mit den Düsseldorfer Mediaexperten zusammen. In dieser Zeit war die Agentur auch für Planung und Umsetzung der wichtigsten und größten Online-Kampagnen zuständig, was wiederum zur positiven Pitch-Entscheidung beigetragen hatte.

„Sowohl ihre große Online-Expertise als auch ihr Know-how in der besonderen Ansprache von Kinderzielgruppen, das sie mit ihrem speziellen Beratungsangebot Crosskids stellt, haben uns auf ganzer Linie überzeugt“, so Susanne Schildknecht, verantwortlich für Marketing und Media bei Super RTL, über Crossmedia. Super RTL zählt zu den reichweitenstärksten Kindermedien in Europa.

Kampagne für den „Super Toy Club“ startet im September

Für Kunden aus dem Kids und Family-Segment gilt das dritte und vierte Quartal als die wichtigste Zeit im Jahr. So arbeitet das Crosskids-Team derzeit auf Hochtouren für den Start der nächsten großen Kampagne im September für die erfolgreiche Eventshow „Super Toy Club“ (Start: 21.09.2018), die im vergangenen Jahr ihr umjubeltes Comeback feierte. Zwei Teams treten dort in unterschiedlichen überdimensional großen Spielen gegeneinander an. Der Gewinner darf sich über ein Zeitrennen durch Toys“R“Us freuen, wo so viel Spielzeug wie möglich in den Einkaufswagen gepackt werden kann.

„Wir freuen uns, Super RTL nun vollumfassend betreuen zu dürfen. Gerade unsere integrierten Planungsteams, also dass wir Beratung und Planung nicht trennen, ist für die spezielle Ansprache von Kinderzielgruppen ein großer Vorteil“, erläutert Susanne te Poel, stellvertretende Geschäftsführerin bei Crossmedia. Vor allem Online sind die Reichweiten noch sehr verhalten, weshalb die unabhängigen Mediaexperten mit ihrem Angebot Crosskids intelligente Strategien und Mechaniken entwickeln, um die jungen Zielgruppen zu erreichen. Die Kampagnen richten sich an Kinder zwischen 3 und 13 Jahren sowie haushaltsführende Frauen. Außer Online deckt die neue Bestandsagentur für Super RTL die gesamte Media-Klaviatur von TV über Print bis hin zu Ambient, Kino und OOH ab.

Neben te Poel zeichnet ebenso Bianca Grindel, Head of Crosskids, für den Neukunden Super RTL verantwortlich.

Über Super RTL

SUPER RTL ist mit seinen Unterhaltungsmarken TOGGGO und Toggolino die Nummer eins der privaten Kindersender in Deutschland. Hier läuft altersgerechtes Programm, das den kleinen Zuschauern Spaß macht und dem Anspruch der Eltern gerecht wird. Das Vorschulprogramm Toggolino ist speziell auf die Bedürfnisse von Kindern zwischen 3 und 5 Jahren zugeschnitten und steht für kindgerechte Unterhaltung und die spielerisch leichte Vermittlung von Alltagswissen und Werten wie Hilfsbereitschaft oder Teamgeist. Bei TOGGGO stehen Spaß und

Unterhaltung für Kinder zwischen 6 und 13 Jahren im Vordergrund. Mit TOGGGO plus bietet SUPER RTL einen zweiten Sender. Hier läuft das komplette Tagesprogramm – allerdings eine Stunde später. Als Besonderheit bietet TOGGGO plus auch nach 20.15 Uhr Kinderprogramm, das aus den beliebtesten Serien von SUPER RTL besteht.

Über CROSSKIDS / CROSSMEDIA

CROSSKIDS ist das Angebot für Kinder- und Familienmarketing der unabhängigen Mediaberatungsagentur CROSSMEDIA. Verständliche Sprache, perfekte Zielgruppenkenntnis und hohe Effektivität sorgen für integrierte Konzepte, die in einer optimalen Werbewirkung für die Unternehmen münden. Von Marktforschung über Kommunikationsberatung bis hin zur Kampagnenumsetzung bietet CROSSKIDS alle Leistungen aus einer Hand. Durch das einzigartige Joint Venture mit KB&B – The Kids Group sind Strategie, Kreation und Media hier von Beginn an gemeinsam „gedacht und gemacht“ – Botschaft und Kontakt können so ihre gemeinsame Kraft bei der Zielgruppe „Kinder und Familien“ optimal entfalten.

www.crosskids.media / www.crossmedia.de

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Nicole Weschke | Franziska Kook
Hildebrandtstraße 24A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.442
mobil: 0178.5647275
kook@crossmedia.de

Kundenkontakt

CROSSMEDIA GmbH
Susanne te Poel
Hildebrandtstraße 24A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.153
tepoel@crossmedia.de