

CROSSMEDIA verantwortet globalen Mediaetat von Etihad Airways

Die unabhängige Agentur verantwortet nach Pitchgewinn ab sofort den internationalen Mediaetat für Etihad Airways, Etihad Holidays und Etihad Guest.

London, 21.03.2019. Mit einem neuen datengetriebenen Ansatz, einem alternativen internationalen Modell und auditierter operativer Transparenz hat Crossmedia der nationalen Airline der Vereinigten Arabischen Emirate ein überzeugendes Angebot gemacht. Crossmedia gewinnt den internationalen Mediaetat von Etihad Airways und übernimmt für Starcom. Die globale Airline hat große Pläne und investiert weltweit einen mittleren zweistelligen Millionenbetrag.

Etihad war auf der Suche nach Transparenz, planerischer und operativer Exzellenz und einem strategisch-analytisch starkem Partner, der sie bei ihren Herausforderungen als Angreifer im Markt unterstützt: „Konsumenten sind unzähligen Touchpoints ausgesetzt. Wir müssen in den richtigen Momenten mit ihnen in Kontakt treten. Mit Crossmedia haben wir einen wertvollen Partner mit gleichem Mindset gefunden. Als Boutique-Agentur mit globaler Skalierung helfen sie, unsere ambitionierten Ziele zu erreichen“, kommentiert Ryan Dunlap, Head of Customer Engagement bei Etihad Airways, die Wahl des neuen Mediapartners.

„Die Welt ändert sich rasant und Kunden erwarten digitale und analytische Fähigkeiten auf globalem Level und in ebensolcher Geschwindigkeit“, erklärt Martin Albrecht, CEO Crossmedia Worldwide. „Das Vertrauen eines so anspruchsvollen Kunden gewonnen zu haben, ist ein weiterer Beweis für unsere Internationalisierungsstrategie. Wir sind sehr stolz, Etihad Airways an Bord zu haben.“

Obwohl Crossmedia bereits vor zwei Jahrzehnten gegründet wurde, erfolgte der Schritt auf internationales Parkett erst kürzlich: Mit der Eröffnung des Londoner Büros im September 2017, der Etablierung zweier weltweit tätiger Planungsteams in London und Düsseldorf und den Neukunden BMW, Mini und Homeaway festigt Crossmedia ihre Position als Alternative zu den globalen Netzwerken in einem Markt, der noch immer von Größe, Kosten und traditionellen Einkaufsmodellen dominiert wird.

Der Auftrag von Etihad Airways umfasst neben der Airline selbst auch die Mediaplanung für Etihad Holidays sowie Etihad Guest. Kernaufgabe ist die zentrale Steuerung der digitalen Aktivitäten von Etihad. Dazu zählen datengestützte Abverkaufsmaßnahmen, ebenso wie wirkungsbasierte Markenkommunikation. Umgesetzt wird das Projekt über das transparente, programmatische Angebot „Nucleus“ am Düsseldorfer Standort der Agentur. Als stellvertretender Geschäftsführer und Experte im Bereich Advanced Programmatic wird Sebastian Schichtel diesen Prozess von Deutschland aus federführend leiten.

Als Teil eines hybriden Modells wird auch lokales Planning integriert und mit Hilfe des internationalen Crossmedia WorkNets umgesetzt. Dabei handelt es sich um eine handverlesene Gruppe lokaler, unabhängiger Agenturen. Orchestriert wird das Projekt vom Londoner Büro aus unter der Führung von Tony Williams, Managing Director, und Dan Jannings, Business Director.

Über Etihad Aviation Group

Die Etihad Aviation Group ist ein diversifiziertes globales Flug- und Reiseunternehmen und eine der anerkanntesten Airtravel Brands weltweit. Etihad Airways, die nationale Airline der Vereinigten Arabischen Emirate und Abteilung der Aviation Group, wurde 2003 gegründet und entwickelte sich schnell zu einer der weltweit führenden Airlines. Mit einer Flotte von 103 Flugzeugen der Typen Airbus und Boeing fliegt Etihad Airways über 80 Destinationen an. 2018

transportierte die Airline knapp 682.000 Tonnen Fracht. Für ihren überdurchschnittlichen Service, die Produkte und Frachtangebote, das Treueprogramm, Aviation Training sowie ihren Wartungs-, Reparatur- und Überholungsservice (MRO) hat die Organisation in den letzten Jahren unzählige Awards erhalten.

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt über 500 Mitarbeitern ist CROSSMEDIA mit acht Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Beim Deutschen Mediapreis 2018 erhält CROSSMEDIA für Haltung und stetige Weiterentwicklung die Auszeichnung „Agentur des Jahres“. Zum Kundenportfolio gehören u. a. BMW, Mini, Hertz, Homeaway, Lidl, New Era Caps, Tamaris, US Bank, and White Castle.

www.crossmedia.de | www.crossmedia.com

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Nicole Weschke
Director Corporate Communications
Hildebrandtstraße 24A
40215 Düsseldorf
fon: +49 [0]211.86652.441
weschke@crossmedia.de

Kundenkontakt

Crossmedia London, Ltd.
Tony Williams
Managing Director
22 Great Marlborough Street
London W1F 7HU
fon: +44 [0]7824 355 954
tony.williams@crossmedia.com