

GWA Effie Awards Germany 2020: CROSSMEDIA gewinnt Silber mit Etihad Airways

Insgesamt kann der Mediaindependent fünf Erfolge beim Effektivitätswettbewerb verbuchen.

Düsseldorf, 15.10.2020. Die Effie-B2C-Jury ehrt die Kampagne „New Era Digital“ für die nationale Fluggesellschaft der Vereinigten Arabischen Emirate mit einer Trophäe in Silber. Damit erhält Crossmedia den einzigen Preis in der – seit diesem Jahr neuen – Kategorie „Marketing Automation“. Die Effizienzsteigerung durch das agenturintern entwickelte Tool „Advanced Dynamic Engine“ hat die Expertenrunde für effektive Marketingkommunikation überzeugt; auch die eingereichten Cases für Aktion Mensch, DAK und PAYONE erhalten vier Auszeichnungen. Am 12. November findet die Effie Gala digital statt.

Trotz Teilnahmerecord haben es insgesamt nur zwölf B2C-Kampagnen auf das zweite Siegertreppchen geschafft. Zum Vergleich: Im letzten Jahr gab es neunmal Silber, aber dafür nur etwa halb so viele Einreichungen. Umso größer ist die Freude bei Crossmedia, sich in dieser Vielzahl an Bewerbungen durchgesetzt zu haben.

Etihad Airways: „New Era Digital – Effizienzsteigerung durch Automation“

Crossmedia und Etihad Airways zeigen mit dem Gewinner-Case „New Era Digital“, wie erfolgreiches Performance Marketing funktioniert: Mithilfe des von der Agentur entwickelten Tools „Advanced Dynamic Engine“ [ADE] realisieren sie eine Kampagne, bei der alle relevanten Daten live aktualisiert und so verarbeitet werden können, dass sie direkt für die programmatische Kampagnenaktivierung zur Verfügung stehen. Damit können allein in Deutschland binnen kurzer Zeit über 4.000 individuelle Botschaften via Display und Paid Social an 144 Zielgruppen ausgespielt werden. Die besondere Effizienz der Kampagne kann Crossmedia u. a. durch eine ROI-Steigerung von 50 Prozent nachweisen.

„Die Flugbranche ist geprägt von einer extrem hohen Wettbewerbsintensität und Preisdruck. Wir freuen uns, mit unserem inhouse-Tool ADE eine Lösung für Etihad entwickelt zu haben, welche die notwendige Abstimmung zwischen Kunde, Media- und Kreativagentur maximal effizient und automatisiert gestaltet. Der Preis ist eine Auszeichnung für die exzellente Arbeit unseres internationalen Teams in London und Düsseldorf, auf die wir stolz sind“, so Sebastian Schichtel, stellvertretender Geschäftsführer bei der Crossmedia und verantwortlich für den Bereich Digital.

Weitere Effie-Erfolge mit Aktion Mensch, DAK und Payone

Die unabhängige Agentur hat in diesem Jahr aber noch mehr Cases erfolgreich ins Rennen für die Effies geschickt: So kann sich Crossmedia gemeinsam mit Aktion Mensch über eine Nominierung in der Kategorie „Doing Good“ für ihren Inklusionscase [„Mission Zukunft: Realitätsschock“](#) freuen. Dafür haben sie die negativen – teilweise menschenverachtenden – Reaktionen der Vorjahreskampagne für einen von Kolle Rebbe emotional provozierenden Spot genutzt, der über zahlreiche Touchpoints aktive Unterstützer gefunden hat und für mehr Inklusion sensibilisiert.

Außerdem gewinnt Crossmedia gleich dreimal auf einen Streich als beteiligte Agentur Bronze: Zum einen gab es den Effie zusammen mit Haupteinreicher Lukas Lindemann Rosinski / Bloom für den Kunden Payone mit dem Case „StudioOne“. Zum anderen erhalten die beiden von Philipp und Keuntje eingereichten Markenkampagnen „Gesund sein ist gut, aber gut sein ist gesünder“ sowie „niceones – die Bewegung für ein gesundes Miteinander“ der DAK-Gesundheit zwei Trophäen. Die Erfolge sind Belege für die gute und erfolgreiche Kooperation zwischen den unterschiedlichen Gewerken Kreation und Media.

Erst im letzten Jahr ist Crossmedia als erste Mediaagentur in den GWA, dem Gesamtverband der kreativen Kommunikationsagenturen, eingetreten. Seitdem besteht ein intensiver Austausch über die Disziplingrenzen, um den Dialog zwischen Kreation und Media zu fördern und weiter auszubauen. Immer mit dem Ziel, gemeinsam wirkungsvolle und vernetzte Kampagnen umzusetzen.

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 550 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. Ärzte ohne Grenzen, Bifi, Bundeswehr, DER SPIEGEL, Fressnapf, HeyCar, LIDL, Tamaris und Suzuki.

www.crossmedia.de | www.crossmedia.com

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH

Nicole Weschke | Ann-Sophie Altmeier

Hildebrandtstraße 24 A

40215 Düsseldorf

fon: 0211.86652.441 | .171

mobil: 0173.6706762 | 0173.1735260

nic.an@crossmedia.de