



## **wywy auf der dmexco: Hyundai-Kampagne zeigt den Erfolg synchronisierter Multi Screen-Werbung**

- **Starke Steigerung des Kunden-Engagements bei Einführung des Hyundai i10**
- **wywy präsentiert Hyundai-Kampagne als Showcase auf der dmexco**

München, 26. August 2014 – wywy ([www.wywy.com](http://www.wywy.com)) überzeugte Hyundai bei der Einführung des neuen Kleinwagenmodells i10 von der Wirkung zeitsynchronisierter TV- und Online-Werbung. Die innovative Maßnahme beschert dem Autohersteller eine eindrucksvolle Steigerung des Kunden-Engagements. Auf der dmexco 2014 in Köln zeigt wywy am Beispiel der Hyundai-Kampagne, wie Werbungtreibende das Maximum aus ihrem Werbebudget holen.

### **Nahtlose Vermarktung des Hyundai i10 über verschiedene Kanäle**

Für die Einführung des neuen i10-Modells arbeiteten wywy, Hyundai, Havas, Innocean und AppNexus zusammen. Ziel war die Verlängerung der TV-Werbung ins Web sowie ein nahtloser Übergang zwischen den einzelnen Screens. Zwei Maßnahmen wurden dazu ergriffen: Zum einen schaltete Hyundai Online-Werbung, die zeitsynchron zum TV-Werbespot angezeigt wurde, um die Second Screen-Zuschauer zu erreichen. Zum anderen wurde die deutsche Hyundai-Webseite in Echtzeit synchronisiert, so dass das neue i10-Modell dort während der TV-Ausstrahlung prominent dargestellt wurde. Grundlage für beide Maßnahmen ist die Echtzeit-Erkennung von wywy, die feststellt, wann ein Werbespot im Fernsehen gesendet wird.

Dank synchronisierter Werbung erhöhte sich die Markenwahrnehmung innerhalb der Zielgruppe um 16 Active GRP und die Hyundai-Webseite verzeichnete einen Besucherzuwachs von 50 Prozent. Auch das Kunden-Engagement stieg dank der synchronisierten Webseite stark an: Die Bounce-Rate halbierte sich und die Conversion-Rate – gemessen an der Anzahl der Besucher, die zusätzliche Informationen erhalten wollten – steigerte sich um 470 Prozent.

Martin Sir, Head of Marketing Communication and Trade Marketing bei Hyundai, erläutert die Kampagne: „Die Marke Hyundai ist ein Synonym für fortschrittliches Denken und neue Möglichkeiten. Unsere Second Screen-Kampagne ist hierfür beispielhaft. Indem wir unsere Paid- und Owned Media auf innovative Weise zusammengeführt haben, konnten wir das Engagement signifikant erhöhen und dadurch gewährleisten, dass Interessierte einfach an Informationen zum i10 gelangen konnten.“

### **dmexco 2014: Die Hyundai-Kampagne als Showcase**

Auf der dmexco 2014 zeigt wywy am Beispiel der Hyundai-Kampagne, wie Marken, Trading Desks und Agenturen TV und Online verbinden und so ihre Mediaausgaben optimieren können. Individuelle Fragen zu den Produkten, zur Technologie und möglichen Kooperationen werden gerne bei einem persönlichen Gespräch vor Ort beantwortet (Kontakt: [dmexco@wywy.com](mailto:dmexco@wywy.com)). Das wywy-Team erwartet Sie am 10. und 11. September 2014 in Halle 7 am Stand E-020/024.

**Über wywy:**

wywy ([www.wywy.com](http://www.wywy.com)) hilft Unternehmen und Agenturen, den ROI ihrer TV-Werbung zu maximieren. Mittels der TV-Tracking-Technologie von wywy wird die Ausstrahlung von TV-Spots in Echtzeit erkannt, wodurch Werbetreibende die Wirkung ihrer Kampagnen messen, analysieren und optimieren können. Die Synchronisation von TV- und Online-Werbung öffnet außerdem einen interaktiven Rückkanal, über den Werbetreibende die Reichweite der TV-Werbung erhöhen und die Aufmerksamkeit von Second Screen-Nutzern zurückgewinnen. wywy ist in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Österreich, der Türkei und den USA aktiv.

**Medienkontakt:**

Julia Tenner | +49 (0)89 416143222 | [presse@wywy.com](mailto:presse@wywy.com)