



wywy und Nissan stellen bei den Cannes Lions Ergebnisse ihrer Multi-Screen-Kampagne vor

- Präsentation der Kampagnen-Ergebnisse am 26. Juni 2015 bei Lions Innovation
- Markenwahrnehmung des Nissan Pulsar steigt durch TV-Synchronisation der Online-Kampagne um 96%

München, 24. Juni 2015 – wywy, Spezialist für Multi-Screen-Werbelösungen, und der Automobilhersteller Nissan präsentieren auf dem Cannes Lions International Festival of Creativity, wie Nissans Markenwahrnehmung dank wywys innovativer TV Sync-Technologie gesteigert werden konnte. Anhand der Kampagne zeigt Dr. Andreas Schroeter, Mitgründer und COO von wywy, am [26. Juni 2015](#) zusammen mit Martin Jobin, Digital Experience General Manager von Nissan, welche Möglichkeiten eine einheitliche Multi-Screen-Werbegeschichte Werbetreibenden bietet.

Die Nissan Pulsar Multi-Screen-Kampagne: Strategie und Ergebnisse

Für die Vermarktung des Nissan Pulsar Modells unterstützte wywy den Fahrzeughersteller mit der Durchführung synchronisierter TV- und Online-Werbung in Großbritannien, Frankreich, Italien und Deutschland. Durch wywys LiveSync-Technologie wurde die TV-Werbung simultan auf dem Second Screen, also dem Smartphone oder Tablet, das parallel zum Fernsehgerät genutzt wird, abgebildet. Durch die synchronisierte Werbekampagne konnte die Markenwahrnehmung für den Nissan Pulsar bei den TV-Zuschauern um 96 Prozent gesteigert werden.

Auf der Experience Stage des Lions Innovation Festivals stellen wywy und Nissan die Multi-Screen-Kampagne vor und erläutern die Ergebnisse des „Connected Storytellings“. Zusammen zeigen sie, wie Werbetreibende mit neuen Technologien eine einheitliche Werbegeschichte erzählen können und wie die Nutzer auf innovative Weise erreicht werden können – egal, auf welchem Bildschirm sie gerade ihren Blick richten.

Cannes Lions 2015: Nissan-Kampagne bei Lions Innovation

Dr. Andreas Schroeter und Martin Jobin halten am Freitag, den 26. Juni 2015, von 15:55 Uhr bis 16:25 Uhr den [Vortrag „Driving the Future of Connected Storytelling“](#) auf der Experience Stage, Creative Technology. Individuelle Fragen zu den Produkten von wywy, zur Technologie und möglichen Kooperationen werden gern bei einem persönlichen Gespräch vor Ort beantwortet (Kontakt: canneslions@wywy.com).

Über wywy:

[wywy](#) hilft Unternehmen und Agenturen, den ROI ihrer TV-Werbung zu maximieren. Mittels der [TV Sync-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