

# MEDIENMITTEILUNG

## Mercedes: Auf der Überholspur mit eventdatenbasierten Radiospots

**Zürich, 3. September 2019. Swiss Radioworld und Omnicom setzten für Mercedes-Benz Vans eine innovative Targetingkampagne erfolgreich um. Damit konnte die Wirkung von Radiowerbung auf Google-Suchresultate nachgewiesen werden.**

Während der Kampagne für die neue Mercedes-Benz V-Klasse wurde Radiowerbung dynamisch und eventdatenbasiert aufgrund von Google Trends angesteuert. Der Radiospot wurde dabei nur in den Regionen ausgestrahlt, in denen die Suchabfragen zur Mercedes-Benz V-Klasse gegenüber der Konkurrenz unterdurchschnittlich war. Dadurch konnte Mercedes-Benz Vans die Nachfrage nach der neuen V-Klasse gezielt erhöhen und den Search Traffic gegenüber der Konkurrenz ausbauen.

Die Suchabfragen nach der Mercedes-Benz V-Klasse wurden während der Kampagnenwoche um 17% gesteigert. Parallel dazu hat sich die Google-Abfrage nach dem Konkurrenzmodell um 14% reduziert. „Anhand der gesteigerten Nutzerzahlen in den Ausstrahlungsgebieten sowie des höheren Search Traffics während der Kampagne, konnten wir eine positive Wirkung von Radiowerbung auf die Suchabfragen nachweisen“, freut sich Dirk Beneditz, Head of Marketing Operations von Mercedes-Benz Schweiz.

Die von Swiss Radioworld zusammen mit Technologiepartner adremes entwickelte Plattform für Broadcast Radio bietet damit eine weitere attraktive Targetingmöglichkeit für Werbekunden, die ihre Nachfrage geographisch gezielt steuern und den Search Traffic steigern wollen. «Radio hat durch diese Kampagne den Beweis erbracht, dass es als Reichweitenmedium in Zusammenspiel mit Onlinemassnahmen einen relevanten Mehrwert in der Customer Journey bietet. Durch die datenbasierte und dynamische Kampagnenführung werden Streuverluste reduziert, die Awareness gesteigert und die Nachfrage gezielt erhöht», sagt Ralf Brachat, Managing Director von Swiss Radioworld.

Für die Kampagnenumsetzung waren bei Swiss Radioworld verantwortlich: Darko Dunjic (Verkauf), Daniel Tschudi (Beratung) und Steve Krebsler (Planung und Umsetzung), Denise Martin (AMQ Switzerland), Natascha Djordjevic (AMQ Switzerland)

### Weitere Informationen:

Swiss Radioworld AG  
Daniel Tschudi  
Project Manager / Product Manager  
T +41 44 485 42 78  
Daniel.Tschudi@SwissRadioworld.ch  
www.Goldbach.com

**Das Unternehmensprofil der Swiss Radioworld AG**

Ob Audioplattformen wie Spotify oder TuneIn, klassische oder programmatische Radiowerbung und digitale Audiokanäle von Schweizer Privatradiostationen – wir stehen für Audio über alle Verbreitungskanäle. Als Vermittlerin nationaler Radiowerbung übernimmt die Swiss Radioworld AG nicht nur die Beratung, Planung und Abwicklung klassischer Kampagnen. Vielmehr investieren wir kontinuierlich in technologische Entwicklungen im Audiobereich, um den Radiomarkt in die digitale Welt zu überführen. Dazu setzen wir auf automatisierte Werbeauspielung und nutzen eventdatengestützte Technologien, um Zielgruppen kontextbasiert, am richtigen Ort und zur richtigen Zeit zu erreichen. Seit 2018 bieten wir als erstes europäisches Unternehmen eventdatenbasierte und vollautomatisierte Radiowerbung in der Schweiz an. Für Schweizer Privatradiostationen und Agenturen leisten wir technologische Unterstützung im Bereich der Mediaplanung, Vermittlung, Buchung, Abwicklung sowie dem Controlling für Radiokampagnen. Die Swiss Radioworld AG ist eine Tochtergesellschaft der Goldbach Group AG mit Sitz in Küsnacht Zürich. Die Goldbach Group AG ist in der Schweiz, Österreich und Deutschland tätig und gehört zu Tamedia, der führenden privaten Mediengruppe der Schweiz. [www.Goldbach.com](http://www.Goldbach.com)

**Das Unternehmensprofil der Omnicom**

Die Omnicom Media Group Schweiz AG ist die Schweizer Mediaholding der Omnicom, einer weltweit führenden Kommunikations-, Werbe- und Marketingdienstleistungsgruppe. Mit OMD und PHD (inklusive AMQ, dem dedizierten Beratungsteam für die Betreuung des Daimler Accounts) umfasst sie zwei der führenden Mediaagenturmarken in der Schweiz und bündelt unterschiedliche Kommunikationsservices. Die beiden Agenturen der Omnicom Media Group Schweiz AG beraten mit über 100 Mitarbeitenden namhafte, werbetreibende Unternehmen in den Bereichen Strategie, Kommunikation, Mediaplanung, Mediaeinkauf, Optimierung und Forschung. [www.omnicommediagroup.ch](http://www.omnicommediagroup.ch)

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Omnicom Media Group Schweiz AG, Leutschenbachstrasse 41, 8050 Zürich,  
Nannette Passberg, Mail an: [nannette.passberg@phdmedia.com](mailto:nannette.passberg@phdmedia.com) , Tel: 044-9198883