



WebAd Einreichung

Kategorie: Beste Mediastrategie

Red Bull | World of Red Bull

AUSGANGSSITUATION & BRAND INSIGHT

**Die World of Red Bull Kampagne ist die erste TV Kampagne von Red Bull Energy Drink, die kein Cartoon Spot ist und damit etwas vollkommen Neues:
Es werden in einem Emotion-Clip unvergessliche Red Bull Momente und Geschichten erzählt, die einen WOW-Effekt bei den Konsumenten erzeugen.**

MARKETING- & KOMMUNIKATIONSZIEL

Red Bull verleiht Flügel: User an der World of Red Bull teilhaben lassen.

Buzz vor und während der Kampagne: Der Konsument soll über den TV-Clip sprechen.

Impact erzeugen und Interaktion mit der World of Red Bull fördern.

**„Jeder sieht, erlebt und spricht
über die World of Red Bull.“**

„Jeder sieht, erlebt und spricht über die World of Red Bull.“

DIE STRATEGIE



Unsere Ziele und die dahinter liegenden Kommunikationsmaßnahmen verzahnen wir geschickt:

Es ist essentiell für den Kampagnenerfolg, **Paid und Owned Media zu verknüpfen** und so Earned Media zu generieren.

„Jeder sieht, erlebt und spricht über die World of Red Bull.“



DIE STRATEGIE

Mithilfe unseres Tools MATRIX, Fokusgruppen-Insights und Erfahrung analysieren wir, welcher Kommunikationskanal wofür und in welcher Ausprägung herangezogen wird.

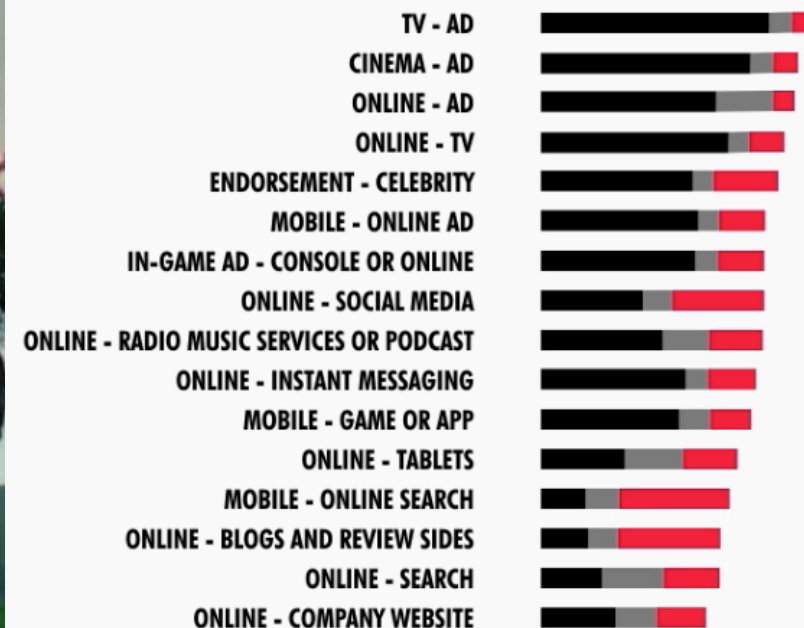
Wir definieren 3 Parameter für unsere Ziele, die in Paid, Owned und Earned Media einfließen:

DISCOVERY – jeder sieht die World of Red Bull.

ACTION – User an der World of Red Bull teilhaben lassen.

COMMUNITY – Buzz vor & während der Kampagne schaffen.

Performance-Index nach Kommunikationszielen



DISCOVERY **ACTION** **COMMUNITY**

„Jeder **SIEHT**, erlebt und spricht über die World of Red Bull.“

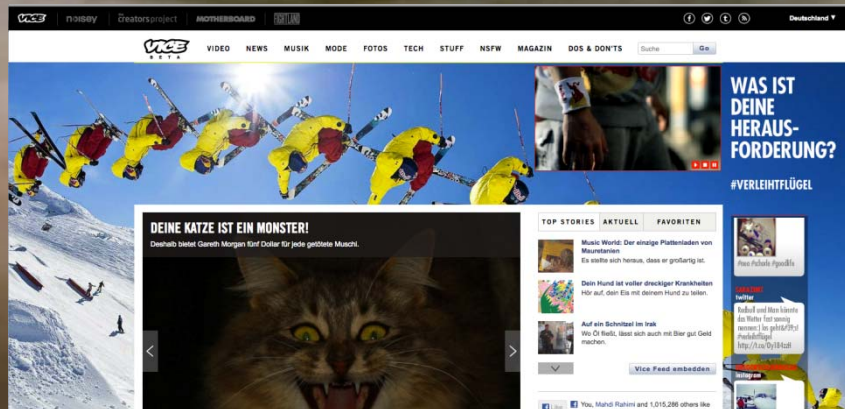


DIE UMSETZUNG

DISCOVERY – jeder sieht die World of Red Bull.

Wir schaffen Impact punktgenau in unserer Zielgruppe und erfüllen deren Anforderungen in unserer Kommunikation:

Innovation, Schnelligkeit, Entertainment und Vielfältigkeit – Wir bieten den Usern aktuelle, neuartige und individuelle Werbung in den für sie relevanten Channels:



Großflächige Takeovers im affinen Umfeld: Wir schaffen ein Media First in Österreich und platzieren den **Social Feed** zur World of Red Bull direkt in den Ads – damit verbreiten wir auf neue Art und Weise **User Generated Content** und auch die Botschaften der Red Bull Athleten.

→ **Paid Media** nützt **Owned Media** in Echtzeit zur viralen Verbreitung.

In Stream Video Platzierungen & Mobile Ads mit dem **IAB Mobile Rising Star** „Full Page Flex Ad“ für Smartphone.



„Jeder sieht, **ERLEBT UND SPRICHT**
über die World of Red Bull.“



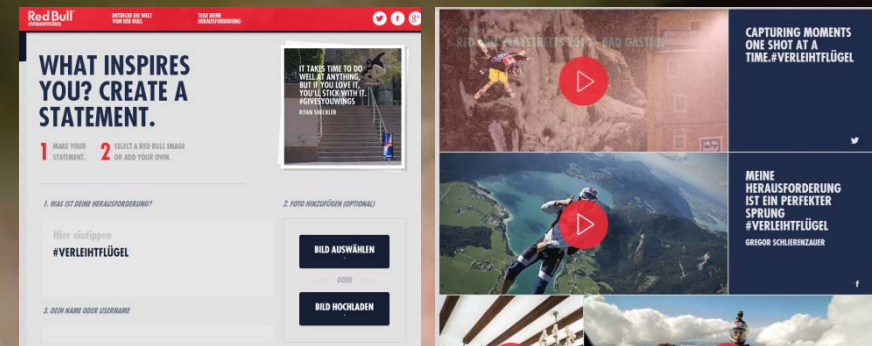
DIE UMSETZUNG

ACTION UND COMMUNITY – User werden Teil der World of Red Bull und interagieren.

In sämtlichen Ads fordern wir User zum Teilen & Mitmachen auf und wollen von ihnen wissen „**Was ist deine Herausforderung**“?

Das interaktive Werbe-Erlebnis wird auf der World of Red Bull Landing Page fortgesetzt und vertieft:

User können ihre Herausforderung dort mitteilen & teilen – und werden so im Social Feed **Teil der World of Red Bull**. Außerdem können sie sich weitere Videos zur World of Red Bull ansehen und teilen.



Die Digital-Kampagne führte über Display Ads und Prerolls zu **über 40.000 Interaktionen** von Usern auf der World of Red Bull Page.

„Jeder sieht, **ERLEBT UND SPRICHT**
über die World of Red Bull.“



DIE UMSETZUNG

ACTION UND COMMUNITY – User werden Teil der World of Red Bull und interagieren.

In einer **eigens kreierten Branded Experience Page** lässt sich unsere Zielgruppe dort unterhalten, wo sie bereits Entertainment erwartet: Beim **Gaming**.

Dort integrieren wir nicht nur den TV Clip sondern die gesamte Welt: zusätzliche Videos von Athleten, um die Vielfältigkeit zu transportieren und Freedom of Choice zu bieten.



25.000 Mal wurden World of Red Bull Videos innerhalb der xBox Live Umgebung angesehen.

Neugierige User, die auf den Hashtag **#VERLEIHTFLÜGEL** oder die Kampagne aufmerksam werden, holen wir mittels **Search** ab, wo wir auch die gesamte World of Red Bull und ihre Events, Sportarten, Athleten und Künstler abbilden.

Mit einer **Conversionrate von über 80%** über die gesamte Laufzeit generieren wir rund zusätzliche 10.000 Interaktionen auf der Landing Page.

„Jeder **SIEHT, ERLEBT** und **SPRICHT**
über die World of Red Bull.“

DIE UMSETZUNG

- Sharing Funktion für alle Platzierungen & Videos
- Social Feed Integration
- Interaktion im Feed direkt zum Posting/Tweet/ Instagram-Beitrag
- Seeding bei relevanten Usern
- Social Ads

- Einbindung der Athleten & Künstler
- Zusätzliche Videos zum TV Clip
- Integration eigener Contents in neue Umfelder wie Gaming-Konsole
- Klicks und Suchfragen zur Landing Page



„Jeder **SIEHT, ERLEBT** und **SPRICHT**
über die World of Red Bull.“

DIE ERFOLGE

DISCOVERY – jeder sieht die World of Red Bull.

Steigerung der Online Ad Awareness um 35% im Vergleich zum Vorjahr.

ACTION – User an der World of Red Bull teilhaben lassen.

Zustimmung und Bekanntheit zum Statement „Red Bull verleiht Flügel“ um 18% gestiegen.
Über 50.000 Interaktionen mit der World of Red Bull, die durch Werbung initiiert wurden.
Zusätzliche 25.000 Videos Views durch inGame Platzierung.

COMMUNITY – Buzz vor & während der Kampagne schaffen.

Über 700 Live-Kommentare im Social Feed, die durch Integration in Bannern zusätzlich über
3 Millionen Mal verbreitet wurden