

*** Presseinformation ***

McDonald's launcht gemeinsam mit RMS Austria die erste interaktive Audio Kampagne Österreichs

Kein Klicken. Kein Wischen. Nur Schütteln. Ganz einfach „Shake me“.

In Zusammenarbeit mit OMD Austria und RMS realisierte McDonald's in einer 3-wöchigen Kampagne im April die erste interaktive Shake me-Kampagne Österreichs.

Schüttel jetzt dein Handy, um die My McDonald's Nesterjagd zu spielen!

Zur Bewerbung der McDonald's Ostergames nutzte McDonald's als erster Kunde eine innovative Werbeform im Audio Bereich – das sogenannte „Shake Me-Ad“, das exklusiv im Portfolio der RMS Austria buchbar ist.

Ziel der Kampagne war es, durch die interaktive Produktneuheit „Shake Me“ App-Downloads zu generieren. Die Nutzer wurden im Rahmen des Audiospots dazu aufgefordert, ihr Smartphone zu schütteln, um dadurch die McDonald's App downzuloaden bzw. bei bereits erfolgtem Download direkt die App zu öffnen. Dass sich diese neue, spielerische Interaktion bei den Usern hoher Beliebtheit erfreut, zeigt die sensationelle Interaktionsrate von 1,56%. Auch die App Downloads haben besonders gut performt und beweisen eine überdurchschnittlich hohe User Beteiligung. Damit ist einmal mehr das besonders starke Involvement bei Webradio-Hörern bewiesen.

Statement McDonald's

„Radio ist und bleibt für uns ein wichtiger Kanal, um unsere Werbebotschaften zu transportieren. Als Marke sind wir First Mover bei digitalen Trends, denn neue Werbeformen unterhalten Zuhörer innovativ und interaktiv“, so Benedikt Böcker, Head of Marketing bei McDonald's Österreich und Bisi Andrejevic bei OMD Austria.

Überraschender Hörimpuls

Das Shake me-Ad setzt auf einen überraschenden Hörimpuls und nutzt für den Call-To-Action das Bewegt-Feature mobiler Devices.

„Diese viel natürlichere, intuitivere Interaktion mit dem Nutzer als bloßes Klicken auf einen Banner in anderen digitalen Kanälen, birgt spannendes Potenzial für Audio-Werbekunden“, berichtet Regina Zinöcker von RMS Austria, und ergänzt: „Wir können unseren Werbekunden mit dieser originellen Werbeform einen effektiven Mehrwert bieten. Durch Gamifikation gelingt es, eine noch höhere Affinität zur Marke aufzubauen. Den kreativen Ideen zur Nutzung dieser neuen Werbeform sind keine Grenzen gesetzt – man kann Gutscheine bewerben, auf Landingpages verweisen, App Downloads generieren und vieles mehr - und das „aus dem Handgelenk geschüttelt“. Antenne Vorarlberg ist der erste öst. Sender, der diese innovative Werbeform implementiert hat, darüberhinaus lief die Kampagne bei einigen prominenten internationalen Playern.

Die herausragenden Leistungswerte der McDonalds-Kampagne und weitere Details der Werbewirkung werden am Radio Research Day, am 14. Mai 2019 im Palais Niederösterreich von McDonalds gemeinsam mit OMD vorgestellt – Anmeldungen zu dieser Fachveranstaltung sind noch per Mail an holzinger@rms-austria.at möglich.

Kontakt:

Radio Marketing Service GmbH Austria
Regina Zinöcker
Sales Service Webradio
Tel: (01) 710 58 10- 23 | zinoecker@rms-austria.at