

MediaCom hebt mit American Airlines ab

13 JUN 2016

Düsseldorf, 13. Juni 2016 – MediaCom Deutschland bringt American Airlines in Position: Mit einer groß angelegten Digital-Kampagne trommelt die hierzulande führende Mediaagentur ab dieser Woche für die amerikanische Fluglinie. Im Einzelnen übernimmt MediaCom Planung- und Schaltung einer Display-Kampagne über das stationäre Web und Mobile. Flankierend kommen DOOH-Spots zum Einsatz. Hier bekommen potentielle Fluggäste American Airlines-Commercials an den Infoscreens der U-Bahnhöfe in Frankfurt und München zu sehen. An den Flughäfen kommen statische Werbemittel zum Einsatz. Für Kreation zeichnet die Londoner Dependence der amerikanischen Agentur Crispin Porter + Bogusky (CP+B) verantwortlich.

“American Airlines streben die Marktführerschaft im Bereich der kommerziellen Luftfahrt an und haben sich für ihre Imagekampagne MediaCom als starken Partner an die Seite geholt. Bei unserem neuen Kunden können wir zwei zentrale Punkte ausspielen: zum einen unser

technisches Knowhow, Zielgruppen effektiv über die richtigen digitalen Kanäle zu erreichen und zum anderen unsere langjährige Erfahrung in der Markenführung von globalen Unternehmen“, betont Dirk Fromm, COO von MediaCom Deutschland.

“MediaCom und CP+B haben von Anfang an ein grundlegendes Verständnis für unsere Assets und Möglichkeiten gezeigt“ erklärt Fernand Fernandez, stellvertretender Global Marketing Chef von American Airlines. “Das fängt bei unseren mehr als 100.000 Mitarbeitern an. Mit einer authentischen und einzigartigen Kampagne wollen wir den Enthusiasmus und die Leidenschaft unserer Mitarbeiter einfangen und an unsere Kunden weitergeben. Wir sind stolz, wie MediaCom und CP+B mit uns gemeinsam die Marke American Airlines präsentieren.”

Die Etatvergabe erfolgte im Zuge eines internationalen Alignments, bei dem sich MediaCom Worldwide durchsetzte.