

## Presseinformation

### **Wie BURGER KING® die Kraft der Individualisierung nutzte**

Vizeum Deutschland und Grabarz & Partner steigern Impact durch Programmatic Dynamic Creation um 700 %.

**Wiesbaden/ Hamburg, 12.11.2018 - Mit dem Ziel, mehr Besucher in die BURGER KING® Restaurants Hessens zu bringen, entwickelten Vizeum Deutschland, Kommunikations- und Mediaagentur des Dentsu Aegis Network, und Grabarz & Partner die erste gemeinsame Programmatic-Dynamic Creation Kampagne für ihren Kunden BURGER KING Deutschland. Der messbare Erfolg dieser zukunftsorientierten Kampagne unterstreicht die Bedeutung von Daten-basierter Kommunikation sowie partnerschaftlicher Zusammenarbeit zwischen Agenturen und Unternehmen.**

Auf Basis des von Vizeum entwickelten psychografischen Segmentierungsansatzes Motivations to Connect wurden von Grabarz & Partner mehr als 1.000 unterschiedliche Werbemittel erstellt, welche die individuellen Persönlichkeiten der User genauestens ansprachen. Die dafür notwendige Datenaktivierung wurde in Zusammenarbeit mit Adsquare auf den Weg gebracht.

#### **Der User und seine bekannten Eigenschaften stehen im Vordergrund**

Die Aussteuerung der Banner erfolgte vollautomatisch mittels Programmatic Dynamic Creation (PDC). In der Aussteuerung kam das Vizeum Motivations to Connect Targeting zum Einsatz. Das Modell ermittelt die individuellen Bedürfnisse der Zielgruppe auf Basis von acht Motivatoren. Abgestimmt auf ihre jeweiligen Bedürfnisse bekamen die Nutzer Werbeinhalte in der entsprechenden Tonalität angezeigt.

Darüber hinaus wurden Motive abhängig von Geodaten von ländlichen und urbanen Gebieten, der Tageszeit und der Endgeräte ausgeliefert. Somit deckte die dynamische Aussteuerung nicht nur die Verfassung, sondern auch das Online-Nutzungsverhalten zu verschiedenen Tageszeiten ab. Dem Individualisierungsansatz folgend, wurden für die differenzierte Aussteuerung von Kampagnenmotiven der Persönlichkeit entsprechende Headlines getextet, die Hintergründe der Werbemittel an die jeweilige Tageszeit angepasst und Produkte entsprechend der Tageszeit angeboten.

#### **“One Size Fits All” war gestern**

Das positive Kampagnenergebnis bestätigt die erfolgreiche strategische Umsetzung. Im Ausführungszeitraum von Mitte Mai bis Mitte Juni 2018 wurde durch die individualisierten Kampagnenmotive der Wirkungsgrad der Werbebotschaften gegenüber einem „One Size Fits All“ Motiv verbessert und damit der Sales Impact auf Basis der Restaurantbesuche und Abverkaufszahlen um den Faktor 7 erhöht.

**Benedikt Lemsky, Head of Marketing Communications der Burger King Deutschland GmbH kommentiert:** „Mit dem Ergebnis der Kampagne sind wir sehr zufrieden. Bei programmatisch dynamischen Kampagnen ist der entscheidende Faktor, dass Media und Kreation Hand in Hand gehen.“

**Karin Libowitzky, CEO von Vizeum Deutschland** fügt hinzu: „Programmatisch individuell ausgesteuerte Kampagnen, die zur Motivation und damit relevanten Verfassung der

Zielpersonen passen, werden in Zukunft deutlich an Bedeutung gewinnen. Neben dem Datenmanagement sind eine professionelle Planung sowie Konzeption und Kreation der Story elementar für den zielgerichteten Einsatz von Technologien - all diese Komponenten funktionieren aber nur dann im Zusammenspiel, wenn ein substanzielles Verständnis der menschlichen Natur gegeben ist und der Mensch bei allen Überlegungen im Mittelpunkt steht. Aus diesem grundlegenden strategischen Verständnis und den genannten Komponenten und Dimensionen erfolgreiche Umsetzungen zu erschaffen, treibt uns als Teil des Dentsu Aegis Networks voran.“

**Peter Kiefer, Head of Marketing Impact von Grabarz & Partner** sagt: „Auch wenn die richtige Botschaft zum richtigen Zeitpunkt an die richtige Person im Grunde nichts Neues ist, so werden durch Technik, Daten und die Individualisierung von Botschaften ganz neue Möglichkeiten für die Kreation geboren. Das zeigt diese Arbeit, die sogar für ein Produkt mit vielleicht nicht hunderten von Features funktioniert, deutlich auf. Auch der Mehraufwand, den die Entwicklung und Umsetzung mit sich bringen, wird durch die gesteigerte Wirkung deutlich kompensiert. Solche Cases zeigen, dass es sich lohnt, in diese Richtung zu denken. Ich bin mir sicher, dass wir in Zukunft vermehrt solche Ansätze sehen werden, auch über Bannerkampagnen und Einzelmeister hinaus.

- Ende -

#### **Kontakt:**

Gregor A. Glomb, Communications Specialist, Vizeum Deutschland  
F: +49 611 9788 7161, [gregor.glomb@dentsuaegis.com](mailto:gregor.glomb@dentsuaegis.com)

Ina Bach, Head of Corporate Communications. Grabarz & Partner  
F: +49 40 376 41 0, [ina.bach@grabarzungpartner.de](mailto:ina.bach@grabarzungpartner.de)

#### **Über Vizeum:**

Vizeum wurde 2003 als Challenger Brand des Dentsu Aegis Network gegründet und agiert weltweit in 57 Märkten als innovativer Partner für Unternehmen in der heute technologisierten und digitalisierten Welt. Beratung mit strategischen Anspruch und die Verbindung von Konsument und Marke stehen im Vizeum Netzwerk im Vordergrund. Durch das Zusammenspiel von Data, Media und Technologie entwickelt Vizeum Kommunikationslösungen für das nachhaltige Geschäftswachstum ihrer Kunden – „*Accelerating Business Growth Through Media*“. An den Standorten Wiesbaden, Hamburg und Düsseldorf werden Kunden wie Ferrero, Burger King, Warsteiner, H&M, Panasonic oder Shiseido ganzheitlich betreut. Weitere Informationen: [www.vizeum.de](http://www.vizeum.de)

#### **Über Grabarz:**

Grabarz & Partner ist eine unabhängige und inhabergeführte Werbeagentur, die zu den kreativsten Agenturen Deutschlands und der Welt zählt. 300 Mitarbeiter betreuen nationale und internationale Etats u.a. von Volkswagen, Porsche, IKEA, Burger King, DEVK und Melitta. 2017 ist Grabarz & Partner die meistprämierte deutsche inhabergeführte Agentur beim „Cannes Lions International Festival of Creativity“ und wurde vom Eurobest Festival als



GRABARZ & PARTNER

„Independent Agency of the Year“ ausgezeichnet. Weitere Informationen:  
<https://www.grabarzundpartner.de/>

**Über BURGER KING WORLDWIDE, INC.:**

1954 gegründet ist BURGER KING® (NYSE: BKW) die zweitgrößte Fast Food Hamburger Kette der Welt. Das BURGER KING® System, the original HOME OF THE WHOPPER®, betreibt mehr als 17.000 Restaurants in über 100 Ländern weltweit. Fast 100 Prozent der BURGER KING® Restaurants werden von unabhängigen Franchisenehmern geführt, viele Restaurants sind im Besitz von Familien, die seit Jahrzehnten im Geschäft sind.

Weitere Informationen über BURGER KING Worldwide finden Sie unter [www.bk.com](http://www.bk.com) oder [www.burgerking.de](http://www.burgerking.de). Besuchen Sie uns auch auf unserer Facebook Fanpage unter [www.facebook.com/BurgerKing.Deutschland](https://www.facebook.com/BurgerKing.Deutschland).