

# SUCCESS STORY



Wavemaker steigert mit CONATIVE die Brand Awareness für Milka in Österreich und hat dabei die volle Kontrolle über Brand Safety.

## Wavemaker

Wavemaker ist das weltweit zweitgrößte Mediaagenturnetzwerk. Als Teil der GroupM betreut Wavemaker eine Vielzahl an internationalen Kunden für die sie durch den Einsatz von Media, Content und Technologie Wachstum und Brand Awareness steigern.

## Mondelez International

Mondelez ist ein internationaler Player im Bereich Food und FMCG. Das Unternehmen hat sich auf Markenprodukte in den Bereichen Süßwaren und Snacks spezialisiert. Milka gehört hierbei zu den bekanntesten Brands und launcht zum 120-jährigen Jubiläum in Österreich *A zarte G'schicht*.



„Für uns ist es extrem wichtig, dass unsere Kampagnen ausschließlich in passenden und hochwertigen Umfeldern zu sehen sind. Mit CONATIVE ist Brand Safety nicht nur ein Label, sondern ermöglicht uns eine echte Transparenz und Kontrolle der Umfeldern. Zudem konnte unsere Anforderung bzgl. dem expliziten Ausschluss von Inhalten mit direktem Bezug zu Corona problemlos umgesetzt werden.“

Julia Harant | Senior Consultant Digital Strategy | Wavemaker

## AUFGABE

Positive Botschaften verbreiten und für ein fürsorglicheres Miteinander einstehen – dazu ruft Milka zum 120. Jubiläum auf. Vom TV-Spot, über Plakate, auf Social Media und den großen bekannten Medienportalen in Österreich soll die von Milka initiierte Tenderness-Studie sowie die limitierte *Zarte Worte Edition* nachweislich bekannt gemacht werden.

## LÖSUNG

Mit dem expandierenden Format bietet CONATIVE die perfekte Lösung um Milkas Tenderness-Studie auf den großen, relevanten Medienportalen redaktionell in Szene zu setzen. Die Brand Safety Lösung von CONATIVE garantiert zudem das perfekte Umfeld für diese zarte Botschaft.



## ERGEBNIS

- Im Schnitt beschäftigen sich die Leser 43 Sekunden mit der *zarten* Botschaft von Milka, damit liegt die  $\emptyset$  Verweildauer +46% über der branchenüblichen Benchmark\*.
- Die hohe Weiterklickrate von 8,03% zeigt, dass interessierte und dadurch vorab qualifizierte Leser auf die Landingpage und den Instagram-Kanal von Milka geleitet werden.

Eine aktuelle Studie von Milka\* zeigt, was zarter Umgang miteinander für Österreicher bedeutet

So zart ist Österreich

Schokolade, Alpen und Lila - drei Worte, eine Marke: Milka präsentiert zum 120-jährigen Jubiläum die zarteste limitierte Tafel mit netten Botschaften und inspiriert ganz Österreich öfter die eigene zarte Seite zu zeigen.

89%

89% aller Österreicherinnen beschreiben sich als zarte und lebenswürdige Personen. Gehörst du dazu?

Zartes Österreich

89 Prozent aller befragten Österreicherinnen und Österreicher beschreiben sich als zarte und lebenswürdige Personen. Die Erkenntnisse der Umfrage haben Milka zu einer ganz besonderen limitierten Edition zum Start ins Jubiläumsjahr inspiriert.

Zeige deine zarte Seite mit der LET Milka Zarte Worte

Milka

Distributed by CONATIVE

Mehr erfahren

Schließen

## MILKA INSPIRIERT GANZ ÖSTERREICH – BRANDSAFE & TRANSPARENT

Für eine maximale Brand Awareness ist es essentiell, dass die Markenbotschaft ausschließlich in Umfeldern erscheint, die für die Marke geeignet sind. Für eine hohe Qualität setzen Wavemaker und Mondelez auf CONATIVE mit seinem Premium-Publisher-Netzwerk in Österreich und haben mit der Brand Safety Lösung die volle Kontrolle und Transparenz über die Umfelder der Kampagne. Durch *Brand Safety Custom* können zudem individuelle Themenbereiche ausgeschlossen werden, die nicht zur Marke Milka passen.

## CONATIVE FACTS

CONATIVE ist ein expandierendes „In-Read“ Werbeformat, das unterschiedlichste Medieninhalte im Lesefluss der Nutzer platziert.

Mit der KI-gestützten Optimierungstechnologie *Momentum* werden u.a. multivariate Creative-Optimierungen, Algorithmen und neuronale Netze eingesetzt, um eine maximale Kampagnen-Performance zu erzielen.

„Unser Ziel war es, auf den großen bekannten Medienportalen in Österreich für eine größtmögliche Brand Awareness zu sorgen und dabei insbesondere die Ergebnisse der Milka-Tenderness-Studie in den Mittelpunkt zu stellen. Die überdurchschnittlich hohe Verweildauer und Second Click Rate von CONATIVE zeigen, dass uns das sehr gut gelungen ist.“

Julia Harant | Senior Consultant Digital Strategy | Wavemaker



**43 Sek.**

$\emptyset$  aktive  
Verweildauer

**8,03%**

Second Click  
CTR

**+46%\***

$\emptyset$  aktive  
Verweildauer

Kampagnenlaufzeit: 18.01. - 21.02.2021

de-  
fine  
media

CONATIVE ist ein Angebot der DEFINE MEDIA GMBH

Quelle: DEFINE MEDIA  
Im Vergleich zum Branchendurchschnitt FMCG  
Analysezeitraum Jan 2020 - Feb 2021