

APG|SGA/Mediaschneider

# Die Gesundheit der Zukunft

**Die APG|SGA und die Agentur Mediaschneider mit ihrer Digitalspezialistin Hoy haben für die Sanitas Krankenversicherung gemeinsam eine programmatische DOOH-Kampagne realisiert.**



Basierend auf soziodemografischen Daten, definierten Zeitschienen und zielgenauer Aussteuerung rund um die Verkaufsstellen wurde das Buch «Health Forecast – Die Gesundheit der Zukunft» programmatisch beworben. (Bild: APG)

Das Aussenwerbeunternehmen APG|SGA und die Agentur Mediaschneider mit ihrer Digitalspezialistin Hoy realisierten für die Sanitas Krankenversicherung eine programmatische Digital-Out-of-Home-Kampagne, wie es in einer Mitteilung vom Mittwoch heisst.

Die Grundlage wurde mit einer reichweitenstarken Awareness-Kampagne geschaffen, mit der die Bevölkerung auf den Sanitas Health Forecast, eine Schweizer Publikation über die Gesundheit der Zukunft, aufmerksam gemacht wurde. Um in einem zweiten Schritt die Abverkäufe des Buches an den Verkaufsstellen zu unterstützen, analysierte Mediaschneider die verkaufsstärksten Städte und den Onlineverkauf und optimierte die Kampagne mit zusätzlichen, programmatischen Ausspielungen. Zum Einsatz kamen einerseits die Demand Side Platform (DSP) Splicky sowie andererseits die Supply Side Platform (SSP) VIOOH.

Konzipiert und produziert wurde der Sanitas Health Forecast und die dazugehörige Werbekampagne von der Zürcher Creative Consultancy Branders. Letzteres erfolgte in enger Zusammenarbeit mit der Digital-Marketing-Agentur Webrepublic.

### **Einschätzungen der Partner**

«Für Mediaschneider ist Out-of-Home ein sehr attraktives, öffentlichkeitswirksames Medium und bietet somit klaren Mehrwert in der Planung für unsere Kunden. Die Adaption des Fachwissens von Hoy-Programmatic auf das Medium Plakat hat uns in den vergangenen Monaten stark gefordert und zu einer tollen Lösung geführt. Für die Sanitas konnten wir mit der APGISGA den Werbedruck auf den POS hin optimieren», lässt sich Manfred Strobl, CEO von Mediaschneider, in der Mitteilung zitieren.

«Programmatic DOOH: zielgerichtet, dynamisch, flexibel, effizient», sagt Marco Chini, Leitung Campaign Management bei Sanitas Krankenversicherung.



«Mit programmatischer Buchung über alle drei Sprachregionen bietet die APGISGA als Innovationsleaderin spannende neue Werbemöglichkeiten. In grossen Städten und Bahnhöfen stehen bereits über 500 Screens für Programmatic zur Verfügung. Werbekunden und Agenturen können dadurch digitale Flächen flexibel ansteuern und ihre Botschaften mit zusätzlichen Targeting-Möglichkeiten ausspielen», so Michael Pevec, Head of Programmatic APGISGA. (pd/lol)

**15.07.2020**