

Medienmitteilung

## **360° Media für digital ambitionierte Kunden – Webrepublic expandiert in die klassische Mediaplanung**

**Zürich, 2. Dezember 2020** – *Webrepublic steigt in die klassische Mediaplanung ein und erweitert das bisher rein digitale Portfolio. Damit bietet die Zürcher Agentur künftig einen Full Service für wirkungsvolle Kampagnen über alle Kanäle hinweg. Trotz des Ausbaus in analoge Bereiche ist und bleibt das Motto «Digital first».*

Zu einer Zeit, in der immer mehr Werbetreibende ihre Budgets in digitale Kanäle verschieben und die Relevanz von digitalem Medienkonsum weiter steigt, macht Webrepublic einen Schritt in die andere Richtung: Die Digitalmarketing-Agentur expandiert in die klassische Mediaplanung. «Wir denken die Bereiche Kreation, Media und Technologie vom Anfang bis zum Schluss einer Kampagne zusammen. Nur so können erfolgreiche kanalübergreifende Kampagnen entstehen, die ihre Zielgruppe erreichen – online und offline», begründet Webrepublic-Partner Tobias Zehnder den Schritt. «Wir strecken uns von den digitalen Touchpoints in die klassische Welt: TV, Out-of-Home, Print, Radio und Kino.» Dadurch wird Webrepublic zu einer Full-Service-Agentur, die ihren Kunden alles aus einer Hand anbietet: Nahtlose Kampagnen, die die gesamte Customer Journey abdecken – vom Plakat an der Tramstation bis zum Erlebnis auf der Website.

### **Wirkung durch klassische Kanäle vergrössern**

Das nötige Know-how holt Webrepublic extern durch neue Mitarbeitende, die langjährige Erfahrung in klassischer Werbung mitbringen. Diese Expertinnen und Experten werden direkt ins bestehende, bisher rein digitale Media-Department – Programmatic Advertising, Social Media und Kreation – unter der Leitung von Joël Meier integriert. Das fördert den laufenden Wissensaustausch, der besonders wertvoll ist, da auch klassische Medien wie TV und Out-of-Home zunehmend programmatisch buchbar sind. Zudem setzt Webrepublic die aus digitalen Kampagnen gewonnenen Daten gezielt für die Optimierung klassischer Kanäle ein: Wie verändert sich während einem Plakat-Flight das Suchvolumen von Marken und Produkten? Wie verhalten sich durch TV-Spots gewonnene Userinnen und User auf der Website? Welche Botschaften auf Social Media generieren das grösste Interesse? «Grosse digitale Kampagnen sind aufgrund vielfältiger Plattformen, Formaten, Targetings und Messmöglichkeiten komplex und benötigen granulare Strategien. Deswegen sind wir überzeugt, dass Kampagnen die digitale Komplexität abbilden müssen, bevor sie in traditionelle Medien verlängert werden – nicht umgekehrt», sagt Joël Meier.



*Zitat Tobias Zehnder, Mitgründer und Partner Webrepublic:*

«Wir denken die Bereiche Kreation, Media und Technologie vom Anfang bis zum Schluss einer Kampagne zusammen. Nur so können erfolgreiche kanalübergreifende Kampagnen entstehen, die ihre Zielgruppe erreichen – online und offline.»

*Zitat Joël Meier, Director Media, Webrepublic:*

«Grosse digitale Kampagnen sind aufgrund vielfältiger Plattformen, Formaten, Targetings und Messmöglichkeiten komplex und benötigen granulare Strategien. Deswegen sind wir überzeugt, dass Kampagnen die digitale Komplexität abbilden müssen, bevor sie in traditionelle Medien verlängert werden – nicht umgekehrt»

## **Über Webrepublic**

Webrepublic ist die führende Digitalmarketing-Agentur der Schweiz. Rund 200 Mitarbeitende konzipieren, implementieren und optimieren Kampagnen aus einer Hand. Um für Kunden Marketinginnovation in Unternehmenswert zu übersetzen, denken sie Kreation, Media und Technologie stets zusammen. Unter dem Namen BoB – Best of Both – arbeitet das inhabergeführte Unternehmen seit 2020 eng mit der Kreativagentur Wirz zusammen. Gemeinsam erstellen die Agenturen Kommunikation, die Emotion und Daten von Anfang an miteinander verzahnt.

<https://webrepublic.com/de/kompetenzen/360-grad-media/>