

Medienmitteilung

Webrepublic bewirbt neueste Uhr von Oris über Connected-TV in den USA

Zürich, 14. Dezember 2020 – Webrepublic realisiert die internationale Onlinekampagne für das neueste Schmuckstück des Schweizer Uhrenherstellers Oris. Die Ads werden noch bis Ende Jahr in über 20 Ländern ausgespielt. In den USA führt die Zürcher Agentur zum ersten Mal eine Connected-TV-Kampagne über grosse Netzwerke wie CBS und ESPN durch.

Aquis Date Calibre 400 – so heisst die neue Uhr von Oris, die diesen Herbst auf den Markt gekommen ist. Um die potenzielle Kundschaft darauf aufmerksam zu machen, arbeitet der Schweizer Uhrenhersteller mit Webrepublic zusammen. Die Digitalmarketing-Agentur promotet das Schmuckstück während zwei Monaten über eine internationale Onlinekampagne mit Fokus auf Video-Ads in mehr als 20 Ländern. Ergänzt werden diese durch Anzeigen auf Social Media, Suchmaschinenwerbung oder Display Ads über die Amazon DSP.

In den USA setzt Webrepublic zum ersten Mal auch eine Connected-TV-Kampagne über grosse Netzwerke um. Die programmatisch gebuchten Spots auf den Sendern CBS und ESPN sowie dem Netzwerk der National Football League (NFL) sind das optimale Format: Das hochwertige Produkt von Oris wird in einem Premium-Umfeld mit grosser Reichweite platziert. Verstärkt wird die Wirkung des Spots durch die besonders hohe Aufmerksamkeitsspanne von Konsumentinnen und Konsumenten beim Fernsehen. Zudem entspricht die Massnahme dem Trend, dass immer mehr Menschen TV-Inhalte online über mit dem Internet verbundene Fernsehgeräte konsumieren.

Zitat Marc Sutterlütj, Head of Global Marketing, Oris:

«Wir konnten die langjährige Zusammenarbeit mit Webrepublic in diesem Jahr weiter ausbauen. Dank ihrer breiten Channel-Erfahrung und neuen, innovativen Ansätzen im digitalen Media-Bereich hat die Kampagne für die Oris Aquis Date Calibre 400 weltweit die gesetzten Ziele übertroffen.»

Zitat Tobias Zehnder, Mitgründer und Partner Webrepublic:

«Mit der programmatischen Buchung von Connected-TV über grosse Netzwerke ist es uns gelungen, das Produkt von Oris in einem neuen und passenden Umfeld zu bewerben und die relevante Zielgruppe sehr kosteneffizient zu erreichen.»



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.

Über Oris

Oris wurde im Jahr 1904 gegründet und befindet sich seit 1982 grösstenteils im privaten Besitz der Vorstandsmitglieder und Manager. 1985, lange bevor der heutige Trend um mechanische Uhren entstand, nutzte Oris seine Unabhängigkeit und fokussierte sich auf die Fertigung mechanischer Uhren. Auch heute bewährt sich diese Strategie: Oris entwickelt Uhren für Menschen, die ihren eigenen Weg gehen. Kunden wollen authentische, mechanische Schweizer Uhren mit innovativen Lösungen und echten Werten. Während die Uhren von Oris neue Massstäbe setzen, entsprechen sie stets dem Grundsatz: «Dinge müssen Sinn machen».