



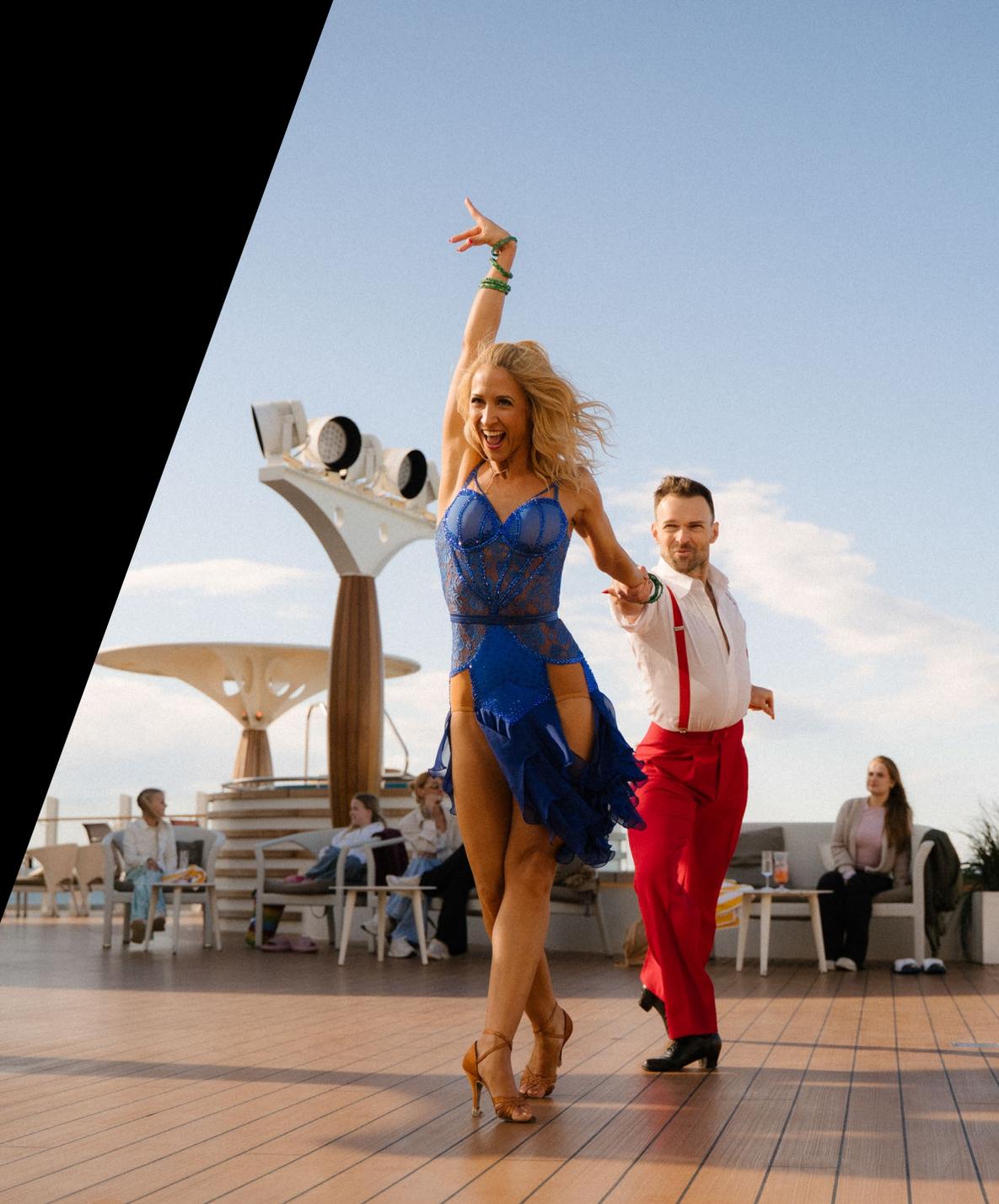
Ad+Concept
Studio by AdAlliance

AIDA x LET'S DANCE

Best Case 2025



AIDA



01 AIDA emotional platzieren

AIDA wird emotional erlebbar gemacht. So entsteht Aufmerksamkeit, Markenbindung- und weckt die Lust auf eine Reise mit AIDA.

02 Ein Schiff in der Show

AIDA sichtbar als Teil der Show werden zu lassen, soll maximale Aufmerksamkeit erzeugen und die Entertainment-Stärke aufzeigen. Die Challenge ist, AIDA so einzubinden, dass ein echter Showmoment entsteht, der im Gedächtnis bleibt.

03 Perfekte Live -Übergänge

Die Wechsel zwischen Studio und Schiff müssen visuell beeindrucken. Ziel ist es, durch die nahtlosen Übergänge Aufmerksamkeit zu binden und den AIDA Moment besonders herauszustellen.

Challenge



AIDA emotional und präsent platzieren

- Product Placement mit AIDA im Showopening in der Primetime
- Emotionalisierung der Marke durch Storytelling
- Social-Media-Verlängerung für mehr Netto-Reichweite

AIDA visuell erlebbar machen

- Requisiten und Designelemente von AIDA im Studio für authentisches Bühnenbild
- Präzise geplante Kamerafahrten, Musik und Choreografie für perfekte Übergänge
- Visuelle Verbindung von Studio und Schiff als aufmerksamkeitsstarkes Highlight

Markenpräsenz im Framesplit

- Aufmerksamkeitsstarke Platzierung nach dem Product Placement
- Maximale Sichtbarkeit der AIDA Kommunikation während der Live-Sendung
- Verstärkte Werbewirkung und vertiefte Markenerinnerung

Solution



Solution

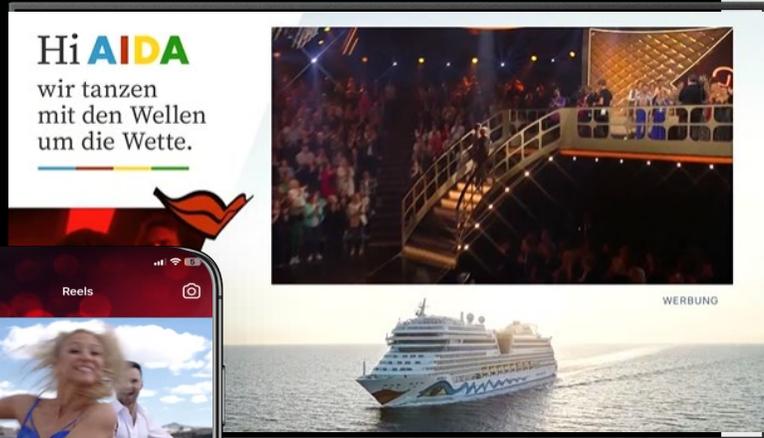
TV und Social Media

01 TV

AIDA erhält mit dem individuellen Product Placement des Openings eine individuelle Bühne, ergänzt durch einen prominenten Framesplit später in der Show. So wird die Marke emotional und sichtbar über die gesamte Sendezeit platziert.

02 Social Media

Das komplette Product Placement wird auf den Social-Kanälen verlängert und durch Live-Stories aus dem Studio ergänzt. So entsteht eine zusätzliche Perspektive, die den Moment für die Zuschauer erlebbar macht und zusätzliche Netto-Reichweite generiert.



Success

AIDA als Highlight zur Primetime



- ▶ Die AIDA Platzierung in Let's Dance sorgt für starke Sichtbarkeit in einem der reichweitenstärksten Prime-Time-Formate. Besonders in der werberelevanten Zielgruppe erzielt die Inszenierung hohe Aufmerksamkeit und Markenwirkung.
- ▶ Hervorzuheben ist der aufmerksamkeitsstarke Auftritt mit klarer Präsenz und Wow-Effekt. AIDA wird zum integralen Bestandteil der Sendung und bleibt durch die kreative Umsetzung im Gedächtnis.

Fazit

AIDA wird Teil des Erlebnisses

01

Die kreative und emotionale Integration von AIDA in Let's Dance wird zum Showerlebnis. Dadurch entsteht eine starke emotionale Verbindung zur Zielgruppe und AIDA wird positiv inszeniert.

Multimediale Inszenierung mit Wirkung

02

Durch die Kombination aus aufmerksamkeitsstarker TV-Präsenz zur Primetime mit einem Product Placement, einem Framesplit und einer smarten Social-Media-Verlängerung gelingt es, AIDA auf mehreren Kanälen erlebbar zu machen. So entsteht ein ganzheitlicher Markenmoment, der im Gedächtnis bleibt.

Starke Zahlen in relevanten Zielgruppen

03

AIDA profitiert von hoher Sichtbarkeit in den relevanten Zielgruppen und setzt sich als Entertainment-Spezialist in Szene.





Miriam Pappas

Senior Conceptioner

+49 170 4566038

miriam.pappas@ad-alliance.de



Wichtige Hinweise



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.
Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor,
die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© Ad Alliance GmbH | 2024



Die Ad Alliance GmbH handelt im eigenen Namen und auf Rechnung des jeweiligen Vermarkters
IP Deutschland GmbH | Gruner + Jahr GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH | spotX GmbH und/oder
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:

www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.