

Presseinformation

OMD inszeniert für Philips erstes crossmediales 3D-Werbeerlebnis über lineares TV, CTV und DOOH hinweg

Als erste Marke setzt Philips im deutschen Markt auf einen parallelen und plattformübergreifenden Einsatz identischer 3D-Assets, die ohne 3D-Brille funktionieren und die immersive Markenkommunikation auf ein neues Niveau heben.

Düsseldorf/Hamburg, 19.11.2025 – „Made for Faces“ – der Markenclaim von Philips wird zum erlebbaren Versprechen: Für den Philips Shaver, dem Premium-Produkt der Marke im Bereich Männerpflege, startet die betreuende Mediaagentur OMD gemeinsam mit den auf digitale Inszenierungen spezialisierten Expert*innen der OMG Outcomes eine innovative 3D-Kampagne, die erstmals parallel und plattformübergreifend sowohl über Digital Out-of-Home (DOOH), Connected TV (CTV) und im Free-TV ausgespielt wird. Ziel ist, mit dem aufmerksamkeitsstarken 3D-Auftritt das „Autopiloten-Verhalten“ der Zielgruppe bei der Auswahl ihres Rasierers zu durchbrechen und sich vom Wettbewerb abzugrenzen.

Auch ohne 3D-Brille: messerscharfes Seherlebnis mit Tiefenwirkung

Das Besondere: Die 3D-Spots entfalten ganz ohne Spezialbrille ihre Tiefenwirkung und laufen ab Mitte November im linearen TV u.a. auf RTL, Pro Sieben sowie Sat.1 und sind seit Ende Oktober bundesweit auf DOOH-Flächen und auf CTV-Plattformen zusehen. Ebenfalls besonders: OMD und OMG Outcomes realisieren den ersten synchronisierten, crossmedialen 3D-Flight, bei dem die gleiche Kreation über alle Kanäle hinweg zum Einsatz kommt. Somit entsteht ein einheitlicher Look & Feel, der die Wiedererkennung maximiert und die Markenbotschaft „Made for Faces“ konsistent transportiert – ein Schritt, der das Potenzial von Bewegtbildkommunikation in 3D neu definiert.

„Unsere Zielgruppe der 25- bis 59-jährigen Männer nutzt ein breites Medienspektrum, das von Online-Medien dominiert wird, aber auch TV und Out-of-Home einschließt. Gegenüber 2D-Spots sorgt 3D für eine stärkere Aufmerksamkeit, höhere Wiedererkennung und bessere Sympathiewerte. Damit eignet sich 3D ideal, um unsere Kernbotschaft „Made for Faces“ zu transportieren und das Autopilot-Verhalten unserer Zielgruppe bei der Auswahl ihres Rasierers zu durchbrechen“, so Maria Maddalena Marrocu, Consumer Marketing Managerin Shaving DACH bei Philips. „Wir freuen uns, dass wir mit OMD einen Agenturpartner haben, der Innovationskraft beweist und für uns ein immersives Markenerlebnis eindrucksvoll inszeniert.“

„Das Autopilot-Verhalten zu durchbrechen ist auch für uns ein Leitmotiv und trifft auf unsere Arbeitsweise zu. Wir denken Kampagnen konsequent über Standards hinaus – technologisch, kreativ und kanalübergreifend. Gemeinsam mit unseren Partnern entwickeln wir innovative Lösungen, die die Grenzen zwischen Kanälen auflösen und neue Maßstäbe in der Markeninszenierung setzen – und damit die Menschen erreichen“, sagt Nina Harpeng, Managing Partner Client Service bei OMD.



An Omnicom Company
omd.com

OMD GERMANY GMBH
Grünstraße 15
40212 Düsseldorf
Tel.: +49 211 167 05 0

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489 USt-IdNr.: DE 242 292 388
Geschäftsführung: René Coiffard, Boris Cieslar, Christjan Esch,
Kathrin Franssen, Gino Mamoli, Selina Rings, Klaus Stinnertz

„Bisher haben wir 3D-Umsetzungen – ganz ohne 3D-Brille – via DOOH, Linear TV, ATV, CTV, Online Video, Cinema, Desktop und Mobile erfolgreich realisiert und konnten dabei die Werbewirkung der 3D-Spots im Vergleich zu Standard-Spots deutlich steigern. Mit Philips gehen wir nun den nächsten Schritt: Wir bringen die gleiche 3D-Kreation zeitgleich über Linear TV, CTV und DOOH auf die Bildschirme. Das sorgt für eine hohe Wiedererkennung des 3D-Objekts und macht die Markenbotschaft über alle Screens hinweg erlebbar“, so Bastian Preuß, Managing Partner Digital bei OMG Outcomes.

Über Royal Philips

Royal Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA) ist ein führendes Unternehmen im Bereich der Gesundheitstechnologie, das sich darauf konzentriert, die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen durch sinnvolle Innovationen zu verbessern. Die patienten- und menschenzentrierte Innovation von Philips nutzt fortschrittliche Technologien sowie tiefgehende klinische und Verbraucher-Einblicke, um individuelle Gesundheitslösungen für Verbraucher sowie professionelle Gesundheitslösungen für medizinische Fachkräfte und deren Patienten im Krankenhaus und zu Hause bereitzustellen. Das Unternehmen mit Hauptsitz in den Niederlanden ist führend in den Bereichen diagnostische Bildgebung, Ultraschall, bildgesteuerte Therapie, Monitoring und Unternehmensinformatik sowie in der persönlichen Gesundheit. Im Jahr 2024 erzielte Philips einen Umsatz von 18 Milliarden Euro und beschäftigt rund 67.800 Mitarbeiter mit Verkaufs- und Servicestandorten in mehr als 100 Ländern. Mehr über Philips im Internet: www.philips.de/presse

Über OMD Germany

OMD ist eine der führenden Mediaagenturen Deutschlands und entwickelt auf Basis von Innovation, Kreativität und kultureller Relevanz wirksame Marketing- und Kommunikationslösungen für über 160 Unternehmen. Getreu ihrer Philosophie „We create what’s next“ befähigen über 1.100 Mitarbeitende Marken dabei, mit mutigen Ideen und messbaren Ergebnissen die Zukunft zu gestalten und in einer dynamischen Welt etwas zu bewirken.

OMD ist in Deutschland an insgesamt vier Standorten vertreten: Düsseldorf, Hamburg, München und Berlin. OMD Germany ist in den drei führenden Kreativrankings unter den Top 30 (Horizont #30, W&V #20, Campaign #18). Die Agenturgruppe ist Teil von OMD Worldwide (www.omb.com), dem weltweit größten Media-Agenturnetzwerk mit Offices in über 100 Ländern und mehr als 14.000 Angestellten. Von RECMA (Research Company Evaluating the Media Agency Industry) ist OMD global zum leistungsstärksten Mediaagenturnetzwerk gekürt worden.

www.omb.com

Über OMG Outcomes

Die OMG Outcomes GmbH steht als Dienstleister für nachhaltige, innovative, digitale Inszenierungen, die performant sind. Das Unternehmen kombiniert die vermarkterübergreifenden Inventare mit eigens entwickelten Technologie- und Data-Lösungen und schafft somit maßgeschneiderte Setups für Kunden.



An Omnicom Company
omb.com

OMD GERMANY GMBH
Grünstraße 15
40212 Düsseldorf
Tel.: +49 211 167 05 0

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489 USt-IdNr.: DE 242 292 388
Geschäftsführung: René Coiffard, Boris Cieslar, Christjan Esch,
Kathrin Franssen, Gino Mamoli, Selina Rings, Klaus Stinnertz

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Sonja Tabatabai, Omnicom Media Group Germany

Group Manager Corporate Communications

Tel.: 0211-38807-579

E-Mail: Sonja.Tabatabai@omc.com



An Omnicom Company
omd.com

OMD GERMANY GMBH
Grünstraße 15
40212 Düsseldorf
Tel.: +49 211 167 05 0

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489 USt-IdNr.: DE 242 292 388
Geschäftsführung: René Coiffard, Boris Cieslar, Christjan Esch,
Kathrin Franssen, Gino Mamoli, Selina Rings, Klaus Stinnertz