

PRESSEMITTEILUNG

Eine Million Euro Online-Mediavolumen für clevere Konzepte OVK AWARD 2008: Einreichfrist verlängert, namhafte Jury berufen

Düsseldorf, 26. Juni 2008. Auch dieses Jahr hat der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. wieder den OVK AWARD ausgelobt. Noch bis Ende Juli haben Agenturen, Mediaplaner und Werbetreibende Zeit, Konzepte einzureichen, um sich um den mit einer Million Euro Brutto-Mediabudget dotierten Preis zu bewerben. Die Veranstalter haben die Einreichfrist verlängert und die Jury berufen, in der sich auch 2008 wieder namhafte Experten finden. Am 16. September, dem Vorabend der online-marketing-düsseldorf, wird dann das beste Online-Kampagnenkonzept ausgezeichnet. Damit ist der Award der einzige Preis, der an Kampagnen vergeben wird, die noch gar nicht gelaufen sind, sondern die sich noch im Konzeptstadium befinden.

2007 hat sich die handverlesene Expertenjury für das Konzept der Hamburger Agentur pilot 1/0 GmbH & Co. KG entschieden, mit dem sie derzeit Müller Milchreis® online bewerben. Dabei können Agentur und Auftraggeber eine Million Euro Brutto-Werbevolumen online verplanen, das ihnen für die Umsetzung auf den reichweitenstarken Werbeträgern von den beteiligten Vermarktern zur Verfügung gestellt worden ist. Auch in diesem Jahr winkt dieser auch in der Höhe einmalige Lohn für kreative Konzepte, bei denen die technischen und kreativen Möglichkeiten der Online-Werbung ausgeschöpft und intelligent miteinander kombiniert werden.

Entscheidend ist dabei nicht zuletzt das Zusammenspiel zwischen Kreativen und Mediaplanern. Beide Seiten sind denn auch, genauso wie die Vermarkter selbst und Medienvertreter, in der Expertenjury repräsentiert. Die Jury ist auch 2008 wieder mit klangvollen Namen besetzt:

Frank Bachér (Managing Director, eBay Advertising Group GmbH), Thomas Strerath (CEO, Ogilvy), Karim Attia (Geschäftsführer, Xenion), Hans-Peter Pfaff (Media Manager, Bahlsen), Dirk Kedrowitsch (Geschäftsführer, Elephant Seven GmbH), Arndt Groth (President Europe, Adconion und Präsident, Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V.), Folker Wrage (Managing Executive Creative Director, Publicis Hamburg), Martin Hubert (Sprecher der Geschäftsführung, BBDO Interone), Dr. Holger Schmidt (Wirtschaftsressort, Frankfurter Allgemeine Zeitung / angefragt), Christoph Berdi (Chefredakteur, Absatzwirtschaft / angefragt).

Die Sieger des Vorjahres haben mit ihrer Kampagne dazu beigetragen, dass das Internet in den klassischen Mediamix von Müller aufgenommen wurde. Uli Kramer, Geschäftsführer von pilot 1/0, weiß warum: "Werbung dann zu zeigen, wenn das Produkt am relevantesten ist, steigert die Effizienz erheblich. Wir freuen uns, dass wir mit Hilfe des OVK diese Erkenntnis für Müller Milchreis bestätigen konnten. Denn die Zielgruppe wurde mit Online-Werbung exakt zu den Zwischenmahlzeiten vor dem Computer angesprochen." Die Kampagne überzeugt neben einer zielgenauen Mediaplanung durch aufmerksamkeitsstarke Tandem Ads, die sich durch eine Verknüpfung von Werbemitteln mit einem in den Content eingebetteten Spot auszeichnen. Die Versorgungslücke im TV am Vor- und Nachmittag kann Online-Werbung somit zielgruppenadäquat schließen. "Unsere Zielgruppen nutzen das Medium Internet sehr stark. Wir sehen daher die Kampagne für Müller Milchreis als wichtigen Test, um die Wirkung der Online-Werbung auf den Abverkauf unserer Produkte nachzuweisen", bestätigt Sabine Kraus, Marketingleitung der Marke Müller, das tolle Ergebnis.

Eine Million Euro Mediabudget sucht kreative Kampagne

Kreativität, Integration, Erfolgchancen im Markt und der Gesamteindruck sind die wichtigsten Entscheidungskriterien der Fachjury. Noch bis zum 31. Juli haben Agenturen oder ihre Auftraggeber Zeit, sich mit ihren Kampagnenkonzepten über die Website www.ovk-award.de um das Millionenbudget zu bewerben. Die Teilnahme ist kostenlos. Die Verleihung des OVK AWARDS 2008 wird am 16. September am Vorabend der online-marketing-düsseldorf stattfinden.

Weitere Informationen und Teilnahmebedingungen unter www.ovk-award.de

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Björn Kaspring, Referent Online-Vermarktung
Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf
Tel. 0211 60 04 56 -14, Fax: -33
E-Mail: kaspring@bvdw.org

Christoph Salzig, Pressesprecher
Tel. 0211 60 04 56 -26, Fax: -33
Mobil 0177 8 52 86 16
E-Mail: presse@bvdw.org

Über den BVDW:

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung aller am digitalen Wertschöpfungsprozess beteiligten Unternehmen.

Der BVDW steht im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen (Verbraucherorganisationen, andere Branchenverbände etc.), um ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche zu unterstützen.

Zudem bietet der BVDW ein Expertennetzwerk, das Unternehmen und Interessierten innerhalb wie außerhalb der Branche schnell und gezielt Antworten auf konkrete Fragestellungen rund um die Lösungen der Digitalen Wirtschaft liefert.

Der BVDW bietet ein umfangreiches Service- und Informationsportfolio für seine Mitgliedsunternehmen. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Technologien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern.

Über den OVK:

Der Online-Vermarkterkreis (OVK) ist das zentrale Gremium der führenden deutschen Onlinevermarkter und gehört zum Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW). Ziel des gemeinsamen Auftritts ist es, der Gattung Online noch mehr Gewicht im Markt zu verleihen.

Mitglieder des Online-Vermarkterkreises im BVDW sind die Unternehmen Ad2Net, AdLink Internet Media, allesklar.com/meinestadt.de, AOL Deutschland, Bauer Media, Bild.T-Online.de, eBay Advertising Group, G+J Electronic Media Sales, GWP online marketing, InteractiveMedia CCSP, IP Deutschland, Lycos Europe, Mairdumont Media, Microsoft Digital Advertising Solutions, netpoint media, Quality Channel, SevenOne Interactive, Scout24 Media, Tomorrow Focus, United Internet Media und Yahoo! Deutschland.