

## PRESSEMITTEILUNG

### **Wer sichert sich eine Million Euro Online-Mediavolumen? Nominierungen für die Shortlist des OVK AWARD stehen fest**

**Düsseldorf, 2. September 2008 – Die Entscheidung der Experten-Jury ist gefallen: Im Rennen um den mit einer Million Euro Online-Mediabudget dotierten Award stehen die Nominierungen der Shortlist fest. Mit dabei sind die Robert Bosch GmbH (Agenturen: DAVIES MEYER GmbH und GFMO OMD), neckermann.de (Agentur: pilot 1/0 GmbH & Co. KG) und die Bahlsen GmbH (Agentur: Xenion GmbH). Eine der nominierten Online-Kampagnen wird am 16.09. im Rahmen des OVK Executive Dinners vom Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ausgezeichnet. Die Besonderheit: Die von Agentur und Kunde entwickelten Kampagnen wurden bisher noch nicht umgesetzt. Gewinnen wird das kreativste Konzept, das die Zielgruppe mit einer klaren Strategie erreicht und bestehende Online-Werbeformen innovativ in Szene setzt.**

Für den Kunden Robert Bosch haben die Agenturen GFMO OMD und DAVIES MEYER GmbH durch ihre Kampagne „Das kann nur Online“ das Medium Online gezielt in den Fokus gerückt. Seit mehreren Jahren wirbt das Automotive-Segment der Robert Bosch GmbH mit Schwerpunkt in zielgruppenaffinen und reichweitenstarken Publikums-Zeitschriften und Tageszeitungen. Ziel ist es nun, mit einer Online-Kampagne komplexe Fahrzeugsysteme verständlich zu erklären und hierdurch das Interesse für Innovationen von Bosch bei Neuwagenkäufern zu erzeugen. Die Innovationsstärke des Produktes soll sich in der kreativen Umsetzung widerspiegeln: „Wir haben eine Kampagne zum Erlebarmachen von Automobil-Innovationen entwickelt. Über das Medium Online erreichen wir die Menschen, da wo sie im Kaufentscheidungsprozess Informationen suchen. Mit der Kampagne wecken wir Begehrlichkeit durch das Erleben der Innovationen in interaktiven Werbemitteln“, beschreibt Peter Kuhlmann, Managing Director von GFMO OMD das Projekt.

Die Hamburger Agentur pilot hat sich nach ihrem Vorjahressieg auch in diesem Jahr um den OVK AWARD beworben und auch wieder den Sprung in die Shortliste geschafft. „Wir möchten dort ansetzen, wo wir 2007 aufgehört haben: Dieses Mal haben wir durch das Zusammenspiel zwischen Video, Interaktion und datenbankbasierten Kundeninformationen einen neuen, innovativen Ansatz für Online-Werbung geschaffen der bislang noch nie realisiert wurde“, freut sich Olaf Mahr, Geschäftsführer von pilot. Im Mittelpunkt der diesjährigen Kampagnenidee steht ein neues Video-Advertising-Format für den Kunden neckermann.de, das sich durch dynamische Produktdarstellungen in der Instream-Werbung auszeichnet. Die kreative Umsetzung zeigt sich als Pre-Roll Ad mit Video-Commerce. „Wir sind davon überzeugt, dass dieses innovative Konzept unsere Zielgruppen sehr gut anspricht“, so Timo Beyer, Direktor Marketing der neckermann.de GmbH.

Im Auftrag der Bahlsen GmbH hat Xenion eine Kampagne mit dem Titel „Eine echte Auszeit“ für das Produkt „PiCK UP! Dark“ entworfen und steht damit nun auf der Shortlist des OVK AWARD. Die Agentur nutzt in ihrem Konzept das im Internet weit verbreitete Viral-Advertising als erfolgreiches Kommunikationstool erstmals in Verknüpfung mit Standard-Online-Werbung. „Wir wollen mit der Kampagne zeigen, welche Möglichkeiten sich für die Markenbildung auftun, wenn die Kommunikationsformen interaktives Banner-Advertising und Viral-Advertising kombiniert werden. Beides lässt den User mit der Marke interagieren und stärkt so die

zentralen Markenattribute“, beschreibt Marc Nabinger, Managing Director bei Xenion das gelungene Konzept.

Am 16. September 2008, dem Vorabend der online-marketing-düsseldorf, wird der Gewinner auf dem OVK Executive Dinner in Düsseldorf bekannt gegeben. Wer die renommierte Fachjury letztendlich mit seinem Konzept überzeugen konnte, darf sich über eine Million Euro Brutto-Mediabudget freuen, das von den Mitgliedern des Online-Vermarkterkreises (OVK) für die Umsetzung der Kampagne bereitgestellt wird.

Weitere Informationen unter [www.ovk-award.de](http://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](mailto:kaspring@bvdw.org)

Simona Haasz,  
Assistentin Presse & Öffentlichkeitsarbeit  
Tel: 0211 600456-26, Fax: -33  
Mail: [haasz@bvdw.org](mailto:haasz@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, G+J Electronic Media Sales, GWP online marketing, InteractiveMedia CCSP, IP Deutschland, Lycos Europe, Mairdumont Media, Microsoft Advertising, mobile.de, netpoint media, Quality Channel, SevenOne Interactive, Scout24 Media, Tomorrow Focus, United Internet Media und Yahoo! Deutschland.