

Online-Vermarkter schreiben eine Million Euro Werbevolumen aus Produkt oder Dienstleistung für Online-Kampagne gesucht

Düsseldorf, 25. September 2006

Nach den positiven Schlagzeilen der letzten Tage, die den Rekordumsatz von 1,65 Milliarden Euro der Online-Werbewirtschaft zum Inhalt hatten, setzt der Online-Vermarkterkreis (OVK) im BVDW nun ein weiteres Ausrufezeichen. Trotz zum Teil bereits ausgebuchter redaktioneller Themenumfelder haben die Online-Vermarkter im OVK ein Mediabudget in Höhe von einer Million Euro für die Bewerbung eines Produktes oder einer Dienstleistung ausgeschrieben. Mit der „OVK Online Media Challenge 2006“ richten sich die Initiatoren an Mediaagenturen und Werbetreibende, die sich mit ihrem Kampagnenkonzept für ein bisher noch nicht online beworbenes Produkt oder eine Dienstleistung bewerben können. Eine hochkarätig besetzte Jury entscheidet über den Zuschlag. Geplant ist, die Kampagne mit einer Werbewirkungsstudie zu begleiten, um die bereits während der OMD vielerorts diskutierte und dokumentierte Branding-Wirkung von Onlinewerbung zu unterstreichen.

„Es stimmt, kein anderes Werbemedium hat in den vergangenen zwei Jahren eine derart rasante Entwicklung genommen wie das Internet“, konstatiert Frank Bachér (Tomorrow Focus AG), als OVK-Vize einer der Initiatoren der Initiative. „Aber“, so schränkt er ein, „das Potential ist noch lange nicht ausgereizt.“ Frank Bachér weist in diesem Zusammenhang auf die weiter steigende Online-Nutzung hin: „Trotz steigender und vor allem intensiverer Nutzung gehen wir davon aus, dass sich die Lücke zwischen Werbe- und Nutzungsanteil, der noch etwa doppelt so hoch liegt, weiter schließen wird.“

Gesucht wird hierfür ein besonders überzeugendes Online-Werbekonzept, das neue Akzente setzt. Vor allem die Kreativität und Innovation des Konzepts soll dabei belohnt werden“, so Frank Bachér. Eine hochkarätige Jury aus Mitgliedern des Online-Vermarkterkreises wird die eingereichten Konzepte anhand folgender Kriterien beurteilen: Bedeutung der Online-Medien innerhalb des Mediamix, Markenbildungsrelevanz, Definition der Erfolgskriterien und Zielgruppe der Kampagne, Kreativkonzepte. Letztlich sollte das betreffende Produkt oder die Dienstleistung bisher noch nicht online beworben worden sein.

Bis zum 31. Oktober 2006 haben Werbetreibende oder Agenturen Zeit, ihre Kampagnenkonzepte (inklusive einer Schilderung des Vorhabens) einzureichen. Dabei sollen in groben Zügen das Kampagnenziel, die wichtigsten Erfolgsparameter, die Zielgruppe, die Mediastrategie, das vorgesehene Kreativkonzept (sofern vorhanden) sowie natürlich auch das zu bewerbende Produkt beschrieben werden. Der erfolgreiche Bewerber wird die Kampagne anschließend in Absprache mit den Vermarktern planen und vermarkten. Die eigentliche „Belohnung“ ist jedoch das Online-Mediabudget in Höhe von einer Million Euro. Gemessen an den zuletzt veröffentlichten Zahlen der Online-Vermarkter, die für 2006 rund 785 Millionen Euro Umsatz für den Bereich der klassischen Online-Werbung prognostizieren, bedeutet das einen Anteil von „nur“ etwa 0,13 Prozent.

Weitere Informationen sowie detaillierte Angaben zur Teilnahme am OVK Online Media Challenge 2006 gibt es unter www.ovk.de.

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Dr. Bernd Henning, Referent Online-Vermarktung und Forschung
Tel. 030 880 078 -38, Fax: -33
mailto:henning@bvdw.org

Presse:

Christoph Salzig, Pressesprecher
Tel. 0211 600 456 -26, Fax: -33
Mobil 0177 8 52 86 16
mailto:salzig@bvdw.org

Der Online-Vermarkterkreis

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, G+J Electronic Media Sales, GWP online marketing, InteractiveMedia CCSP, IP Deutschland, Lycos Europe, mobile.de, netpoint media, Quality Channel, SevenOne Interactive, Scout24 Media, Tomorrow Focus, United Internet Media, Yahoo! Deutschland und Yahoo! Search Marketing. Mehr Infos unter www.ovk.de

Der 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.