

## PRESSEMITTEILUNG

### Wer gewinnt die Online-Million? Shortlist für OVK-Award nominiert

**Düsseldorf, 20. September 2007. Die Experten-Jury hat entschieden: Die Nominierungen für die Shortlist des OVK-Awards stehen fest. Im Rennen um den mit einer Million Euro Online-Mediabudget dotierten Award sind Müller Milchreis® (Agentur: pilot), neckermann.de (Agentur: Saatchi & Saatchi) und Dr. Theiss Naturwaren (Agentur: Universal McCann). In der kommenden Woche zeichnet der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. nun eine der nominierten Online-Kampagnen aus. Das Besondere: Die Kampagnen wurden von Agentur und Kunde zwar bereits entwickelt, aber noch nicht umgesetzt. Gesucht wird ein kreatives Konzept, das die Zielgruppe mit einer klaren Strategie erreicht und mit einer intelligenten sowie einzigartigen Kombination der bewährten Online-Werbeformen besticht.**

Die Agentur Universal McCann hat sich mit der Werbung für seinen Kunden Dr. Theiss Naturwaren bisher auf TV und Print konzentriert. Das soll sich nun ändern: Unter dem Titel „Das Geheimnis natürlicher Schönheit“ sollen die Olivenöl Pflegeprodukte von Dr. Theiss in Zukunft auch Online vermarktet werden. Ziel ist es, mit der Online-Kampagne ein neues Zielgruppensegment und damit ein neues Kaufpotential für das Unternehmen zu eröffnen. Die grafische Umsetzung arbeitet dabei mit der Bilderwelt der Toskana und stellt nicht nur das Produkt in den Vordergrund: „Das geänderte Mediennutzungsverhalten und eine neue Einstellung zum Thema Naturkosmetik, besonders in den jüngeren Alterssegmenten, lässt uns heute über das Internet neue Kaufpotentiale erschließen. Wir haben eine Kampagne entwickelt, die Olivenöl Pflegeprodukte von Dr. Theiss humorvoll inszeniert und gleichzeitig unter Verwendung von aufmerksamkeitsstarken Werbeformen die Bekanntheit der Produkte in der Zielgruppe erhöht.“, beschreibt Sven Weisbrich, Director Digital bei Universal McCann das Projekt.

Die Hamburger Agentur pilot hat sich mit einer Online-Kampagne für Müller Milchreis® um den OVK-Award beworben. „Das Potential der Online-Werbung für Konsumgüter ist enorm. Die Molkerei Müller hat dies als einer der ersten großen Werbungstreibenden in diesem Segment erkannt und gibt uns die Chance zu zeigen, was das Internet drauf hat.“, freut sich Ulrich Kramer, Geschäftsführer von pilot. Im Mittelpunkt der Kampagnenidee steht die gesunde Zwischenmahlzeit aus Aredtsried, die immer dann beworben werden soll, wenn der kleine Hunger kommt. In kreativer Hinsicht soll mit aufwendig gestalteten Video-Werbemitteln der Beweis angetreten werden, dass Online-Werbung mehr ist „als blinkende Banner“. Und da jedes Konzept nur so gut ist wie die erbrachten Ergebnisse, wird die Kampagne mit einer komplexen Erfolgsmessung in Zusammenarbeit mit dem GfK ConsumerScan Panel begleitet. „Unsere Zielgruppen nutzen das Medium Internet sehr stark. Wir sehen daher die geplante Kampagne für Müller Milchreis als wichtigen Test, um die Wirkung der Online-Werbung auf den Abverkauf unserer Produkte nachzuweisen und das Internet in unseren klassischen Mediamix aufzunehmen“, erklärt Stefan Burgaß, Geschäftsführer der Müller Media & Service AG.

Im Auftrag von neckermann.de hat Saatchi & Saatchi eine Kampagne für das Online-Model-Casting "Wer wird Top-Model 2008?" entworfen und steht nun auf der Shortlist des OVK-Awards. neckermann.de und Model Management Heidi Gross suchen in diesem Jahr bereits zum dritten Mal die deutsche Kandidatin für den internationalen Elite Model Look. Der Wettbewerb, der bisher durch eine große Trailerkampagne unterstützt wird, soll 2008 mit einer

entsprechenden Bannerkampagne noch stärker in den Fokus der Öffentlichkeit rücken. „Wir wollen mit einer innovativen und aufmerksamkeitsstarken Kampagne das Casting auch 2008 der Öffentlichkeit auf unterhaltsame Weise präsentieren. Das ist uns durch die Zusammenarbeit mit Saatchi & Saatchi Interactive gelungen“, so Michael Sorg, Leiter Neue Medien der neckermann.de GmbH. „Wir sind davon überzeugt, dass die innovativen Konzepte und Werbemittel unsere Zielgruppen sehr gut ansprechen.“

Bei der Bewertung der Einreichungen wird auf größtmögliche Objektivität Wert gelegt. Die Zusammensetzung der Jury deckt dabei alle Sichtweisen ab, die für die Online-Werbung relevant sind. Die Juroren des OVK-Awards 2007 sind Andreas Gahlert (Neue Digitale) und Olaf Mahr (pilot 1/0 communication) als Repräsentanten der Kreativ- und Mediaagenturen, die Chefredakteure Dr. Jochen Kalka (W&V) und Volker Schütz (Horizont), Frank Bachér (eBay GmbH) und Paul Mudter (InteractiveMedia CCSP GmbH) für den OVK, als Präsident des BVDWs Arndt Groth (Geschäftsführer ePages Software GmbH) sowie Prof. Harald Eichsteller (Hochschule der Medien Stuttgart) und Markus Baier (Gesellschaft für elektronischen Handel mbH).

Wer die renommierte Fachjury letztlich mit seinem Konzept überzeugen konnte, wird am Vorabend der OMD am 24. September 2007 auf einer Abendveranstaltung des OVK in Düsseldorf bekannt gegeben. Der Gewinner des OVK-AWARDS darf sich über eine Million Euro Brutto-Mediabudget freuen, das von den Mitgliedern des Online-Vermarkterkreises im BVDW für die Umsetzung der Kampagne bereitgestellt wird.

#### Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Yasmina Tibourtine, Eventmanagement und Kooperationen  
Kaistraße 14, 40211 Düsseldorf  
Telefon: 0211/600456-23, Fax: -33  
E-Mail: tibourtine@bvdw.org

#### Presse:

Christoph Salzig, Pressesprecher  
Telefon: 0211/600456-13  
E-Mail: salzig@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 Digital Advertising Solutions, mobile.de, netpoint media, Quality Channel, SevenOne Interactive, Scout24 Media, Tomorrow Focus, United Internet Media, Yahoo! Deutschland und Yahoo! Search Marketing.