

## PRESSEMITTEILUNG

### **Eine Million Euro Online-Werbebudget für den kleinen Hunger pilot und Dr. Stefan von Holtzbrinck gewinnen OVK AWARD 2007**

**Düsseldorf, 25. September 2007. Die Hamburger Agentur Pilot hat mit dem Konzept für eine Online-Werbekampagne für Müller Milchreis® den ersten OVK AWARD gewonnen. Der vom Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ausgelobte Award ist mit einem Online-Werbevolumen in Höhe von einer Million Euro versehen. Die Experten-Jury belohnt mit dem Award das schlüssige Konzept der Kampagne, das kreative Elemente perfekt mit einer intelligenten Mediaplanung verbindet. Der diesjährige Sonderpreis für den Online-Unternehmer des Jahres wurde Dr. Stefan von Holtzbrinck verliehen. Der OVK AWARD 2007 wurde am Vorabend der Fachmesse OMD im Rahmen des OVK Executive Dinners in Düsseldorf verliehen.**

Dass der OVK AWARD nicht einfach ein Wettbewerb von vielen ist, liegt vor allem daran, dass hier Kampagnen ausgezeichnet werden, die von Agentur und Kunde zwar bereits entwickelt, aber noch nicht umgesetzt worden sind. Gesucht wird dabei ein kreatives Konzept, das die Zielgruppe mit einer klaren Strategie erreicht und mit einer intelligenten sowie einzigartigen Kombination von Online-Werbeformen besticht. Nach Ansicht der hochkarätig besetzten Fachjury erfüllt die nun ausgezeichnete Kampagne der Hamburger Mediaagentur pilot diesen Anspruch in besonderem Maße. Neben Müller Milchreis® hatten auch neckermann.de (Agentur: Saatchi & Saatchi) und Dr. Theiss Naturwaren (Agentur: Universal McCann) den Sprung auf die Liste der Nominierten geschafft. Den Ausschlag für die Vergabe des Awards gab eine Livepräsentation unter Pitchbedingungen, bei der die Jury die Zeit für ausführliche Rückfragen nutzen konnte.

#### **Der „kleine Hunger“ erobert das Internet**

„Die Fragerunde hat das hohe fachliche Niveau der Jury eindrucksvoll belegt“, fasst Björn Kaspring, Referent Online-Vermarktung im BVDW zusammen. „Die Juroren haben die Gelegenheit genutzt, genau die Fragen zu stellen, die erfahrungsgemäß über den Erfolg von Online-Kampagnen, entscheiden.“ Dabei überzeugte die Siegerkampagne durch eine intensive Verzahnung des Kreativkonzepts mit der Mediaplanung. In der eingereichten Kampagne taucht der „kleine Hunger“ in Form der bestens bekannten Comicfigur auf und schiebt einen Müller Milchreis® über Webseiten. Dabei korrespondiert dieses Werbemittel mit einem in den Content eingebetteten Streaming Ad, in der eine Frau zu sehen ist, die just in diesem Moment Hunger bekommt. Neben dieser Form des Tandem Ads sprach auch die auf modernen Targetingmethoden basierende Mediaplanung für die Kampagne. So deckt die Online-Werbekampagne quasi die Versorgungslücke der TV-Werbung. „Mit Online-Werbung erreichen wir die Zielgruppe vormittags und nachmittags, wenn der kleine Hunger kommt, einfach besser“, so pilot-Geschäftsführer Ulrich Kramer, der die Kampagne gemeinsam mit Kreativgeschäftsführer Damian Rodgett persönlich der Jury präsentiert hatte.

Eine Million Euro Werbebudget sind der Lohn für die detaillierte Ausarbeitung eines Konzepts, bei dessen Umsetzung weniger die Klicks als viel mehr Brandingeffekte und Aufmerksamkeit im Vordergrund stehen. Auch wenn so seitens des Auftraggebers weniger „Klickdruck“ existiert als oftmals üblich: Der Erfolg der Kampagne spielt selbstverständlich eine große Rolle. So 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.

Die Juroren des OVK-Awards 2007 waren 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).

### **Preiswürdiges unternehmerisches Engagement**

Der Sonderpreis beim ersten OVK-Award ging an Dr. Stefan von Holtzbrinck. Die Mitglieder des Online-Vermarkterkreises ehren damit eine Persönlichkeit, die die Branche in besonderer Weise geprägt und vorangebracht hat. Kein anderes Unternehmen hat die Online-Branche in den vergangenen Monaten durch sein innovatives und konsequentes Handeln derart vorangebracht wie der Holtzbrinck-Konzern. Unter der Leitung von Dr. Stefan von Holtzbrinck hat sich das Unternehmen zum Vorreiter der wieder boomenden digitalen Wirtschaft entwickelt. Mit dem Kauf des Online-Netzwerks studivZ hat Holtzbrinck das Jahr mit einem echten Paukenschlag eröffnet und damit einen Weckruf für die deutsche Wirtschaft gesendet. Engagement, Risikobereitschaft, unternehmerisches Handeln und Lust auf Innovation sind nicht zuletzt dank Holtzbrinck und seiner digitalen Treiber Holtzbrinck eLab und Holtzbrinck Ventures wieder salonfähig geworden und geben die Richtung für die Zukunft vor. Für sein innovatives, mutiges und zukunftsorientiertes Handeln, dass diese wichtigen gesamtwirtschaftlichen Signale ermöglicht hat, erhält Dr. Stefan von Holtzbrinck den Sonderpreis des OVK-Awards.

#### **Kontakt:**

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Björn Kaspring, Referent Online-Vermarktung  
Kaistraße 14, 40211 Düsseldorf  
Telefon: 0211/600456-14, Fax: -33  
E-Mail: kaspring@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.