



Der Media Award 2013 ist vergeben

Einmal Gold und zweimal Silber für MediaCom, Gold für Zenith Optimedia, vergoldeter Sonderpreis für Carat Austria, Bronze gehen an UM Panmedia und MEC.

Der Media Award 2013 wurde am 7. Juni im Wiener Konzerthaus vergeben. Hier die Sieger in Kürze:

Exzellente Media-Strategie:

Gold - VivaKi Group für Nespresso „U360 Grad“

Silber - MediaCom für tele.ring „Der Inder wird zu Inder Hood“

Bronze - MUM Panmedia für Hutchison 3G „Der Ring kocht“

Nominierung - MediaCom und Draftfcb für ÖBB „Pünktlichkeitskampagne“

Nominierung - MediaCom und Wien Nord für T-Mobile „Move On: ein außergewöhnliches Filmprojekt“

Nominierung - UM PanMedia und Blink für MasterCard „Crossborder-Kampagne“

Sieben Sieger unter 107 Projekten

Die Kampagnen zeigten einen breiten Mix ausgezeichneter Strategien und hoher Kreativität: 18 Jurymitglieder wählten aus 107 Projekten, die von Agenturen und Auftraggebern ins Rennen geschickt worden waren, davon waren 60 „Exzellente Media-Strategien“ und 57 „Kreative Media-Ideen“, die besten aus.

Bronze für UM Panmedia und Hutchison 3G für „Der Ring kocht“ auf Puls4

Bei der Jury gut angekommen ist darüber hinaus die Strategie der UM Panmedia für Hutchison - mit der SevenOne Media als Partner wurde ein Kommunikationspaket geschnürt zur Ausstrahlung von „Der Ring kocht!“ – ein Starwettkochen in Boxingatmosphäre. So war Drei permanent in der TV-Show auf Puls 4 mit mehr als 160.000 Zuschauern präsent und insgesamt konnten über drei Millionen Kampagnenkontakte in TV, Print und Outdoor generiert werden. Diese brachte der UM Panmedia eine Pyramide in Bronze.

„3SuperActs 2012“ - ein nie dagewesenes Kommunikationskonzept

Diem Oberbauer gewann 2012 bei Hutchison 3G den Pitch für ein neues, bis dato noch nie dagewesenes Kommunikationskonzept. Nämlich, ein Jahr lang Events, Social Media und ausgesucht Klassik und PR optimal zu verknüpfen. Die 3SuperActs. Die Kernbotschaft „Exklusiv für alle.“ spiegelte sich konsequent im 3Eventjahr 2012 wider. In Events, die es in Österreich bis jetzt noch nicht gegeben hat. In Events, die bewegen und verbinden. Es startete das größte Social-Entertainment Programm Österreichs. Woche für Woche stand dabei ein Programm voll Action, Fun und einzigartigen Erlebnissen zur Auswahl. Auf facebook, dem 3YouTube Channel und live bei den 3Events in ganz Österreich.

Mehr zum Media Award in der HORIZONT-Beilage 23/2013 (ET: 7. Juni).

Exzellente Media-Strategie Bronze

Hutchison 3G „Der Ring kocht!“

Auftraggeber: **Hutchison 3G Austria**

Kampagnenverantwortliche: **Alexander Binder, Konstanze Theimer**

Werbe- und Marketingleitung: **Christian Rausch**

Geschäftsführung: **Rudolf Schrefl**

Mediaagentur: **UM PanMedia**

Geschäftsführung: **Elisabeth Ochsner**

Geschäftsleitung: **Sabine Schmidt**

Unit-Leitung und Kampagnenverantwortlicher: **Christian Hofstetter**

Ausgangssituation

Im hochkompetitiven Mobiltelefoniesegment, in dem meist nur noch über den Preis um Marktanteile gekämpft wird, plante Drei, einen anderen Weg zu gehen: mit der Veranstaltung exklusiver Events, die es in Österreich noch nicht gegeben hat – gemäß dem Claim „Exklusiv für alle“. Einer dieser 3SuperActs fand im September 2012 im Salzburger Airport terminal 2 statt: „Der Ring kocht!“, ein Star-Wettkochen mit Boxing-Atmosphäre.

Marketing- und Kommunikationsziel

Aufbau einer starken und loyalen Community für Drei und die Schaffung eines emotionalen Mehrwerts abseits von Preis-Aktionen. Es galt, den Hauptevent der 3SuperActs, „Der Ring kocht!“, zum Programm für alle zu machen und eine Crossmedia-Strategie zu finden, die die Zielgruppe begeistert und aktiv einbindet.

Umsetzung

Mit der SevenOne Media als Medienpartner wurde ein Kommunikationspaket geschnürt, in dem Online und On-air kombiniert wurden und die Marke zum Programm wurde: Ankündigung des Events, Vorstellung der Starköche und Aufruf zur Teilnahme über Website, Facebook-Fanpage, MMS, Newsletter, YouTube, Trailer und Online-Displays auf den Sendern und Sites der SevenOne Media sowie Anzeigen und Plakate und die Ausstrahlung von „Der Ring kocht!“ als zweistündiges Hauptabendprogramm auf Puls 4 sowie Nachberichterstattung.

Ergebnis

Ein Event in dieser Form war völlig neu. Die Resonanz hat alle Erwartungen übertroffen: permanente Drei-Präsenz in der TV-Show, über drei Millionen Kampagnenkontakte in TV, Print und outdoor, mehr als 160.000 Zuseher bei der TV-Übertragung im Puls 4-Hauptabend, über 12.000 Views auf YouTube und mehr als 50.000 Likes auf Facebook.

© Hutchison 3G/UM PanMedia (4)



Leadagentur 3SuperActs 2012:
Diem Oberbauer
Eventagentur „Der Ring kocht“:
Diem Oberbauer
Geschäftsführung:
Michi Lefor,
Thomas Oberbauer

DIEM OBERBAUER
Kommunikation mit Leidenschaft