



PRESSEINFORMATION

13. Mai 2005

Die Zeit ist reif.

Kreative gehen auf die Straße.

Der Rhino Rolling Advertising Award für das neue Außenwerbungsmedium RollAd wird ausgeschrieben.

Seit letztem Jahr ist das Außenwerbungsmedium RollAd am Markt. Als mobiles Aktionsmedium, kombiniert RollAd die Möglichkeiten der Großfläche (18/1) mit den Vorteilen der mobilen LKW-Werbung. Ab sofort können aktuelle Kampagnen im bisher werbefreien Umfeld Autobahn wochenweise flexibel geschaltet werden. Das Zielgruppenpotenzial ist groß: immerhin legen allein Deutschlands Autofahrer auf dem 11700 km umfassenden Autobahnnetz pro Jahr 500 Mrd. Kilometer zurück, fast 50% aller Fahrzeuge davon stehen regelmäßig im Stau. Die Zielgruppe hat hier also mehr als genug Zeit für Werbepausen.

Die neuen Einsatzmöglichkeiten des Mediums basieren auf schnell einspannbaren Werbeplanen. Der Anbieter mobiler Großflächen im Wochenrhythmus ist die trans-marketing GmbH, die in Kooperation mit einem flächendeckenden Netz aus Speditionen die Werbeträger bereitstellt. Zur besseren Planbarkeit und Integration der Kampagnen werden umfassende Mediadaten und eine genaue Dokumentation geliefert. „Der Werbeträger LKW war durch lange Mindestlaufzeiten und hohe Produktionskosten nur als Dauerwerbemedium einsetzbar. Durch die gewonnene Flexibilität und die niedrigen Produktionskosten ergeben sich völlig neue Möglichkeiten. Mit einem Budget von 50.000 € inkl. Produktion zeigen unsere Kunden 3 Wochen Präsenz auf Deutschlands Autobahnen und erreichen 11,8 Millionen Autofahrer“, meint Fritz Grünewalt, Geschäftsführer von trans-marketing.



Rhino | Rolling Advertising Award 05

Grünewald möchte in diesem Jahr aber vor allem die kreativen Potenziale des Mediums ausschöpfen. Schon im ersten Jahr habe sich gezeigt, dass die Agenturen den kreativen Anreiz schnell erkannt haben. „Die Zeit ist reif. Auf Deutschlands Autobahnen herrscht bisher kreative Langeweile. Dagegen wollen wir jetzt etwas tun.“, meint hierzu Elske Rook, Manager Sales & Marketing von transmarketing. Das spezielle Umfeld und eine Fläche von bis zu 77m² in Fotoqualität biete tolle Möglichkeiten auch aufgrund klar vorhersehbarer Situationen. Ob im Stau, auf der Überholspur oder beim Abbremsen – das Zusammenspiel der beiden Flächen, Heck und Seite, von RollAd lasse Geschichten erzählen, so Rook.

Diese Potenziale soll jetzt der Rhino Rolling Advertising Award 2005 erschließen. Am bundesweit ausgeschriebenen Kreativwettbewerb können sowohl werbetreibende Unternehmen als auch Agenturen teilnehmen, die ein oder mehrere eigens für den Award entwickelte Motive einreichen. Ausschreibungsstart ist der 20. Mai 2005.

Interessierte Agenturen können sich die Ausschreibungsunterlagen direkt im Internet unter www.rhino-award.com herunterladen.

Prämiert wird das Motiv, das nach Ansicht der Jury die kreativste und kommunikationsstärkste Werbeansprache auf dem Medium RollAd hat und die höchste Aufmerksamkeitsstärke aufweist. Gesucht werden Motive mit einer aktuellen Ansprache der Zielgruppe 18+ und einer kreativen Nutzung der „dritten Dimension“ des Transportmediums RollAd. Die prominente Jury setzt sich aus den Bereichen Marketing, Medien, Agenturen sowie 2 ausgewählten „normalen“ Autofahrern zusammen. 3 Plätze der Shortlist werden allerdings direkt via Online-Voting unter www.rhino-award.com vergeben.

In der Jury sitzen u.a.:

- Amir Kassaei, Chief Creative Officer, DDB Group Germany
- Thomas Koch, Geschäftsführender Gesellschafter, tkmStarcom
- Frank Dopheide, Chairman, Grey
- Hansjörg Zimmermann, Geschäftsführer, Das Goldene Vlies



Rhino | Rolling Advertising Award 05

- Alexander Baron, Senior Text, Kolle Rebbe
- Jürgen Vossen, Geschäftsführer Kreation, Heimat
- Sebastian Hardieck, Creative Director, BBDO Campaign
- Carl-Philipp Mauve, Geschäftsführer, Ogilvy & Mather
- Andreas Bahr, Media Director, Springer & Jacoby Media
- Christopher Czerwenka, Creative Director, Sommer+Sommer
- Gerrit Kleinfeld, Creative Director Scholz & Friends
- Davin Benchitrit, Fotograf, Paris
- Thomas Hofmann, Manager Advertising&Branding, Intel
- Mathias Lamken, Creative Director, kempertrautmann
- Christian Roos, Leiter Branding, debitel AG
- Armin Reins, REINSCLASSEN, Agentur für Sprache
- Michael Hofsäss, Director Client Services, Universal McCann
- Matthias Rauschen, Creative Director, Jung von Matt/Elbe
- Bärbel Unkrich, Ressort Agenturen, Horizont
- Kai Röffen, Managing Director/ Executive Creative Director, TBWA

Der Sieger wird mit dem goldenen Rhino im Rahmen der diesjährigen Preisverleihung ausgezeichnet. Für das Gewinner-Motiv des Wettbewerbes stellt transmarketing zusätzlich bundesweit 10 RollAd-Flächen 4 Wochen lang kostenfrei zur Verfügung, inklusive der Druck- und Montagekosten. Die Reichweite dieser Kampagne entspricht ca. 5,2 Mio. Kontakten. Die Plätze 2–7 werden auf je einer RollAd-Fläche für zwei Wochen umgesetzt.

Die Bekanntgabe der Gewinner und die offizielle Preisverleihung finden am 14. Oktober 2005 im Rahmen der Rhino Night auf dem Hockenheimring statt. Die Plätze 1-7 werden dort live präsentiert.



Rhino | Rolling Advertising Award 05

Ansprechpartner

Rhino | Rolling Advertising Award

Björn Wojtaszewski

Pressekontakt

Telefon: 06321 / 491298

Email: bw@prpluscom.de



FdLW / trans-marketing GmbH

Johannes-Kopp-Str. 7

76829 Landau