



PRESSEINFORMATION

15. Oktober 2005

**Sieger des Rhino Awards ausgezeichnet –
Stelldichein der deutschen Werbebranche auf dem Hockenheimring**

BBDO Campaign fährt gleich mit drei Preisen zurück nach Düsseldorf

Erster Kreativwettbewerb für mobile Außenwerbung mit riesiger Resonanz

Die Sieger des Rhino Awards 2005 steht fest: Die Düsseldorfer Werbeagentur BBDO Campaign war dabei gleich doppelt erfolgreich. Ihre Arbeiten für Pepsi light (Gold) und Falk Navigationssysteme (Silber) überzeugten die Jury am meisten. Bronze ging an TBWA, ebenfalls Düsseldorf, für das Motiv „Die Tasche“ (Kunde: Freitag Taschen). Außer Konkurrenz wurde zusätzlich das Caritas-Motiv – ebenfalls von BBDO Campaign – prämiert. Im Rahmen einer spektakulären Preisverleihung nahmen die Sieger gestern Abend ihre Awards in der Südkurve auf den Hockenheimring in Empfang. Insgesamt wurden sieben Arbeiten für Produkte sowie ein Motiv für eine Non-Profit-Organisation ausgezeichnet. Vergeben wurde der Rhino Award in diesem Jahr zum ersten Mal von dem Landauer Unternehmen trans-marketing. Damit ausgezeichnet werden Motive, mit denen die neuen Einsatzmöglichkeiten mobiler Werbung besonders gut hervorgehoben werden.

Zur Preisverleihung waren mehr als 200 Kreative, Marketingverantwortliche und Medienvertreter aus allen Teilen der Republik angereist. Alle erwarteten mit Spannung die Live-Präsentation der acht ausgezeichneten Kampagnen. Denn bis zuletzt waren die Gewinnermotive geheim. Erst gestern Abend fiel der Vorhang, als die acht Sieger-LKWs bei Flutlicht „live & in Farbe“ in der Südkurve der Rennstrecke gekürt wurden.



BBDO Campaign, Düsseldorf, setzte sich mit seinem Motiv für Pepsi – an der LKW-Decke gestapelte Getränkekisten - unter insgesamt 117 Einsendungen vom Who-is-Who der deutschen Werbebranche durch. Die Jury sah bei diesem Motiv alle Anforderungen auf das Beste erfüllt: Gefordert waren neben einer originellen Idee und einem intelligenten Bezug des Motivs zu seinem Umfeld eine aufmerksamkeitsstarke Umsetzung, eine schnelle und leichte Erfassbarkeit sowie ein gutes Zusammenspiel zwischen Heck- und Seitenflächen des LKWs.

Das Gewinner-Motiv wird nun vier Wochen lang auf zehn RollAd-LKWs durch Deutschland getragen. Die Reichweite dieser Kampagne beträgt ca. 5,2 Mio. Kontakte. Der Kampagnenwert inklusive Druck- und Montagekosten entspricht 25.800 Euro und wird komplett vom Veranstalter gesponsert. Die Plätze zwei bis sieben werden auf je einem LKW für zwei Wochen umgesetzt, ebenso das außer Konkurrenz prämierte Motiv der Caritas „Menschenhandel“.

Vorläufiger Höhepunkt einer jungen Unternehmensgeschichte

„Wir waren überwältigt von der Vielzahl der Einsendungen“, so Fritz Grünewalt, Geschäftsführer von trans-marketing, Landau, der den Rhino-Award ins Leben gerufen hat. „Das zeigt uns, dass unser neues Medium den Zahn der Zeit trifft und ist gleichzeitig ein erster Höhepunkt in unserer erst vierjährigen Unternehmensgeschichte.“ Das neue, mobile Außenmedium RollAd kombiniert die Möglichkeiten der Großfläche (18/1) mit den Vorteilen der mobilen LKW-Werbung. Aktuelle Kampagnen können jetzt wochenweise flexibel im werbearmen Umfeld Autobahn geschaltet werden. Schnell einspannbare Werbeplanen machen den LKW flexibel einsetzbar und ermöglichen LKW-Werbeflächen genauso wie Citylight-Poster im Wochenrhythmus zu belegen. Aktuelle Kinofilme, neue Marken, neue Produkte oder Aktionen können damit gezielt im werbearmen Umfeld Autobahn ins Rollen gebracht werden.



Rhino | Rolling Advertising Award 05

Über trans-marketing

Als erster Anbieter stellt die trans-marketing GmbH LKW- Werbeflächen wochenweise bereit – an Seite und Heck, national und regional. Den Grundstein für den flexiblen Einsatz legt ein innovatives Rahmensystem für „schnell einspannbare Werbeplanen“. Das neue, TÜV-zertifizierte System ermöglicht es, die Heck- und Seitenflächen eines LKW gezielt mit aktueller Werbung zu bespannen. In dem mobilen Gesamtwerbekonzept RollAd agiert trans-marketing als Mittler und Dienstleister. Bundesweit arbeitet die trans-marketing GmbH mit unabhängigen Speditionen zusammen, setzt Kampagnen termingerecht um und gewährleistet die optische Qualität der Werbeträger. Zudem macht der geringe Zeitaufwand für das Einspannen der Werbeplanen das Massenmedium LKW zu einem günstigen Werbemedium: Die einmaligen Produktionskosten liegen bei ca. 1/5 im Vergleich zu herkömmlicher LKW Werbung durch Beklebung.

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