



BASISINFORMATION

Kreativen eine „ausgezeichnete“ Plattform bieten, um mit neuen Ideen für LKW-Werbekampagnen, Deutschlands „GRAUto bahnen“ bunter zu gestalten

„Oscar der LKW-Werbung“ – Idee und Ansatz

Landau, 13. Juni 2008 – Im Rahmen des „Rhino | Rolling Advertising Award“ werden jährlich die kreativsten Neumotive im Bereich mobiler Werbung ausgezeichnet. In Medienberichten wird der „Rhino“, der von einer unabhängigen, rund 30-köpfigen Fachjury namhafter Werber und Markenartikler gekürt wird, daher kurz und treffend als „Oscar der LKW-Werbung“ bezeichnet.

Kreative und Werbetreibende aus ganz Deutschland sind beim Rhino | Rolling Advertising Award jedes Jahr auf das Neue aufgefordert, die vielfältigen gestalterischen Möglichkeiten, die rollende LKW-Werbung bietet, bestmöglich auf den Straßen in Szene zu setzen.

Immer im Blickfeld: neue Botschaften für die Zielgruppe Autofahrer

Das Ziel lautet, Werbern und Markenartiklern neue Perspektiven und Einsatzmöglichkeiten im ansonsten weitestgehend werbefreien Umfeld von Deutschlands Autobahnen zu eröffnen. Mobile LKW-Kampagnen sprechen vielfältige Zielgruppen direkt an und fahren Werbebotschaften direkt ins Blickfeld. Als Nebeneffekte werden Deutschlands „GRAUto bahnen“ bunter und das Image des Verkehrsträgers LKW verbessert sich.

Wie das Echo auf die jährlichen Verleihungen der „Golden Rhinos“ beispielhaft zeigt, hat sich der „Rhino | Rolling Advertising Award“ als feste Größe im Bereich „Out-of-home-Werbung“ etabliert.

Wiederkehrender Höhepunkt ist die offizielle „Rhino Night“, in deren Verlauf die Preisträger offiziell benannt und die Siegerentwürfe erstmals in der Öffentlichkeit auf Original-LKWs im Rahmen einer spannenden Inszenierung präsentiert werden. In den beiden vergangenen Jahren fand die Rhino Night auf dem Formel-1-Parcours des Hockenheimrings statt.



Rhino | Rolling Advertising Award 07/08

Juroren

Die Auswahl der Preisträger beim „Rhino | Rolling Advertising Award“ übernimmt eine unabhängige Fachjury, die aus rund 30 namhaften Kreativen führender Werbeagenturen, Fachmedien sowie aus Verantwortlichen großer Markenartikler besteht. Ihre Aufgabe ist es – zunächst im Rahmen eines Vorab-Votings – aus allen Einreichungen die „Rhino-Shortlist“ und damit zugleich die besten 60 Motive für die eigentliche Endauswahl zu bestimmen. In einem weiteren Schritt erfolgt dann die jährliche Wahl der „Golden Rhinos“.

Ideengeber und Veranstalter

Unter dem Motto „Auf Deutschlands Autobahnen herrscht kreative Langeweile! Dagegen müssen wir etwas tun“, wurde der Rhino im Jahr 2005 von der Fördervereinigung der LKW-Werbung (FdLW) und der trans-marketing GmbH mit Unterstützung namhafter Sponsoren erstmals veranstaltet. Dank des patentierten LKW-Werbeflächen-Wechselsystems „RollAd“, das ein schnelles und kostengünstiges Bespannen von Seiten und Heckflächen mit Werbung ermöglicht, werden die spektakulärsten Neuinszenierungen und Siegerentwürfe auf Original-LKWs präsentiert.

2009 gewinnt der Award zusätzlich an Attraktivität. Gemeinsam mit dem Partner Wall AG aus Berlin vernetzt der „Rhino-Award 2009“ erstmals die Außenwerbemedien „LKW“ und „Plakat“ miteinander. Das Siegermotiv wird als bundesweite Out-of-Home-Kampagne auf LKW und City Light Postern (CLP) umgesetzt.

Ansprechpartner für die Presse

Rhino | Rolling Advertising Award

Björn Wojtaszewski
Pressekontakt
Telefon: 06321 / 491298
E-Mail: bw@prplus.com.de



FdLW / trans-marketing GmbH
Lise-Meitner-Str. 20
76829 Landau