



PRESSEINFORMATION

Verleihung des „Oscar der LKW-Werbung“ erstmals in VELTINS-Arena „Auf Schalke“ „Have a break“ offizielles Siegermotiv – Social-Rhino geht an „Rettet den Regenwald e.V.“

Rhino I Rolling Advertising Award „kürt“ die beste LKW-Werbung des Jahres 2007/2008

Gelsenkirchen, 14. Juni 2008 – Die wichtigste Auszeichnung für kreative LKW-Werbung in Deutschland – der „Rhino I Rolling Advertising Award“ – wurde am Freitagabend verliehen.

Die glanzvolle Vorstellung der Preisträger des mit insgesamt 185.000 Euro dotierten Kreativpreises erfolgte auf Original-LKW in der VELTINS-Arena „Auf Schalke“. Vor rund 500 geladenen Gästen aus Wirtschaft, Werbung und Medien wurden die kreativsten Entwürfe für LKW-Werbung dabei erstmals in Gelsenkirchen der Öffentlichkeit vorgestellt, bevor sie auf Deutschlands Autobahnen zu sehen sein werden. Unter dem Motto „Die Bewegung braucht neue Anhänger“ nahm die spektakuläre Live-Inszenierung und das begleitende Show- und Unterhaltungsprogramm im Rahmen der offiziellen „Rhino Night 2007/2008“ den gesamten Innenraum der Arena ein.

Mit dem „Golden Rhino“ wird jährlich auf Initiative der Fördervereinigung der LKW-Werbung (FdLW) und der trans-marketing GmbH das kreativste LKW-Neumotiv für Deutschlands Autobahnen gekürt. In diesem Jahr wählte die unabhängige Fachjury, die aus 25 Entscheidern führender Werbeagenturen und Markenartikler besteht, die Agentur DDB Germany aus Düsseldorf auf Platz 1. Das Siegermotiv trägt den Titel: „Have a break“. Die weiteren Rhinos in „Silber“ und „Bronze“ gingen an die Agenturen Triball DDB Hamburg und BMZ+more aus Düsseldorf für die Kampagnenentwürfe „Vans of the Wall“ und „Viagra“.

„Nicht nur der Regenwald stirbt“, lautet der Titel für das Siegermotiv in der Kategorie „Best Social Campaign“. Preisträger des „Social-Rhino“ ist BBDO Germany mit Sitz in Düsseldorf. Die Naturschutzorganisation „Rettet den Regen-



Rhino | Rolling Advertising Award 07/08

wald e.V.“ gewann damit zugleich eine von Sponsorpartner Hertz Autovermietung unterstützte Benefiz-Kampagne.

Als Premiere wurde in Zusammenarbeit mit AOL eine Autofahrerwertung durchgeführt. In der Kategorie „Volks-Rhino“ siegte das Motiv „Artgerechter Transport“ von CMC-Creativ Media Cooperate aus Berlin. Die Laudatio auf die diesjährigen Preisträger hielt Bernd M. Michael, „Mister Marke“ und jüngstes Mitglied in der HALL OF FAME der deutschen Werbung.



Bildunterschriften

Die Entscheidung beim „Oscar der LKW-Werbung“ ist gefallen: (Bild links) Mit den begehrten „Rhinos“ in Gold, Silber und Bronze werden jährlich Deutschlands kreativste Neu-Motive für LKW-Werbung ausgezeichnet. (Bild rechts) Das Siegermotiv 2007/2008 „Have a break“ von DDB Germany/ Düsseldorf. (Bildnachweis: FdLW/trans-marketing GmbH)

Weitere Informationen über „Rhino | Rolling Advertising Award“

Die jährliche Aufgabe für Kreative lautet, mit neuen Ideen Deutschlands „GRAUobahnen“ bunter zu machen! Der Rhino | Rolling Advertising Award 2007/2008 stand unter dem Motto „Die Bewegung braucht neue Anhänger“. Mit 337 Einreichungen und 117 teilnehmenden Agenturen verzeichnete der „Oscar der LKW-Werbung“, wie der Preis von vielen Medien bezeichnet wird, einen neuen Teilnehmerrekord. Nach der offiziellen Vorstellung der Preisträger in der VELTINS-Arena „Auf Schalke“ werden alle Siegerentwürfe in Kürze als LKW-Kampagnen „live“ auf Deutschlands Autobahnen zu sehen sein. Weitere Informationen über den Rhino-Award sowie die aktuelle Auswahl aller 336 Entwürfe inklusive aller Siegerentwürfe können unter www.rhino-award.com in Druckqualität heruntergeladen werden.

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