

Werbeplanung.at:Blog

ÖSTERREICHS BLOG FÜR ONLINE-MARKETING

Home

Über uns | Zu Werbeplanung.at |

WEBAD 2007: BESTE MEDIASTRATEGIE VON HP

Es war ein rrauschendes Fest, das der IAB-Austria der Online-Branche in der Remise im 2. Bezirk bescherte. Viva la revolucion digital! gab Präsidentin Karin Hammer als Motto für den Abend vor.

Die goldenen WebAds nahmen Dr. Oetker, BMW, HP, Johnson & Johnson, Microsoft und Bwin mit nach Hause.

Alle prämierten Kampagnen zum Durchklicken und die Fotoshow auf [Szene1.at](#).

Stand Alone Mail

1. Platz: [Dr. Oetker](#) (adRom) – Ziel: Gewinnspiel-Promotion
2. Platz: [Balance-Ressort Stegersbach](#) (e-dialog)- Ziel: Erreichen neuer Zielgruppe und Auslastungssteigerung im Sommer (Öffnungsrate 55 Prozent, Klickrate 9,6 Prozent).
3. Platz: [Villach Warmbad](#) (adRom) Ziel: Bewerbung der Tourismusregion Villach-Faak-Ossiach

Gefälligste Kampagne

1. Platz: [BMW](#) (Isobar) – Ziel: Interaktion und Awareness für den Mini
2. Platz: [Wiener Städtische](#) (eProjects) – Ziel: An die Notwendigkeit einer Pensionsvorsorge zu erinnern und das Produkt "Prämienpension" auszuloben.
3. Platz: [Kärnten Werbung](#) (holzhuber|impaction) – Ziel: Positionierung Kärnten als erholsame Kurzurlaubsalternative zu Städtereisen.

Originellste Kampagne

1. Platz: [Hewlett Packard](#) – Ziel: Nur HP Original-Supplies garantieren die e Qualität beim Ausdruck wichtiger Daten wie auch Urlaubsfotos.
2. Platz: [Love.at](#) (Scoop) Visualisierung, dass sich ein Herz bei der größten Singlebörse Österreichs befindet. Dort ist es niemals alleine.
3. Platz: [Renault](#) (Tunnel23.com)– Ziel: Generierung Testfahrten. Wer zur Testfahrt kam, hatte die Chance, rote Rosen zu gewinnen.

Informativste Kampagne

1. Platz: [Johnson & Johnson](#) (FastBridge) – Ziel: Markenbranding von Piz Buin mit dem Ziel, Konsumenten einen Informations-Mehrwert und ein positives Image durch die Integration von Piz Buin in den UV-Index zu vermitteln.
2. Platz: [Herold](#) (Beyond Interactive) – Ziel: Darstellung der userfreundlichen Servicefunktion
3. Platz: [BP](#) (MindShare) – Ziel: BP Ultimate bringt mehr Leistung und weniger Schadstoffe! Die User können berechnen wie weit sie bei ihrer eingegebenen Anzahl an Kilometern weiter fahren könnten.

Beste digitale Mediastrategie

1. Platz: HP (diamond:dogs) – Ziel: Ressort "HP nimmt den Druck" auf [derstandard.at](#) soll Informationen transportieren die nicht auf HP.com/at gefunden werden können und ein herkömmliches Bannerformat sprengen. [HP-Mediastrategie](#) (ppt, 1,743 KB)

Österreichs Blo
Online-Marketir

RSS



Keinen B
verpassen.

MENÜ

- + Agenturen &
- + Blogging
- + Konferenzen
- + Mediaplanun
- + Online-Marke
- + Online-Medie
- + ÖWA
- + Personalia
- + Research
- + Suchmaschir
- + Usability

SUCHE

AKTUELLE BEITRÄGE

[WebAd 2007: t
Mediastrategie.](#)
Es war ein rrrat
Fest, das der I/
Austria...

bplatzer - 15. J

[Cannes Lions: I](#)
22 Cyber-Arbei
aus Österreich
Cannes...

bplatzer - 13. J

[ÖWA Mai 2007](#)
Alle großen
Einzelangebote
Dachangebote

bplatzer - 12. J

[Österreich: 4%
Spending...](#)

Update 5. Juni
Danke für das

2. Platz: ÖBB (Beyond Interactive) – Ziel: Crossmediale Verstärkung der TV- und Kino-Spots rund um die Trendsportart „Parcouring“ in der Zielgruppe der Jungen. [OEBB-Mediastrategie](#) (ppt, 934 KB)

3. Platz: Brokerjet (MediaX) – Ziel: Senkung der Registrierungskosten. [Brokerjet-Mediastrategie](#) (ppt, 325 KB)

Sonderpreis Mix & Spendings

Microsoft (Universal McCann) - Ziel: Effiziente regelmäßige Ansprache der schwer fassbaren Zielgruppe der IT-Entwickler.

Sonderpreis Werbedruck

Bwin – Online-Werbependings in der Höhe von 2 Millionen Euro im Jahr 2006

BPLATZER - 15. JUN, 12:27

0 KOMMENTARE - KOMMENTAR VERFASSEN - 0 TRACKBACKS

Trackback URL:

<http://blog.werbeplanung.at/stories/3852682/modTrackback>

zahlreiche...
mstaudinger - !
09:41

... Danke
auch wenn wir
Nutzungszähler
dass...

mstaudinger - !
10:33

ARCHIV

Juni 2007
Mai 2007
April 2007
März 2007
Februar 2007
Januar 2007
Dezember 2006

BLOGS, DIE WIR FINDEN

e-commerce-bl
Fischmarkt
Georg Holzer
Online-Marketir
Forum.at
Daniela Terbu
Helge Fahrnber
Hannes Treichl
Ed Wohlfahrt
Martin Bredl
Rudi Fischer
Franz Kühmaye
Markus Pirchne
Dieter Rappold