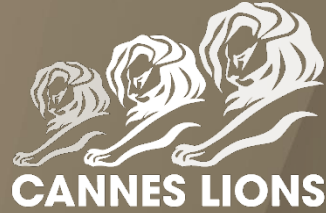


Young Lions Competition 2019



Kategorie Media

Maximilian Deimel
& Cosma Handl

Herausforderung

Entwicklung einer B2B
Kommunikationsstrategie
mit dem Ziel der Bewusstseins-
schaffung und Neu-Positionierung
des Media Awards zur Steigerung
der Award Einreichungen.

Kreative Media Idee
MEDIA-AWARD
2018

Die Einzigartigkeit des Media Awards

Der Media Award ist ein bekanntes Gesicht von vielen, welches sich kaum differenziert.

Die derzeitigen Vorteile eines Sieges sind überschaubar ...

... kann die Profilierung über einen Sieg Grund genug sein?

Die Gewinner werden gewürdigt, aber nicht belohnt.

Behauptung: „Der Media Award bietet der Expertise der Mediaagenturen und der Innovationskraft heimischer Medienanbieter eine sichtbare Plattform.“

Realität: Der Media Award bietet nur limitierte Präsenz für die SiegerInnen – während der Award Show und über vereinzelte Nachberichte in Fachmedien. Wahrgenommene Diskrepanz der Agenturen hinsichtlich Siegeschancen.

Was spornt Agenturen und AuftraggeberInnen wirklich an?

Ansprache der dreiseitigen Pyramide

Young & Business Professionals

„48% der Professionals möchten erfolgreich sein & dass andere Menschen ihre **Leistung anerkennen.**“ (132i)

„Young Professionals bezeichnen sich als sehr **ehrgeizig** (149i) und machen sich immer Gedanken, was Andere über sie denken (154i).“

„Business Professionals lieben **Herausforderungen** & spornen sich selber zu **Höchstleistungen** an.“ (149i)

„36% der Professionals nutzen das **Internet** durchgängig im Büro und sind spät nachmittags **viel unterwegs** (60%).“

Source: CCS Smart Tables Austria 2018;

Young Professionals: 20-39 Jahre; berufstätig mit weiterführender Ausbildung (Universitätsabschluss und höher); Pot. 284 Tsd

Business Professionals: 35-54 Jahre; berufstätig in leitender Funktion; Pot. 476 Tsd.



MEDIA AWARD

Hürden, um die Herausforderungen des Media Awards zu meistern

Bewusstsein

für die Bedeutung des Media Award in der gesamten Kommunikationsbranche, im Speziellen aber bei Mediaagenturen und Auftraggebern schaffen.

Media Award

so positionieren, dass jede Mediaagentur teilnehmen, gewinnen & bei der Award Show dabei sein möchte.

Einreichzahlen

steigern.

Bedeutung

des Media Awards ist unklar in der Kommunikationsbranche. Bekanntheit ist gegeben, eine klare Positionierung ist essentiell um relevant zu sein.

Positionierung

welche sich von anderen Awards abhebt fehlt. Eine Trophäe ohne verkörperte Werte ist heute nicht mehr ausreichend.

Mehrwert

von Einreichungen beim Media Award bei AuftraggeberInnen nicht erkennbar. Wahrgenommene Chancenungleichheit mindert Teilnahme zusätzlich.

Die neue **Positionierung als Schlüsselfunktion** um Bedeutung für den Media Award bei AuftraggeberInnen & Agenturen zu schaffen sowie zur Steigerung der Teilnahmen.

Einzigartigkeit durch den zu gewinnenden **Werbewert für SiegerInnen**



Aufbau der B2B-Kommunikationsstrategie anhand der dreiseitigen Pyramide:

1

Leistung muss belohnt werden!

2

Der Award erkennt hochkarätige Leistung an!

3

Der wichtigste österreichische Award mit Belohnung!

Durch die Anerkennung der erbrachten Leistung bei einem Sieg wird über den **bereitgestellten Werbewert für zukünftige Kampagnen** der Media Award einzigartig in der österreichischen Mediabranche.

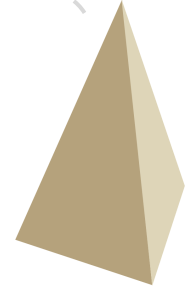
*Werbewert bereitgestellt von Initiatoren;
Verdeutlichungsbeispiel: Radiokampagne des ORFs im Wert von € 10.000,- Brutto



Der Plattform des Media Awards einen neuen Glanz verleihen

Anerkennung ist Mehrwert

MEDIA AWARD



Nutzung bestehender Werte,
für die richtige Tonalität um die neue
Positionierung zu kommunizieren.

Wir verleihen dem Media Award ein
Gesicht & schaffen eine Plattform, die
tatsächlich österreichisch qualitativ
hochkarätige Mediaplanung belohnt.

Wir stärken die Bedeutung eines Sieges über die
exklusive Einbindung in das RECMA Ranking.

**Der Award erhält bei Agenturen einen
stärkeren Belohnungscharakter.**

Launchkampagne kommuniziert die Belohnung als Einzigartigkeit

Guerilla Aktion

Straßenbeklebungen vor Agenturen und Auftraggebern sollen aufmerksamkeitsstark den zu **gewinnenden Wettbewerb kommunizieren**.

Sticker auf Belegexemplaren sowie Ankündigungen in den Mediadaten und Mediaservices (z.B. Spotupload des ORF oder Gewista Planner) der Initiatoren als **konstante** und charmante **Erinnerungstützen**.



Ambient Media

Über die Platzierung einer 1,50m großen Pyramide, welche den Anschein erweckt mit Euromünzen gefüllt zu sein, in Büros der Mediaagenturen wird Interesse für den Media Award erzeugt. Weiters werden Herausforderung dadurch in die Realität geholt. Durch die Frage „**Wie hoch ist der Wert, welcher in der dreiseitigen Pyramide steckt?**“ soll die Zielgruppe spielerisch in die Mehrwert Thematik eingebunden werden.



Owned Media

Zusätzlich wird durch die Nutzung der bestehenden CRM Datenbank auf die Neu-Positionierung über Newsletter aufmerksam gemacht.

Presseaussendungen & Einbindungen der bestehenden Kommunikationsformen (Webseite, Social Media, Agenturpräsentationen) der fungieren als **weitere Plattform zur Verbreitung des neuen Gesichts** des Media Awards in der Mediabranche.



Direct Mailings

Durch die generierten Adressen der „Pyramiden-TeilnehmerInnen“ wird der Einreichungsprozess geschildert und diese **direkt auf die Webseite** des Media Awards zur Einreichung **gebracht**.



MEDIA AWARD



Owned Media

Regelmäßigen Kontakt der Initiatoren mit den 3 Zielgruppen nutzen und punktuell **an den Media Award erinnern** (Signaturen, Mediaangebote etc.).



Lorenz Schmidl
Projekt Manager B2B Communications

MEDIA AWARD

Jetzt beim Media Award einreichen & Werbewert bei österreichischen Qualitätsmedien gewinnen!

ORF-Enterprise GmbH & Co KG
EURO PLAZA / Gebäude C
Am Europlatz 5
1120 Wien
Österreich

Tel: +43 1 87077-15145
Mobil: +43 664 6278128

<mailto:lorenz.schmidl@orf.at>
<http://enterprise.ORF.at>

Ausbau des Media Awards Login-Bereiches zum **Informations- und Interaktions-Hub.**

Mögliche Inhalte: Informationen rund um den Award, Gamification, Playlists für's Büro, agenturübergreifende Challenges plus Belohnungen für Agenturen durch gratis Tickets zu Fach-Events bei Beteiligung an diesen.

Einrichtung von Social Media als kostengünstige Option, um auf Augenhöhe mit den Zielgruppen in Kontakt zu treten. **Facebook** als reichweitenstarker Informationskanal, **Instagram** als Aufrufkanal zur Interaktion.

Optimaler Mehrwert: Eigener **Videoerstellungsservice**, um **Chancengleichheit** bei der Einreichung für **kleinere Auftraggeber** zu fördern.



Implementierungs-Zeitplan

€ 25.000

Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mar	Apr	Mai	Jun
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

30%	Guerilla Marketing	Announcement des Mehrwerts über: 1. Straßenbeklebung (Ambient Media) 2. Sticker auf Belegexemplaren (Print) 3. Mediadaten & Mediaservices (Digital)			Weiterführung der Sticker & Medidaten sowie -services					
30%	Ambient Media	Mehrwert Schätzung								
15%	Mailings	Teaser Mehrwert	Mehrwert = Wettbewerb	Reminder & Teaser Teilnahme	Teilnahme ist eröffnet	Last Chance Teilnahme	Status Quo Jury	Aufruf zur Verleihung	Nachbericht	
0%	Owned Media der Initiatoren	Presseaussendungen zum gebotenen Mehrwert			Social Media Aufruf zur Teilnahme				Nachbericht	
10%	Social Media	Facebook & Instagram SetUp & Betreuung (keine bezahlten Postings): 1. Ergänzend zu Guerilla Marketing, LBA, Mailings und Owned Media der Initiatoren 2. Announcement der Microsite & Status Quo Updates von Einreichung bis Nachbericht 3. Zusätzlicher kostengünstiger Reichweitenaufbau								
15%	Microsite	Informations- & Interaktions-Hub: 1. Sichtbare Plattform des Media Awards für seine Stakeholder 2. Begleiterplattform von Announcement, Einreichung, Juryphase, Award Show bis zur Ergebniseinsicht 3. Attraktivitätssteigerung durch Herausforderungen für Agenturen inkl. Belohnungen								

Location Based Ads

Announcement Mehrwert = Wettbewerb

Aufruf zur Einreichung