

A1

Kombination von zwei durchsetzungsstarken Formaten schafft Mega-Event mit Imagecharakter

Wie sich eine wichtige Image-Botschaft binnen weniger Stunden nachhaltig verbreiten lässt.



FACTS & FIGURES

Werbetreibender:

A1 Telekom Austria AG

Produkt:

Grünes Netz

Media-Agentur:

Direktkunde

Kampagnenlaufzeit:

26. Mai 2014

Zielgruppe:

18 – 49 Jahre

Werbemittel:

Homepage Event Fireplace XL + MaxiAD+ Exclusive

»A1 sieht den globalen Klimawandel als eine der größten Herausforderungen des 21. Jahrhunderts und reagiert darauf mit dem ersten vollständig »Grünen Netz« Österreichs. Das wollten wir mit einer Sonderwerbform eindrucksvoll inszenieren. Dafür war es einfach ideal, mit den GMX Nutzern genau an den beiden Eckpunkten ihrer täglichen User-Experience zu kommunizieren.«

Mag. Tanja Sourek,

A1 Telekom Austria AG

DIE AUSGANGSLAGE

Die Telekom Austria Group zählt Nachhaltigkeit und damit auch den Schutz der Umwelt zu den unverrückbaren Grundwerten ihrer Strategie. Als größter Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen in Österreich hat sich das Unternehmen daher vorgenommen, den »ökologischen Fußabdruck« nach und nach zu minimieren. Das Management investiert zum Beispiel regelmäßig in die Steigerung der Energieeffizienz, erneuerbare Energien, klimaschonende Mobilität und mehr Recycling.

Und dies sind nicht nur Worte: Das Tochterunternehmen A1 betreibt seit Mai 2014 als erster Kommunikationsanbieter Österreichs sein Netz zu 100 Prozent CO₂ neutral. Diesen Meilenstein in der Nachhaltigkeitsstrategie wollte das Unternehmen offensiv bekannt machen, nicht nur aus Imagegründen, sondern auch, um andere Unternehmen zu ermuntern, diesem guten Beispiel zu folgen.

Aufgabe: Innerhalb nur eines Tages eine zentrale Image-Nachricht so unübersehbar aufmerksamkeitsstark über die volle Reichweite kommunizieren, dass sie gelernt ist und haften bleibt.



DIE REALISIERUNG

Die Realisierung zielte auf ein ganz großes Event ab. Fokussiert auf einen einzigen Tag, wurden auf den zwei aufmerksamkeitsstärksten Platzierungen von GMX.at zwei der kreativsten Werbeformate gebucht.

1. Homepage Event Fireplace XL

Dieses aufmerksamkeitsstarke Format ist eine Kombination aus »Fireplace« und »Billboard«. Jeweils links und rechts ein Skyscraper und dazwischen im Bereich über den Seiteninhalten das dynamische Billboard mit eingebautem TV-Spot, das sich automatisch der Größe des Browserfensters anpasst. Ein Mega-Auftritt, der die Homepage klar dominiert.

2. MaxiAD* Exclusive

Nach dem Logout aus dem E-Mail-Account sind die Nutzer entspannt – die »Arbeit« ist erledigt, jetzt sind sie für einen Moment offen, sich etwas umzuschauen. Dieser Moment ist ideal für Werbung. Die Logout-Seite von GMX.at bietet daher einen der qualitativ besten Werbeplätze überhaupt. Ein Format wie das MaxiAD* Exclusive kann hier seine Wirkung voll entfalten – und auch Bewegtbilder erstrahlen hier in Top-Qualität.

Effekt des Doppelschlags: Die User-Experience der GMX Nutzer wurde an diesem Tag von der A1 Telekom gleichsam eingerahmt. Die User begegneten dem Spot zweimal an einem Tag an unterschiedlichen Plätzen. Durch den kurzen zeitlichen Abstand wurde die Effektivität verstärkt, und die Botschaft der Kampagne konnte so optimal zur Geltung kommen.

DIE ERGEBNISSE

Schon auf der Homepage erzielte A1 Telekom über 1 Mio. Sichtkontakte und 16.509 Klicks. Die Interaktion mit dem Werbemittel fiel überdurchschnittlich hoch aus – ein schöner Beweis, dass das Homepage Event Fireplace XL überdurchschnittlich hohe Aufmerksamkeit erhält.

Doch das war nicht alles. Hinzu kamen über eine halbe Million Österreicher, die zusätzlich das MaxiAD+ Exclusive auf der Logout-Seite ansahen. Das Format produzierte innerhalb dieses einen Tages 545.091 Ad Impressions.

DAS FAZIT

Insgesamt erhielt das Mega-Event über 1,5 Millionen Ad Impressions. Der außergewöhnlich starke Werbedruck war perfekt dafür geeignet, der zentralen Botschaft der Kampagne einen nachhaltigen Effekt zu verleihen. Dank der innovativen und großflächigen Formate konnte sich die Image-Nachricht der A1 Telekom binnen Stunden verbreiten und verankern.

The screenshot shows the GMX Österreich website interface. At the top, there is a navigation bar with the GMX Österreich logo, a search bar with a 'Suchen' button, and a 'Logoutvorgang abgeschlossen!' message. The main content area features a video player with a play button. The video content includes the text 'Die Natur kann sich nicht ausloggen. Aber sie kann jetzt durchatmen.' and a 'Mehr Erfahren' button. In the bottom right corner of the video frame, there is a logo that says 'Einfach A1.' with a large '1'.

↑ MaxiAD+ Exclusive

Hilfe
✉ E-Mail
🌐 Browser
✉ MailCheck
🛒 Shopping
+ Alle Inhalte

Im Web suchen

🔍

ADACPlusMitgliedschaft: Mitglied werden und Shopping-Gutschein sichern!

Wir investieren in die Natur.

Das grüne Netz
CO₂ Neutral

- Das einzige 100% CO₂ neutrale Netz Österreichs.
- Mit 100% Strom aus erneuerbarer Energie.
- Laufende Reduktion des Energieverbrauchs durch moderne umweltfreundliche Lösungen.
- Surfen, telefonieren und fernsehen mit gutem Gewissen.

✉ FreeMail
👑 ProMail
👑 TopMail
☀️ Wien 25°C
Di 26° Mi 25° Prognose

Login

Kostenlos registrieren!
Passwort vergessen?

GMX MediaCenter App - kostenlos!
Ihre Dateien sicher gespeichert & immer dabei. mehr.

Druckerpatronen
Top-Suchbegriff bei der GMX Suche!

EU-Wahl: ÖVP hält ersten Platz
SPÖ zweitstärkste Partei - FPÖ und Grüne legen massiv zu.

Extreme Parteien gestärkt

EU-Wahl: ÖVP hält ersten Platz

Herr Löw, wo ist die harte Hand?

Schlangestehen als Hauptberuf

Partnervermittlung mit Niveau
Finden Sie Ihren Traumpartner auf eDarling.at! Hier mehr erfahren.

Die Grillsaison kommt!
Entdecken Sie schon jetzt Neuheiten, Angebote und Zubehör im Preisvergleich. Mehr.

Blickpunkt

Graz: 54-Jähriger zerstückelt
+++ Newsticker: Zwei Bankangestellte

Christina Ricci ist schwanger
Ehemaliger Star aus der "Addams-

Rosberg gewinnt in Monaco
Formel 1: Deutscher übernimmt damit

Promillerechner
Nur nicht zuviel!

TV-Programm
Gute Unterhaltung

Comics

Routenplaner