

Agenturen

MediaCom und The Gap inszenieren Content-Gewinnspiel

19.11.2015

Divna Ivic



Ziel war es, mit einem kreativen Ansatz die Zielgruppe der Kameraliebhaber und Fotografiebegeisterten zu aktivieren



MediaCom und The Gap ermöglichen der Facebook-Community, einen ausgewählten österreichischen Song in einem persönlichen Bild dazustellen, wie beispielsweise hier für das Lied "Kabinenparty", und damit auf die Cover Seite von The Gap zu kommen und eine Nikon zu gewinnen. © The Gap

MediaCom entwickelte gemeinsam mit The Gap, von Monopol Medien, eine Content-Kampagne mit einer „Money-can't-buy-Gewinnspiel-Mechanik“ für Nikon. Zielsetzung war es, mit einem kreativen Ansatz die Zielgruppe der Kameraliebhaber und Fotografiebegeisterten zu aktivieren. Unter dem Motto „Picture The Pop Song“ hat die Facebook-Community die Möglichkeit, einen ausgewählten österreichischen Song in einem persönlichen Bild darzustellen und damit auf die Cover Seite von The Gap zu kommen.

Mit einer medial vernetzten Strategie über Above-the-line- und Below-the-line-Kanäle wird die Community zum Thema „Picture The Pop Song“ dazu aufgerufen, aus einer Liste von zwanzig österreichischen Popsongs einen auszuwählen, und diesen mit einem Foto nachzustellen. Die Aktivierung startete mit der November Printausgabe sowie die The Gap-Website inklusive Website-Takeover – das Voting erfolgt über die Facebook Plattform des Magazins. Bis Ende November dieses Jahres haben die User Zeit, ihre Kreationen hochzuladen und Votings vorzunehmen.

„Fotowettbewerbe gibt es wie Sand am Meer. Für uns war es daher essenziell, den

Konsumenten durch einen Money-can't-buy-Ansatz anzusprechen. Sein eigenes Bild auf einem Cover zu sehen, ist etwas Besonderes und kombiniert somit optimal das Produkt Nikon mit dem kreativen Anspruch eines Fotografen. Zugleich wird die Zielgruppe für die aktuelle Nikon Cashback Kampagne aktiviert“, erläutert Emmanuel Buchholz, Client Service Manager, MediaCom.

MediaCom The Gap Nikon Gewinnspiel Facebook



Agenturen

02. February 2016

Bayer Austria setzt weiter auf MediaCom

Die Mediaagentur konnte sich beim Pitch um den Media-Etat von Bayer Consumer Health durchsetzen



Agenturen

01. February 2016

Roland Divos, Content Garden: „Der Wunsch nach Veränderung hat sich breit gemacht“

Roland Divos hat die OMD verlassen und ist nun New Business Director bei der auf Content Marketing und Native Advertising spezialisierten ...



Agenturen

01. February 2016

SCS und Donauzentrum setzen seit Jänner auf ambuzzador

Die Agentur setzt auf Einbindung der Community, Real-Time Trends und zukünftig auch stärker auf Videos und Bewegtbild



Agenturen

01. February 2016

FCB Neuwien und Zipfer starten Digitalkampagne

Mit einem Hauptgewinn von 50.000 Euro sollen Pionier-Projekte realisiert werden



Agenturen

28. Jänner 2016

Young Lions Österreich-Ausscheidung wird neu aufgestellt

Insgesamt wird der Nachwuchsbewerb in Österreich heuer in sieben Kategorien ausgetragen

Events



Flash ist Vergangenheit - lang lebe HTML5!

Wien 02.02.2016 - 02.02.2016



etailment WIEN & Google Analytics Konferenz

Wien 22.02.2016 - 24.02.2016



Online Marketing Forum Basis Lehrgang

Wien 07.03.2016 - 11.03.2016

[Alle Events anzeigen »](#)

Newsletter

E-Mail-Adresse

[Anmelden](#)



Agenturen

28. Jänner 2016

Strg.at: Neues Design für Blogging-Plattform fischundfleisch

Die Wiener Webagentur, die auch den Relaunch von Werbeplanung.at verantwortet, hat die Plattform nach internationalen Standards umgesetzt



Agenturen

27. Jänner 2016

Jürgen Liechtenecker, L-Lab: „Mit Werbeagenturen hatte ich immer meine Probleme“

Liechtenecker Lab nennt sich die frühere Agentur Liechtenecker ab sofort und will auch gar keine Agentur mehr sein. Wie sie es in Zukunft ...

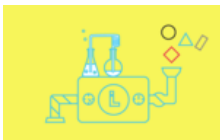


Agenturen

26. Jänner 2016

IMI und Havas Worldwide Wien launchen neues Produkt

Die Kampagne rund um den Claim „You will love it“ wird in 45 Märkten ausgerollt



Agenturen

26. Jänner 2016

Liechtenecker beendet Agenturdasein

Klassische Führungsstile und Verhältnisse sollen abgestreift und der Eigenprojektanteil erhöht werden

Meist gelesen



Roland Divos, Content Garden: „Der Wunsch nach Veränderung hat sich breit gemacht“



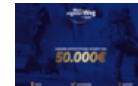
SCS und Donauzentrum setzen seit Jänner auf ambuzzador



Bayer Austria setzt weiter auf MediaCom



Werbeagentur Heimat entwickelt neuen Bipal-Markenauftritt



FCB Neuwien und Zipfer starten Digitalkampagne



Strg.at: Neues Design für Blogging-Plattform fischundfleisch

Werbeplanung Jobsuche

[Ältere Beiträge >](#)

Mediadaten

AGB Print

Jobs

Über uns

AGB Print Abo

Termine

Team und Kontakt

AGB Online

News

Datenschutz

Impressum

Guide