

Ursula Arnold, Mindshare 14.10.2019, 09:00 Uhr

## "Wir haben bereits Anfang der 2000er in Digitalkompetenz investiert."

**Mindshare hat sowohl beim diesjährigen iab webAD, als auch beim Media Award eine Menge Gold abgestaubt. Im Interview plaudert Ursula Arnold, CEO Mindshare, über die ausgezeichneten Kampagnen, ihren Kunden Volvo Cars Austria und den Stellenwert von Awards.**



Ursula Arnold, CEO Mindshare: "Awards und Auszeichnungen bestätigen den Innovationsgrad einer Agentur und man gewinnt an Relevanz und Aufmerksamkeit im Markt."

(Quelle: Nuno Felipe Oliveira )

*Man darf Ihnen gratulieren, Sie haben beim diesjährigen [iab webAD](#) in der Kategorie "Best in Show Media" mit der Kampagne "Volvo Smart Learning Pixels" Gold gewonnen: Was bedeutet die Auszeichnung mit dem wichtigsten Award der Digitalwirtschaft in Österreich für Sie und ihre Agentur?*

**Ursula Arnold:** Wir haben vor 15 Jahren einen der ersten iab webADs gewonnen. 2019 feiern wir mit 12 Preisen das erfolgreichste Jahr beim iab webAD. Das zeigt unsere außergewöhnliche Entwicklung innerhalb der Agentur, aber auch innerhalb der Branche. Besonders stolz sind wir darauf, die Auszeichnungen mit sechs unterschiedlichen Kunden gewonnen zu haben. Die Auszeichnung für Volvo in der Kategorie "Best in Show" ist die höchste Auszeichnung und darüber haben wir uns besonders gefreut.

*Auch in den Kategorien "Beste integrierte Kampagne", "Beste KPI-Kampagne", "Beste B2B Kampagne" sowie "Corporate Social Responsibility International" wurde [Mindshare](#) mit Gold*

*ausgezeichnet: Worauf ist der Erfolg von Mindshare Ihrer Meinung nach zurückzuführen?*

**Ursula Arnold:** Wir haben mit Beginn der 2000er Jahre sehr früh in die Entwicklung der Digitalkompetenz von Mindshare investiert, dies haben wir mit strategischer Weitsicht und großen Investments in Technologien getan. Wir hatten auch den Mut in die richtigen Talente zu investieren, um uns stetig weiterzuentwickeln. Gab es bis vor sieben Jahren noch eine Digital-Unit oder "Online-Abteilung", so ist die digitale Expertise bei uns heute in allen Departments integriert. Es gibt zusätzlich zwei Spezial-Units, die sich gezielt mit den Themen "Content Marketing und Social Media" sowie "Performance und Programmatic Buying" beschäftigen.

*Wieso ist die Kampagne „Volvo Smart Learning Pixels“ Ihrer Meinung nach derart gut bei der webAD-Jury angekommen?*

**Ursula Arnold:** In der Automobil-Industrie zählen Probefahrten zu den wichtigsten Leads, die zum Kauf führen. Mit der innovativen Dynamic-Creative-Optimization-Umsetzung im Konfigurator-Tool bei VolvoCars.at konnten die Konsumenten immer wieder mit dem von ihnen bereits konfigurierten Volvo "zurückgeholt" werden. Damit konnten sie rasch und individuell angesprochen werden und das mit der für sie 100-prozentigen Relevanz. Im Ergebnis haben wir die Conversion Rate der Testfahrten um über 700 Prozent gesteigert. Und die der Angebotsanfragen wurde mehr als verdoppelt.

*War die Kampagne eigentlich auch im Markt erfolgreich?*

**Ursula Arnold:** Mehr als das: Alle KPIs der Kampagne wurden übererfüllt.

*Auch beim Media Award wurden Sie in der Kategorie "Kreative Media-Idee" für die Kampagne "Nächster Halt Schweden" für Volvo Car Austria mit Gold ausgezeichnet: Wieso hat diese Kampagne Ihrer Meinung nach die Jury überzeugt?*

**Ursula Arnold:** Bei Mindshare entwickeln wir Media-Strategien, die für unsere Kunden den maximalen Erfolg bringen. Wir sind überzeugt von der Wirkung der Masse und der intelligenten Nutzung von Daten – eine effiziente und effektive Verbindung der beiden Kommunikationsdimensionen maximiert den Erfolg. Für die prämierte Volvo Kampagne haben wir genau das geschafft.

*Wie lange arbeiten Sie schon mit Ihrem Kunden Volvo Car Austria zusammen?*

Wir arbeiten seit 2006 mit Volvo Car Austria zusammen.

*Welchen Stellenwert haben Awards generell für Sie und Mindshare?*

**Ursula Arnold:** Awards und Auszeichnungen bestätigen den Innovationsgrad einer Agentur und man gewinnt an Relevanz und Aufmerksamkeit im Markt. Wir haben bereits vor 15 Jahren – in den jeweiligen Gründungsjahren des iab webAD und Media Award – eingereicht und auch gewonnen. In den vergangenen Jahren haben wir mit den unterschiedlichsten Kunden in unterschiedlichen Kategorien gewonnen. Wir haben zum vierten Mal in Folge den Titel "Beste Mediaagentur" erlangt, vergeben von medianet.xpert. Diese Auszeichnung zeigt, dass unsere Kunden, die ihre direkte Bewertung abgeben können, sehr zufrieden mit unserer konstant hohen Leistung sind, die auf Vertrauen, Vision und Können aufbaut. Das ist der Verdienst von allen unseren top-ausgebildeten und talentierten Mitarbeitern.

