

Hofer rappt sich zum Sieg

YouTube-Werbevideos sind begehrter und bekannter denn je. Neben dem Hofer-Rap darf sich auch A1 über gleich mehrere Platzierungen freuen.

WIEN. Mit dem Spot „Hofer Preis Rap“ belegt Hofer im Jahr 2019 den ersten Platz der erfolgreichsten YouTube-Werbevideos in Österreich.

Die Silber- und Bronzemedaille holt sich Telekomanbieter A1 mit dem Spot zu „A1 baut das A1 5Gigantetz“ sowie dem A1 Weihnachtsspot A1 X-Mas Unlimited – Romantic.

Emotionale Unterhaltung

Die Verantwortlichen von Ogilvy, Marcus Hornek, CEO, sowie sein Kollege Sebastian Kainz, Executive Creative Director, zeigen sich erfreut über den YouTube-Erfolg des von ihrer Agentur kreierten Hofer-Rap Siegerspots. „Menschen wollen unterhalten werden. Ganz besonders auf Social Media“, so Marcus Hornek, CEO Ogilvy. Und Sebastian Kainz, ECD Ogilvy, ergänzt: „Der Spaß an der Sache stand im Vordergrund – das ist sicher ein Teil des Erfolgs.“

Ebenso zufrieden zeigt sich Marco Harfmann, Transformation & Marketing Communications Director beim Telekomanbieter A1, über die Zweit- und Drittplatzierung im Ranking: „Unsere Weihnachtskampagne



Siegerlächeln

Andreas Spielvogel (Präsident CCA), Marcus Hornek (CEO Ogilvy & Mather), Sebastian Kainz (Executive Creative Director, Ogilvy & Mather), Christine Antlanger-Winter (Country Director Google Austria), Reinhard Schwarzwinger (Geschäftsführer CCA), Peter Hrubí (YouTube & Agency Lead, Google Austria).

stand 2019 unter dem Motto ‚Was wäre, wenn die schönsten Momente nie enden würden?‘. Gerade so emotionale Spots möchte man immer wieder ansehen. Darum ist unsere Präsenz auf YouTube für uns so wichtig, denn dadurch schaffen wir die Reichweiten, die eine so emotionale Botschaft verdient.“

Nur Mut!

Andreas Spielvogel, Präsident des Creativ Club Austria (CCA), ergänzt zu YouTube als Werbeplattform in kreativer Hinsicht: „Werbung auf YouTube ist ein unverzichtbarer Bestandteil unseres Arbeitsalltags in den Kreativagenturen. Es ist ein stets herausfordernder Kanal, in dem wir mit unseren Kreationen gegen so ziemlich alles antreten, was auf den ersten Blick spannender scheint: Musikvideos, Trailer, How-to-Videos, UGC und vieles mehr. Was braucht es also, um hier trotzdem mit Werbung durchzukommen, mehr noch:

durchzudringen? Drei Dinge: Mut, Mut und Mut. Den Mut, Aufmerksamkeit nicht mit Aufdringlichkeit zu verwechseln. Den Mut, zu branden, ohne zu belästigen. Und den Mut, zu unterhalten, ohne dabei die eigene Haltung aufzugeben.“

Bedeutende Plattform

Peter Hrubí, Agency & YouTube Lead bei Google Austria, äußert sich zur Bedeutung von YouTube als unabdingbare Plattform für Markenkommunikation in Österreich: „Etwa 5,8 Mio. Menschen beziehungsweise 87 Prozent der Online-Bevölkerung in Österreich nutzen YouTube monatlich. Damit spielt YouTube nicht nur im Alltag vieler Österreicher eine bedeutende Rolle, sondern ist auch für Werber und Agenturen eine entscheidende Kommunikationsplattform zum Erreichen ihrer Unternehmensziele geworden. Ich gratuliere den Gewinnern, die es alle geschafft haben, durch

unterschiedliche Kreativkonzepte ihre jeweilige Zielgruppe auf YouTube zu begeistern.“

Musik bringt Platzierungen

Die weiteren Plätze im Österreich-Ranking 2019 belegen die Fastlane-Kampagne von Seat Österreich auf Platz vier, der Silvester Rap – ebenfalls von Hofer – auf Platz fünf, Alfa Romeo AUT mit der Straße der Leidenschaft (Platz sechs), der Fassadenreinigungs-Spot von Algenmax (Platz sieben), die niceste Sneaker Story von spark7.com auf Platz acht, der 2019 Wahlkampf-Song-Spot von XXXLutz Österreich (Platz neun). Und schließlich auf Platz zehn zeigt Audi Österreich die geeignete Welt in 30 Sekunden.

Platz eins im weltweiten Ranking 2019 geht an Amazon mit dessen Spot zum Super Bowl als globalem Mega-Ereignis, gefolgt von einem Aufzugs-Spot von Hyundai USA und einem Kurzfilm-Spot von Gillette – was die besten Männer sein können. (red)



© Hofer/Ogilvy (2)