

**EVN
FLIGHT 4 WASSER
MEDIASTRATEGIE**

EXECUTIVE SUMMARY

ZIELE DER KAMPAGNE

- Für EVN Wasserkraft mit dem Slogan “Auf die Zukunft schauen” Aufmerksamkeit generieren
- Daher als Mediaziele:
 - **Hohe Reichweite** in der ZG 18-59
 - **Aufmerksamkeitsstarke** Media-Umsetzung

STRATEGIE OUTLINE

- OOH als bewährtes Leadmedium, um rasch hohe Netto-RW aufzubauen.
- Ergänzung ZG affiner Print Titel, um Mehrfachkontakte in der ZG zu generieren
- Timing und Dauer des Flights → 29.07. – 02.09.2024

MEDIA MIX*

- **Budget** gesamt: rund 158.700 € (?)
- **OOH:** 24 Bg & 48 Bg + CL / ca. 80.000 €
- **PR:** ½ & 1/3 Seiten / ca. 78.700 €

ANMERKUNGEN

Digital:
Kein Online in diesem Flight geplant

AUSWAHL MEDIENINHABER

PRINT

- Selektion reichweitenstarker Printtitel plus einem thematisch sehr gut passenden special interest Magazin mit Schwerpunkt Niederösterreich:
 - GESUND + LEBEN, HEUTE NÖ / KRONE NÖ / KURIER NÖ / NÖN / DIE PRESSE / RMA BB NÖ

OOH

- Generierung der optimalen Abdeckung im Niederösterreichischen OOH Sektor mit diversen Formaten der **EPA**, um möglichst hohe Sichtkontakte zu generieren

ONLINE

- Keine Online Umsetzung

RADIO

- Kein Radio Flight

MEDIAPLAN

Juli		August	Bruttokontakte	Budget KEP	Budget NN
OOH	1.806 GRP / 84,2% NRW / 21,4 OTS		11 Mio.	€ 79.920,-	€ 76.137,-
PRINT	211 GRP / 67,5 % NRW / 3,1 OTS		1,9 Mio.	€ 78.728,-	€ 74.979,-
GESAMT KOSTEN				€ 158.647,-	€ 151.115,-

Key Visual



Unser
Sommer.
Unser
Wasser.

Auf die Zukunft schauen.

EVN
Energie. Wasser. Leben.



evn.at

Beteiligte Unternehmen

- Auftraggeber: EVN Wasser GmbH
- Durchführende Organisationseinheit: EVN IK (Information, Kommunikation)
- Werbeagentur: Aandrs
- Mediaagentur: Media1