

PRESSEINFORMATION

Herzschlagfinale bei INFOSCREEN-Agenturchallenge Mediaplus mit hauchdünnem Vorsprung vor Mediacom und HAVAS

Wien, 20. Mai 2021 – Von einer Videokonferenz-Müdigkeit war bei der Mediaagentur-Challenge von INFOSCREEN nichts zu bemerken. Mit 89 Spielerinnen und Spielern in 29 Teams aus 13 Media-Agenturen durfte sich der Fahrgast-TV-Sender über einen neuen Teilnehmerrekord freuen. In einem wahren Herzschlagfinale traten gestern Abend (19. Mai 2021) die sieben erfolgreichsten Teams aus der Vorrunde gegeneinander an. Ausgetragen wurde die Finalrunde als Quiz mit 15 höchst kniffligen Fragen rund um die Bundeshauptstadt Wien. Nur ein einziger Punkt trennte am Ende die drei besten Teams: Mit dem Punktemaximum sicherte sich Mediaplus – vertreten durch Sandra Schnurpfeil, Julia Schlosser und Christoph Kellner – den Sieg. Dahinter landeten punktgleich die Teams von Mediacom und HAVAS. In einer Schätzfrage setzte sich Mediacom schließlich im Kampf um Platz zwei durch.

Weil lange Zeit nicht einmal feststand, ob sich ihr Team in der mehrstufigen Vorrunde überhaupt für die Endrunde qualifizieren würde, war die Freude über den Finaleinzug bei Sandra Schnurpfeil, Julia Schlosser und Christoph Kellner umso größer. „Die Agentur-Challenge von INFOSCREEN war für uns das Highlight der letzten Wochen. Deshalb haben wir uns alle drei testen lassen, damit wir im Finale gemeinsam vom Büro aus mitspielen können“, erzählt das siegreiche Trio, das wie alle Teams von einem Sales-Mitarbeiter von INFOSCREEN unterstützt wurde. Obwohl Schnurpfeil, Schlosser und Kellner schon öfters an der Agentur-Challenge teilgenommen haben, hat der Sieg heuer einen ganz besonderen Stellenwert. „Das ist der härteste Agentur-Wettbewerb, der uns jemals unterkommen ist“, freuen sich die Gewinner.

Rätselhafte Fiaker, geschützte Streber

Dass das Mediaplus-Team alle fünfzehn Quizfragen während der virtuellen Tour durch Wien korrekt beantworten konnte, ist bemerkenswert. Die Fragen hatten es durchaus in sich. So musste man etwa wissen, dass der Fiaker nach einem Platz in Paris benannt ist, und nicht nach einem Hotel in Budapest, dem Erfinder Ferdinand Fiak oder die K&K Bezeichnung für Pferd ist. Oder, dass der in Wien ganzjährig geschützte Fisch Streber heißt, und nicht Nerfling, Aufsteiger oder Laube. „Hätte es nicht immer vier Antwortoptionen zu Auswahl gegeben, wären die Fragen nicht zu schaffen gewesen“, betonten die erfolgreichen Mediaplus-MitarbeiterInnen. Dass die drei Siegerteams außerdem mit Erlebnis- und Einkaufsgutscheinen belohnt wurden, krönte den Erfolg. Welche Bedeutung die Agentur-Challenge mittlerweile in der Branche hat, unterstreicht die Tatsache, dass Mediaplus heuer gleich sechs Teams in die Vorrunde geschickt hat.

Branchentreff von Mitbewerbern

„Ob der Wettbewerbsgedanke innerhalb der Agentur der Grund dafür ist, oder ob sich Mediaplus unbedingt den Gesamtsieg sichern wollte, wissen wir nicht“, freut sich Jasmina Brahimi, Marketing Teamleader INFOSCREEN. „Uns wäre beides recht.“ Schon am Tag nach dem Finale starten beim Fahrgast TV-Sender erste Überlegungen für die nächste Challenge. Der besondere Enthusiasmus der TeilnehmerInnen, der die heurige Challenge getragen hat, sei jedenfalls ein großer Ansporn, erklärt Hans-Jörg Steiner, Head of Sales & Marketing INFOSCREEN. „Unser Marketing- und Sales-Team hat mit diesem Veranstaltungsformat offensichtlich einen Nerv in der Branche getroffen und gewissermaßen

einen Branchentreff etabliert.“ Dass eine Challenge, selbst wenn sie über Videokonferenzen gespielt werden muss, eine so große Resonanz hervorrufe, sei ein ermutigendes Signal. „Wir hoffen, dass dieses Miteinander von Media-Agenturen, die sonst Mitbewerber sind, bald wieder mit realen Begegnungen, Gesprächen und Erfahrungsaustausch stattfinden kann.“

Über INFOSCREEN

Mit 1.54 Millionen Zuseherinnen und Zusehern pro Woche ist INFOSCREEN das einzige Nachrichtenmedium im öffentlichen Raum mit Millionenpublikum. In der Media-Analyse wird INFOSCREEN in einer eigenen Kategorie ausgewiesen. Im April 1998 geht der Fahrgast TV-Sender mit drei Bildflächen in der U-Bahn-Station am Stephansplatz on screen. Heute umfasst das INFOSCREEN-Netzwerk rund 3.340 Bildflächen in und um die U-Bahnen, Busse und Straßenbahnen in Wien, Graz, Linz, Salzburg, Innsbruck, Klagenfurt, Wels, Eisenstadt sowie im City Airport Train, der den Bahnhof Wien Mitte mit dem Flughafen verbindet.

Gesellschafter: Gewista-Werbe-gesellschaft m.b.H. (100 %)

Unternehmenssitz: Hainburger Straße 11, 1030 Wien

Geschäftsführer: Sascha Berndl

Reichweite pro Tag: 699.000 (MA 2019/20)

Mitarbeiter: 46

www.infoscreen.at

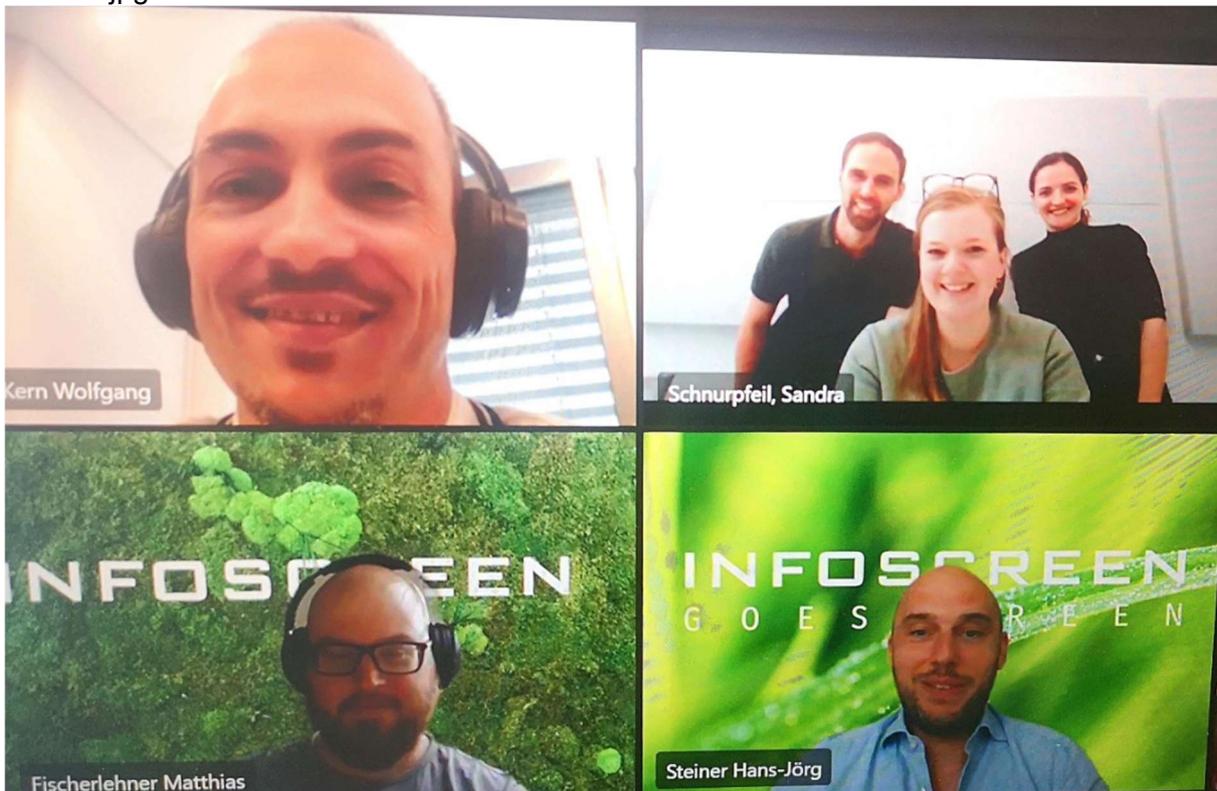
Bild:

Copyright: © INFOSCREEN

Abdruck: honorarfrei

Bildtext:

Finale1.jpg



Oben: Wolfgang Kern (Marketing, Events & Sport Cooperations INFOSCREEN),
 Christoph Kellner, Sandra Schnurpfeil, Julia Schlosser (Gewinnerteam Mediaplus)

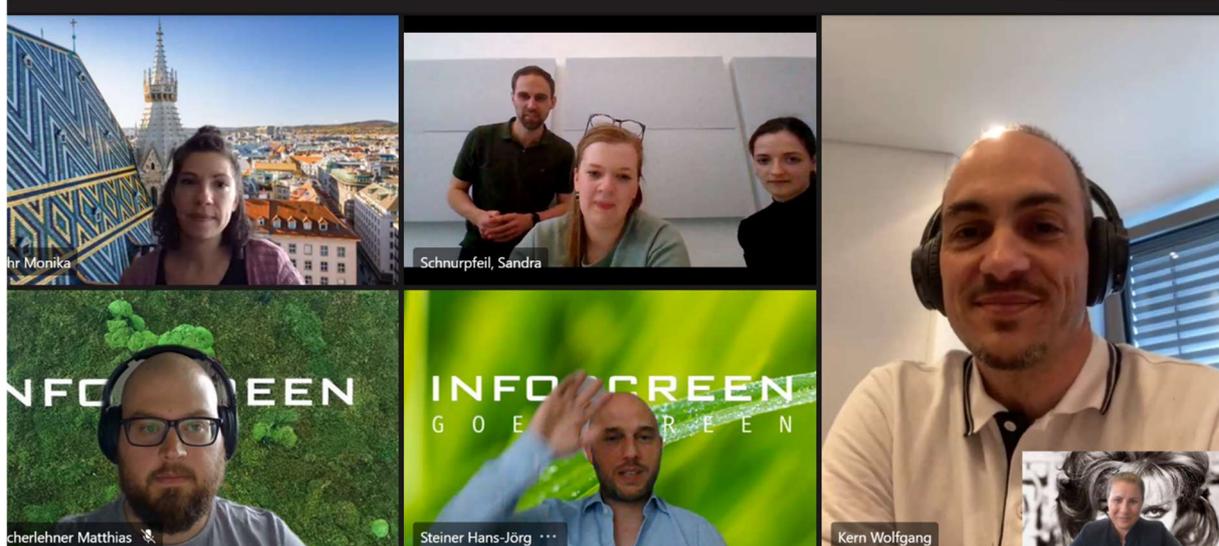
Unten: Matthias Fischerlehner (Key Account Manager INFOSCREEN), Hans-Jörg Steiner
 (Head of Sales & Marketing INFOSCREEN)

Finale3.jpg



Agenturchallenge mit passenden Snacks mit Wienbezug

Gratulation.png



Oben: Monika Rohr (Key Account Manager INFOSCREEN), Christoph Kellner, Sandra Schnurpfeil, Julia Schlosser (Gewinnerteam Mediaplus), Wolfgang Kern (Marketing, Events & Sport Cooperations INFOSCREEN), Jasmina Brahim (Teamleaderin Marketing INFOSCREEN)

Unten: Matthias Fischerlehner (Key Account Manager INFOSCREEN), Hans-Jörg Steiner (Head of Sales & Marketing INFOSCREEN)

PRESSEKONTAKT

Ursula Reiberger

INFOSCREEN Austria
 Gesellschaft für
 Stadtinformationsanlagen GmbH
 Hainburgerstraße 11
 A-1030 Wien
 T: +43-(0)1 710 52 00-210
 F: +43-(0)1 710 52 00-71
 E: ursula.reiberger@infoscreen.at
<http://www.infoscreen.at>

Dr. Franz-Georg Lachner

Haslinger, Keck. PR | Linz
 Schillerstraße 1
 A-4020 Linz
 T: +43 (0) 732 66 24 85
 M: +43 (0) 664 403 60 66
 E: fgl@strategie-kommunikation.at
<http://www.strategie-kommunikation.at>