

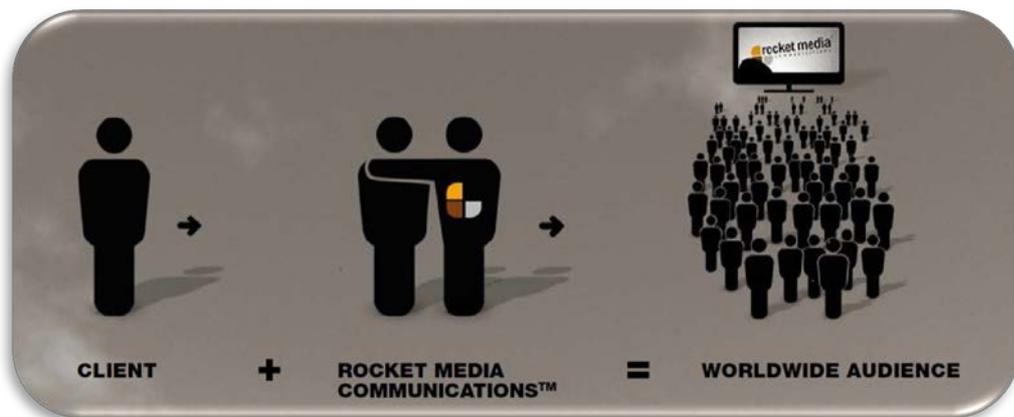
WE COMMUNICATE

That's what we do!



International Media Communications

Communication Strategies
for a Strong Global Leadership.



Every Vision needs a Strategy
Any Strategy Needs the Right Communication
www.rocketmedia.at

Contact:
Michael Grabner, CEO T: +43 664 85 19 160

Date: 2017

E: m.grabner@rocketmedia.at

Firmenporträt

Reichweite: 6.500 Fernsehsender weltweit

Rocket Media Communications revolutioniert TV-Kommunikation.

Rocket Media ist die Geschichte einer TV-Revolution. Marketingprofi Michael Grabner ist ein Fernseh-Produzent einer neuen Generation. Er arbeitet zwischen den TV-Welten von gestern und morgen und hat nach 17 Jahren Erfahrung erkannt, wohin die Reise in der Bewegtbildkommunikation geht. Mit seinen Broadcasting-Tools hat er Jahrzehnte lang geltende Prinzipien auf den Kopf gestellt und für Auftragsproduktionen das Tor zu internationalen Fernsehsendern geöffnet.

Tausende TV-Stationen weltweit brauchen jeden Tag Inhalte, und das möglichst kostengünstig. Selbst die ganz Großen sind interessiert, verwertbare Dokumentationen zu bekommen und dabei Kosten zu sparen. Als TV-Broadcaster bedient "rocket media communications"TM diese Sender mit professioneller Bewegtbild-Information und Unterhaltung in den gewünschten Formaten und Sprachen - und das zielgerecht und völlig kostenfrei für TV-Sender. Youtube, Vimeo & Co. sind dabei lediglich Zweitverwertung.

Das Prinzip ist einfach: Der Kunde und mit ihm Rocket Media als Partner kauft nicht mehr teure Sendeminuten für Werbespots bei Mediaagenturen und TV-Networks ein, sondern kümmert sich um attraktive, redaktionelle Filmproduktionen (Dokumentationen, Reportagen, News) und platziert diese durch intelligente Verteilung in TV-Anstalten rund um die Welt, die täglich ihre Sendezeiten füllen müssen. 6.500 Network-Stationen auf sechs Kontinenten werden aktuell mit TV-Formaten bedient – zugeschnitten auf ihren individuellen Bedarf.

Globale TV-Kommunikation wächst zweistellig

Das Know-how für diese Dienstleistung hat Rocket Media in den vergangenen Jahren mit Produktionen für Auftraggeber in Zentral- und Osteuropa, darunter Russland und Kasachstan, entwickelt. Wenn es darum geht, relevante politische, wirtschaftliche, Sport- oder Unternehmensnachrichten weltweit zu verbreiten, dann ist die Distribution von Texten und Fotos nicht mehr ausreichend, sagt Grabner: "Da fehlt die Emotion. Die wiederholte Ausstrahlung von dauerhaft interessanten Inhalten in Dokumentationsformaten und Fernsehkanälen garantiert mehr Aufmerksamkeit und Nachhaltigkeit."

Michael Grabner hat im Zuge seiner Broadcasting-Tätigkeit ein einzigartiges Netzwerk und einen schier unbegrenzten Pool an TV-Stationen rund um die Welt aufgebaut, die mitunter sogar Sendegarantien abgeben. Aufgrund der bereits erreichten Einschaltquoten und Medienwerten ist "rocket media communications"TM internationaler Marktführer auf diesem Gebiet. Garantiert werden bis zu 500 Sendestunden pro Dokumentarfilm in den gewünschten Zielmärkten mit einem äquivalenten Medienwert von bis zu € 800 Mio. Euro und einer technischen Reichweite von bis zu 3,5 Milliarden Haushalten.

Die Filme und TV-Dokus von den Asian Winter Games 2011 beispielsweise wurden von über 690 TV-Stationen weltweit ausgestrahlt, darunter BBC, Euronews, CNN, Eurosport, Russia Today, CCTV und Reuters. Das Ergebnis: 1.600 Sendestunden und 1,4 Milliarden Zuseher. Rocket Media berichtete außerdem vom Astana Economic Forum 2012 und 2013, über das Atom Projekt 2012 und den Energy Globe Award for Sustainability 2002-2014. Derzeit arbeitet die Agentur für Ministerien, Organisationen und Firmen in Österreich, Deutschland, Kasachstan, Russland, der Schweiz, Griechenland, China und Südkorea.

Produktion, Distribution und Dokumentation aus einer Hand

Rocket Media produziert und koordiniert TV-Produktion, Vertrieb und Satelliten-Auspielung sowie das komplette Reporting analog zu einer Mediaagentur. Das Team klärt außerdem die TV-Rechte für jede Ausstrahlung und sammelt bei den Sendern Feedback zu den Ergebnissen. So schafft Rocket Media für seine Kunden nicht nur dauerhafte TV-Präsenz durch nachhaltige Themenaufbereitung, sondern auch Mehrwert in der Evaluation und Auswertung. Die TV-Produktionen werden dabei vor allem über die reichweiten- und impaktstärksten Fernsehstationen ausgespielt, damit ist eine breite Öffentlichkeit und maximaler Mediaoutput bei vergleichsweise geringem Kostenaufwand möglich.

Public Relations in Bewegtbild

Infotainment ist das Erfolgsrezept, Information und Unterhaltung, feinfühlig erarbeitet in der Kreativwerkstatt von Rocket Media, sagt Grabner. Vielseitige Informationen, strategische Botschaften oder auch Produkte der Auftraggeber werden zu interessanten Geschichten in TV-Dokus, Kurzfilmen oder Nachrichtenformaten verpackt. Die journalistische Aufarbeitung sichert hohe Glaubwürdigkeit, während die Verlinkung zu globalen wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Themen internationale Relevanz schafft.

Rocket Media CEO Michael Grabner nennt das schlicht "Public Relations in bewegten Bildern" und fügt hinzu: "Ohne dafür teure Werbezeiten bezahlen zu müssen". Der Auftraggeber trägt ausschließlich die Kosten der TV-Produktion und Distributionsdienstleistung, die Ausstrahlung selbst ist für ihn kostenfrei. Die für TV-Sender und Netzwerke in den globalen Zielmärkten kostenfreie Bereitstellung der TV-Formate sind die Grundlage für ein Maximum an Reichweiten und Sendestunden, und das selbst in globalen TV-Networks.

Kein Wunder, dass bei dieser medialen Resonanz auch internationale Unternehmen wie Nokia, Siemens oder Cosco China aufmerksam wurden und ihre Unternehmen und Produkte über diese neue Art der Kommunikation im internationalen Fernsehen präsentieren. Rocket Media garantiert, was andere nicht bieten können: Weltweite Präsenz, globale Aufmerksamkeit für multilaterale Themen, eindrucksvolle Medienwerte zu vergleichsweise geringen Kosten, Kommunikation mit Glaubwürdigkeit und Langzeitwirkung.

Über Rocket Media Communications

rocket media communications[™] ist ein hochspezialisierter Produzent und Vertriebspartner für TV-Content mit Sitz in Österreich und ausgezeichneten internationalen Referenzen. Die Agentur produziert maßgeschneiderte TV-Formate für Wirtschaftsstandorte, Tourismusdestinationen und gesellschafts-politische Anliegen und stellt sicher, dass diese an bis zu 6.500 Fernsehstationen in aller Welt verteilt werden - mit hohen Reichweiten und hunderten Sendestunden bei vergleichsweise niedrigen Kosten. Rocket Media erzählt die Storys seiner Kunden dabei frei von Werbung, immer dem Gebot entsprechend informativ und unterhaltsam zu sein.

Kundenanfragen: rocket media communications[™]

Michael Grabner, CEO

Tel. +43 664 85 19 160

Mail: office@rocketmedia.at

Management

Michael Grabner, CEO



Der gelernte Flugtechniker Michael Grabner studierte an der Universität für Bildungswissenschaften in Klagenfurt Betriebswirtschaftslehre. Schon im Alter von 21 Jahren wurde er Chief Marketing Officer der schweizerisch-luxemburgische Recycling-Gruppe Phoenix Biocycle Industries AG, danach machte er sich mit Rocket TV selbstständig. 2003 gründete er die Agentur Rocket Media Communications in Klagenfurt, mit Kunden wie Tirol Werbung, WTG Wörthersee, Davos Tourismus, Energy Globe, Bodypainting Festival, Fete Blanche.

Seit 2007 ist er CEO der Rocket Media Communications GmbH und betreut seither internationale Organisationen, Firmen und Staaten in Europa, Asien und Amerika. Mit Rocket Media ist Grabner "Official Communication Partner" von BBC, euronews, Eurosport, CCTV, KBS und CNBC. Weitere Referenzen und Projekte unter: www.rocketmedia.at

CASE STUDY

THE ATOM PROJECT 2012

Mediendaten zu einer erfolgreichen globalen TV-Kampagne

Das Thema: Das „The Atom Projekt“ war eine Initiative der Vereinten Nationen und der Regierung in Kasachstan zur Beendigung sämtlicher Atomwaffentests weltweit, gelauncht am UN-Gedenktag gegen Atomwaffentests vom 27. bis 30. August 2012 in Astana/Semey/Kasachstan. Die darauf folgende Kampagne informierte über die Gefahren und verheerenden Folgen von Atomwaffentests auf die Umwelt und die Gesundheit der Menschen. Ihr Ziel war und ist es, Menschen aus aller Welt zu motivieren, sich für ein Ende aller Atomwaffentests zu engagieren, indem sie die Petition des ATOM Projektes unterschreiben.
<http://www.theatomproject.org/de/>

Die Vorgeschichte: Das größte Atomwaffentestgelände der Welt schrieb am 29. August 1949 Geschichte, als die erste sowjetische Atombombe in Semipalatinsk (Semey) detonierte. In den folgenden Jahren wurden in der zentralasiatischen Steppe insgesamt 456 Testexplosionen durchgeführt – mit verheerenden Folgen für Mensch und Umwelt. Die Bewohner wurden über diese Tests nicht informiert und wurden auch nicht an einen sicheren Ort gebracht. Die Gesichter und Körper der Menschen von Semey erzählen die Geschichte der Atomwaffentests. Sie sind eine Warnung für die nachfolgenden Generationen, welche Konsequenzen Atomtests haben. Das ATOM Projekt versucht die Aufmerksamkeit der Menschen auf diese Warnung zu ziehen, um Atomwaffentests ein für alle Mal zu beenden.

Der Auftraggeber: Über Empfehlungen des Außenministeriums in Kasachstan wurde das Nazarbayev Center, die ausführende Organisation, auf rocket media communications™ aufmerksam. Aufgrund der Referenzen (Asian Winter Games, Astana Economic Forum) wurde der Auftrag vergeben.

Der Auftrag: Aufgabe von rocket media communications™ war es, eine emotionsgeladene TV-Dokumentation zu produzieren, mit der die Initiative und die entsprechende Informationskampagne weltweit bekannt gemacht werden sollte. Dazu wurden Archiv-Materialien verwendet, Interviews mit betroffenen Menschen vor Ort gemacht und der Auftakt zur Initiative mit den anwesenden UN-Vertretern in ASTANA gedreht. In der Folge wurde das Filmmaterial in mehreren Formaten und Sprachen endproduziert und TV-Stationen weltweit zur kostenfreien Ausstrahlung angeboten.

Das Ergebnis: Der Final TV-Report vom 16. September 2013 zum ATOM PROJEKT belegt, dass die TV-Dokumentation von rocket media communications™ bis zu diesem Zeitpunkt (12 Monate nach Produktion) bereits in über 518 Sendestunden ausgestrahlt wurde, davon 377 Stunden in europäischen Sendern, 92 Stunden in asiatischen TV-Stationen und 48 Stunden in anderen Märkten - mit einer technischen Reichweite von knapp 4 Mrd. Haushalten. Allein in Europa konnten 583 Mio. Haushalte die Dokumentation empfangen. Tatsächlich gesehen (net-range in total) haben die Dokumentation in Europa rund 128 Mio. Zuseher, weltweit 347 Mio. Der Werbewert (Equivalent media value) der TV-Ausstrahlung betrug 514 Mio. €, für Europa allein rund 243 Mio. €. Die Dokumentation wurde von 7 Nachrichten- und TV-Broadcastingagenturen übernommen (Thomson-Reuters, APTN, Ihlas News Agency, ABU, EBU, Tass, Internews) und von insgesamt über 140 TV-Sendern ausgestrahlt. Diese Daten berücksichtigen lediglich die ersten 12 Monate. Seit September 2013 wurde die Dokumentation von wenigstens 70 weiteren Sendern ausgestrahlt.

Fazit: 500 Stunden Sendezeit für ein Thema von hoher Relevanz für die UNO und für Kasachstan im Wert von 514 Mio. € bereits im ersten Jahr zu Produktions- und Vertriebskosten von nicht einmal 1% des Werbewertes.

Facebook: <http://www.facebook.com/pages/The-Atom-Project-ENG/331143776962795>

Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/The_ATOM_Project

TV-Dokumentationen:

26min English: <http://youtu.be/GiGRPFx8zLU>

14min English: <http://youtu.be/AmZpLWr-65A>

10min English: <http://youtu.be/osA1IY65MDK>

26min Russian: <http://youtu.be/6p3FPYC47yU>

14min Russian: <http://youtu.be/h0Nly9mXngs>

10min Russian: <http://youtu.be/sk-KWEPZz-4>

FINLAND
SWEDEN
NORWAY
GERMANY
DENMARK
UNITED KINGDOM
IRELAND
NETHERLANDS
BELGIUM



CANADA



UNITED STATES



MEXICO



BRAZIL



ARGENTINA



MOROCCO



PORTUGAL



SPAIN



TUNISIA



FRANCE



SWITZERLAND



AUSTRIA



ITALY



SLOVENIA



ESTONIA
LATVIA
LITHUANIA
BELARUS
POLAND
UKRAINE
CZECH REPUBLIC
SLOVAKIA
HUNGARY
ROMANIA



RUSSIA
KAZAKHSTAN
GEORGIA
KYRGYZSTAN
UZBEKISTAN
AZERBAIJAN
TAJIKISTAN
TURKEY
JAPAN
SOUTH KOREA
CYPRUS
LEBANON
IRAN
AFGHANISTAN
KUWAIT
CHINA
PAKISTAN
QATAR
TAIWAN
HONG KONG
INDIA
OMAN
MALAYSIA
UNITED ARAB EMIRATES
AUSTRALIA
NEW ZEALAND



SAUDI ARABIA
SOUTH AFRICA
EGYPT
GREECE
MACEDONIA
BULGARIA
MALTA
BOSNIA-HERZEGOVINA
CROATIA

TV-POTENTIALS
2017



TV STATIONS Worldwide

TV-POTENTIALS
2017



TV PROVIDER & TV NETWORKS **Worldwide**

WORLDWIDE



WORLDWIDE



144 TV CHANNELS

LATIN AMERICA



EUROPE, ASIA

