Volvo und Intersport rÃ ¤umen beim Media Award ab â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG19359 | 07.10.2019 | Kunde: MEDIA AWARD | Ressort: Wirtschaft Ã-sterreich | Medieninformation

„Nächster Halt Schweden" von Volvo und „Intersport Wandertage" mit Gold beim 16. Media Award ausgezeichnet. Initiatoren stellen Konzept für die Zukunft des Awards für rot-weiß-rote Media-Exzellenz vor.

***** SPERRFRIST *****

Bitte beachten Sie die Sperrfrist: Gesperrt für alle Medien bis Montag, den7. Oktober 2019, um 18.00 Uhr. Frei für Dienstagsausgaben.

Bilder und Videos zur Meldung in der Mediendatenbank (Fotos der Award-Verleihung stehen ab ca. 18.00 Uhr zur Verfügung): © leisure communications/ Christian Jobst

Wien (LCG) – Auf Initiative von EPAMEDIA, Gewista, Goldbach Austria, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, ORF-Enterprise, RMS Austria und VGN Medien Holding wurde Montagnachmittag am Erste Campus bereits zum 16. Mal der Media Award verliehen. Er macht österreichische Medienkompetenz und erfolgreiche Strategien in nationalen Medien sichtbar und lenkt die Aufmerksamkeit auf die Wichtigkeit einer starken, heimischen Medienlandschaft als Partner der werbetreibenden Wirtschaft.

Als großer Gewinner in der Kategorie „Kreative Media-Idee" geht die Kampagne „Nächster Halt Schweden" von Volvo Car Austria, Mindshare und Fuel Austria hervor. Gold in der Kategorie „Exzellente Media-Strategie" geht an „Intersport Wandertage" von Intersport, Reichl und Partner Werbeagentur sowie IDEAL Live Marketing.

„Beide Gold-Kampagnen zeigen vorbildhaft die wirkungsstarke und aktivierende Umsetzung in österreichischen Medien und die wechselseitige Verstärkung von qualitativ hochwertigem Trägermedium und griffiger Kampagne. Der rote strategische Faden in den Kampagnen liefert in den gesetzten KPIs hervorragende Ergebnisse. Die Kombination aus Innovation und einer klaren Idee, die den Kern der Marke trifft, führt zu einer beeindruckenden Performance im relevanten Qualitätsumfeld österreichischer Medien", fassen die Jurypräsidenten **Omid Novidi** (MediaCom) und **Michael Göls** (Havas Village Vienna) zusammen.

„Interaktivität und Engagement werden auch weiterhin eine große Rolle bei der Entwicklung von Digital-Out-of-Home spielen. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis die Grenzen zwischen Außenwerbung, Mobilem und Digitalem zusammenwachsen; mit Augmented Reality (AR) und der ‚realen Welt' nicht mehr so sehr verschwimmen, sondern zu einem integrierten Out-of-Home-Teppich verschmelzen. Volvo hat schon immer Pionierleistung gezeigt in allem was wir tun. Mut kann man eben nicht kaufen. Wir sind dankbar für die Auszeichnung und freuen uns sehr darüber", betont Marketing Communications Managerin **Anita Elöpataki** .

„Durch die innovative und personalisierte Echtzeit-Umsetzung auf digitalen Out-of-Home-Flächen konnten wir beweisen, dass die Möglichkeiten, die über die Digitalisierung der klassischen Medien entstehen, die Relevanz steigern. Wir freuen uns sehr über den Gewinn des Media Awards. Es ist ein schönes Zeichen für den Erfolg von innovativen Omnichannel-Mediastrategien", sagt Mindshare-Geschäftsführerin **Ursula Arnold** .

„Intersport ist eine durch und durch österreichische Marke. Das leben wir in unserer Kommunikation sehr erfolgreich mit starken Partnern wie Reichl und Partner und IDEAL Live Marketing. Für ein typisch österreichisches Produkt wie Wandertage gibt es keine bessere Wahl als österreichische Medien, die ihre Konsumentinnen und Konsumenten aktivieren und begeistern", kommentiert Intersport-Marketingleiter **Johannes Kastenhuber** .

„Wir freuen uns sehr, dass wir für Intersport Österreich eine kreative und außergewöhnliche Mediaidee umsetzen konnten. So konnten wir anschaulich zeigen, was die Intersport-Händler jeden Tag in den Shops leben. Wir hoffen, den Erfolg von Österreichs erfolgreichstem Sporthändler damit weiter voranzutreiben!", freut sich **Sabine Abt**, Media Director bei Reichl und Partner Media.

Media Award blickt in eine starke Zukunft: Wichtiger Akzent für den Medienstandort Österreich

In den letzten Monaten haben die Initiatoren potenzielle Partner für die Ausrichtung des Awards in einem mehrstufigen Verfahren gescreent. Ab 2020 wird der Award für Media-Exzellenz in

Zusammenarbeit mit dem Studiengang Marketing & Kommunikation der FH St. Pölten unter der Leitung von **Barbara Klinser-Kammerzelt** und **Helmut Kammerzelt** gemeinsam mit der Live-Marketing-Agentur Ideal von **Marcus Wild** umgesetzt werden. Die Kooperation mit der FH St. Pölten bringt frische Ideen der Studierenden, während Ideal als meistausgezeichnete Live-Marketing-Agentur des Landes ihre Expertise einbringt.

> „An der FH St. Pölten wird der Media-und Marketingnachwuchs des Landes ausgebildet. Die Studentinnen und Studenten bringen frischen Wind, um den Media Award erfolgreich für ein neues Jahrzehnt weiterzuentwickeln. Durch diese Modernisierung gewinnt der Media Award an Relevanz und Strahlkraft und ist bestens für das neue Jahrzehnt aufgestellt", begründen die Initiatoren ihre Entscheidung.

Bereits im nächsten Jahr sollen die Kategorien erweitert werden, um den Media Award noch attraktiver für Einreicher zu machen. Ab 2020 wird die Awardverleihung im Rahmen einer Abendveranstaltung stattfinden, die den Preisträgern eine würdige Bühne bietet.

Hochkarätig besetzte Fachjury machte es sich nicht leicht

Die Jury für die Kategorie „Exzellente Media-Strategie" setzte sich unter der Leitung von **Omid Novidi** (MediaCom) aus **Harald Fleischer** (ÖAMTC), **Hermann Tragner** (Technisches Museum Wien), **Dinko Fejzuli** (Medianet), **Joachim Krügel** (Media 1), **Petra Kratochvil** (Mindshare), **Herbert Pratter** (Vizeum), **Erwin Vaskovich** (Publicis Media), **Gabriele Kindl** (VGN Medien Holding), **Kathrin Feher** (ORF-Enterprise), **Franz Renkin** (Kronen Zeitung) und **Marcus Zinn** (EPAMEDIA) zusammen.

Unter dem Vorsitz von **Michael Göls** (Havas Village Vienna) jurierten die Kategorie „Kreative Media-Idee" **Thomas Mayer** (Magenta), **Jürgen Hofer** (HORIZONT), **Susanne Koll** (OMD), **Thomas König** (Reichl und Partner Werbeagentur), **Anja Hettesheimer** (PHD), **John Oakley** (Initiative Media), **Nicole Artner** (UM PanMedia), **Andrea Groh** (Gewista), **Maurizio Berlini** (Goldbach), **Joachim Feher** (RMS Austria) und **Andreas Janzek** (Kleine Zeitung).

Die Gewinner des Media Award 2019 in der Kategorie „Exzellente Media-Strategie"

GOLD

Kampagne: Intersport Wandertage
Auftraggeber: Intersport Austria
Mediaagentur: Reichl und Partner gemeinsam mit IDEAL Live Marketing

SILBER

Kampagne: Launch zur neuen Mercedes Benz A-Klasse
Auftraggeber: Mercedes-Benz Österreich
Mediaagentur: Zenith Austria-A Division of Publicis Media Austria gemeinsam mit Gewista Werbegesellschaft und PKP BBDO Werbeagentur

BRONZE

Kampagne: Familienkampagne Meins
Auftraggeber: ja! Natürlich Naturprodukte
Mediaagentur: OMD Mediaagentur gemeinsam mit Merlicek & Partner

Die Gewinner des Media Award 2019 in der Kategorie „Kreative Media-Idee"

GOLD

Kampagne: Nächster Halt: Schweden
Auftraggeber: Volvo Car Austria
Mediaagentur: Mindshare gemeinsam mit FUEL Austria

SILBER

Kampagne: A-Klasse Launch – „MBUX" Mercedes Benz User Experience

Auftraggeber: MercedesBenz Österreich
Mediaagentur: Zenith Austria -A Division of Publicis Media Austria gemeinsam mit YOC Central Eastern Europe

BRONZE
Kampagne: Der Parkinson-Banner
Auftraggeber: Parkinson Selbsthilfe
Mediaagentur: Mindshare gemeinsam mit Ogilvy & Mather und TUNNEL23

Über den Media Award

Der Media Award ist die wichtigste österreichische Auszeichnung für Leistungen auf dem Gebiet der Mediaplanung und wird seit 2004 jährlich an Mediaagenturen, Werbetreibende und Werbeagenturen verliehen. Er ist eine Initiative von EPAMEDIA, Gewista, Goldbach Austria, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, ORF-Enterprise, RMS Austria und VGN Medien Holding. Der Media Award steht für die Qualität österreichischer Medien und österreichischer Mediaplanung und hat die Zielsetzung, hervorragende Mediaplanung und den damit verbundenen Einsatz von österreichischen Medien auszuzeichnen. Damit wird das Bewusstsein für die Qualität von Mediaplanung und die nachhaltige Wirkung von österreichischen Medien für den Werbeerfolg gestärkt.

+ + + BILDMATERIAL + + +
Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf https:// www.leisure.at . (Schluss)