

## **Eurobest vergibt Grands-Prix-und Special-Awards â€“ BILD**

ID: LCG21492 | 16.12.2021 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:  
Medien Ã–sterreich | Medieninformation

**Publicis Worldwide ist Network of the Year. Frankreich glänzt als großer Gesamtsieger. Russland gewinnt allerersten Eurobest Grand Prix.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

London (LCG) – Im Rahmen des eintägigen Digitalevents „Eurobest Unwrapped“ verlieh das europäische Kommunikationsfestival die diesjährigen Grands Prix und Special Awards an die besten Kreativarbeiten und Agenturen. Wenn es um die Auszeichnung zum „Network of the Year“ geht, laufen sich Publicis Worldwide und BBDO Worldwide gerne den Rang ab: Fünf Jahre in Folge war BBDO Worldwide „Network of the Year“, bis Publicis Worldwide 2018 den Titel für sich beanspruchte. 2019 holte sich BBDO den Titel just zurück. Den Spieß dreht Publicis 2020 wieder um – und auch heuer geht der Titel „Network of the Year“ wieder an Publicis Worldwide. Mediacom überholt PHD Worldwide und holt sich den „Media Network of the Year“-Award; AMV BBDO London ist zum dritten Mal in Folge „Agency of the Year“. Serviceplan Germany ist „Independent Agency of the Year“ und New Land Denmark holt sich die diesjährige „Eurobest Golden Palm“. Die „Country Agency of the Year“-Awards gehen an BBDO Belgium (Belgien), &CO (Dänemark), TBWA \Helsinki (Finnland), Publicis Conseil Paris (Frankreich), Kolle Rebbe – Part of Accenture Interactive (Deutschland), Publicis Italy (Italien), BBDO Moscow (Russland), Leo Burnett (Spanien), NORD DDB (Schweden), ONE:NIL (Niederlande), TBWA \Istanbul (Türkei), AMV BBDO London (UK) .

**Die Grands-Prix-Sieger der Eurobest-Awards 2021**

BBDO Moscow holt mit „Birds of Record“ für WWF Russia in der Kategorie „Creative eCommerce“ den allerersten Eurobest Grand Prix für Russland. Insgesamt 45 Trophäen und vier Grands Prix gehen an das Top-Performer-Land des Jahres Frankreich. Deutschland folgt mit insgesamt 33 Awards und zwei Grands Prix. Je zwei Grands Prix gehen an: BBDO Belgium für die Decathlon-Kampagne „The Breakaway: The First Ecycling Team For Prisoners“, Rothco – Part of Accenture Interactive für die Kampagne „Saylists“ der Warner Music Group und an Publicis Italy für die Heineken-Kampagne „Shutter Ads“.

### **Die verliehenen Grands Prix im Überblick:**

**Brand Experience & Activation:** „The Breakaway: The First Ecycling Team For Prisoners“ von BBDO Belgium (Brüssel) für Decathlon.

**Creative Business Transformation:** „Act For Food“ von Marcel, Paris (Frankreich), für Carrefour.

**Creative Data:** „Saylists“ von Rothco, Part of Accenture Interactive, Dublin (Irland), für Warner Music Group.

**Creative eCommerce:** „Birds Records“ von BBDO Moscow (Russland) für WWF Russia und Yandex Music.

**Creative Effectiveness:** „A Hard Pill to Swallow“ von Åkestam Holst, Stockholm (Schweden), für Apotek Hjärtat.

**Creative Strategy:** „The Breakaway: The First Ecycling Team For Prisoners“ von BBDO Belgium (Brüssel) für Decathlon.

**Design:** „The Climate Crisis Font“ von TBWA \Helsinki, Helsingin Sanomat und Eino Korkala (Finnland) für Helsingin Sanomat.

**Digital Craft:** „Mojang Studios“ von Bold, Stockholm (Schweden), für Mojang Studios.

**Direct:** „Uber Heetch“ von Marcel, Paris (Frankreich), für Heetch.

**Entertainment:** „A Piece of Ajax“ von AFC Ajax und One:Nil, Amsterdam (Niederlande), für Ajax Amsterdam.

**Film Craft:** „Rockin' Mamas“ von VMLY&R Italy, Mailand, für Web Magazine Makers.

In der Kategorie „**Film**“ wurde heuer kein Grand Prix vergeben.

**Glass: The Award For Change:** „#Wombpainstories“ von AMV BBDO, London (UK), für Essity.

**Healthcare:** „Saylists“ von Rothco, Part of Accenture Interactive, Dublin (Irland), für Warner Music Group.

**Industry Craft:** „Hell-P“ von Kolle Rebbe, Part of Accenture Interactive, Hamburg (Deutschland), für Warner Music Central Europe.

**Innovation:** „Dot Go. The First Customizable Object Recognition App For The Visually Impaired.“ Von Serviceplan Germany, München (Deutschland), für Dot.

**Integrated:** „Mcdo“, von Nord DDB, Stockholm (Schweden), für Mcdonald's.

**Media:** „Shutter Ads“ von Publicis Italy, Mailand (Italien), für Heineken.

**Mobile:** „Cites“ von Herezie, Paris (Frankreich), für Amazon Prime Video.

**Outdoor:** „Shutter Ads“ von Publicis Italy, Mailand (Italien) für Heineken.

**PR:** „The Bread Exam“ von McCann Paris (Frankreich) für Spinneys und Lebanese Breast Cancer Foundation (LBC).

**Print & Publishing:** „The Most Epic Seafaring Legend Ever Told“ von Leo Burnett, Madrid (Spanien), für Old Spice von Procter & Gamble.

**Radio & Audio:** „Confusing Times“ von David, Madrid (Spanien), für Burger King.

**Social & Influencer:** „#Freecuthbert“ von Mccann, Manchester (UK), für Aldi.

**Grand Prix for Good:** „#StillSpeakingUp Deeptruth“ von Publicis Latvia, Riga (Lettland) und Publicis Mexico, Mexico City, für Propuesta Civica.

Sämtliche Gewinner sowie auch die Zweit- und Drittplatzierten der Special-Awards sind online auf <https://www2.eurobest.com/winners/2021> abrufbar. Insights, Trends und Analysen bietet der alljährliche European Creativity Report. Alle Siegerarbeiten sind auf <https://lovethework.com> einsehbar.

Damit enden die diesjährigen Eurobest-Awards für Österreich mit einer **Bronze-Trophäe für Heimat Wien** und einer Shortlistplatzierung für Ketchum Publico.

## Über Eurobest

Die Eurobest-Awards wurden 1988 ins Leben gerufen und gelten als führender Wettbewerb für kreative Exzellenz in Europa. Nach Stationen in Stockholm, Amsterdam, Hamburg, Lissabon, Helsinki, Antwerpen und Rom finden die Jury-Sitzungen seit 2017 in London statt. Die Awards werden in insgesamt 23 Kategorien vergeben. Eurobest ist Teil von „Lions – The Home of Creativity“. Weitere Informationen auf <https://www.eurobest.com> und <https://www.lionscreativity.com>.

## Über die ORF-Enterprise

Als Vermarktungstochter des ORF zeichnet die ORF-Enterprise exklusiv für die Vermarktung sämtlicher überregionaler Medienangebote des führenden österreichischen Medienkonzerns verantwortlich. Das Portfolio umfasst unter anderem vier Fernsehsender (ORF 1, ORF 2, ORF III Kultur und Information, ORF SPORT+), drei nationale Radiosender (Ö1, Hitradio Ö3, radio FM4), das Printmagazin ORF nachlese, das gesamte Digital-Angebot auf ORF.at, die ORF-TVthek und ORF-Radiothek sowie den ORF TELETEXT. Im Geschäftsbereich Content Sales International und Licensing sowie Medienkooperationen werden Content und Marken des ORF weltweit lizenziert. Die ORF-Enterprise betreibt auch den ORF-Enterprise Musikverlag sowie ein eigenes Plattenlabel. Das

Unternehmen ist die nationale Repräsentanz führender internationaler Kreativfestivals und Awards von „Lions – The Home of Creativity“ sowie Veranstalter nationaler Werbepreise wie ORF-TOP SPOT, ORF-WERBEHAHN und ORF-ONWARD. Die Geschäftsführung setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbevermarktung, Contentverwertung) und **Heinz Mosser** (Finanzen und Administration, Musikverlag & Label, Sound & Vision, ORF nachlese) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100-prozentige Tochter des ORF-Medienkonzerns. Weitere Informationen auf <https://enterprise.ORF.at> , <https://contentsales.ORF.at> und <https://musikverlag.ORF.at> .

**+ + +BILDMATERIAL + + +**

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

