



„Nominierungsträger warten gespannt auf den Media Award â€“ BILD

ID: LCG22317 | 08.08.2022 | Kunde: MEDIA AWARD | Ressort:
Wirtschaft - sterreich | Medieninformation

Nach den beiden Live-Hauptjurys stehen die Shortlist-Platzierungen des Awards für Media-Exzellenz fest. 31 Juroren wählten 31 Arbeiten aus 73 Einreichungen aus, die sich Hoffnungen machen dürfen.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © leisure communications/ Roland Rudolph

Wien (LCG) – EPAMEDIA, Gewista, Goldbach Austria, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, ORF-Enterprise, RMS Austria und VGN Medien Holding verzeichnen heuer 73 Einreichungen zum renommierten Media Award – und damit ein Plus von 15 Prozent im Vergleich zur letzten Auflage vor der Pandemie. Besonders groß war der Andrang heuer in den Kategorien „Exzellente Media-Strategie“ und „Exzellente Media-Innovation“ mit 33 beziehungsweise 19 Einreichungen. Wer bei der glanzvollen und eleganten Gala im Leopold Museum mit dem Media Award in Gold, Silber und Bronze sowie als Gesamtsieger mit dem Titel „Agency of the Year“ ausgezeichnet werden wird, berieten die beiden Hauptjurys in Live-Sitzungen Ende Juli und Anfang August 2022 im 25 Hours Hotel beim Museumsquartier, in denen intensiv diskutiert wurde.

Bereits zuvor wurden die eingereichten Arbeiten in einem Online Voting einer ersten Bewertung unterzogen, die den Hauptjurys nun als Basis diente und die größtmögliche Meinungsvielfalt und Transparenz bei der Kür der Sieger des angesehenen Preises fördert. Diesem Gedanken trägt auch die Zusammenstellung der Jury Rechnung, der neben Repräsentanten von Auftraggebern, Agenturen und Vorstandsmitgliedern des Media Award auch Vertreter von

Kommunikations-Branchenverbänden und Nachwuchsorganisationen sowie dem universitären Bereich angehören.

„Die diesjährigen Einreichungen bilden die rasante technische Entwicklung in einigen Mediengattungen ab, die sich besonders in den Kategorien ‚Exzellente Media-Innovation‘ und ‚Exzellenter Einsatz von Daten‘ zeigt. In der Mediaplanung gibt es keinen Stillstand oder Erfolgsrezepte für die Ewigkeit. Die diesjährigen Shortlist-Platzierungen zeigen, wie Fortschritt gewinnbringend umgesetzt wird und neue Tools und Möglichkeiten intelligent aufgegriffen werden“, berichtet Jurypräsidentin **Inez Czerny** (Media 1).

„Dass exzellente Media-Arbeit nicht eindimensional ist, beweisen einige Kampagnen, die gleich in mehreren Kategorien nominiert sind. Das Zusammenspiel aus Strategie und Taktik gewinnt in Kombination mit Content, Innovation und Daten an Bedeutung, um Zielgruppen in österreichischen Medien punktgenau zu erreichen und erfolgreich zu aktivieren. Deswegen wird nationale Media-Kompetenz immer entscheidender, um die Vorteile jener Medien zu nutzen, denen die Menschen vertrauen und die verlässliche Brand Safety bieten“, fasst Jurypräsident **Oliver Ellinger** (Publicis Media) zusammen.

31 Juroren küren Media-Exzellenz beim 18. Media Award

Unter **Oliver Ellingers** Leitung jurierten im Boutiquehotel mit Blick über die Dächer der Bundeshauptstadt **Joachim Feher** (RMS Austria), **Dinko Fejzuli** (Medianet), **Michael Göls** (Havas Village Vienna), **Andrea Groh** (Gewista), **Kristin Hanusch-Linser** (International Advertising Association), **Ronnie Hochmayer** (Mediaplus), **Claus Hofmann-Credner** (Almdudler), **Sarina Hessler** (Hello), **Andreas Janzek** (Kleine Zeitung), **Daniela Pikhard** (Mediacom), **Susanne Roiser** (FH St. Pölten), **Michael Drexler** (VGN Medien Holding) und **Doris Christina Steiner** (Jung von Matt Donau).

Inez Czernys Juryteam setzt sich aus **Josef Almer** (Goldbach), **Ursula Arnold** (Mindshare), **Thomas Bokesz** (IPG Medianbrands), **Kathrin Feher** (ORF-Enterprise), **Anja Hettesheimer** (PHD), **Laura Kaltenbrunner** (Datanauts), **Helmut Kammerzelt** (FH St. Pölten), **Ralf Kober** (Springer & Jacoby), **Thomas Kreuzer** (Kronen Zeitung), **Maimuna Mosser** (Ikea), **Niko Pabst** (Österreichischer Marketing Club), **Jürgen Polterauer** (Dialogschmiede), **Christian Rausch** (Billa) und **Marcus Zinn** (EPAMEDIA) zusammen.

Die Nominierten für den Media Award 2022: Wer sich die größten Hoffnungen machen darf

Für die 18. Auflage des Media Award schafften es insgesamt 31 Arbeiten auf die Shortlists. Die meisten Shortlist-Platzierungen entfallen auf die Kategorie „Exzellente Media-Strategie“ mit elf potenziellen Preisträgern, gefolgt von „Exzellente Media-Innovation“ mit neun auszeichnungswürdigen Arbeiten. In den Kategorien „Exzellente Content-Integration“ und „Exzellenter Einsatz von Daten“ können sich jeweils fünf Arbeiten Hoffnungen auf die prestigeträchtige Auszeichnung mit dem Media Award machen.

Besonders spannend wird das Rennen um die Auszeichnung mit dem begehrten Titel „Agency of the Year“, der letztes Jahr erstmalig an Mindshare verliehen wurde. Dafür zählen neben den Punkten für Gold-, Silber- und Bronze-Awards auch die Nominierungen auf den Shortlists. Mit neun Platzierungen kann sich Mediaplus heuer besonders gute Chancen ausrechnen und liegt deutlich vor Dentsu mit fünf und Mediacom mit vier Nominierungen. Vorjahressieger

Mindshare muss sich heuer mit drei Shortlist-Platzierungen zufriedengeben.

Hornbach kann sich gleich über vier Nominierungen freuen und führt das Ranking aus Auftraggebersicht an. Davon entfallen drei auf die Kampagne „Überall kann Garten sein“ in Zusammenarbeit mit Mediaplus, die in den Kategorien „Exzellente Content-Integration“, „Exzellente Media-Innovation“ und „Exzellente Media-Strategie“ nominiert ist. Eine weitere Platzierung gibt es, ebenfalls gemeinsam mit Mediaplus, für „Verlängerter Dauertiefpreis: Wer bei Hornbach kauft, kann auch zuhause noch sparen“ in „Exzellente Media-Strategie“.

Mit „Sag doch wieder einmal Danke“ von Dentsu für Merci kann sich eine weitere Arbeit drei Nominierungen in den Kategorien „Exzellente Media-Innovation“, „Exzellente Media-Strategie“ und „Exzellente Content-Integration“ sichern.

Jeweils zwei Shortlist-Platzierungen gibt es für „Miet-Photovoltaik“ von Dentsu für Verbund und das Erfolgsgespann Schöffel und Mediaplus mit „Die Tour: Wie die Neuauflage des Erfolgsformats die kritische Berg-Community von der neuen Skitouring-Kollektion überzeugt“. Je zwei Nominierungen gibt es auch für die Österreichischen Bundesbahnen und Zalando, die mit unterschiedlichen Arbeiten gelistet sind.

Kategorie „Exzellente Media-Innovation“

Auftraggeber: Billa
Titel: Mehr Energie Wochen
Einreicher: Tunnel23

Auftraggeber: BMW
Titel: #BORNELECTRIC
Einreicher: Virtual Identity

Auftraggeber: Hornbach
Titel: Überall kann Garten sein
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Merci
Titel: Sag doch wieder einmal Danke
Einreicher: Dentsu

Auftraggeber: ÖBB
Titel: Schienenbienen
Einreicher: ÖBB Werbung

Auftraggeber: Salzburg AG
Titel: Mit Innovationsgeist zum ersten Solarstrom- betriebenen
Smartphone- Ladestation Salzburgs
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Volvo
Titel: XC40 Recharge Pure Electric
Einreicher: Mindshare

Auftraggeber: Zalando
Titel: Activists of Optimism 2021
Einreicher: Medial

Auftraggeber: Zalando
Titel: Pre- Owned
Einreicher: DMB.

Kategorie „Exzellente Content-Integration“

Auftraggeber: Borotalco

Titel: Da kommt sonst jeder ins Schwitzen – Mit Borotalco Men hoch hinaus

Einreicher: Mediacom

Auftraggeber: Hornbach

Titel: Überall kann Garten sein

Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Look!

Titel: Das kann Social Commerce

Einreicher: Mindshare

Auftraggeber: Merci

Titel: Sag doch wieder einmal Danke

Einreicher: Dentsu

Auftraggeber: Schöffel

Titel: Die Tour: Wie die Neuauflage des Erfolgsformats die kritische Berg- Community von der neuen Skitouring- Kollektion überzeugt

Einreicher: Mediaplus

Kategorie „Exzellenter Einsatz von Daten“

Auftraggeber: Coca- Cola

Titel: Pulitzer Algorithmus

Einreicher: Mediacom

Auftraggeber: Technisches Museum Wien

Titel: Das „miniXplore“ kommt Dank Data groß raus!

Einreicher: Mediacom

Auftraggeber: Egger

Titel: Mit Value Planning zur neuen Marken- DNA

Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: ORF Hitradio Ö3

Titel: Wie wir mit Ö3- Live- Inhalten und der richtigen Datenstrategie junge Hörer:innen nachweislich zum Live- Reinhören bewegen

Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Verbund

Titel: Miet- Photovoltaik

Einreicher: Dentsu

Kategorie „Exzellente Media-Strategie“

Auftraggeber: Aperol

Titel: City Takeover

Einreicher: Mindshare

Auftraggeber: Hermann Fleischlos

Titel: Hermann Fleischlos

Einreicher: Spießer & Spinner

Auftraggeber: Hornbach

Titel: Überall kann Garten sein

Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Ikea

Titel: Ikea hus – die nachhaltige Ikone Wiens

Einreicher: Wavemaker

Auftraggeber: McDonald's

Titel: McPlant

Einreicher: OMD

Auftraggeber: Merci

Titel: Sag doch wieder einmal Danke

Einreicher: Dentsu

Auftraggeber: ÖBB

Titel: Next Level Lehre

Einreicher: Mediacom

Auftraggeber: Samsung

Titel: Switch und Flip

Einreicher: Publicis Media

Auftraggeber: Schöffel

Titel: Die Tour: Wie die Neuauflage des Erfolgsformats die kritische Berg- Community von der neuen Skitouring- Kollektion überzeugt

Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Verbund

Titel: Miet- Photovoltaik

Einreicher: Dentsu

Auftraggeber: Hornbach

Titel: Verlängerter Dauertiefpreis: Wer bei Hornbach kauft, kann auch zuhause noch sparen

Einreicher: Mediaplus

Über den Media Award

Der Media Award ist die wichtigste österreichische Auszeichnung für Media-Exzellenz 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 österreichische Media-Exzellenz und hat die Zielsetzung, die verschiedenen Facetten von Media und den damit verbundenen Einsatz von österreichischen Medien auszuzeichnen. Damit wird das Bewusstsein für die Qualität von Media und die nachhaltige Wirkung von österreichischen Medien für den Werbeerfolg gestärkt. Weitere Informationen auf mediaaward.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

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

