



Media Award. Shortlists mit gewichtigen Punkten â€“ BILD

ID: LCG23311 | 10.08.2023 | Kunde: MEDIA AWARD | Ressort:
Wirtschaft Ã–sterreich | Medieninformation

Mediaplus und Hornbach dominieren die Shortlists in den vier Kategorien. Die Punkte aus den Shortlist-Platzierungen zählen bereits für den begehrten Gesamtsieg-Titel „Agency of the Year“.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – In den letzten Juli- und ersten Augusttagen tagten die beiden Hauptjurys für den Media Award unter der Leitung von **Nicole Artner** (UM Panmedia) und **Bettina Schuckert** (Dentsu). Bereits zuvor wurden die eingereichten Arbeiten in einem Online Voting einer ersten Bewertung unterzogen, die den Hauptjurys als Basis diente und die größtmögliche Meinungsvielfalt und Transparenz bei der Kür der Sieger des angesehenen Preises fördert.

Mit den Shortlists steht fest, wer sich Hoffnungen auf einen der begehrten Awards machen kann. Besonders spannend wird das Rennen um den Gesamtsieg, der mit dem Titel „Agency of the Year“ gewürdigt wird. Er wird heuer zum dritten Mal verliehen und aktuell von Mediaplus gehalten. Im ersten Jahr ging er an Mindshare.

Insgesamt 33 Arbeiten aus 59 Einreichungen haben es auf die Shortlists für den Media Award geschafft. Sieben Shortlist-Platzierungen entfallen auf die Kategorie „Exzellente Marken-Content-Integration“, jeweils sechs auf „Exzellenter Dateneinsatz“ und „Exzellente Media-Innovation“. 14 Shortlist-Platzierungen gibt es in der Kategorie „Exzellente Media-Strategie“ – sie war mit 33 Arbeiten auch die stärkste Einreichkategorie.

Mut und Leidenschaft führen zum Erfolg

„Der Media Award beweist jedes Jahr, dass wir für großartige Media-Umsetzungen in den unterschiedlichen Bereichen nicht nach Cannes blicken müssen. Es ist fantastisch zu sehen, wie Insights, Daten, Strategie und kreative Ideen zu einzigartigen Kampagnen führen. Für die Zukunft wünsche ich mir noch mehr Mut zur Einreichung. Ich bin davon überzeugt, dass es noch viel mehr Potential gibt!“, meint Jurypräsidentin Artner.

„Die wertschätzende und sich gegenseitig fordernde Zusammenarbeit zwischen Kunden, Medien und Agenturen – gewürzt mit Mut und Leidenschaft für herausragende Umsetzungen – ist die Basis für erfolgreiche Kampagnen. Die besten entstehen in diesem Dreiklang und verdienen es absolut, ausgezeichnet zu werden!“, so Schuckert.

Gleich zwölf Shortlist-Platzierungen kann sich Mediaplus sichern, die im letzten Jahr mit dem prestigeträchtigen Titel „Agency of the Year“ ausgezeichnet wurde. Für den Gesamtsieg zählen alle Shortlist-Platzierungen und gewonnen Awards zusammen. Die Award-Punkte zählen zudem auch im globalen **RECMA Ranking**, das die besten Mediaagenturen der Welt listet. Mediaplus kann sich mit der exzellenten Shortlist-Performance beim diesjährigen Media Award berechtigte Hoffnungen auf die Titelverteidigung machen. Jeweils dreimal sind Dentsu, DMB., Essence Mediacom und Havas auf den Shortlists der vier Kategorien zu finden.

Mit fünf Shortlist-Platzierungen hat Hornbach auf Auftraggeberseite die Nase klar vorne. Jeweils zwei Shortlist-Platzierungen gibt es für Bayer, Casinos Austria, Kia, Museum für angewandte Kunst und PREFA.

Über 30 Juroren brachten ihre Expertise ein

Die beiden Hauptjurs unter der Leitung von **Nicole Artner** (UM Panmedia) und **Bettina Schuckert** (Dentsu) setzten sich aus mehr als 30 Repräsentanten von Mediaagenturen, Werbetreibenden, Fachmedien sowie Branchenverbänden und Interessenvertretungen zusammen. Ebenso Teil der Jury war der Vorstand des Media Award, der sich aus **Josef Almer** (Goldbach), **Joachim Feher** (RMS Austria), **Kathrin Feher** (ORF-Enterprise), **Maximilian Hafele** (Kronen Zeitung), **Andrea Groh** (Gewista), **Andreas Janzek** (Kleine Zeitung), **Claudia Mohr-Stradner** (EPAMEDIA) und **Helmut Schoba** (VGN Medien Holding) zusammensetzt. Über exzellente Media-Arbeit urteilten in diesem Jahr **Ursula Arnold** (Mindshare), **Birgit Becher** (Porsche Media & Creative), **Sabine Binder-Wessely** (Wavemaker), **Sibylle Blümel** (Wavemaker), **Inez Czerny** (Media 1), **Gabriel Delano** (Havas Media), **Oliver Ellinger** (Mediaplus), **Dinko Fejzuli** (Medianet), **Johannes Friewald** (Hornbach), **Michael Göls** (Havas), **Leo Gröbl** (Mindshare), **Anja Hettesheimer** (PHD Media), **Jürgen Hofer** (Horizont), **Petra Hofstätter** (Dentsu), **Verena Kehr** (Mediaplus), **Susanne Kirschner** (UM Panmedia), **Christian Kluger** (Dentsu), **Susanne Krall** (Sky), **Joachim Krügel** (Media 1), **Michael Martin** (Initiative), **Omid Novidi** (Essence Mediacom), **Alexander Oswald** (Österreichische Marketing Gesellschaft), **Markus Plank** (iab austria), **Bernhard Redl** (Mediaplus), **Roswitha Rieger** (Publicis Media), **Stefan Schindele** (Strategie Austria), **Sabine Toifl** (Wiener Städtische Versicherung), **Erwin Vaskovich** (Publicis Media), **Caroline Wild** (Marketing High Potentials) und **Gerlinde Wohlauf** (Österreichische Lotterien).

Die Shortlist der Kategorie „Exzellente Marken-Content-Integration“

Auftraggeber: Hornbach
Titel: Buchstabenklau
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Hornbach
Titel: Projekt- Meisterschaft
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Kozel
Titel: Mit tierisch gutem Sampling zum 20 Prozent Sales Uplift
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Casinos Austria
Titel: Casino Cup 2022
Einreicher: Dentsu

Auftraggeber: Ströck
Titel: Krapfen goes Crypto
Einreicher: Ogilvy & Mather

Auftraggeber: Ja! Natürlich
Titel: Bio- Wissen
Einreicher: Mindshare

Auftraggeber: McDonald`s
Titel: Vergesse nie die Street
Einreicher: OMD

Die Shortlist der Kategorie „Exzellenter Dateneinsatz“

Auftraggeber: UniCredit Bank Austria
Titel: Green Products
Einreicher: Adverserve

Auftraggeber: Burgenland Tourismus
Titel: Weine, die Charakter zeigen
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Österreichische Lotterien
Titel: win2day Fairplay
Einreicher: Dentsu

Auftraggeber: Voltadol
Titel: Relevanz mit Daten- Eleganz
Einreicher: Publicis

Auftraggeber: Kia
Titel: Electrification by Kia
Einreicher: Havas

Auftraggeber: Bayer
Titel: Trotz Erkältung voll im Leben
Einreicher: Essence Mediacom

Die Shortlist in der Kategorie „Exzellente Media-Innovation“

Auftraggeber: De'Longhi
Titel: From Scan to Cup
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Hornbach
Titel: Buchstabenklau
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: PREFA
Titel: PREFA Solar: Die Weltneuheit aus Österreich trifft auf österreichische Mediainnovation
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Nespresso
Titel: Vertuo Pop bringt Farbe ins Leben
Einreicher: UM Panmedia

Auftraggeber: Museum für angewandte Kunst
Titel: Ich MAK das MAK
Einreicher: DMB.

Auftraggeber: Museum für angewandte Kunst

Titel: Ich MAK das MAK (Banner)
Einreicher: DMB.

Die Shortlist der Kategorie „Exzellente Media-Strategie“

Auftraggeber: Hornbach
Titel: Buchstabenklau
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Montanuniversität Leoben
Titel: Gemacht für die Zukunft
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: PREFA
Titel: PREFA Solar: Die Weltneuheit aus Österreich trifft auf österreichische Mediainnovation
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Casinos Austria
Titel: Fun & Friends
Einreicher: Dentsu

Auftraggeber: Wiener Städtische Versicherung
Titel: Clown-Kampagne
Einreicher: Wavemaker

Auftraggeber: Ikea
Titel: Geburtstack – 45 Jahre Ikea
Einreicher: Wavemaker

Auftraggeber: Vöslauer
Titel: Nachhaltig jung bleiben
Einreicher: Media 1

Auftraggeber: ÖBB
Titel: Heute ist Dein Tag!
Einreicher: Essence Mediaocm

Auftraggeber: Möbelix
Titel: Chataffäre
Einreicher: Media 1; DMB.

Auftraggeber: Deli Gourmet
Titel: Deli Dip: Mit cleverer Ausspielung zum Marktführer
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Hornbach
Titel: Projekt-Meisterschaft
Einreicher: Mediaplus

Auftraggeber: Malfy Gin
Titel: La Dolce Vita in Österreich
Einreicher: Havas

Auftraggeber: Kia
Titel: Die Kia Brandrange
Einreicher: Havas

Auftraggeber: Bayer
Titel: Trotz Erkältung voll im Leben
Einreicher: Essence Mediacom

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)

