

Sieben Sieger und 14 Nominierungen

Aus 87 Einreichungen wurden die besten Mediaarbeiten des Jahres 2014 gekürt. Sieben erhielten Trophäen, weitere 14 wurden mit einer Urkunde ausgezeichnet

Im Rahmen eines zweistufigen Juryentscheids wurden die Sieger aus 87 eingereichten Media-Projekten gekürt. Zunächst bewerteten 56 Experten aus Mediaagenturen, dem Kreis der Initiatoren, der werbetreibenden Wirtschaft und Studenten der Fachhochschule St. Pölten die eingereichten Cases und erstellten eine Shortlist mit jeweils acht Projekten pro Kategorie. Aus diesen wurden jeweils Sieger in Gold, Silber und Bronze für ihre Exzellente Media-Strategie und ihre Kreative Media-Idee gekürt. Schließlich wurde ein Preisträger mit der goldenen Pyramide, die die Dreierheit aus Agentur, Medien und Unternehmen darstellt, für die beste Junge Media-Strategie ausgezeichnet.

Ein Trend, informiert Organisatorin Tina Kasperer im Detail, sei, dass inzwischen Dialog und Kommunikation online selbstverständlich seien und offline immer wichtiger werden,



Die 21 Mitglieder der Jury arbeiten konzentriert anlässlich der Auswahl der besten Media-Strategien und Media-Ideen des Jahres.

Die Jury

Die Vorjury hatte 56 Mitglieder, die jeweils von den Agenturen, Medien und Unternehmen nominiert wurden. Im Anschluss finden Sie die Mitglieder der Hauptjury.

Mitglieder der Hauptjury

Maurizio Berlino (Goldbach Media-Austria)
 Brigitte Ecker (Epamedia)
 Joachim Feher (MediaCom)
 Michael Göls (Havas Media)
 Michael Graf (RMS)
 Andrea Groh (Gewista)
 Helmut Hanusch (VGN)
 Helmut Kammerzelt (FH St. Pölten)
 Susanne Koll (OMD)
 Joachim Krügel (Media 1)
 Sebastian Loudon (HORIZONT)
 Konrad Mayr-Pernek (MEC)
 John Oakley (media.at)
 Friederike Müller-Wernhart (Mindshare)
 Xavier Reynaud (Initiative Media)
 Gerhard Riedler (Mediaprint)
 Christoph Schwedler (medianet)
 Peter Strutz (ORF-Enterprise)
 Gerhard Valeskini (Kleine Zeitung)
 Erwin Vaskovich (VivaKi Group)
 Andreas Weiss (Aegis Media Group)

Organisation

Tina Kasperer (Mediabizz)
 Marcela Atria (atrium consulting)

etwa auf Events. Es zeige sich, dass die klassischen Medien weiterhin die Basis für Kampagnen bereiten, während digitale Medien Pep und spezielle Inhalte und Ideen beisteuern. Bewegtbild sei inzwischen Teil der

Kampagnenplanung und erhöhe die Qualität der Arbeiten. Auch im Hinblick auf die von den Einreichern vielfach genutzte Möglichkeit, ihre Ideen in Videoform zu präsentieren, zeige sich hohe Qualität. **bis**



Die 21-köpfige Hauptjury wählte aus der Shortlist schließlich die sieben Siegerarbeiten, die am 29. Mai ausgezeichnet wurden.

© Mediabizz

DIE KRÖNUNG

DAS HAB' ICH VOM KURIER

atmedia.at

freizeit K fz

IMMO Tafelspitz KURIER kurier.tv

Die große Vielfalt unseres Angebots, verschafft den kreativsten Mediaumsetzungen Österreichs eine breite Bühne. Ob Print oder Online, finden Media-Agenturen und Anzeigenkunden bei uns stets ein hochwertiges Umfeld und können sich mit einem Media Award krönen lassen.

KURIER
KURIER.at