

# Columbus Awards: Wirtschaftlichkeit siegt

## **Jürgen Polterauer wurde in die DMVÖ Hall of Fame aufgenommen und führt mit der Dialogschmiede das Ranking an. Gold gab es für Robin des Bois und DDB/PKP BBDO**

Bereits zum 32. Mal kürte der DMVÖ am 8. Juni die innovativsten und kreativsten Dialogmarketing-Kampagnen im deutschsprachigen Raum. Als erfolgreichste Agentur im Columbus-Ranking ging, wie auch in den vergangenen Jahren, die Dialogschmiede hervor, die insgesamt fünf Trophäen in Bronze und 22 Shortlist-Platzierungen für sich beanspruchen konnte. Grund genug, Eigentümer und CEO Jürgen Polterauer im Rahmen der Columbus Arena 0.16, ausgetragen in der Neuen Burg Perchtoldsdorf, in die DMVÖ Hall of Fame aufzunehmen – und das als jüngstes Mitglied, dem diese Würdigung bislang zuteil wurde.

Über Gold konnten sich indes zwei andere Agenturen freuen: Robin des Bois wurde für „Mehr als eine Kampagne – MegaCard setzt ein Zeichen für mehr Toleranz“ im Auftrag der UniCredit Bank Austria gleich doppelt: Und zwar in den Kategorien „B2C-Kampagne“ und „Neukundengewinnung“, mit der höchsten Auszeichnung belohnt. Die dritte goldene Trophäe ging an DDB as a brand of PKP BBDO in der Kategorie „Datengenerierung & Community Building“ für die Kampagne „McDonald’s BigMac Rocks“. Insgesamt wurden bei den Columbus Awards 30 Trophäen vergeben, zusätzlich zu den Preisen in Gold, Silber und Bronze gab es heuer zwei Sonderpreise: den „Innovationspreis für zukunftsweisende Projekte“ und den Preis für den „innovativsten Dienstleister“ – beide beanspruchte die Dialogschmiede für sich. Als Siegerin des Nachwuchspreises „Dialogmarketing Rookie of the year“ ging die Studentin Sonja Kollerus hervor.

### **132 Einreichungen**

„Die Spiele um die besten Dialogkampagnen waren in diesem Jahr besonders spannend. Die eingereichten Arbeiten haben verdeutlicht, dass nicht nur Kreativität alleine bei den DMVÖ Columbus Awards ausschlaggebend ist, sondern vor allem die Wirtschaftlichkeit im Vordergrund steht“, äußert sich DMVÖ-Präsident Anton Jenzer über die 132 ins Rennen geschickten Arbeiten. Eine Einschätzung, die auch Jurypräsidentin Rita Spielvogel teilt. Basierend auf den Einreichungen lässt sich, wie Jenzer schildert, über den Status quo des Dialogmarketings in Österreich folgendes sagen: „Cross-Channel-Marketing beziehungsweise crossmediales Dialogmarketing, die Individualisierung von Werbemitteln im Sinne von One-to-one-Marketing, der relevante, bedarfsadäquate Dialog mit Kunden, Interessenten und potenziellen Kunden, gehört mittlerweile zum Standardrepertoire. Das ist doch sehr erfreulich.“

### **Keine schweren Ungereimtheiten**

Die heurigen Columbus-Sieger stehen gerade einmal fest, doch die Überlegungen des DMVÖ zu den Preisverleihungen der kommenden Jahre sind bereits voll im Gange. Insbesondere, was den mehrstufigen Jurierungsprozess betrifft, soll es ab 2017 Änderungen geben. Jenzer erklärt auf Nachfrage des HORIZONT: „Neben Idee, Kreativität und Umsetzung spielt das Kriterium Effizienz bei der Bewertungen der Einreichungen eine wesentliche Rolle“. Im Rahmen der diesjährigen Verleihungen habe es, entgegen einiger Gerüchte, „keine schwereren Ungereimtheiten gegeben“, stellt DMVÖ-Vorstandsmitglied Milosch Alexander Godina klar. Sehr wohl aber kamen, „wie es für einen Juryprozess üblich ist, einige Diskussionspunkte auf“.

Zudem wurde, informiert Godina, eine Kulanzgrenze für die Shortlist implementiert, weswegen nachträglich einige Einreichungen auf der Liste der Nominierten gelandet sind. Das sei aber „innerhalb des normalen Handlungsrahmens“ passiert.

Bereits im Winter wurde Godina von Jenzer damit beauftragt, an einer Neuausrichtung des Juryprozesses zu arbeiten. Was das mit sich bringen könnte? „Für die Review des Juryprozesses wird es eine Arbeitsgruppe geben, die sich aus meiner Sicht damit beschäftigen sollte, wieviel Sinn der zweistufige Juryprozess – bestehend aus einer Shortlist-Jury und einer Jury zur Ermittlung der Preisträger – ergibt. Die Zäsur zwischen diesen beiden Prozessen kann dazu führen, dass Unklarheiten und Ungereimtheiten entstehen, da die jeweiligen Jurys nicht genau nachvollziehen können, wie in der vorherigen oder darauffolgenden Sitzung bewertet wurde oder wird“, schließt Godina.

***Eine Übersicht über die Sieger der Preisverleihung finden Sie hier und hier zum Download sowie in der Ausgabe Nr. 23 des HORIZONT.***

[Gerlinde Giesinger]