



Columbus-Awards: Dialogschmiede führt Agenturranking an

8. Juni 2016, 21:53



2 POSTINGS

Agenturranking DMVÖ Columbus 0.16							
Biracher	Gold	Silber	Bronze	Columbus Trophäen gesamt	Shortlist	Punkte gesamt	Ranking
Dialogschmiede GmbH			5	5	22	32	1
DDB as a brand of PKP BBDO	1	1	3	5	1	54	2
Demner, Merlicek & Bergmann Werbeagentur mbH		2	1	3	3	41	3
Virtual Identity AG		1	2	3	2	9	4
Dialogic Dialog Marketing GmbH		2		2	2	8	5
Robin des Bois Werbeagentur	2			2		8	5
PKP proximity		1	2	3		7	7
BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse Aktiengesellschaft			2	2		4	8
gd fundoffice GmbH			1	1	1	3	9
WIEN NORD Werbeagentur GmbH		1		1		3	9
Gesner & Friends Marketing und Werbe GmbH			1	1	1	3	9
EVVA Sicherheitstechnologie GmbH				0	2	2	12
PKP BBDO			1	1		2	12
four Werbeagentur AG			1	1		2	12
limeData Interactive Marketing GmbH			0	1	1	1	15
Canon Austria GmbH			0	1		1	15
Agentur am Flughafen AG			0	1		1	15
Direct Mind GmbH			0	1		1	15
Wunderman FXP			0	1		1	15
Uge - Giorgio DG			0	1		1	15
Gesamt	3	8	19	30	40		

foto: dmvö

Agenturranking: Columbus 2016.



foto: dmvö

Gold für Robin des Bois mit der Kampagne "Mehr als eine Kampagne – MegaCard setzt ein Zeichen für mehr Toleranz" im Auftrag der UniCredit Bank Austria. Die Jugendkampagne überzeugte in der Kategorie "B2C Kampagne" und ...



Gold für Robin des Bois und DDB – Insgesamt vergab der Dialog Marketing Verband Österreich 30 mal Edelmetall und zeichnete damit die besten Kampagnen aus

Wien – Der Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) kürte am Mittwochabend zum 32. Mal die besten Dialog Marketing-Kampagnen im deutschsprachigen Raum und vergab 30 Columbus-Trophäen in 13 Kategorien.

70 Kampagnen von 20 Einreichern schafften es auf die Shortlist, 30 davon erhielten bei der Gala Edelmetall. Die Dialogschmiede ist mit fünf Columbus-Trophäen in Bronze und 22 Shortlist-Platzierungen der Gewinner des Agentur-Rankings. Jürgen Polteraer wurde in die DMVÖ-Hall of Fame aufgenommen.

DDB belegte den zweiten Platz vor Demner, Merlicek & Bergmann. Insgesamt wurden drei Auszeichnungen in Gold, acht in Silber und 19 Trophäen in Bronze vergeben.

Gold für Robin des Bois und DDB

Robin des Bois konnte für die Kampagne "Mehr als eine Kampagne – MegaCard setzt ein Zeichen für mehr Toleranz" im Auftrag der UniCredit Bank Austria in zwei Kategorien punkten. Die Jugendkampagne erhielt sowohl in der Kategorie "B2C Kampagne" als auch in der Kategorie "Neukundengewinnung" eine goldene Trophäe. Eine weitere Auszeichnung in Gold ging an DDB in der Kategorie "Datengenerierung & Community Building" für die Kampagne "McDonald's BigMac Rocks" vergeben.

Silber-Awards

Mit Silber wurden DDB, Demner, Merlicek und Bergmann, dialogic Dialog Marketing, Virtual Identity, PKP proximity und Wien Nord ausgezeichnet.

Wirtschaftlichkeit und Effizienz

"Die Spiele um die besten Dialog-Kampagnen 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. Der wirtschaftliche Output der exzellenten Arbeiten wurde bei beiden Jurysitzungen genau unter die Lupe genommen", sagt DMVÖ-Präsident Anton Jenzer über die Siegerkampagnen.

Milosch Godina, DMVÖ Vorstandsmitglied und verantwortlich für die Columbus-Jury, sieht eine positive Tendenz bei den heimischen Agenturen und Unternehmen. "Eine Einreichung ist



foto: dmvö

DDB holte Gold in der Kategorie "Datengenerierung & Community Building" für die Kampagne "McDonald's BigMac Rocks".

Einreichungen ist in etwa gleichbleibend, wir sehen aber eine merkliche qualitative Steigerung."

Zwei Sonderpreise, Rookie of the Year

Zusätzlich zu den 30 Columbus Trophäen in Gold, Silber und Bronze wurde auch dieses Jahr der "Innovationspreis für zukunftsweisende Projekte" vergeben und der "innovativste Dienstleister" gekürt. Beide Preise gingen an die Dialogschmiede für das Newsletter-Tool email king. Der Nachwuchspreis "Dialogmarketing Rookie of the Year" ist ein Gemeinschaftsprojekt der FH St. Pölten und des DMVÖ. In diesem Jahr konnten Studenten ein Marketingkonzept für den Nivea Kundenclub einreichen. Sonja Kollerus ging als Siegerin hervor. Den zweiten Platz belegte Christina Grünstäudl, gefolgt von Yvonne Neumeyer. (red, 8.6.2016)

Aktuelle Spiele finden Sie unter Rätsel & Sudoku

SITELINK



Atemberaubender Klippenpfad

Dem tosenden Meer ganz nah. The Gobbins – ein in Nordirland über 100 Jahre altes Baujuwel ist zu neuen Leben erwacht und bietet ein einzigartiges Erlebnis.

BEZAHLTE ANZEIGE

© STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H. 2016

Alle Rechte vorbehalten. Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf.
Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.