

Die Sieger-Kampagnen des VAMP Award

Die effizienteste Aktion/Kampagne

GOLD

Kleine Mittel – große Wirkung

Einreicher: Mindshare

Medienpartner: Freecard Medienservice, Goldbach Austria, Infocscreen, ÖBB-Werbung, Media und viele andere

Kunde: Debra Austria

Der VAMP Award des Verband Ambient Media, Promotion und Digital-out-of-Home zeigt auch dieses Jahr wieder in zehn Kategorien ausgezeichnete Kampagnenumsetzungen.



Die beste crossmediale Kampagne

GOLD

Baywatch Lauchkampagne

Einreicher: Ideal Live Marketing

Medienpartner: easystaff human & resources, Follow, Inititative Media und Gewista

Werbe-gesellschaft

Kunde: Constantin Film



Hohe Bekanntheit für die „Schmetterlingskinder“

debra
The Art of the Integrated Campaign

Der große Erfolg der „Schmetterlingskinder“-Kampagne wird durch den hohen Bekanntheitswert belegt!



...der Österreicher kennen die „Schmetterlingskinder“



...sind über die Werbekampagne (32%) und mediale Berichterstattung (47%) auf „Schmetterlingskinder“ aufmerksam geworden!

Die Werbekampagne und die mediale Präsenz spielen die größte Rolle bei der Bekanntmachung der seltenen Erkrankung!

Effizienz-Nachweis

debra
The Art of the Integrated Campaign

Dank des beispielhaften Einsatzes der Medien und Agenturen wurde 2016 ein Gratis-Werbewert in Höhe von 449.399 EUR generiert.

Die Werbekanntheit stieg um 10%-Punkte

Das Spendenvolumen war nach Beendigung der Kampagne doppelt so hoch, wie vor dem Start

Werbewert EUR

Bekanntheit %

Spenden EUR

449.399 €



+101%

