



Aus dem Häuschen: die OOH-Gewinner

Die Gewista ehrte die besten Out of Home-Kampagnen des vergangenen Jahres mit dem Out of Home-Award.

•• Von Laura Schott

Am 8. Mai hat die Gewista den Out of Home-Award für die außergewöhnlichsten Out of Home-Kreationen Österreichs des letzten Jahres vergeben. Die mittlerweile 19. Prämierung der kreativsten Sujets in den Kategorien Plakat, City Light, Rolling

Board, Digital Media, Transport Media, Megaboard sowie Innovative & Ambient Media – also die gesamte Bandbreite der Gewista-Werbeträger – fand wie bereits im Vorjahr in der Wiener Gösserhalle statt. Die Gewinner waren im Vorfeld von einer Fachjury ausgewählt worden.

Die Gäste wurden von Gewista-CEO Franz Solta und Gewista-CSO Andrea Groh begrüßt, die

anschließend auch gemeinsam durch den Abend führten. Für Stimmung bei den Preisträgern und Gästen sorgten der Mainact des Abends, die Hermes House Band, und Turntable-Sounds von DJ Thomas.

Sieben Sieger-Sujets

In der Kategorie des klassischen Plakats durfte sich der Markenartikelverband für die Maggi-

Markenartikelkampagne über einen goldenen Out of Home-Award freuen. „Mag'i“ heißt es auf dem von DMB kreierten Sujet, über dessen Erfolg sich auch die Mediaagentur Media 1 freuen durfte, denn bei den Out of Home-Awards werden sowohl die Auftraggeber also auch deren Agenturen prämiert. Als zweitkreativstes Plakat wurde ein Sujet der „Lebe das Leben“-

Strahlende Sieger

Insgesamt 24 Teams aus Auftraggebern und Agenturen durften einen Out of Home-Award entgegennehmen.

”

Mit der Verleihung dieses Preises ehren wir die herausragenden Leistungen, die die österreichische Werbe- und Kreativbranche im Bereich Out of Home erbringt.

Andrea Groh
CSO Gewista

“

Kampagne der Wiener Städtischen ausgezeichnet, für dessen Kreation einmal mehr DMB verantwortlich ist. Den dritten Platz teilen sich McDonald's Österreich und die Kreativagentur DDB Wien mit Fruchtsafther-

Die Sieger des Out of Home-Award 2018

Preis	Kampagne	Auftraggeber	Kreativagentur	Mediaagentur
Plakat				
Gold	Markenartikelkampagne „Maggi“	MAV Österreich/ Nestlé Österreich	DMB	Media 1
Silber	Lebe das Leben „Opa“	Wiener Städtische	DMB	
Bronze	Grill Kitchen	McDonald's Österreich	DDB Wien	OMD
Bronze	„Mal was Ananas“	Zuegg	Heimat Wien	Havas Media Austria
City Light				
Gold	„Das Licht der Stadt“	Ottakringer Brauerei	CCK	Media1
Silber	„Schokolade zum Frühstück?“	Hofer	Ogilvy & Mather	media.at
Bronze	Preiskampagne Ferienmesse	Austrian Airlines	Himmer, Buchheim & Partner	UM PanMedia
Rolling Board				
Gold	„Belohn dich! Mit Manner Snack“	Manner	DDB Wien	OMD
Silber	„Let George do it“	Erste Bank	Jung von Matt	Wavemaker
Bronze	Ströck Bio-Kampagne „Kipferl“	Ströck Brot	Hello	Ströck Brot
Digital Media				
Gold	„Nach dem Sommer ist vor dem Sommer“	Fitinn	Jung von Matt	
Silber	Galaxy S9 Digital-OOH	Samsung Electronics	Cheil Austria	Publicis Media
Bronze	Sheba „Ich warte schon auf dich“	Mars Austria	AMV BBDO	MediaCom
Transport Media				
Gold	#Let's Get Lost“	Wizz Air	Ogilvy Ungarn	PHD Media
Silber	I Fly Thai „Herzlichkeit nonstop“	Thai Airways	Bird's Media	Rob. Der Vermarktungs-coach
Bronze	„Dieses bescheuerte Herz“	Constantin Film	Zwischen den Hirschen	Initiative Werbemittlung
Megaboard				
Gold	„OMG“ Mazda MX-5	Mazda Austria	VMLY&R	Mindshare
Silber	„Galaxy Note9 & Galaxy Watch“	Samsung Electronics	Cheil Austria	Publicis Media Austria
Bronze	Goldbräu	Stiegl Brauerei	DMB	Media1
Innovative & Ambient Media				
Gold	Ikea Katalog 2018	Ikea	Wirz	Vizeum Austria
Silber	„Du pickst wohl nicht richtig“	PID Stadt Wien	Lumsden & Friends	
Bronze	„Feier lieber ungewöhnlich/Welt-Gurkentang“	Schlumberger	Quacker City Mercantile	Leo Burnett

Quelle: Gewista/Out of Home-Award 2018

steller Zuegg und den zuständigen Agenturen Heimat Wien und Havas Media Austria.

Ottakringer konnte die Jury mit seinem Sujet „Das Licht der Stadt“ in der Kategorie Citylight ganz besonders überzeugen und erhielt dafür den goldenen OOH-Award – dicht gefolgt von Hofer („Schokolade zum Frühstück?“) und Austrian Airlines (Preiskampagne Ferienmesse). Bei den Sujets, die über Rolling Boards gespielt wurden, konnte Manner zusammen mit DDB Wien und der Mediaagentur OMD punkten und sicherte sich den Out of Home-Award in Gold.

Über einen ersten Platz durften sich außerdem Fitinn (Digital Media) zusammen mit Jung von Matt ebenso wie Wizz Air

(Transport Media) mit Ogilvy und PHD Media freuen. Bei den Megaboards punkteten die Kampagnen von Mazda (Gold), Samsung (Silber) und der Stiegl Brauerei (Bronze), und in der Kategorie Innovative und Ambient Media war die Jury ganz besonders vom Ikea-Wartehallen-Branding begeistert, in dessen Rahmen Haltestellen öffentlicher Verkehrsmittel mit Ikea-Katalogen zu freien Entnahme ausgestattet wurden.

Kreativität wird belohnt

„Es ist sehr beeindruckend, wie viele und vor allem außergewöhnlich kreative Arbeiten es im bereits 19. Jahr des Bestehens des ‚Out of Home-Award‘ zu bewerten galt“, sagt Gewista-CEO

Franz Solta. „Dies zeigt, dass sich der Award großer Beliebtheit erfreut und bei Agenturen als auch Werbetreibenden einen hohen Stellenwert einnimmt.“

Gewista-CSO Andrea Groh nutzte die Gelegenheit des Galaabends um sich bei den Kunden für die Zusammenarbeit mit Gewista im letzten Jahr zu bedanken, und betonte: „Es war auch heuer wieder eine freudige Aufgabe, aus den rund 4.500 Sujets des Vorjahres die Sieger des diesjährigen Out of Home-Awards auszuwählen. Mit der Verleihung dieses Preises ehren wir die herausragenden Leistungen, welche die österreichische Werbe- und Kreativbranche im Bereich Out of Home Jahr für Jahr erbringt.“