



### Der goldene Werbehahn

MedianetAusgabe 2189 | Seite 18, 19 | 15. November 2019  
 Auflage: 55.000 | Reichweite: 159.500

## Der goldene Werbehahn (1/2)

medianetAusgabe 2189 | Seite 18, 19 | 15. November 2019  
 Auflage: 55.000 | Reichweite: 159.500

Tunnel23



# Der goldene Werbehahn

Im Rahmen der ORF-Programmpräsentation zeichneten die ORF-Awards Teamarbeit für große Werbewirkung aus.

••• Von Dinko Fejzuli

**M**it den ORF-Awards zeichnet die ORF-Enterprise die Zusammenarbeit von Auftraggebern, Kreativ- und Mediaagenturen sowie Produktionsfirmen für große

Werbewirkung in den Medien des ORF aus. Es ist der einzige Award der Branche, der alle an Werbeerfolgen Beteiligten gemeinsam auf die Bühne bittet und das Zusammenspiel würdigt. Am 7. November wurden im Rahmen der ORF-Programmpräsentation in der Wiener Marx

Halle die Awards von ORF-Enterprise-CEO Oliver Böhm an die Preisträger verliehen.

#### Harte Konkurrenz

Insgesamt 219 Arbeiten wurden heuer für ORF-Top Spot, ORF-Werbeahn und ORF-Onward eingereicht, 30 davon schafften

es auf die Shortlist. Die Jury setzte sich aus 54 Vertretern von Auftraggebern, Media- und Kreativagenturen sowie Produktionsfirmen zusammen.

„Die trimedialen Angebote des ORF bieten die gesamte inhaltliche Bandbreite und Reichweite, um alle Zielgruppen im Qua-



## Der goldene Werbebahn (2/2)

medianetAusgabe 2189 | Seite 18, 19 | 15. November 2019  
 Auflage: 55.000 | Reichweite: 159.500

Tunnel23

### Die Gewinner

Reini Schwarzingger, Christian Forster, Doris Ragetté, Joachim Feher, Kathrin Feher, Edmund Hochleitner, Philip Krautsack, Clemens Marx.

litätsumfeld eines der erfolgreichsten öffentlich-rechtlichen Sender Europas zu erreichen. Das Vertrauen, das sich der ORF in Umsetzung seines Auftrags täglich bei den Österreicherinnen und Österreichern erarbeitet, ist der Grundstein für das attraktive Programmumfeld, das die werbetreibende Wirtschaft in den Medien des ORF vorfindet“, betont ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz anlässlich der Award-Verleihung.

### Zeichen der Wertschätzung

„Die ORF-Awards sind ein Zeichen der Wertschätzung für die großartige Zusammenarbeit, die Auftraggeberinnen und Auftraggeber, Kreativ- und Mediaagenturen sowie Produktionsfirmen leisten. Das Resultat ist unschlagbar große Werbewirkung in den Medien des ORF, die alle Österreicherinnen und Österreicher erreichen. Knapp vier Mio. User im größten Online-Nachrichtennetzwerk des Landes, 4,89 Mio. Hörerinnen und Hörer der ORF-Radios und konsequente Reichweitenrekorde im ORF-Fernsehen lassen Kampagnen bei der ORF-Enterprise zu Wer-



Die glücklichen Gewinner des ORF Top Spot in Gold des heurigen Jahres.

beerfolgen werden“, ist ORF-Enterprise-CEO Oliver Böhm überzeugt.

Magenta kann sich mit den Agenturen Jung von Matt/Donau und MediaCom sowie den Produktionsfirmen PPM Filmproductions, MG Sound und Tunnel23 über zwei ORF-Awards für die Kampagne „Lebkuchenmann“ freuen und holt sich einen ORF-Onward in Gold und einen ORF-Top Spot in Silber.

Erste Bank und Sparkasse kann mit ihrer Kommunikation im 200. Jubiläumsjahr national und international überzeugen. Der Spot „Unstoppable“ in Zusammenarbeit mit den Agenturen Jung von Matt/Donau und Wavemaker sowie den Produktionsfirmen PPM Filmproductions und Blautöne wird mit

dem ORF-Top Spot in Gold als bester Fernsehspot des Jahres ausgezeichnet.

### Internationaler Erfolg

Als offizielle Repräsentanz des renommierten Cannes Lions International Festival of Creativity überreicht die ORF-Enterprise den Bronze-Löwen in der Kategorie „Film Craft“ des wichtigsten Kommunikationsfestivals der Welt an Erste Group-Vorstand Peter Bosek und Andreas Putz, Geschäftsführer Jung von Matt/Donau, für den Spot „First Christmas“.

Das Video mit Igel Henry für Erste Bank und Sparkasse wurde parallel in sechs Ländern eingesetzt und verzeichnete in weniger als drei Wochen über 150 Mio. Online-Abrufe und wurde

mit bisher über 20 nationalen und internationalen Awards ausgezeichnet.

Peter Bosek, CEO der Erste Bank: „Auf diese zwei Preise sind wir ganz besonders stolz. Für uns ist es der allererste Cannes-Löwe, den wir in der Geschichte der Erste Group jemals holen konnten. Es zeigt, dass wir als zentraleuropäische Marke damit in einer Liga mit weltweiten Brands wie Apple und Nike mitspielen. Und auf nationaler Ebene ehrt uns natürlich die Auszeichnung mit dem ORF-Top Spot für unser BMX-Mädchen ganz besonders, weil wir hier trotz starker Konkurrenz mit Gold die absolute Spitzenklasse erreicht haben.“

### Kreative Köpfe

Jung von Matt/Donau holt sich die meisten Auszeichnungen des Abends als Kreativagentur. Insgesamt stehen Geschäftsführer Andreas Putz und sein Team drei Mal auf der Bühne, zwei Mal mit dem ORF-Top Spot für die Erste Bank und Sparkasse sowie Magenta und einem ORF-Werbebahn für die Wochenzeitung Falter.

## Gewinner ORF-Awards 2019

Award	Kampagne	Auftraggeber	Kreativagentur	Mediaagentur	Produktionsfirma
<b>ORF Top Spot</b>					
International	Really George	Nespresso	McCann Worldgroup	UM PanMedia	Untitled
Gold	Unstoppable	Erste Bank und Sparkasse	Jung von Matt/Donau	Wavemaker	PPM Filmproductions & Blautöne
Silber	Lebkuchenmann	Magenta Telekom	Jung von Matt/Donau	MediaCom	PPM Filmproductions & MG Sounds
Bronze	Schwitz es raus!	Hornbach	Heimat Berlin	Mediaplus Austria	Czar Berlin
<b>ORF-Werbebahn</b>					
Gold	Werbewunder Radio – Lichtnahrung	ORF-Enterprise, RMS Austria, Creative Club Austria & Marx Tonkombinat	Philip Jessica Krautsack		Marx Tonkombinat
Silber	Schmetterlingskinder	Debra Austria	Lowe GGK Werbeagentur	Mindshare	MG Sound
Bronze	Flüsterbubble – Verschwörungstheorie	Falter	Jung von Matt/Donau	Falter	Soundfeiler
<b>ORF-Onward</b>					
Gold	Lebkuchenmann	Magenta Telekom	Tunnel23	MediaCom	Tunnel23
Silber	Fruchtikurs	A. Darbo	Demner, Merlicek & Bergmann	Media1	Demner, Merlicek & Bergmann
Bronze	Photovoltaik-Anlage	Wien Energie	Springer&Jacoby	Wiencom	Springer&Jacoby

Quelle: ORF