



Vamp Award wurde vergeben

medianetAusgabe 2232/2020 | Seite 30 | 13. November 2020
 Auflage: 55.000 | Reichweite: 159.500

Tunnel23

Vamp Award wurde vergeben

Der Verband Ambient Media zeichnete die besten Arbeiten aus – von Promotion bis zu DOOH-Kampagnen.

Auffallend
 Die Kampagne zu dem Stück „Biedermann und die Brandstifter“ von der Agentur DMB, wurde mit einem goldenen Vamp Award ausgezeichnet.

WIEN. Auch dem Vamp Award – Vamp Verband Ambient Media, Promotions, Digital out of Home hat das Coronavirus ab dem Frühjahr einen Strich durch die Rechnung gemacht. Nach erfolgter Einreichung von rund 100 Projekten zu Jahresbeginn konnten per fachmännischem Publikumsvoting (Marketing-Studenten von Fachhochschulen) und einer finalen Auswertung einer hochkarätigen Fachjury die Gewinner im März ermittelt werden. Leider musste daraufhin der Award, zuerst auf Juni, dann auf November verschoben und nun komplett abgesagt werden. Im Rahmen einer Roadshow wurden den Gewinnern die Preise persönlich im September und Oktober übergeben. Hier ein Überblick über die Kategorien und ihre Gewinner.

Ambient Media

Diese Kategorie zeichnet unkonventionelle, kreative und aufmerksamkeitsstarke Umsetzungen, die vielleicht sogar neue Trends setzen, aus. Die Gewinner sind: Volkstheater & Die Brandstifter (Gold), Coke Love Is Love Zebrastreifen von der Kesch Event & Promotion (Silber), Coke Pride von der Gewista (Bronze). Die besten Ambient Media-Kampagnen in Kombination mit Passanten-Interaktion werden ebenfalls ausgezeichnet. Die Römerquelle Recycling Hero (Gewista) gewann Gold, Magenta Future Vision (MediaCom) bekam Silber und das Heavy Selfie (Traktor Werbeagentur) Bronze. Die auffälligste Sampling-Promotion ist Anker goes



U6 (Mediaplus Austria). Diese gewann beim Vamp Award Gold. Der Nöm Protein Launch, besser gesagt die Promotion dazu (von Ideal Live Marketing), bekam ei-

nen silbernen Award. Das Fanta Gruselspektakel, realisiert von der Agentur Plus Promotion Sales, wurde mit Bronze ausgezeichnet.

DOOH Digital out of Home

Die interaktiven DOOH-Kampagnen „Tanz mit der KI“ von telering (Tunnel 23), „#nofilter – The Sensitive Billboard – Ambulatorium Sonnenschein“ (Tunnel23) und „German Summer Cities“ (Ideal Live Marketing) wurden ebenfalls ausgezeichnet. Zu den Gewinnern der Kategorie „DOOH klassisch“ zählen „Ja! Natürlich Grüne Kuh Heublumenmilch_Tageszeit Produktion“, realisiert von Mindshare (Gold), jö Bonus Club Launch_DOOH Countdown & More – ebenfalls Mindshare – (Silber) und Hornbach und Mediaplus mit der Kampagne „Mehr, mehr, mehr“ (Bronze).

Informationen zu den weiteren Gewinnern unter: vamp.at

Vamp Gold-Gewinner 2020

Kategorie	Kampagne	Einreicher
Ambient Media	Volkstheater & Die Brandstifter	DMB
Interactive Ambient Media	Römerquelle Recycling Hero	Gewista
Sampling Promotion	Anker goes U6	Mediaplus Austria
Sales Promotion	Manner – Rosa Almgliück	Plus Promotion Sales
Roadshow	Drei CleanUp-Day	eventplan
DOOH interaktiv	telering – Tanz mit der KI	Tunnel23
DOOH klassisch	Ja! Natürlich – Grüne Kuh	Mindshare
Allgemein	Drei CleanUp-Day	eventplan
Kleines Budget – große Wirkung	Heavy Selfie	Traktor
Kreativität & Innovation	Hildegard v. Bingen Flashmob	Leitidee

Quelle: Vamp Award 2020



| Die neuesten Kampagnen