



Bild oben: VÖZ-GF Gerald Grünberger (links) und Jury-Vorsitzender Helmut Hanusch (rechts) gratulierten Max Egger (GF Skoda Austria) und Thomas Diesenberger (Marketingleiter) zum ADGAR.
Bild unten: Grünberger, Katharina Steyrer (Etat Direktor Merlicek & Partner), Carina Resch (Marketing 'Ja! Natürlich'), GF Franz Merlicek und Hanusch (von links) mit der ADGAR-Urkunde.

Fotos: German Gomez, DIVISION 4

Print-Werber des Jahres

Werbepreis ADGAR des Verbandes der Österreichischen Zeitungen in Wien vergeben

Bereits zum 36. Mal hat der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) seinen Werbepreis ADGAR verliehen. Auf Grund der Corona-bedingten Sicherheitsvorkehrungen musste die ADGAR-Gala, die üblicherweise den glanzvollen Rahmen für die Übergabe der Preise bildet, abgesagt werden. Die begehrten Trophäen wurden daher von VÖZ-Geschäftsführer Gerald Grünberger sowie vom Vorsitzenden der ADGAR-Jury, Helmut Hanusch, persönlich überreicht.

Strahlende Gewinner

Das Sujet „Lebe das Leben – Kuss jung/alt“ für die Wiener Städtische Versicherung brachte der Agentur Demner, Merlicek & Bergmann den ADGAR in der Kategorie Dienstleistungen. Sabine Toifl von der Wiener Städtischen freute sich, dass die Jury diese Idee mit Gold ausgezeichnet hat und mit dieser Printwerbung gezeigt werden konnte, „dass das Leben im Alter auch sehr viele schöne Seiten hat.“

Die Kategorie Handel, Konsum- und Luxusgüter entschied DDB Wien mit der

McDonald's Österreich Anzeige „Ernte“ für sich. „Erfolgreiche Werbung folgt den gleichen Grundsätzen. Es geht immer um die perfekte Idee und die ist unabhängig von der Plattform, sie ist der Kern aller Kommunikation“, so Thomas Tatzl (Geschäftsführer DDB Wien).

In der Kategorie Auto und Motor holte sich die Agentur Fuel Austria mit dem Sujet „Volvo S60 Statistik“ für den Kunden Volvo Car Austria den begehrten ADGAR.

Michaela Wejrowsky (Managing Director Havas Village Austria) wusste, warum: „Der Erfolg hat zwei Komponenten: Die eine ist, dass sich Kreativität und gute Headlines auszahlen. Die andere, dass wir einen Kunden haben, der diese Qualität ebenso schätzt wie wir und Print in unserem Mediamix einfach unverzichtbar ist.“

Print ist Premium

Der Sonderpreis Kreativer Einsatz von Printwerbung ging an Merlicek & Partner, die mit ihrem „Raus aus Plastik- Standard Sonderformat“ die Premium-Qualitäten der Werbeform Print für ihren

Kunden 'Ja! Natürlich' Naturprodukte nutzen konnten. „Wir haben eine Kampagne für 'Ja! Natürlich' erstellt, mit der wir das Meer – von der Oberfläche bis zum Grund, also einen Querschnitt – zeigen wollten. Es war natürlich ideal, hier dieses tolle Format auszunützen“, so Geschäftsführer Franz Merlicek bei der Überreichung der Trophäe durch VÖZ-Geschäftsführer Gerald Grünberger.

Skoda als Printsieger

Zum Printwerber des Jahres gewählt wurde Skoda Österreich, der Preis wurde ent-

gegengenommen von Max Egger (Geschäftsführer Skoda, Porsche Austria) und Thomas Diesenberger (Leitung Marketing Skoda Österreich). „Für uns ist es sehr wichtig, dass wir in der Kommunikation bestmöglich auf unsere Kunden zugehen und unsere Kunden erreichen können. Um dies zu erzielen, sind Printmedien natürlich eine für uns überaus wichtige Mediengattung. Die österreichische Printlandschaft eignet sich bestens für die Umsetzung unserer Kampagnenziele“, strich Egger die ungeborene Bedeutung von Printmedien heraus.

