

18. September 2020

DOSSIER ÖSTERREICHISCHER PRINTMARKT & ADGAR 25



# Die besten Printwerbungen des Landes

Zum 36. Mal vergab der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) den Werbepreis ADGAR. In den vier Hauptkategorien gehen die ersten Plätze an DDB Wien, Demner, Merlicek & Bergmann und Fuel Austria. Die Sonderpreise erringen Merlicek & Partner und Springer & Jacoby Österreich. Die Automarke Škoda darf sich ‚Printwerber des Jahres‘ nennen.

Bericht von **Alexandra O'Neill**

Corona hält auch Einzug in die heiligen Printwerber-Hallen. Die Gala mit dem bekannten und beliebten Höhepunkt der Printpreis-Übergabe des ADGAR, die diese Woche stattfinden hätte sollen, musste abgesagt werden. Deshalb überreichten die Trophäen VÖZ-Geschäftsführer Gerald Grünberger und Jury-Vorsitzender Helmut Hanusch (*Interview auf der nächsten Seite*) in vier Kategorien und zwei Sonderkategorien. Die insgesamt 15 Sujets überzeugen mit Kreativität und Qualität. In der Jury saßen zahlreiche Vertreter der Werbe- und Kommunikationswirtschaft.

„Printwerber des Jahres“ als große Auszeichnung über alle Printwerber hinweg ist im heurigen Jahr die Automarke Škoda Österreich. Geschäftsführer Max Egger und Marketingleiter Thomas Diesenberger (*Interview auf der nächsten Seite*) nahmen den Preis entgegen. Für die Marke sei es wichtig, „dass wir in der Kommunikation bestmöglich auf unsere Kunden zugehen und erreichen können“. Um dies zu erzielen, seien Printmedien eine „für uns durchaus wichtige Mediengattung“. So eigne sich die österreichische Printmedienlandschaft bestens „für die Umsetzung unserer Kampagnenziele“, sind sich die beiden Verantwortlichen einig.

## Zweimal Gold für DDB Wien

Die DDB Wien konnte dieses Jahr gleich zweimal Gold verbuchen. In der Kategorie Handel, Konsum- und Luxusgüter und einmal in der Kategorie Social Advertising. Mit dem Sujet „Ernte“ für die Fastfood-Kette McDonald's Österreich überzeugte die Agentur die ADGAR-Jury in ersterer Kategorie. Für Thomas Tatzl, Geschäftsführer DDB Wien, folgt „erfolgreiche Werbung immer den gleichen Grundsätzen“. Es gehe dabei um die Idee oder die eine Idee und diese sei unabhängig von der Plattform, sie

„ist der Kern aller Kommunikation“. Auch in der Kategorie Social Advertising punktete die in der Wiener Guglgasse beheimatete Agentur – hier für den Kunden Greenpeace Österreich. Dabei gilt für Andreas Spielvogel, ebenfalls Geschäftsführer DDB Wien, für beide Kategorien: „Du brauchst immer einen mutigen, engagierten Kunden, der auch etwas zulässt.“

## Print im Media-Mix ‚unverzichtbar‘

Ziemlich passend der Name der Gewinneragentur in der Kategorie Auto und Motor. So holte Fuel Austria mit „Volvo S60 Statistik“ Gold für den Kunden Volvo Car Austria. Michael Wejrowsky, Managing Director bei Havas Village Austria, weiß um den Erfolg guter Printwerbung, der zwei Komponenten beinhaltet: „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 für den Print in unserem Media-Mix einfach unverzichtbar ist.“

In der Kategorie Dienstleistungen konnte dieses Mal Demner, Merlicek & Bergmann mit dem Sujet für die Wiener Städtische Versicherung punkten. Mit dem Sujet „Lebe das Leben – Kuss jung/alt“ wolle die Marke aufzeigen, dass „das Leben im Alter auch sehr viele schöne Seiten hat“, betont Sabine Toifl, Leitung Werbung und Sponsoring bei der Wiener Städtischen Versicherung.

## Kreative Lösungen ausgezeichnet

Der Sonderpreis Kreativer Einsatz von Printwerbung ging an Merlicek & Partner, die mit ihrem „Raus aus Plastik – Standard Sonderformat“ die Premiumqualitäten der Werbeform Print für ihren Kunden Ja! Natürlich nutzen konnte. Springer & Jacoby punktete für Wien Energie beim Sonderpreis Kreativer Einsatz von Onlinewerbung mit dem „intelligenten Werbebanner, der das Photovoltaik-Potenzial live berechnet“.