Media Award zeichnet Mindshare als „Agency of the Year“ aus

Zwölf Arbeiten aus 96 Einreichungen werden beim neuen Media Award prämiert. Schöffel, Mediaplus und Wien Nord Serviceplan können sich über zwei Awards freuen.

WIEN. Nach einem Jahr Pause kam der rundum erneuerte Media Award am Dienstagabend, 14. September 2021, erstmals in Form einer glanzvollen Awardshow im Wiener Leopoldmuseum zurück. Komplett neu definierte Kategorien zollen der Digitalisierung Tribut und unterstreichen die Relevanz von Medien, Daten und Content. Beim neuen Media Award werden Arbeiten aus zwei Jahren ausgezeichnet, womit Media-Exzellenz gewürdigt wird, die vor und während der Pandemie das herausragende Zusammenspiel österreichischer Medien und lokaler Media-Kompetenz unter Beweis stellt.

Entsprechend hoch ist das Interesse am wichtigsten Award für Media-Exzellenz, der eine gemeinsame Initiative von Epamedia, Gewista, Goldbach Austria, *Kleine Zeitung*, *Kronen Zeitung*, ORF-Enterprise, RMS Austria und VGN Medien Holding ist: Mit 96 Arbeiten verzeichnet die Auszeichnung einen historischen Einreichrekord in der 17-jährigen Geschichte des begehrten Awards, der heuer mit zahlreichen Neuerungen aufhorchen lässt. 27 Arbeiten schafften es im neu organisierten, zweistufigen Juryverfahren auf die Shortlist.

Vier Kategorien ausgeschrieben

Eingereicht werden konnte in den vier Kategorien „Exzellente Content-Integration“, „Exzellente Media-Innovation“, „Exzellenter Einsatz von Daten“ und „Exzellente Media-Strategie“. Die neuen Kategorien wurden in Zusammenarbeit mit den Marketingstudiengängen der FH St. Pölten

entwickelt. Erstmals wird beim Media Award die „Agency of the Year“ ausgezeichnet. Für diesen neuen Sonderpreis werden die Punkte aus gewonnen Awards und Shortlist-Platzierungen addiert. Der Titel geht an Mindshare für eine Gold-Auszeichnung für Volvo, eine Silber-Auszeichnung für Ö-Bonusclub, eine Bronze-Auszeichnung und eine weitere Shortlist-Platzierung für Billa. Über einmal Gold und einmal Bronze können sich Schöffel, Media Plus und Wien Nord Serviceplan freuen.

„Der Media Award zeigt in noch nie da gewesener Vielfalt und Qualität, dass der Erfolg einer Kampagne durch zwei elementare Faktoren bestimmt ist: Der Kompetenz, Expertise und Innovationskraft von Mediaagenturen, die fest am heimischen Markt verankert sind, und der exzellenten Kommunikationskraft österreichischer Medien. Diese bieten den Konsumentinnen und Konsumenten Relevanz und Vertrauenswürdigkeit und der werbetreibenden Wirtschaft ein verlässliches Umfeld, Transparenz und tragfähige Partnerschaften“, betont Andreas Janzek (*Kleine Zeitung*), Präsident des Vereins Media Award.

Zwei Hauptjuries ermittelten die Gewinner

In den Kategorien „Exzellente Media-Innovation“ und „Exzellente Content-Integration“ jurierten unter der Leitung von Ronald Hochmayer (Mediaplus): Sibylle Blümel (Wavemaker), Inez Cerny (Media 1), Oliver Ellinger (Publicis Media), Joachim Feher (RMS Austria), Kathrin Feher (ORF-Enterprise), Raffaela Bartik (Exxpress), Barbara Klinser-Kammerzelt (FH St. Pölten), Andreas Martin (Porsche Media Creative), Maimuna Mosser (Ikea), Patrick Mülleder (Reichl und Partner), Andrea Peter (Mediaprint), Karin Seywald-Czihak (ÖBB Werbung), Martin Siuda (IAA Young Professionals), Mario Stadler (Erste Bank und Sparkasse), Jana Wiedemann (PKP BBDO) und Marcus Zinn (Epamedia).

Unter dem Vorsitz von Ursula Arnold (Mindshare) beurteilten die Arbeiten in den Kategorien „Exzellente Media-Strategie“ und „Exzellenter Einsatz von Daten“ Josef Almer (Goldbach Austria), Nicole Artner (IPG Mediabrands), Michael Göls (Havas Village Vienna), Andrea Groh (Gewista), Marion Hengl (Dentsu), Jürgen Hofer (*Horizont*), Andreas Janzek (*Kleine Zeitung*), Helmut Kammerzelt (FH St. Pölten), Michael Katzlberger (Katzlberger AI), Markus Mazuran (Wien Nord Serviceplan), Omid Novidi (MediaCom), Lisa Riepl (Marketing Natives), Helmut Schoba (VGN Medien Holding), Ulf Schöttl (Manner), Melanie Schrieber (Austrian Airlines) sowie Reinhard Schwarzinger (Creativ Club Austria). (red)

Sieger Kategorie „Exzellente Content-Integration“
Kunde: Schöffel
Titel: Schöffel – Die Tour
Agentur: Mediaplus
Beteiligte: Wien Nord Serviceplan