



© IAA/Katharina Schillit

Effektiv und effizient: der Effie Award 2021

In Feierlaune
IAA-Präsident
Walter Zinggl
und Marketer
des Jahres
Hermann
Neuburger.

Die IAA Effie Gala ging wieder als Live-Event über die Bühne – bestes Einreichergebnis seit Award-Bestehen inklusive.

••• Von Dinko Fejzuli

Mittwochabend dieser Woche gingen die renommierten Effie Awards mit vielen strahlenden Gewinnern über die Bühne. Insgesamt ausgezeichnete 21 Kampagnen aus 13 Kategorien konnten die Jury von ihrer Effektivität überzeugen, und die Preisträger durften sich über zehn Bronze-, sechs Silber- und vier Effies in Gold freuen.

Die Kampagne der Bäckerei Ströck „#krampfengate“ – Kreativagentur Tatzreiter – wurde in diesem Jahr sogar mit Platin veredelt. Den IAA Audience Positivity Award powered by ORF-TVthek konnten heuer die Erste Bank und Jung von Matt Donau für „Still Standing“ für sich entscheiden, und Hermann Neuburger ist der neue Marketer. Kathi Wörndl (RTLZwei) und Philipp Hansa (Hitradio Ö3) führten einmal mehr mit viel Esprit durch den Abend.

Somit war nach einem Jahr coronabedingter Zwangspause die Effie Gala als Live-Event wieder zurück und präsentierte sich strahlender und bunter als je zuvor. IAA-Präsident Walter Zinggl (IP Österreich) über den gelungenen Abend: „Die Nachfrage nach Effie Tickets war heuer – wohl auch aufgrund des reduzierten Kontingents – enorm. Man merkt, dass die Effie Awards eine Sonderstellung unter allen Werbepreisen einnehmen. Ein Gewinn eines Effie stellt

eine Auszeichnung der besonderen Art dar – sowohl für Agenturen wie auch für Auftraggeber.“ Ganze vier Effies (Gold, Silber und zwei Mal Bronze) konnte die erfolgreichste Kampagne des Abends, „Oft länger gut“, von Too Good To Go einheimen.

Bestes Einreichergebnis
Jury- und Effie-Boardvorsitzender Joachim Feher (GF RMS Austria) freut sich über das beste Einreichergebnis seit Bestehen des Preises: „Wir haben



Platin-Effie und Gold in der Kategorie Activation gab es für #krapfen-gate von Ströck; Agentur: Tatzreiter.



IAA Audience Positivity Award-Sieger Erste Bank und JvM.

den Einreichprozess weiter optimiert und die neue branchenübergreifende Kategorie „Digital Businesses“ implementiert. Darüber hinaus fanden die zwei kostenfreien Einreichworkshops sowie der Juryworkshop großen Anklang. Diese Weiterentwicklungen wurden von den Einreichern honoriert und das spornt uns natürlich an, den erfolgreichen Weg 2022 fortzusetzen.“



Activation Bronze: Milka Pralines Mutter- und Vatertag (Agentur &Us) und Roche #watchyourboobs von DMB.



Positives Mindset

Der von der ORF-TVthek 2017 initiierte Sonderpreis „IAA Audience Award“ stand ganz im Zeichen eines positiven Mindsets auch unter schwierigen Gegebenheiten: Acht Kampagnen



Brand Experience: Gold für Schäringer (Iqonic Consulting & DDB Wien; Bronze für Milka Nikolo und Krampus (&Us).



”

Die Ticketnachfrage war enorm. Man merkt, dass die Effie Awards eine Sonderstellung unter all den Werbepreisen einnehmen.



B2B: Bronze für Too Good To Go und Silber in Digital Business für „Deine Biene vom Reiter“ (stoff Werbeagentur).



Walter Zinggl
IAA-Präsident

“

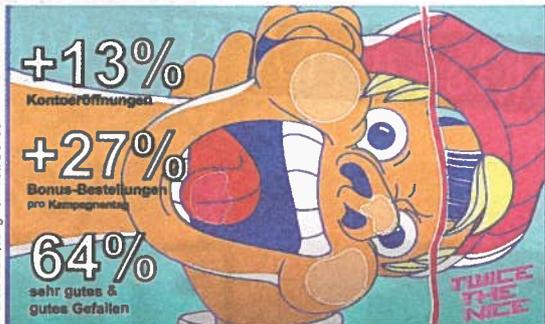
**Live is Life**

Heuer konnte die Branche wieder vor Ort feiern – Effie-Jury- und Boardvorsitzender Joachim Feher.

stellten sich in einem Online-Voting den IAA-Mitgliedern. Auf der Gala wurde schließlich unter den drei erstgereihten Kampagnen live die „IAA Audience Positivity Award“-Gewinner vom Publikum gewählt. IAA-Vizepräsident und ORF-TVthek-Gründer Thomas Prantner: „Mit

Effie – die Sieger

Preis	Kampagne	Kreativagentur	Mediaagentur	Kunde
Kategorie Activation				
Gold und Platin	Bäckerei Ströck #krampfengate	Tatzreiter	Ströck Brot	
Bronze	Milka Pralinés Mutter- und Vatertag	&Us	Wavemaker	Mondelez Niederlassung Österr.
Bronze	Roche #watchyourboobs	DMB.	Media1	Roche Austria
Kategorie B2B				
Bronze	Too Good To Go – oft länger gut	Too Good To Go	Mindshare	Too Good To Go
Kategorie Brand Experience				
Gold	Schärdinger Marken-Neupositionierung	Iqonic Consulting & DDB Wien	UM Panmedia	Berglandmilch
Bronze	Milka Nikolo und Krampus	&Us	Wavemaker	Mondelez Europe
Kategorie Digital Business				
Silber	Deine Biene vom Reiter	stoff Werbeagentur	stoff	Ronald Royer
Kategorie Finance				
Silber	Twice the nice!	Jung von Matt Donau	Wavemaker	Erste Bank
Kategorie Food & Beverages				
Gold	Milka zarte G'schicht	&Us	Wavemaker	Mondelez Europe
Silber	Schärdinger Gamechanger Mehrweg-Glas-Initiative	Iqonic Consulting & DDB Wien	UP Panmedia	Berglandmilch
Silber	Too Good To Go – oft länger gut	Too Good To Go	Mindshare	Too Good To Go
Silber	Schärdinger Markenreupositionierung	Iqonic Consulting & DDB Wien	UM Panmedia	Berglandmilch
Bronze	ARGE Heumilch Artenvielfalt	Collectiv Marketing & Kommunikation	Carat Austria	ARGE Heumilch
Kategorie Health				
Gold	Roche #watchyourboobs	DMB.	Media1	Roche Austria
Kategorie Newcomer				
Bronze	ayoka mit enormem Wachstum	Aandrs	ayoka	ayoka
Bronze	Too Good To Go – oft länger gut	Too Good To Go	Mindshare	Too Good To Go
Kategorie Positive Change				
Gold	Too good To Go – oft länger gut	Too Good To Go	Mindshare	Too Good To Go
Kategorie Retail				
Bronze	Schöffel Shopfinder Ads	Wien Nord Serviceplan	Mediaplus Austria	Schöffel Austria
Kategorie Services				
Bronze	Wo?LAN	Jung von Matt Donau	MediaCom	T-Mobile Magenta Austria
Kategorie Social				
Bronze	CS Hospiz. Lernen zu gehen.	Kobza and The Hungry Eyes	MP Panmedia	CS Caritas Socialis
Kategorie Transformation				
Silber	FunderMax Brand Transformation	Brokkoli Advertising Network	FunderMax	Fundermax
IAA Audience Positivity Award powered by ORF-TVthek				
	Still Standing	Jung von Matt Donau	Wavemaker	Erste Bank



© Erste Bank/Jung von Matt Donau



© Ayoka/aandrs

Finance: Silber für „Twice the nice“ Erste Bank (JvM); Newcomer: Bronze für Ayoka und die Agentur Aandrs.

diesem von den IAA-Mitgliedern und Effie-Gästen gewählten Sonder-Publikumspreis wurde eine Kampagne ausgezeichnet, die es am besten verstanden hat, gerade in herausfordernden Covid-19-Zeiten für positive Aufbruchstimmung und Optimismus zu sorgen. Wir gratulieren der Erste Bank und Jung von Matt Donau zur beeindruckenden und emotionalen Kampagne Still Standing – eine tolle Leistung.“

Bei der Gala wurde auch der Marketer des Jahres geehrt: Hermann Neuburger (Neuburger GmbH & Co. OG und Neuburger Fleischlos GmbH) trifft mit seinem Wirken den gesellschaftlichen Zeitgeist und konnte die Wahl trotz starker Konkurrenz für sich entscheiden.

”

Unsere Weiterentwicklungen wurden von den Einreichern honoriert und das spornt uns an.

Joachim Feher
Jury- und Effie-
Boardvorsitzender

“

„Das IAA Austrian Chapter dankt dem Vorstand, dem Advisory- und den Themenboards für ihren Einsatz und die gute Zusammenarbeit. Ein ganz besonderer Dank gilt den Effie-Partnern und Unterstützern, allen voran den beiden Hauptsponsoren ORF-Enterprise und IP Österreich sowie der ÖBB Werbung für die gnadenlos ehrliche Effie-Kampagne“, so IAA-Präsident Walter Zinggl abschließend.



© Schöffel/Wien Nord Serviceplan



© Magenta/Jung von Matt Donau

Retail: Bronze für Schöffel Shopfinder (Wien Nord Serviceplan); Services: Bronze für „Magenta Wo?LAN“ (JvM).

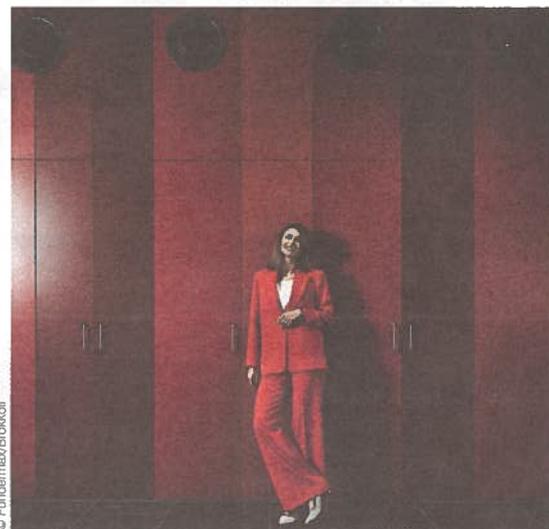


© Milka/&Us

l.: F&B: Gold für Milka zarte G'schicht (&Us), Silber für Schärding Mehrweg Glas Initiative (Iconic & DDB Wien) und Bronze für ARGE Heumilch Artenvielfalt (Collectiv Marketing & Kommunikation); u.: Transformation: Silber für FunderMax Brand Transformation (Brokkoli Advertising Network).



© Bergtandmich/Iconic Consulting & DDB Wien



© Fundermax/Brokkoli



© Arge Heumilch/Collectiv



© Cantaris/Kobza and The Hungry Eyes

Social: Bronze für „Hospiz. Lernen zu gehen.“ und KTHE.