



Gewinner Kreativer Einsatz von Printwerbung, Leo Burnett (o.); Gewinner Kreativer Einsatz von Onlinewerbung, mediacom (u.); Printwerber des Jahres, Lidl (r.).



„Printwerbung ist jeden Euro wert“

Gestern Abend zeichnete der VÖZ die besten Print-Kampagnen des Landes aus – Printwerber des Jahres ist Lidl Österreich.

Der Verband Österreichischer Zeitungen hat am 9. März 2017 zum 33. Mal seinen Werbepreis Adgar verliehen. Dabei wurden die kreativsten Sujets folgender Agenturen prämiert: DDB Wien, GGK Mullenlowe, Leo Burnett, MediaCom, We Make und Wien Nord.

VÖZ-Präsident Thomas Kralinger gratulierte den Preisträ-

gern im Wiener Konzerthaus vor 650 Gästen aus Werbung, Wirtschaft, Politik und Medien und erklärte: „Printwerbung ist jeden Euro wert und besitzt genau jene Qualitäten, die es in Zeiten der absoluten Reizüberflutung braucht – sie hat die höchste Akzeptanz und wird besonders aufmerksam wahrgenommen.“

In seiner Eröffnungsrede schlug Kralinger angesichts der global zunehmend bedroh-

ten Pressefreiheit zudem auch ernstere Töne an: „Einer der mächtigsten Männer der Welt operiert mit Begriffen wie ‚Alternative Facts‘, wenn er Tatsachen nicht akzeptieren möchte, und auch hierzulande werden recherchierende Medien als ‚Fake News‘ verunglimpft. Je intensiver die freie Presse attackiert wird, desto deutlicher müssen wir uns für die vierte Säule unserer Republik stark machen.“

Lassen Sie uns daher an diesem Abend auch die Demokratie und die Freiheit des Wortes feiern.“

Als „Printwerber des Jahres“ wurde Lidl Österreich ausgezeichnet.

VÖZ-Vizepräsident Helmut Hanusch unterstrich in seiner Laudatio vor allem Lidl's „konsequentes strategisches Einsatz“ von Printwerbung, bei dem Aktualität und Nachhaltigkeit an erster Stelle stehen.