



ke McDonald's eingebracht hat, wurde nun mit der Auszeichnung zum Marketer des Jahres gebührend belohnt.

”

Ich freue mich sehr über diese ehrenvolle Auszeichnung und möchte mich nicht nur bei der Jury der IAA, sondern auch bei meinem gesamten Team bedanken!

Jörg Pizzera
Marketer des Jahres

“

einem neuen Logo, das nun einheitlich für alle IAA Chapter gilt. Das A soll hierbei eine Kompassnadel darstellen, die dabei hilft, durch die Veränderungen in der Marktkommunikation zu navigieren, so die IAA.

Gold für Mann und Bene

Im Gegensatz zum Vorjahr fiel der Effie in Platin dieses Jahr leider aus, über eine goldene Auszeichnung durften sich zwei Unternehmen dafür ganz besonders freuen: In der Kategorie „Konsumgüter Food and Beverages“ staubte Kurt Mann mit seiner Bäckereikette in Kooperation mit der Werbeagentur Fessler einen der beiden goldenen Effies ab. Gelungen ist ihm

Grund zur Freude

Nach dem diesjährigen Einreichrekord ist auch die Zahl der Effie Award-Gewinner im Vergleich zum Vorjahr gestiegen.

dies mit dem „Brotest“, im Zuge dessen Kunden in den Filialen von der Mann spezielle Brotsorten zu einem vergünstigten Preis ausprobieren können.

Die von We Make und Media-plus umgesetzte Kampagne „Pixel für Bene“ konnte sich nicht nur in der Kategorie „Newcomer“ den ersten Platz sichern, sondern wurde auch noch mit einem silbernen Effie in der Kategorie „Gebrauchsgüter“ belohnt.

Ein starkes Starterfeld

Während nach oben hin die Luft immer dünner wurde, durften Unternehmen bei der diesjährigen Effie Gala gleich neun silberne Preise entgegennehmen, ein Vielfaches der im Vorjahr verliehenen Auszeichnungen. Gleich zwei davon gingen an die Brau Union, deren Kampagnen für die Getränke „Zipfer Hops“ und „Stibitzer“ von den Agenturen DDB und Virtue kreiert und von Starcom umgesetzt wurden.

Und auch die in der Kategorie „Konsumgüter Food and Beverages“ mit Silber ausgezeichnete

Neues IAA Logo

Bei all den starken Marketingleistungen, die die IAA am Mittwochabend auszeichnete, darf natürlich auch der Kommunikationsauftritt des Gastgebers nicht zu kurz kommen: Die IAA schmückt sich seit Kurzem mit

Der Effie: Ideen, die funktionieren

Effi(e)zienz seit 1968

Bereits seit 1968 zählen die Effie Awards zu den begehrtesten, weltweit vergebenen Preisen für Werbung und Marktkommunikation. Sie zeichnen Effizienz und Effektivität von Kampagnen aus.

Kein Schönheitsbewerb

Der Effie ist kein Preis für die schönste Werbekampagne, sondern zeichnet die wirkungsvollste Marktingkommunikation aus. Damit ist er gleichermaßen ein Preis für Auftraggeber und Werber.