

Die besten Teams des Landes

Auftraggeber, Agenturen und Produktionsfirmen wurden für ihre Zusammenarbeit mit den ORF Awards belohnt.

Große Leistungen

ORF Enterprise-CEO Oliver Böhm lobte die Preisträger: „Großartige Teams machen Werbung, die begeistert und ihr Ziel erreicht.“

WIEN. Elf ORF-Awards wurden am 22. November im Rahmen der ORF-Programmpräsentation vergeben – wieder ein Werbe-Award, könnte man nun meinen. Doch die ORF-Awards sind der einzige Preis in der Kommunikationsbranche, der Auftraggeber, Kreativ- und Mediaagenturen sowie Produktionsfirmen für ihre herausragende Zusammenarbeit gemeinsam auf die Bühne bittet.

Ein Run auf die Awards

Das Konzept hat sich bewährt: Die ORF-Enterprise durfte sich dieses Jahr über insgesamt 253 Einreichungen freuen, darunter Fernseh- und Radiospots, die erstmals im Bewertungszeitraum 1. März 2017 bis 28. Februar 2018 im ORF-Fernsehen ausgestrahlt wurden, sowie Display-Werbeformen, die im ORF.at-Netzwerk geschaltet wurden.

Eine Jury von 51 Experten zeichnete schließlich die besten der eingereichten Arbeiten mit dem ORF-Top Spot (Fernsehspot), dem ORF-Werbeahn (Radiospot) und dem ORF-Onward (Display-Werbung) aus.



© leisure communications/Christian Jobst (2)

Stark in TV, Radio und Online

Ganz besonders freuen durften sich vergangenen Donnerstag Volkswagen und T-Mobile, die jeweils gleich zwei Auszeichnungen abstauben konnten.

Volkswagen sicherte sich den ORF-Top Spot international für die VW Robo Golf-Fernsehspots und den ORF-Onward in Gold für die Digitalkampagne für den VW T-Roc. In diesen Kategorien war auch T-Mobile Austria mit der Kampagne „Loyal ≠ Egal“ ganz besonders erfolgreich und erhielt dafür einen ORF-Top Spot in Gold sowie einen ORF-Onward in Bronze.

Eine besonders große Werbewirkung auf den Fernsehsendern des ORF erzielten in der Bewertungsperiode diesmal auch der XXX Lutz (Silber) sowie die Erste Bank und Sparkasse (Bronze).

Die ORF-Enterprise durfte diesmal nicht nur Preise vergeben, sondern auch einen Erfolg in den eigenen Reihen verbuchen: Für das „Werbewunder Radio“ erhielt sie einen Werbeahn

in Bronze und folgt damit der Medizinischen Universität Wien (Silber) und Hornbach (Gold).

Bei den Digitalkampagnen konnte sich zwischen VW und T-Mobile Drei mit seinem „Giga After X-Mas Tarif“ noch den silbernen ORF-Onward sichern.

Partner der Kreativwirtschaft

„Relevanz, Reichweite, journalistische Qualität und rot-weiße Inhalte der ORF-Medien sind der Schlüssel zu großer Werbewirkung. Die Preisträgerinnen und Preisträger der ORF-Awards zeigen, dass große Werbeerfolge und nationale Wertschöpfung Hand in Hand gehen“, sagte ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz und betonte die Partnerschaft zwischen dem ORF und der heimischen Kreativwirtschaft. (ls)



Bundesminister Gernot Blümel und ORF-Generaldirektor Alexander Wrabetz.