



© Sigrid Mayer



© Kulturformat

Kulturformat-Geschäftsführerin Daniela Grill – ab sofort kann für ein „Kunststück“ eingereicht werden.

In einem öffentlichen Online-Voting unter www.kulturaward.at werden von 29. Mai bis 19. August zunächst die fünf Besten jeder der sechs Kategorien ermittelt. Diese werden anschließend von einer Fachjury bewertet und mit dem „Kunststück“ in Gold, Silber oder Bronze prämiert. Aus allen Siegern wird zusätzlich der Grand Prix gewählt, der neben der Trophäe in Platin noch eine ganz besondere Überraschung erhält.

Werbung zum Kulturtarif

Die „Kunststück“-Initiatorin und Gewista-Tochter Kulturformat bietet Kulturschaffenden und Eventveranstaltern ein breites Spektrum an Außenwerbemöglichkeiten zu speziellen Kulturtarifen.

Das Ziel sei es dabei, Werbung im Kulturbereich für jedermann leistbar zu machen, ohne dabei auf die komplette Servicierung und das Know-how von Gewista verzichten zu müssen: Das Spektrum von Kulturformat reicht vom beratenden Erstgespräch über die Planung, Media sowie Produktion bis hin zum Aushang auf der Straße. (red)

Werbung als Kunst

Der Kulturaward „Kunststück“ zeichnet die beste Außenwerbung im Kunst- und Kulturbereich aus.

WIEN. Die Gewista-Tochter Kulturformat hat den Out of Home-Kulturarward „Kunststück“ für die besonders gelungene Bewerbung von Kunst, Kultur und Events in Österreich ins Leben gerufen.

Kunstsujets als eigene Kunst
„Kunststück“ soll dabei die Einzigartigkeit der vielfältigen Kunst- und Kulturszene des Landes hervorheben und zeigen,

dass auch die Bewerbung von Kunst immer wieder eigene und besondere Kunststücke hervorbringt. „Kunst- und Kultursujets haben in Österreich seit jeher eine besondere Bedeutung. Sie beleben und inspirieren, sorgen für kontroversiellen progressiven Diskurs und bringen im wahrsten Sinne des Wortes Kunst in den öffentlichen Raum“, sagt Daniela Grill, Geschäftsführerin von Kulturformat.

Einreichen können ab sofort und bis inklusive 13. Mai 2019 alle, die im Jahr 2018 Kunst, Kultur oder Events im Out of Home-Bereich in Österreich beworben haben – ungeachtet des Trägermediums. Sechs verschiedene Kategorien stehen bei der Einreichung zur Auswahl: Bildende Kunst, Darstellende Kunst, Musik, Kleinkunst, Festivals und Festspiele sowie Messe/Vergnügen/Literatur/Events.



| Die neuesten Kampagnen

Stationär oder online?

Trendstudie MindMinutes über Wechselkäufer.

WIEN. Gehört dem stationären Handel oder E-Commerce die Zukunft? Wenn es nach den Ergebnissen der Trendstudie Mindshare MindMinutes geht, gibt es ein „Sowohl als auch“. Nämlich dann, wenn sich Onlinehandel mit stationärem Handel verbindet und Omnichannel-Services bietet.

Mit der Frage, wer das am besten kann, hat sich die Mindshare MindMinutes-Befragung

beschäftigt. Ergebnis der Studie ist ein österreichisches Ranking mit den 15 Top-Marken: H&M führt mit 42%, knapp gefolgt von Media Markt und Saturn.

Mobile Shopping ist mittlerweile jedenfalls genauso selbstverständlich, wie in ein Geschäft um die Ecke zu gehen. Ganze 84% der online befragten Personen besitzen eine E-Commerce-App. (red)



© Panthermedia.net/Andy Popov

On- und offline: Omnichannel-Lösungen stellen die Zukunft des Handels dar.