

# Mit Baby-Effiefant

Die Effie Awards wurden als Studioproduktion umgesetzt, DMB. räumt mit dem Volkstheater einen Preis in Platin ab.

WIEN. Nach fünfmaliger Umplanung fand die Effie-Preisverleihung dieses Jahr erstmals in ihrer Geschichte digital statt – und zwar als Studioproduktion. Am 18. November wurden die 36. Effie Awards vom IAA Austrian Chapter online verliehen und die Preisträger coronakonform im virtuellen Umfeld geehrt. Durch diesen Umstand war es 2020 zum ersten Mal möglich, dass tatsächlich alle Interessierten bei der Preisverleihung, durch die Kathi Wörndl (RTL II) und Philipp Hansa (Ö3) führten, online und kostenfrei dabei sein konnten.

## Relaunch fand Fortsetzung

23 Preisträger wurden mit einem Effie in Bronze, Silber oder Gold ausgezeichnet, und erstmals seit drei Jahren gab es auch Platin: Die Kampagne „Die Brandstifter“ von DMB für das Volkstheater überzeugte die Effie-Jury auf der ganzen Linie. Zum 25jährigen Jubiläum des Marketer des Jahres durfte sich ÖBB Werbung-Geschäftsführerin Karin Seywald-Czihak über diese ehrenvolle Auszeichnung freuen. Der von der ORF-TVthek 2017 ins Leben gerufene „Audience Award“ stand 2020 ganz im Zeichen der Coronakrise – der Babyelefant des Österreichischen Roten Kreuzes entschied diesen Sonderpreis für sich.



Mariusz Jan Demner, Ana Badora und Marcello Demner erhielten den Effie in Platin für ihre „Brandstifter“-Kampagne.

2020 fand unter dem neuen Juryvorsitzenden Joachim Feher, Geschäftsführer RMS Austria, der bereits 2018 begonnene Effie-Relaunch eine Fortsetzung: Der Einreichprozess wurde weiter optimiert, zwei neue branchenübergreifende Kategorien implementiert, drei kostenfreie Einreichworkshops sowie ein Juryworkshop angeboten und die Einreichgebühren deutlich reduziert.

„Wir durften uns 2020 über das zweitbeste Einreichergebnis aller Zeiten freuen und das spornt uns natürlich an, noch

mehr im Sinn unserer Einreicher zu agieren, ohne dabei an Anspruch und Qualität zu verlieren“, sagt Feher über die gelungenen Modifizierungen.

Elf Mal vergab die Jury dieses Jahr einen Effie in Bronze, sechs Mal in Silber, sechs Mal in Gold und schließlich auch einmal Platin.

## Angepasster Audience Award

Der von der ORF-TVthek 2017 initiierte „IAA Audience Award“ wurde 2020 modifiziert. Er stand ganz im Zeichen der Coronakrise und wurde an die Gegebenheiten

angepasst: Statt eines Livevotings bei der Preisverleihung wurde der Sonderpreis von den IAA-Mitgliedern online gewählt. Der Babyelefant des Österreichischen Roten Kreuzes konnte sich gegen 13 weitere eingereichte, hervorragende Kampagnen durchsetzen.

IAA-Vizepräsident und ORF-TVthek-Gründer Thomas Prantner: „Der Babyelefant war und ist das wichtigste Symbol der gesamten Coronakommunikation und macht auf sympathische und einfache Art und Weise die zentrale Regel zur Eindämmung des Virus klar: Abstand halten. Gratulation an das Rote Kreuz zum ‚Audience Award 2020 – powered by ORF-TVthek.“

Im Rahmen der Effie-Preisverleihung wurde auch der Marketer des Jahres geehrt. „Es ist mir eine Ehre, dass gerade zum 25jährigen Jubiläum dieser Auszeichnung die Wahl auf mich gefallen ist, stellt sie doch etwas ganz Besonderes im Leben jedes Marketers dar“, freut sich Karin Seywald-Czihak. (red/ls)

## Die Gold-Gewinner der Effie-Awards 2020

Kategorie	Kampagne	Kreativagentur	Mediaagentur	Kunde
Activation	Die Tour: Live-Härtetest	Wien Nord Serviceplan	Mediaplus	Schöffel Austria
Brand Experience	Die Brandstifter	DMB.	Werbehelden/ Mara Media	Volkstheater
Finanzdienstleistung	200 Jahre #glaubandich	Jung von Matt Donau	Wavemaker	Erste Bank u. Sparkasse
Newcomer	Manner Snack Minis	DDB Wien	OMD	Manner
Positive Change	Ja! Natürlich raus aus Plastik	Merlicek & Partner	Mindshare	Ja! Natürlich
Transformation	Urlaub in Österreich App #relatedtoaustria	Österreich Werbung/Raven and Finch/Speed U Up	Vizeum Deutschland	Österreich Werbung

Quelle: IAA Austria