

nes Spitzen-Level, das von Raffinesse und kreativem Intellekt determiniert ist“, ergänzt Creativ Club Austria-Vorstandsmitglied und Film-Juryvorsitzende Melanie Pfaffstaller (Mel P Filmproductions). Gleich fünf Mal konnten go&try und Ketchum Publico die Jury mit exzellenter Kreativarbeit überzeugen. Die Auszeichnungen in Gold holt sich das Team mit seiner Arbeit für „Neue Deutsche Medienmacher:innen“ in den Kategorien „Branded Content“, „Creative Media“, „Creative Strategy“, „Innovation“ und „PR-Aktion“ für die Kampagne „#wetterberichtigung“.

We Make Stories und Snakes & Funerals glänzen mit drei Mal Gold: Die Kampagne „Bored in the house“ für Magdas Hotel überzeugt in den Kategorien „Social Media“ und „Promotion & Verkaufsförderung“; mit der Eigenwerbung „Business as usual“ brillierte We Make Stories in „Fotografie“.

#### Ein wahrer Goldregen

Jung von Matt Donau sichert sich, zusammen mit Wavemaker, Soundfeiler, Campaigning Bureau und MXR, zwei goldene CCA-Veneres in den Kategorien „PR-Aktion“ und „Text“ mit der Kampagne „Babylefant“ für Österreichisches Rotes Kreuz.



© JWM/Donau



© go&amp;try

Die dritte Gold-Venus holt sich Jung von Matt Donau gemeinsam mit Kaiserschnitt Film und Wavemaker in der Kategorie „Creative Effectiveness“ mit „Twice the Nice 1.0“ für Erste Bank und Sparkasse.

Ebenfalls zwei goldene CCA-Veneres gehen an stoff Werbeagentur; ihre Kampagne „Eurovision – The Story of Fire Saga“ punktet in der Kategorie „Promotion & Verkaufsförderung“.

Die zweite Venus-Statuette gab es für den „Live-Applaus beim Neujahrskonzert“ in der

Kategorie „Live Marketing“. Idee und Umsetzung des Live-Applaus zum nationalen Musik-Event stammen von der Poet Audio GmbH, die diese gemeinsam mit der Werbeagentur stoff und in Kooperation mit dem ORF umsetzte.

Weitere Veneres in Gold gingen an Heimat Wien für „#meineheimat“ (Kategorie: „Art Direction“), Demner, Merlicek & Bergmann/DMB. und Media1 für „Airsentials – Buy Nothing, Change Something“ (Fotoillustration), Bruch – Idee&Form für „Blü“ (Corporate Design), Toni Eisner

#### Sieger

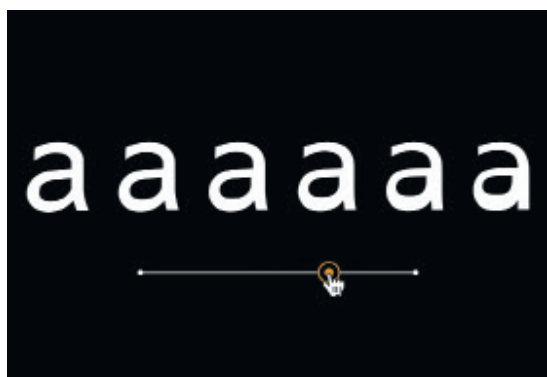
Kunde des Jahres, Erste Bank; Ketchum Publico holte gleich fünf Preise mit #wetterberichtigung.

für „Harte Times – Die Härtefall Font“ (Art Direction), Tessa Sima für „Liebesbriefe für die Tonne“ (Illustration), Huangart/LWZ für „MAK Lab App“ (Mobile), DDB Wien für „Miss you“ (Print), Kevin Nowak für „Stilleben x Stil-Laden“ (Branding & Brand Experiences), Studio Riebenbauer für „The AlphaTauri Showroom“ (Branding & Brand Experiences) und HFA-Studio für „Yakata“ (Illustration).

#### Drei Mal „Student of the Year“

In der CCA-Venus-Nachwuchskategorie „Student of the Year“ überzeugten Studierende der Klasse von Matthias Spaetgens von der Universität für angewandte Kunst in Wien. Die Goldpreisträger sind Fabian Draxl, das Team aus Felix Malmberg und Stefanie Wurnitsch sowie Lenka Reschenbach im Team mit Laura Besler und Dominika Huber.

Alle im Rahmen der CCA-Venus ausgezeichneten Arbeiten (Gold, Silber, Bronze, Shortlist) sind automatisch zu den ADCE-Awards zugelassen. Die Awards werden vom europäischen Dachverband, dem Art Directors Club of Europe, am 2. Dezember, verliehen. Gold-Gewinner der CCA-Venus können für die ADCE-Awards gratis einreichen. (mab)



© Bureau Fabian Draxl



© Felix Malmberg/Stefanie Wurnitsch



© Lenka Reschenbach/Laura Besler/Dominika Huber

In der CCA-Venus-Nachwuchskategorie „Student of the Year“ überzeugten Studierende der Klasse von Matthias Spaetgens von der Universität für angewandte Kunst in Wien. Die Goldpreisträger in diesem Jahr sind Fabian Draxl (l.), das Team um Felix Malmberg und Stefanie Wurnitsch (m.) sowie Lenka Reschenbach im Team mit Laura Besler und Dominika Huber. (r.).