

WIEN. Diese Woche wurde der Vamp Award 2022 vergeben. In vier Hauptkategorien und mehreren Unterkategorien wurde die besten Ambient-Media-Ideen des Landes gesucht

In der Kategorie „Beste Ambient Media-Kampagne“ gingen Hornbach und Mediaplus mit der Aktion „Überall kann Garten sein“ als Sieger hervor.

Platz zwei belegte Zalando mit „Das älteste Model der Welt“, hier war die Agentur DMB. Und Platz drei ging an die Salzburg AG und einer mit Solarstrom betriebenen Handy-Ladestation. Hier startete die Idee von der Agentur Mediaplus Austria.

© Vamp Award/Kristian Bissuti



Vamp-Award vergeben: Diese Woche wurden die Besten der Besten im Bereich Below-the-line-Marketing ausgezeichnet.

Gute Umsetzung

Die Kategorie „Beste Ambient Media-Kampagne mit Passanten-Interaktion“ konnten Zalando und Media1 für einen Maskendispenser für sich gewinnen.

Coca-Cola war in der Kategorie „Beste Sampling-Promotion“ gemeinsam mit [m]Studio für die Idee eines kontaktlosen Samplings erfolgreich.

„Ottakringer Drink Now“ heißt die Siegerkampagne in der Kategorie „Attraktivste Salespromotion“. Auftraggeber hier ist die

Ottakringer Brauerei, und die Idee zur Aktion stammt von Ideal Live Marketing.

„Die beste Roadshow“ stellten Pernod Ricard Austria und Kesch Event & Promotion für die Kampagne „Monkey 47 City Safari“ auf die Beine, und in der Kategorie „DOOH interaktiv“ holten Media1 und Zalando für das „Zalando Spiegelkabinett“ den Sieg nach Hause.

Bei „DOOH klassisch“ ging Platz eins an die Wiener Linien und Dentsu Austria für die

Kampagne „Wiener Linien #so-gutfährtWien“.

Bei „DOOH Data“ gab es für „Data miniXplore kommt dank Data groß raus!“ den obersten Stockerlplatz. Über den Sieg freuen können sich als Auftraggeber das Technische Museum und als Agentur die MediaCom.

Die Idee zählt

Die Kategorie „Experimental/Engagement/Events“ ging heuer an Ideal Live Marketing und Himmelhoch für die Kampagne

„Das 88.6 Rock-together – die größte Rockband Österreichs“

Beim Thema „Kleines Budget, große Wirkung“ waren Heimat Wien und Mama Matters für die gleichnamige Aktion „Mama Matters“ erfolgreich, und der Sieg in der letzten Kategorie, „Kreativität & Innovation“, ging heuer an den damit mehrfach erfolgreiche Kunden Hornbach und die Agentur Mediaplus Austria für die viel beachtete Kampagne „Hornbach: Überall kann Garten sein“. (red)



WILLHABEN

WERBUNG, DIE WIRKT!