



# Effie: Eine geballte Ladung Effektivität

Erstmals in der Geschichte der Effie-Awards Austria gab es vier Kampagnen, die mit Platin ausgezeichnet wurden.

Es war eine Effie-Gala der Superlative, die da am 28. September in der Marx Halle über die Bühne ging. So viele strahlende Preisträgerinnen und Preisträger wie noch nie, cooles Clubambiente, ausgelassene Stimmung und ein absolutes Highlight: Alle Gewinnerinnen und Gewinner durften sich neben der bekannten Effie-Trophäe auch über eine eigene KI-interpretierte Auszeichnung

freuen: ihr individuelles NFT. 45 Kampagnen aus 17 Kategorien konnten die strenge Jury von ihrer Effektivität überzeugen, 19 Mal gab es Bronze, 16 Mal Silber und sechs Mal Gold. Erstmals in der Geschichte der Effie-Awards Austria gab es vier Kampagnen, die mit Platin ausgezeichnet wurden.

Der IAA Audience Award powered by ORF-TVthek ging an die Kampagne „Poet Audio Live-Applaus“ von der stoff Werbe-

agentur, und mit Andrea Unger-Posch (Ströck Brot) wurde eine neue Marketerin des Jahres gekürt. Kathi Wörndl (RTLzwei) und Philipp Hansa (Hitradio Ö3) führten humorvoll und mit viel Schwung durch den Abend.

## Motto: Generation Talent

Nach der Begrüßung durch IAA-Präsident Sebastian Bayer (Scholz & Friends), der noch einmal auf das IAA-Jahresmotto „Generation Talent“ hinwies,

freute sich IAA-Vizepräsident, Jury- und Effie-Boardvorsitzender Joachim Feher (RMS Austria) über das beste Einreichergebnis seit Bestehen des Preises: „Es ist unglaublich, wir konnten den Einreichrekord vom letzten Jahr noch einmal um ein Drittel übertreffen. Das Niveau der eingereichten Kampagnen war außerordentlich hoch und die Cases extrem vielfältig. Einmal mehr wurde bewiesen, wie relevant der Effie – also der Preis

## Platinsieger

Poet Audio  
Live-Applaus  
und stoff Werbe-  
agentur (l.o.),  
magdas – bored  
in the house und  
We Make Stories  
(r.o.) und zwei  
Mal Jung von  
Matt Donau für  
spark7 und Spar.