

Der Pfeil des Werbe-Amor hat wieder getroffen

Sieger der Leserwahl: Der Samariterbund Österreich, HDI Lebensversicherung sowie Burgenland Tourismus & Weintourismus Burgenland.

Seit 29 Jahren zeichnet der *Kurier* die besten Print-Sujets des Landes mit dem „Werbe-Amor“ in Gold, Silber und Bronze aus. Und kürzlich war es wieder so weit: Im Rahmen einer glanzvollen Verleihung im Palazzo Spiegelpalast von Toni Mörwald ehrte das Kurier Medienhaus in Anwesenheit von Top-Werbekunden und Agenturen und etlichen anderen Vertreterinnen und Vertretern der heimischen Medien und Werbeszene die Auftraggeber und Kreativen der beliebtesten Anzeigensujets 2022.

Vier Fachjürs

Heuer geht der *Kurier* Werbe-Amor in Gold an den Samariterbund, den Werbe-Amor in Silber holte sich die HDI Lebensversicherung. Bronze erhielten Burgenland Tourismus & Weintourismus Burgenland. Den Preis „Special Ad“ für Sonderwerbeformen sicherte sich der Flughafen Wien. Zuvor hatten vier Fachjürs und die Leserinnen und Leser in Vorwahlen aus rund 240 Anzeigensujets die sieben Besten für den „Werbe-Amor 2022“ nominiert.

Leser wählen Finalisten

Die endgültige Entscheidung fällten dann die *Kurier*-Leserinnen und -Leser allein: Für den Sieger, den Samariterbund Österreich, nahmen Geschäftsleiter Andreas Balog, Geschäftsführer Peter Schmid und der Leiter der Samariterbund Unternehmenskommunikation, Martina Vitek-Neumayer, den Preis entgegen.

Den Werbe-Amor in Silber erhielt die HDI Lebensversicherung.



Sieger des Abends

Der *Kurier* Werbe-Amor in Gold ging an den Samariterbund, den Werbe-Amor in Silber holte sich die HDI Lebensversicherung. Bronze erhielten Burgenland Tourismus & Weintourismus Burgenland. Den Preis „Special Ad“ für Sonderwerbeformen sicherte sich der Flughafen Wien.



Österreich-Chef Michael Miskarik und Dorota Majewska von der Agentur Brand+ nahmen den Preis entgegen, und über den Liebesgott in Bronze freute sich Geschäftsführer Didi Tunkel von Burgenland Tourismus & Weintourismus Burgenland

gemeinsam mit den erfolgreichen Agenturen Wien Nord Serviceplan & Now Serviceplan.

Die Kategorie für Sonderwerbeformen „Special Ad“ gewann der Flughafen Wien, vertreten durch Andreas Ladich (Leitung, Foto, CD), Michel Pfister

(Graphic Design), Philipp Stöhr (Webdesign), Iris Sutrich (Graphic Design) und Peter Kleemann (Leitung, Text), für eine Titelseitenmutation mit einer ergänzenden Content-Ad.

Übergeben wurden in diesem Jahr die Preise an die glückli-