

Ausgezeichnete Kreativleistungen

Am Donnerstagabend wurden die mit Spannung erwarteten Preisträger der diesjährigen CCA-Awards bekannt gegeben.

... Von Dinko Fejzuli
und Britta Biron

Von den 1.285 Einreichungen, die heuer um die begehrten Venus-Trophäen ritterten, waren schlussendlich 187 erfolgreich, von denen sich 13 über den Gold-Award freuen durften. „Im Vergleich zu den letzten drei Jahren sieht man heuer – trotz kontinuierlich gestiegener Einreichzahlen – fast um die Hälfte weniger Gold-Auszeichnungen. Die Jury war bewusst restriktiv mit deren Vergabe, um die Vorbildwirkung der ausgezeichneten Arbeiten für die heimische Kreativindustrie hervorzuheben“, erklärt Creativ-Club-Austria-Präsident Andreas Spielvogel (DDB Wien).

„Um den Thron erfolgreicher Werbung zu besteigen, brauchen sowohl die Kreativen als auch die Werbetreibenden das Feingefühl und den Mut für außergewöhnliche Kampagnen – ob



Gleich zwei Gold-Trophäen gab es für die Fridays for Future-Kampagne.

CCA Venus 2023 Gold-Gewinner

Kategorie	Titel	Einreicher	Auftraggeber
Fotografie	Scary Good Fingerfood	DDB Wien	McDonald's Österreich
Illustration	Drei Flaschen für eine bessere (Gastro)Welt	Demner, Merlicek & Bergmann/DMB.	Vöslauer Mineralwasser
Art Direction	CCA Venus Jubiläumsedition	Dodo	Creativ Club Austria
PR-Aktion	Normal oder mit Fleisch?	Jung von Matt Donau	Burger King
Direct	Normal oder mit Fleisch?	Jung von Matt Donau	Burger King
Animation	Face Your Fears. #glaubandich-Kampagne Q1 2023	Jung von Matt Donau	Erste Bank und Sparkasse
Animation	Erste Group Weihnachtskampagne 2022 #believeinchristmas	Jung von Matt Donau	Erste Group Bank
Creative Effectiveness	Vienna strips on OnlyFans	Jung von Matt Donau	WienTourismus
Fotografie	Demo gehen statt untergehen.	ortner & weihls x Marko Mestrovic x Neulicht Film	Fridays for Future
OOH Klassische Werbeformen	Demo gehen statt untergehen.	ortner & weihls x Marko Mestrovic x Neulicht Film	Fridays for Future
Sound Design	представь себе – Bringing „Imagine“ to Russia	papabogner	papabogner
Kategorie Students	Titel	Students	Ausbildungsstätte/Lehrgangsleitung
Student of the Year	Helm auf!	Dario Carmelo Di Feo, Franz Tilman Frommann, Benjamin Paul Knopper, Leonie Agnes Roithner	Angewandte Wien/Klasse für Ideen/Matthias Spaetgens, Till Eckel
Student of the Year	Spot A Bot	Daniela Dottolo, Nicolas Graf, Kevin Harizaj, Lena Heiglauer, Denise Hödl, Magdalena Jo Umkehrer	Fachhochschule Salzburg/Clemens Havas

Quelle: Creativ Club Austria

radikal gut, gefinkelt zeitgeistig oder einfach überdurchschnittlich empathisch gegenüber der Zielgruppe. Die diesjährigen Gold-Kampagnen motivieren Agenturen und Auftraggeber, besser zu werden. Es ist wichtig, das gegenseitige Vertrauen zu stärken, um herausragende Werbung zu kreieren“, ergänzt Creativ Club Austria-Vizepräsidentin Melanie Pfaffstaller (mel p Filmproductions).

Nach den Erfolgen in den vergangenen Jahren surft Jung

von Matt Donau weiter auf der Erfolgswelle und konnte sich insgesamt 53 Auszeichnungen sichern.

Mit der Kampagne „Normal oder mit Fleisch?“ für Burger King überzeugt die Agentur in den Kategorien „PR-Aktion“ und „Direct“. In der Kategorie „Animation“ punktet sowohl die „#glaubandich“-Kampagne „Face Your Fears“ für Erste Bank und Sparkasse als auch die Weihnachtskampagne 2022 „#believeinchristmas“ für Erste

Group. Eine Venus in Gold gab es auch in der Kategorie „Creative Effectiveness“ für die Kampagne „Vienna strips on OnlyFans“ für WienTourismus.

Große Abräumer

Darüber hinaus weist die diesjährige Erfolgsbilanz der Agentur noch elf Veneres in Silber, 19 in Bronze sowie 19 Shortlistplatzierungen auf.

Zudem konnte sich Jung von Matt Donau auch die Auszeichnungen „Venus for Change“ mit