



© Scholz & Friends Wien/ADC



Den begehrten ADC-Nagel gab es für Scholz & Friends Wien u.a. für die ÖSV-Kampagne.

„Wie Doppelsieg in Kitzbühel“ Roland Radschopf, Executive Creative Director von Scholz & Friends Identify und Mastermind hinter dem Ski Austria Brand Design, ergänzt: „Gold und Silber beim ADC – das ist wie ein Doppelsieg in Kitzbühel und bestätigt die internationale Qualität der Arbeit.“

Nach einem Effie in Gold, mehrfachem Edelmetall beim CCA und nun Gold und Silber beim ADC Germany zeigt sich: Der Aufreger des vergangenen wird zum Abräumer des heurigen Jahres.

© Yannik Steier
Roland Radschopf, Executive Creative Director Scholz & Friends Identify.

Drei ADC Awards

ÖSV-Kampagne und Frauenhäuser: Scholz & Friends Wien holt als erfolgreichste heimische Agentur drei „Nägel“.

WIEN. Vor einem Jahr hielt der neue Markenauftritt des Österreichischen Skiverbands ganz Österreich in Atem.

Vor wenigen Tagen konnte sich die für die Kampagne verantwortliche Agentur Scholz & Friends Wien dafür über einen goldenen und einen silbernen Nagel des Art Directors Club Germany in Hamburg freuen.

Einen weiteren Nagel gab es für die Arbeit „Tatbericht“ für den Verein Wiener Frauenhäuser.

Mehrfach ausgezeichnet

Mit insgesamt drei der heiß begehrten Nägel ist Scholz & Friends Wien damit die erfolgreichste österreichische Agentur beim wichtigsten deutschsprachigen Kreativpreis.

Kreativ-Geschäftsführer Christoph Schlossnikel freut sich: „Die Nägel des ADC gelten als die härteste Kreativ-Währung im deutschen Sprachraum. Dass wir in einem der wichtigsten internationalen Wettbewerbe mit unseren Arbeiten derart erfolgreich sind, ist eine herausragende Leistung des gesamten Teams.“



| Alle Kommunikationspartner auf einen Blick

Langjährige Partnerschaft mit der Post

100. „Post Werbefenster“ eröffnet mit Digital-out-of-Home-Screens von Ricoh.

WIEN. Die Österreichische Post und Ricoh verbindet eine langjährige Partnerschaft, da Ricoh bereits seit vielen Jahren für die Bereitstellung der Multifunktionsprinter bei der Post zuständig ist.

Mit der Weiterentwicklung des Portfolios, unter anderem im Bereich Digital Signage, gewann Ricoh die Ausschreibung für die technische Umsetzung des Post

Werbefensters. Ausschlaggebende Gründe waren vor allem die Kompetenz und Flexibilität in einem dynamischen Umfeld und die Erfahrung mit großen und businesskritischen Projekten.

Die ersten 100 Screens

Ricoh ist in der Zusammenarbeit mit der Österreichischen Post für die Digital Signage-Stellen für die Konzeption, die Liefere-

rung, die Installation und den laufenden Betrieb der Screens und der zugehörigen Software verantwortlich.

Bis Mai 2024 hat Ricoh 100 Screens und frei stehende Stellen in Postfilialen, Schaufenstern, Einkaufszentren und in Einkaufsstrassen in verschiedenen Designs und Konfigurationen umgesetzt, der Ausbau wird laufend fortgesetzt. (red)



© Österreichische Post