

Staatspreis Werbung 2018

Der Staatspreis Werbung 2018 wurde am 17. Dezember 2018 im Studio 44 in Wien von Bundesministerin Dr. Margarete Schramböck überreicht.

1. Hintergrundinformation zum Staatspreis Werbung

- Der Staatspreis Werbung wird seit 1972 verliehen und 2018 zum 42. Mal vergeben. In den drei Kategorien wurden je drei Nominierungen vergeben, aus denen die **drei Staatspreise** gekürt wurden.
- Neben dem **Staatspreis Werbung** für die beste Kampagne kamen **Staatspreise** in den Kategorien "**Werbefilm**" und "**Print/Outdoor**" zur Verleihung. Daneben gab es einen **Sonderpreis** für regional positionierte oder von KMUs beauftragte Kampagnen. Prämiert wurden ganze Werbekampagnen sowie Werbefilme und Print/Outdoor-Sujets, die vorwiegend in Österreich kreiert bzw. produziert wurden und in Österreich zu sehen waren.

2. Preisträger

STAATSPREISTRÄGER Werbung 2018

Kategorie Gesamtkampagne

"XXX-Lutz – Wahl 2017"

Agentur: Demner, Merlicek & Bergmann Werbegesellschaft mbH

Auftraggeber: XXXLutz KG

Filmproduktion: FilmFactory Werbe- und Industriefilmges.m.b.H.

Jurybegründung:

Im Nationalratswahlkampf 2017 sorgte diese unerwartete und humorvolle 360°-Kampagne im TV und Hörfunk, sowie Online und auf Social Media für Furore. Im Zentrum stand dabei ein TV-Spot mit Masken der kandidierenden Spitzenpolitiker und einem eigenen Wahlsong, der in den Social Media viral ging.

Kategorie Werbefilm

"Erste Bank und Sparkasse - Better Me"

Filmproduktion: PPM Filmproductions GmbH

Agentur: Jung von Matt / Donau Werbeagentur GmbH

Auftraggeber: Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG

Jurybegründung:

Im Rahmen der #glaubandich-Kampagne wurde ein Werbefilm kreiert, der Mut macht. Die Geschichte erzählt in 45 Sekunden von einem kleinen Buben, der nie den Glauben an sich selbst verloren hat und so auch alle anderen überzeugen konnte.

Kategorie Print/Outdoor

"PEOPLE MATCHING ARTWORKS"

Agentur: WE LOVE\TBWA Werbeagentur GmbH

Auftraggeber: Österreichische Galerie Belvedere

Jurybegründung:

Eine Serie von Fotos von Museumsbesuchern fängt den speziellen Moment ein, in dem diese bildlich mit einem Kunstwerk verschmelzen. Die Kampagne um die Wirkung von Kunst entstand in Zusammenarbeit mit dem österreichischen Fotokünstler Stefan Draschan.

SONDERPREISTRÄGER

"Strussnig-Ohrenblicke: Mit Innovation zur Win-Win-Win-Situation"

Agentur: CMM Werbe- und Positionierungsagentur OG

Auftraggeber: Strussnig Fenster GmbH

Jurybegründung:

Mit den "Ohrenblicken" am Kärntner Pyramidenkogel wurde blinden und sehbehinderten Menschen mit einer Hörstation mittels Kopfhörern der Ausblick in alle vier Himmelsrichtungen erzählt.

NOMINIERUNGEN zum Staatspreis Werbung 2018

Kategorie Gesamtkampagne

"ASFINAG – Hallo Leben"

Agentur: Demner, Merlicek & Bergmann Werbegesellschaft mbH

Auftraggeber: ASFINAG Autobahnen- und Schnellstraßen-Finanzierungs-AG

Jurybegründung:

Ablenkung am Steuer ist die Unfallursache Nummer eins in Österreich. In Fernsehen, Print, Out-of-Home und Online weist diese Kampagne mit emotionalen und impactstarken Werbemitteln auf die Gefahren der Ablenkung durch das Smartphone hin.

"Erste Bank und Sparkasse #glaubandich"

Agentur: Jung von Matt / Donau Werbeagentur GmbH

Auftraggeber: Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG

Filmproduktion: PPM Filmproductions GmbH

Jurybegründung:

Die Kampagne will Kundinnen und Kunden Mut machen, an sich zu glauben, an Zielen festzuhalten und diese auch zu verwirklichen. Unter dem Hashtag "#glaubandich" wird dieser Gedanke auf diversen Kanälen von TV über Social Media bis Print kommuniziert.

Kategorie Werbefilm

"BIPA TV- Spot Männer - Dann bin ich auch ein Mädchen"

Filmproduktion: Das Rund GmbH

Agentur: Serviceplan Austria GmbH & Co. KG

Auftraggeber: BIPA Parfümerien GmbH

Jurybegründung:

Mit Rapper Nazar und Ex-Fußballer Michael Konsel als Markenbotschafter ordnet der TV-Spot Eigenschaften wie emotionale Stärke, Zärtlichkeit oder Verantwortungsbewusstsein, die eher mit Frauen in Verbindung gebracht werden, Männern zu und hinterfragt damit etablierte Klischees.

"XXX-Lutz - Wahl 2017 - Musikvideo"

Filmproduktion: FilmFactory Werbe- und Industriefilmges.m.b.H.

Agentur: Demner, Merlicek & Bergmann Werbegesellschaft mbH

Auftraggeber: XXXLutz KG

Jurybegründung:

Das Online-Musikvideo rund um den eigens für die "Wahlkampagne" komponierten Songs von Soundfeiler avancierte binnen weniger Tage zum Viralhit und wurde so auf YouTube zum Werbevideo des Jahres 2017.

Kategorie Print/Outdoor

"Debra. So fühlt sich die Welt für ein Schmetterlingskind an."

Agentur: Lowe GGK Werbeagentur GmbH

Auftraggeber: Debra Austria

Jurybegründung:

Die Kampagne soll vermitteln, wie Menschen mit der Krankheit Epidermolysis bullosa leben, die die Haut so verletzlich wie die Flügel eines Schmetterlings macht. Damit sollte Hilfe und Solidarität für betroffene Kinder und Erwachsene erreicht werden.

"Vöslauer - Laufomat"

Agentur: Demner, Merlicek & Bergmann Werbegesellschaft mbH

Auftraggeber: Vöslauer Mineralwasser GmbH

Jurybegründung:

Die innovative Idee eines direkt an einer Laufstrecke aufgestellten Automaten, der durch Laufbewegungen in Gang gesetzt wird, schafft hohe Sichtbarkeit für die Marke und etabliert das Produkt punktgenau bei der Zielgruppe.

3. Jurymitglieder:

- Mag. Paul Harather (Regisseur ("Indien", Breitwandfilm) - Jurypräsident
- Mag. Angelika Sery-Froschauer (WKÖ-Fachverband Werbung, Obfrau)
- Mag. Markus Deutsch (WKÖ - Fachverband Werbung, GF)
- Dr. Werner Müller (WKÖ - Fachverband der Film- und Musikindustrie)
- Thomas Jank (Vertreter WKÖ - Fachgruppen Werbung Bundesländer)
- Petra Haslinger (WK Wien)
- Gerald Grünberger (Verband Österreichischer Zeitungen, GF)
- Martina Hörr (ORF)
- Corinna Drumm (Verband Österreichischer Privatsender, GF)
- MMag. Robert Sobotka, MBA (VMÖ - Verband der Marktforscher Österreichs)
- Mag. Andrea Stoidl (Österreichischer Werberat)
- Thomas Kreuzer (Mediaprint)
- Mag. Monika Fuhrheer (Mediaprint)
- Christian Brandt- Di Maio (GEWISTA)
- Gustav Götz (Media Brothers)
- Lilian Meyer-Jansek (Interactive Advertising Bureau)
- Thomas Andreasch (Filmfactory, ehemaliger Staatspreisträger)

4. Beurteilungskriterien:

Die eingereichten Werbekampagnen, Werbefilme und Print/Outdoor-Sujets wurden von der Jury nach einem Punktesystem sowie nach gründlicher inhaltlicher Diskussion beurteilt, wobei

die Punktwertung nach einfacher Mehrheit durch Begründung der Jury auch geändert werden kann. Innerhalb des Punktesystems sind die folgenden Kriterien von Bedeutung:

- Kreativität und Qualität der Idee, Originalität
- Kreativität und Qualität der Umsetzung
- Botschaft und Zielgruppenansprache
- Innovativer und zukunftsweisender Charakter der Gesamtwerbeleistung
- Grafische Qualität des Sujets

Rückfragehinweis:

Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort

Abt. Präs/4 - Informationsmanagement

Stubenring 1, 1010 Wien

Mag. Stefanie Grüssl

Telefon: +43 1 711 00-805183

E-Mail: stefanie.gruessl@bmdw.gv.at