

IAA: Die effizienteste Werbung kommt aus Österreich

Utl.: Bei den EFFIEs liegen die heimischen Agenturen im deutschen Sprachraum an der Spitze =

Wien (OTS) - "20 Jahre EFFIE" sind für das Austrian Chapter der International Advertising Association Anlass, eine für die österreichische Werbe- und Kommunikationswirtschaft erfreuliche Bilanz zu ziehen: Im internationalen Vergleich wurden die österreichischen Agenturen, gemessen an Deutschland und der Schweiz, in den vergangenen zwanzig Jahren am häufigsten mit dem EFFIE ausgezeichnet, der zu den weltweit anerkanntesten und begehrtesten Auszeichnungen für Werbung und Marktkommunikation zählt. Unter den Top 10 im deutschen Sprachraum sind fünf österreichische Agenturen gereiht und belegen die Plätze eins, drei, vier, sieben und zehn. Mit Spannung erwartet wird die 20. EFFIE-Zuerkennung durch die IAA im Rahmen der großen EFFIE-Gala, die am Dienstag, dem 21. September 2004, in der Bank-Austria-Halle im Wiener Gasometer über die Bühne gehen wird.

EFFIE-Juryarbeit im Jubiläumsjahr noch effizienter

Alle für einen EFFIE eingereichten Kampagnen werden in zwei Runden durch eine qualifizierte Jury bewertet, unter Berücksichtigung klar definierter Ziele, die eine bemerkenswerte wirtschaftliche Relation von Kommunikationsaufwand und Kommunikationserfolg einer Kampagne, das heißt besondere Effizienz, erkennen lassen. Im EFFIE-Jubiläumsjahr 2004 wurde die Jury von 18 auf 24 Marketing- und Kommunikationsexperten aufgestockt und in zwei Gruppen geteilt, um noch effektivere Juryarbeitsergebnisse zu erzielen. 97 Kampagnen waren für einen EFFIE eingereicht worden, 48 schafften den Aufstieg in die zweite Bewertungsrunde. 16 Agenturen werden sich heuer über einen von 17 zuerkannten EFFIEs in Gold, Silber und Bronze oder einen von elf Anerkennungspreisen freuen können. Noch nicht öffentlich bekannt ist, ob die IAA darüber hinaus auch noch einen EFFIE in Platin vergeben wird.

Österreichische Agenturen auf anhaltendem Erfolgskurs, Demner auf Platz eins

Auf Basis möglicher Vergleichszahlen seit 1985, dem ersten Jahr, in

dem die EFFIEs auch in der Schweiz vergeben wurden, können die österreichischen Agenturen im deutschen Sprachraum mit dem erfolgreichsten Ergebnis aufwarten: Sechs haben es auf der "ewigen Bestenliste" unter die Top 15 geschafft, davon fünf sogar unter die Top 10. Platz eins wird von Demner, Merlicek & Bergmann eingenommen, die mit 57 Auszeichnungen seit der vorigen EFFIE-Vergabe 2003 unangefochten vor der zweitplatzierten Schweizer Agentur Advico Y & R liegt. Dass sich das Kommunikationstalent österreichischer Agenturen sowie deren traditionell gute Zusammenarbeit mit Auftraggebern und Medien auch im internationalen Vergleich äußerst erfolgreich niederschlagen, beweisen ebenso die weiteren unter den Top 15 Gereihten Y & R (inkl. Barci), Lowe GGK, BBDO, Euro RSCG E&E und Ogilvy.

Die "ewige Bestenliste" aller vergebenen EFFIEs im deutschen Sprachraum seit 1985:

Erklärung Tabelle: Platz. Agentur - Gold/Silber/Bronze/Punkte

1. Demner, Merlicek & Bergmann (A) - 15/25/17/112
2. Advico Y & R (CH) - 11/8/7/56
3. Y & R (inkl. Barci) (A) - 6/9/5/41
3. Springer & Jacoby (D) - 4/9/11/41
3. Grey (D) - 7/6/8/41
4. Lowe GGK (A) - 4/10/8/40
5. Jung von Matt (D) - 7/7/5/39
6. Ogilvy (D) - 3/10/9/38
7. Publicis (CH) - 6/9/1/37
7. BBDO (A) - 7/5/6/37
8. Lowe Comm. Group (D) - 4/8/6/34
9. BBDO (D) - 5/6/3/30
10. Euro RSCG E&E (A) - 5/4/6/29
11. Ogilvy (A) - 3/4/10/27
12. Scholz & Friends (D) - 3/6/4/25
13. Wirz (CH) - 5/2/5/24
13. BMZ (D) - 3/6/3/24

Gold-EFFIE = 3 Punkte

Silber-EFFIE = 2 Punkte

Bronze-EFFIE = 1 Punkt

(Quellen: Horizont Deutschland Oktober 2003, Werbeverband Schweizer Werbe- und Kommunikationsagenturen BSW Dezember 2003, IAA

(International Advertising Association)-Austrian Chapter/ Effie
Annual 2003)

~

Rückfragehinweis:

Dr. Monika Rupp

IAA-Presse

(01) 87878 - DW 14712

~

*** OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER
VERANTWORTUNG DES AUSENDERS ***

~

OTS0074 2004-09-16/10:23

~

161023 Sep 04

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20040916_OTS0074