

Zwei Löwen in Bronze und 13 Shortlist-Plätze

Cannes 2008: Die Österreich-Bilanz



In der Königsdisziplin Film konnten die Österreicher trotz zweier Shortlistplatzierungen letztendlich nicht reüssieren.

Zwei Bronzelöwen plus dreizehn Shortlist-Plätze. Die Hoffnung auf einen oder gar zwei weitere Löwen in der Königsdisziplin Film bei den Cannes Lions 2008 blieb unerfüllt. Die Bilanz aus österreichischer Sicht: Es bleibt bei zwei Bronzelöwen (TBWA Wien in der Kategorie Direct Lions und Jung von Matt/Donau bei den Cyber-Lions) und dreizehn zusätzlichen Shortlist-Nominierungen.

Diese gehen auf das Konto von: Bircher/Rabl (Kategorie Outdoor für Gewista), Edition Lammerhuber (Kategorie Media für Samsung), Mediacom (Kategorie Media für T-Mobile), McCann Erickson (Kategorie Media für RA Krieger), Ogilvy (Kategorie Film für das Rote Kreuz), PKP Proximity

(Kategorie Promotions für den „Kurier“ und Kategorie Direct für Global 2000), Publicis Wien (Kategorie Film für T-Mobile) - und nicht zu vergessen Drafftcb Kobza mit fünf der insgesamt fünfzehn heimischen Nominierungen (Kategorie Direct für Mondi, Kategorie Radio für das Kuratorium für Verkehrssicherheit, Kategorie Design für das Tanzquartier Wien und zweimal in der Kategorie Outdoor für Condomi und Greenpeace).

Alles in allem, eine durchwegs zufriedensterstellende Bilanz, auch für den Festival-Repräsentanten in Österreich, Walter Zinggl (ORF-Enterprise): „Bei dem was ich bisher aus den Siegerarbeiten gesehen habe, kann man nur sagen: Auch eine Shortlistplatzierung ist ein hervorragendes Ergebnis.“ Keine Erfolgsmeldungen kommen von den österreichischen Nachwuchswerbern. In keinem der vier Young-Lions-Bewerbe (Print, Film, Cyber und Media) gelang einem österreichischen Team ein Platz am Stockerl. Also: Volle Kraft voraus für die Cannes Lions 2009. **sl**

Strobelgasse gewinnt Lancia

Die Wiener Agentur ist ab sofort für den Werbeetat der italienischen Automarke Lancia verantwortlich. Als favorisierter Partner der europaweit tätigen Agentur Armando Testa übernimmt die Strobelgasse den gesamten Österreich Etat der Traditionsmarke. Momentan liegt das Hauptaugenmerk auf dem Österreich Launch des neuen Flaggschiffes, dem Lancia Delta, im September 2008. Das Know-how über

Lancia ist in der Strobelgasse groß. Agenturchef Gerd Babits fährt seit 30 Jahren Automobile dieser Marke. Der Etat der italienischen Automarke war zuletzt bei der Agentur Leo Burnett Wien angesiedelt. **rs**



Gerd Babits fährt seit 30 Jahren Autos der Marke Lancia.

Neuer Online-Marketer in Wien

Das Wiener Büro von B2-Performance wird sich in erster Linie auf die strategische Unternehmensberatung im Bereich der Suchmaschinenoptimierung (SEO) konzentrieren. Zusätzlich bietet das aus dem deutschen Witten stammende Unternehmen strategische Konzeptionen für SEM (Search Engine Marketing), Online Media, Affiliate- und Guerilla-Marketing an. In Zusammenarbeit

mit der Marketingagentur 123Consulting will das Unternehmen von Wien aus den osteuropäischen Markt bearbeiten. Die beiden Geschäftsführer Andreas Berth und Lars Biewald über die Kooperation mit 123Consulting: „123Consulting kennt den österreichischen Markt. Wir liefern zusätzliche die SEO-Expertise. Somit sind integrative Ansätze zwischen strategischem Marketing und Online-Marketing jederzeit zu leisten und bieten dem Kunden in dieser Kombination einen einzigartigen Mehrwert.“ **alma**

AN UNS KOMMT KEINER VORBEI.
24.-26. SEPTEMBER 2008, MESSE WIEN, HALLE D

**medien
messe**

FACHMESSE FÜR MARKETING, WERBUNG, MEDIEN UND KOMMUNIKATION

**SICHERN SIE
SICH IHREN
STANDPLATZ!**

www.medienmesse.at