

werbung & public relations



JUBILÄUM. „Wir feiern zum 25. Mal die Kür“, so Gallup-Chefin R. Hasslinger, „Sieger wurde der Coca-Cola-Spot.“

Die besten TV-Spots 2009

Es gab ein „unübliches“ Ergebnis, sagt Roswitha Hasslinger, Chefin des Gallup Instituts, die alljährlich nach den besten TV-Spots forscht. Die ersten beiden Plätze eroberten die Kreationen der Amerikaner Wieden + Kennedy sowie von McCann Paris. Rang acht konnten die Holländer TBWA/Neboko mit Werbung für Heineken Bier einnehmen, ansonsten dominieren wie üblich heimische Werbesujets. Auffällig ist der Schwerpunkt auf Nahrung und Tiere, etwa bei der „Ja! Natürlich“-Werbung mit dem Schweinchen oder der Mömax-Werbung (Platz 10) mit einem Hasen. Der landet im Spot allerdings im Rohr. Erhoben wird die Beliebtheit der Spots durch eine Gallup-Umfrage unter mehr als 10.000 Fernsehzuschauern. „Wir ermitteln den Impactwert, der angibt, wie viel Prozent der Zuseher sich richtig an den Spot erinnern können, und berücksichtigen, wie oft der Spot geschaltet wurde“, so Hasslinger.

Top Five: Hits im Fernsehen

Agentur	Rang	TV-Spot
Wieden + Kennedy	1	Coca-Cola: „Happiness“
McCann Paris	2	Nespresso: „Piano“
Dimberger de Felice	3	Billa: „Herzgesundheit“
McCann Erickson	4	Iglo: „Schihaser!“
Dimberger de Felice	5	Billa: „TV Hofstädter“

ticker die newflashes der woche

+++ Ranking. Im „Extradienst“-Ranking der besten Werbeagenturen Österreichs liegt zum neunten Mal in Folge Demner, Merlicek & Bergmann voran. **+++ Partnerschaft.** Agentur-Net Salzburg und SinkaCom Wiesbaden gehen eine strategische Partnerschaft ein. **+++ Etat.** ambuzzador gewinnt Social-Media-Etat der Launch-Kampagne für Nescafé energo.

event

Werberat zieht Bilanz



Michael Straberger, Präsident des Werberats.

Das Entscheidungsgremium des Österreichischen Werberats und seine 90 Räte zogen Bilanz für 2009. Sie fällt erfreulich aus, „weil sich die werbetreibende Wirtschaft und die Medien mit einem wachsenden Verantwortungsbewusstsein an unsere Entscheidungen halten“, sagt Werberat-Chef Michael Straberger. 2009 wurden insgesamt 213 Beschwerden eingereicht, aber lediglich in vier Fällen wurde ein sofortiger Werbestopp für das Sujet bzw. die Kampagne gefordert. Die Hitliste der Beschwerdegründe führt mit 37 Fällen „sexistische Werbung“ an. Das entspricht einem Anstieg von einem Drittel gegenüber dem Vorjahr. Platz zwei belegt mit 29 Beschwerden „Frauendiskriminierung“, die Zahl ist im Jahresvergleich unverändert.

Kampagne der Woche

Stefan Andorfer, GF Davilla Fashion Agency. „Selten genug werben österreichische Modeunternehmen in unseren Medien. Die Printwerbung von Popp & Kretschmer hat Klasse und repräsentiert das Niveau des Wiener Damenmodehauses. Ein wunderschönes Ausnahmesujet und ein gutes Beispiel, wie man Modewerbung

macht. Reduziert auf den Punkt gebracht und klar im Premiumsegment. Ein Modehaus, das sein Image selbst in die Hand nimmt und sich nicht auf die austauschbaren Bilder der Marken verlässt. Dadurch entsteht auch ein eigener Auftritt – ein Image, das dem Modehaus gerecht wird.“



STEFAN ANDORFER lobt Printwerbung von Sia Zadrazil für Popp & Kretschmer.



personalities der woche

Albert Brandstätter, 33, ist neuer Mitarbeiter bei ikp Vorarlberg und für die Beratung und Weiterentwicklung der internen Prozesse verantwortlich.



Sabine Hintermayer, 31, verstärkt das Team von loebell & nordberg als Consultant und übernimmt die Leitung der Lifestyle-Unit und Kunden wie Huber & Lerner.

Soraya Khitab, 34, ist seit Jahresanfang als neue Projektmanagerin im Team der Goldbach Media Business-Unit „crossfactory vienna“ tätig.

