

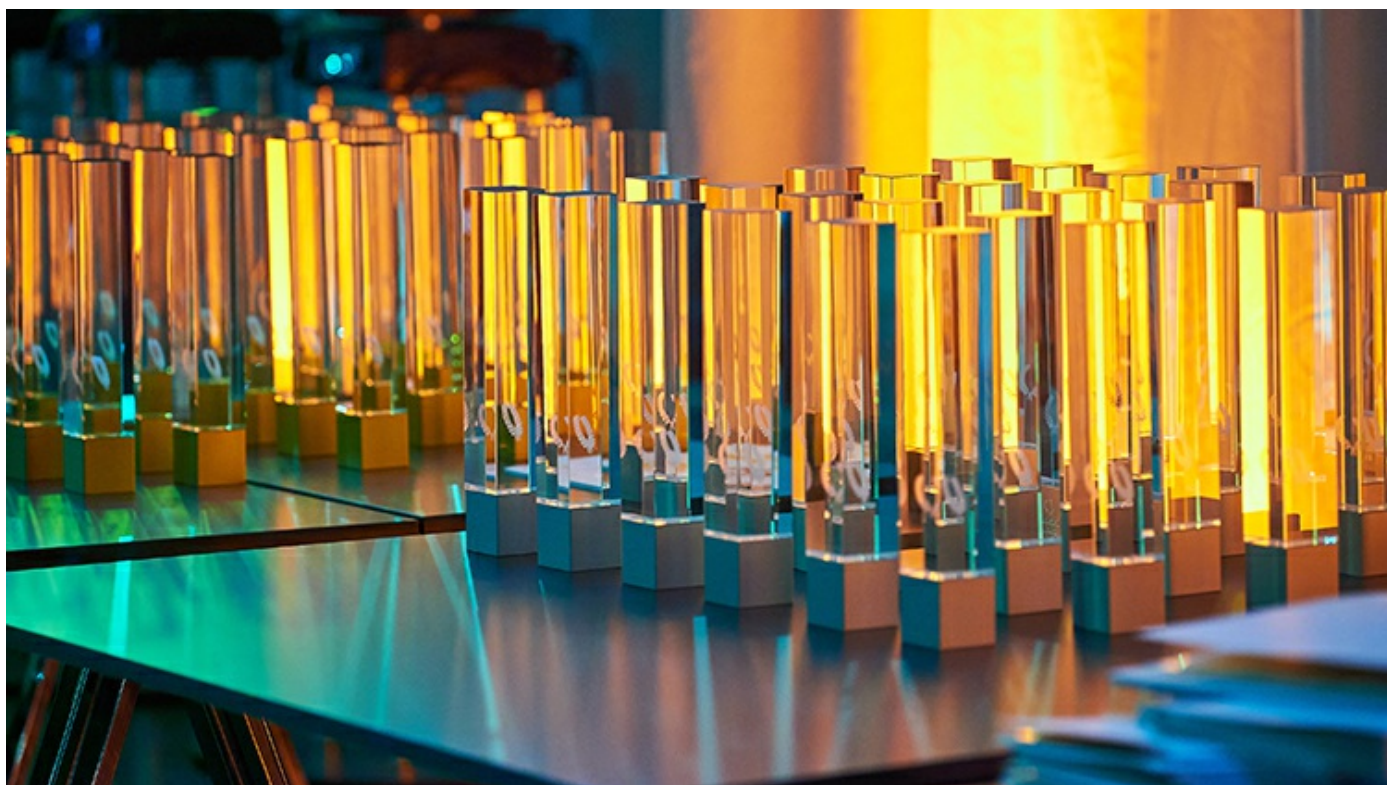
CORONAVIRUS
INFO-SERVICE FÜR **BETRIEBE**



Caesar 2020: In fulminanter Gala 39 mal Gold, Silber und Bronze überreicht

Der Werbepreis Caesar wurde allen Hindernissen zum Trotz von der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der WKOÖ mit Rekordbeteiligung durchgeführt. In der Tabakfabrik in Linz wurden die begehrten Trophäen zum renommiertesten Werbepreis Österreichs überreicht. Ein Beweis der Lebendigkeit der Branche und ein Wegweiser in Richtung neuer Perspektiven.

25.09.2020, 8:23



© CITYFOTO

Die begehrten Caesar-Trophäen.

Aus 424 Einreichungen (ein neuer Einreichrekord) wurden von einer internationalen Fachjury pro Kategorie jeweils 5 Nominierungen gekürt und daraus jeweils ein Caesar in Gold, in Silber und in Bronze vergeben. Neben der Rekord-Beteiligung und der Erschließung neuer Unternehmergruppen wurde vom Jury-Vorsitzenden Thomas Börgel besonders die hohe Qualität der Einreichungen angemerkt. Zusätzlich zu den üblichen Disziplinen, von Audio über

Bewegtild bis Event, Kampagne, PR, Verpackungsdesign usw. wurde für den diesjährigen Wettbewerb mit „Kommunikation in der Krise“ anlassbezogen eine medienübergreifende 13. Kategorie ausgeschrieben. Publizistisch begleitet wird der alle zwei Jahre ausgeschrieben Caesar-Werbepreis von den Medienpartnern der WKÖ, die sich aus den wichtigsten Medienbetrieben Oberösterreichs rekrutieren.



© CITYFOTO

Jury-Vorsitzender Thomas Börgel, Moderatorin Nina Kraft, Angelika Sery-Froschauer, Obfrau des Fachverbands Werbung und Bundesvorsitzende Sparte Information und Consulting, Fachgruppen-Obmann Christoph Schumacher (v. l.).

Überdurchschnittlich erfolgreiche Agenturen

Als erfolgreichste Agentur ging beim Caesar die **Fredmansky GmbH** mit insgesamt sechs Caesaren, davon zwei in Gold sowie drei Nominierungen hervor. Ebenfalls großartig konnte die Agentur **kest** drei Caesaren, davon zwei in Gold mit nach Hause nehmen. Unter den Besten auch wieder die **Gruppe am Park** mit einem goldenen und einem silbernen Caesar sowie mit zwei weiteren Nominierungen. Dass auch Ein-Personen-Unternehmen zu den großen Abräumern beim Caesar gehören können, bewies wie schon beim letzten Caesar **Michael Holzer** mit vier Caesaren; je zwei in Silber und zwei in Bronze.

Daneben wurden 2020 erstmals auch drei „Caesaren der Jury“ eingeführt mit denen jeweils kategorienübergreifende und richtungsweisende Teilaspekte von Einreichungen prämiert und ausgezeichnet werden sollen. Sie gehen an **MOREMEDIA®** für ihre Reder-Transporte Recruiting-Kampagne, an **Sery Brand Communications GmbH** für die neue CI der Stadt Leonding sowie an **Florian Schwarz** für das Musikvideo „Simone“ der Gruppe Folkshilfe.



© CITYFOTO

Fachgruppenobmann Christoph Schumacher: „Angesichts der steigenden Infektionszahlen, gerade in den letzten Tagen, sind wir ganz schön ins

Schwitzen gekommen, haben etliche Male neu kalibrieren müssen und sind froh, dass wir nicht nur den Wettbewerb sondern jetzt auch das Event entgegen allen Widrigkeiten erfolgreich über die Bühne gebracht haben.“



© CITYFOTO

WKÖ-Präsidentin Doris Hummer wies auf die Bedeutung der Kommunikation als eine der wesentlichen Grundsäulen für den Wirtschaftsstandort hin: „Gerade jetzt ist Werbung wichtig. Wer jetzt auf Kommunikation setzt, kommt mit der Werbewirtschaft als Wegbegleiter besser aus der Krise. Auch durch unzählige Digitalisierungsprojekte werden Unternehmen zukunftsfit gemacht.“

„Der Caesar und die beim Caesar gezeigten Leistungen haben eine Strahlkraft weit über Oberösterreich hinaus“, hob Angelika Sery-Froschauer, Obfrau des österreichweiten Fachverbandes Werbung, hervor. „Die Gewinner werden automatisch für den bundesweiten Werbepreis Austriacus nominiert, wo Werbeunternehmen aus Oberösterreich beim letzten Mal stark abgeschnitten haben.“

Der Caesar 2020

Das könnte Sie auch interessieren



Situation am Stahlmarkt spitzt sich weiter zu

Preissteigerungen um bis 130 Prozent und Lieferengpässe dominieren das Marktgeschehen – Entspannung nicht in Sicht [➔ mehr](#)



Der Handel bekräftigt sein klares Nein zu verpflichtenden Eintrittstests für Kunden

Wiesinger: „Mit einer Umsetzung könnte man es dem Handel kaum noch schwerer machen, für die Kunden attraktiv zu sein“ > mehr

