



Caesar-Preisverleihung: 39 Caesaren in 13 Kategorien plus drei Caesaren der Jury

Darauf hat die Community der Kreativen aus der Werbe- und Kommunikationswirtschaft schon länger gewartet, auf die Preisverleihung des Werbepreis Caesar 2022 und das Motto „let’s party!“ mit 400 geladenen Gästen. Die Location: das Linzer Design-Center. Der Anlass: die Überreichung der Caesar-Trophäen an die Siegerinnen und Sieger des zweijährlich ausgeschrieben wichtigsten Werbe- und Kommunikationspreises des Landes. Die Stimmung: fulminant!

30.09.2022, 9:50



© NESS RUBEY

Die Caesar-Auszeichnungen warten auf die Preisträger.

Ehrlich überzeugt, beeindruckt und volle des Lobes für die Leistungen der oberösterreichischen Werbeszene zeigte sich Thomas Börgel, ein europaweit herausragender Exponent für Markenführung und nun schon zum zweiten Mal Vorsitzender der Jury des Caesars. Insgesamt wurden gestern im Design Center 39 Caesaren in 13 Kategorien plus drei Caesaren der Jury für hervorragend gelöste Teilbereiche eines Projekts überreicht. Auch wenn von den jeweils fünf Nominierten pro Kategorie nur jeweils drei mit einer Caesar-Trophäe belohnt werden konnten, stellt Christoph Schumacher, Obmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, fest: „Wer es einmal unter die fünf Nominierten pro Kategorie geschafft hat, der hat schon gewonnen. Bei diesem Wettbewerb, bei dem die Entscheidungen in manchen Kategorien nur durch Nuancen entschieden worden sind, ist eine Nominierung - wie

beim Oscar - schon eine Auszeichnung für sich. Also wirklich kein Grund, den Kopf hängen zu lassen!“

Innovationskraft und Exzellenz

„Innovationskraft und Exzellenz in Zusammenarbeit mit den Auftraggebern treibt die Wirtschaft in Oberösterreich an. Der Kommunikationsbranche geht es gut, aber die Stimmung ist herausfordernd“, sagte Angelika Sery-Froschauer, Vizepräsidentin der WKÖ, Obfrau der Bundessparte Information + Consulting und selbst Inhaberin einer Werbeagentur. „Aber wer, wenn nicht wir, hat die Kraft, diesen Wandel durchzustehen. Ich freue mich, dass die oberösterreichischen Unternehmen so mutig sind, neue Wege zu beschreiten und gratuliere den erfolgreichen Kreativen.“

„Uns ist wichtig, festzuhalten, dass beim Caesar nicht Agenturen ausgezeichnet werden, sondern herausragende Projekte und Konzepte“, merkt Thomas Obergruber, Geschäftsführer der Fachgruppe an. „Den Agenturen, egal ob am Markt etabliert oder neu, groß oder klein, gebührt jedenfalls Anerkennung und Wertschätzung für ihre Leistungen und das muss auch in einem würdigen Rahmen gefeiert werden. Das Wesentliche ist, dass die ausgezeichneten Projekte sowohl kreativ und innovativ sind, und zugleich auch wirksam und effektiv. Denn dann sind sie für die Wirtschaft in unserem Land ein Turbo und Motor zum Erfolg. Und das ist schließlich das Anliegen – und wie man sieht – auch die Kompetenz der Kommunikationswirtschaft im Land!“

Neu und kategorieübergreifend wurde heuer die Themen-Kategorie „Nachhaltigkeit kommunizieren“ ausgeschrieben. Damit unterstreicht die Fachgruppe den eingeleiteten Weg in der Sparte Information und Consulting und animiert dazu, sich dieses langfristig überlebenswichtigen Themas anzunehmen. Denn es gilt: „Wissen schafft Nachhaltigkeit“.

Die erfolgreichsten Agenturen

Insgesamt 330 streng anonyme Projekte von genau 100 Agenturen wurden zum diesjährigen Caesar in den 13 Kategorien eingereicht. Außerhalb der Kategoriegrenzen, aber schon Tradition: die drei Caesaren der Jury, die von den Juroren für außergewöhnliche Teilaspekte von Projekten vergeben werden können. Alle drei gingen in diesem Jahr an die Agentur Fredmanky GmbH, die mit insgesamt 11 Caesaren die erfolgreichste Agentur war. Gefolgt von drei Departments von Reichl und Partner mit zusammen fünf Auszeichnungen, Gruppe am Park mit 3 Caesaren und upart mit 2 Trophäen.

Erfreulich neben dem üppigen Abschneiden der renommierten Agenturen: die Bilanz der Newcomer und Kleinst-Unternehmer: Erststarter nomic Werbeagentur trägt zwei Caesar-Trophäen nach Hause, die Mühlviertler One-Man-Show Matthias Gahleitner kann ebenfalls zwei Caesaren erringen und die Ein-Frau-Agentur KULTURFUX krönt das vergangene Geschäftsjahr nach einem Achtungserfolg 2020 dieses Jahr mit einem Caesar in Gold für ihre Inszenierung des Salzbergwerks in Aussee. Desgleichen die Linzer Agentur SMESH mit einer Klimawandel App.

Die Sieger und Nominierten werden 2023 am nationalen Werbepreis Austriacus teilnehmen. In den letzten Jahren konnten die oberösterreichischen Einreichungen dabei rekordverdächtig im österreichischen Konzert der Kreativen punkten.

„Es ist unser Anliegen, dass möglichst viele Exponenten der oberösterreichischen Wirtschaft die Leistungsfähigkeit unserer Mitgliedsbetriebe vorgeführt bekommen“, sagt Christoph Schumacher. „Deshalb haben wir uns für ein Live-Streaming des Events entschieden, weil wir ja alle potenziellen Adressaten hier gar nicht unterbringen würden. Und darum wird es diesen Event auch zum Nachschauen geben, damit sich auch in ein paar Wochen noch jeder Interessierte diesen Showcase der vorbildlichen Kommunikation anschauen kann.“

Das könnte Sie auch interessieren



Werbewirtschaft braucht New-Work-Deal, damit Talentvorsorge gelingen kann

Talentvorsorge ist einer der Schwerpunkte im Netzwerk Werbung, dem man sich mit Veranstaltungen, Lehrlingswettbewerben, Beratung, Service und Förderungen widmet. Ganz besonders wichtig ist für Obmann Christoph Schumacher aber ein generelles Umdenken in der Arbeitswelt, ein „New Work Deal“. [➔ mehr](#)



Qualität als Trumpf

„Qualität und Qualifizierung sind die Trumpfkarten, mit denen sich unsere Mitgliedsbetriebe abheben können“, sagt Michael Stinger, Fachgruppenobmann der persönlichen Dienstleister, im Gespräch mit Spartenobmann Michael Pecherstorfer. [➤ mehr](#)



Lernen mit Praxistauglichkeit

Bautechnikpreise: Innungen Bau und Holzbau sowie proHolz OÖ fördern mit Preis praxisnahe Ausbildung angehender HTL-Ingenieure. [➤ mehr](#)