

Digital brilliert, Print-Kreativität erlebt Renaissance

Innovation und Kreativität bei Katalogen, Prospekten und Plakaten verzeichnet eine Renaissance. Dieser überraschende Trend ist bereits das zweite Jahr hindurch feststellbar und eine der wesentlichen Erkenntnisse des 32. T.A.I. WERBE GRAND PRIX. Mitte April 2018 wurden im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung im Hilton Vienna die diesjährigen GewinnerInnen ausgezeichnet.

Der T.A.I. WERBE GRAND PRIX wird in den Kategorien Print (Plakate, Kataloge, Prospekte), TV- und Radio-Spots, Websites sowie Online & Digital-Marketing-Kampagnen und Social Media Kampagnen ausgetragen. Die Bewertung der eingereichten Exponate und Kampagnen erfolgt sowohl durch das Publikum als auch durch eine Fachjury.

T.A.I. WERBE GRAND PRIX als Trend-Barometer

In den zurückliegenden Jahren zeichneten sich vor allem die digitalen Medien durch innovative Ansätze aus. Daran hat sich nichts geändert, doch nun punkten auch Printprodukte wieder vermehrt mit erfrischenden Impulsen. Bei den Plakaten wiederum verschwimmt die Grenze zu Multimedia, wofür nicht zuletzt die stärkere Präsenz von Megaboards und digitaler out-of-home Werbung beiträgt.

All diese Trends spiegeln sich bei den sieben Award-GewinnerInnen des T.A.I. WERBE GRAND PRIX 2018 ebenso wider, wie bei den Gold-, Silber- und Bronze-PreisträgerInnen der Publikums- und Jury-Wertungen in den einzelnen Kategorien.

Die Kristall-Award GewinnerInnen 2018

Für den T.A.I. WERBE GRAND PRIX 2018 waren 296 Exponate aus sieben Ländern eingereicht worden. Bewertet wurden sie sowohl von einer Fachjury als auch vom wichtigsten Gradmesser für jegliche Werbung, dem Publikum. Award-GewinnerInnen sind jene, die in beiden Wertungen – Jury und Publikum - mit Abstand am besten abschneiden. Als SiegerInnen des diesjährigen T.A.I. WERBE GRAND PRIX die Kristall- Skulptur „Welt in unseren Händen“ entgegen nehmen durften:

- Thomas Cook Austria – Projekt „Omnichannel Thomas Cook“ (Online & Digital-Marketing sowie Social Media Kampagnen)
- Steiermark Tourismus - TV-Spot „Die Grantls“ (Spots gesamt)
- Werbeagentur medien-jäger - www.johannis.it (Websites gesamt)
- TUI Österreich- „Gestaltung der Wartehalle Burgring – made by TUI“ (Plakate, sonstige Werbemittel)
- Robinson Club - Katalog „Zeit für Gefühle. Sommer 2018“ (Kataloge/Prospekte Touristik)
- Kitzbühel Tourismus - „Imagebroschüre“ (Kataloge/Prospekte Destinationen)
- GO.West Communications - „Hotel Bloberger Hof – Wenn Kleinigkeiten wahre Größe zeigen“ (Kataloge/ Prospekte Hotellerie)

Neben den Awards wurden im Rahmen des T.A.I. WERBE GRAND PRIX 2018 drei Sonderpreise sowie 72 Kristallmedaillen „Signum Laudis“ in Gold, Silber und Bronze (jeweils die ersten drei Plätze in den einzelnen Kategorien, getrenntes Jury- und Publikum-Votum) verliehen.

Der Bewertungs-Modus

Die Bewertung der Print-Exponate (Plakate und Kataloge) durch Publikum und Jury unter Vorsitz von Tourismus-Berater Dr. Helmut Zolles erfolgte im Rahmen des „ReiseSalon 2017“. Die Abstimmung über Websites, TV- und Radio-Spots und Online & Digital-Marketing-Kampagnen sowie Social Media Kampagnen wurde auf www.werbegrandprix.at im Zeitraum November bis Ende März durchgeführt. Beides wurde intensiv genutzt: 3.714 Stimmen wurden beim ReiseSalon abgegeben, die Zahl der Online-Votings summierte sich auf 16.762.

Der T.A.I. WERBE GRAND PRIX

Der T.A.I. WERBE GRAND PRIX wurde 1980 von der Fachzeitschrift Tourist Austria International ins Leben gerufen und heuer zum 32. Mal ausgetragen. Er gilt durch Einbeziehung des Publikums in das Voting, zusätzlich zu einer Fachjury, als weltweit härtester und zugleich fairster Wettbewerb für touristische Werbemittel.

Weitere Informationen zum T.A.I. Werbe Grand Prix auch unter <http://www.werbegrandprix.at> und unter Tel.: 01/588 81 57, e.konrad@tai.at