

PRESSEINFORMATION

Hamburg, 3. September 2010

Hattrick bei der Premiere des FAMous Award

Erstmals verlieh der Fachverband Ambient Media am gestrigen Donnerstag Abend den FAMous Award. Dem Ambient Media Unternehmen Public Salespromotion aus Berg am Starnberger See gelang dabei ein ebenso überraschender wie überzeugender Dreifachsieg.

An der mangelnden Konkurrenz kann es nicht gelegen haben, schließlich nahmen bei der Erstaufgabe des FAMous Award, den der Fachverband Ambient Media am gestrigen Donnerstag erstmals im Rahmen des Best New 18/1 Awards verliehen hat, mehr als 50 Einreichungen von Agenturen, Spezialmittlern und Unternehmen teil. Die Entscheidung zwischen den 10 Finalisten war dennoch alles andere als knapp. Mit deutlichem Vorsprung kürten die 30 Juroren die Entwürfe des Ambient Media Anbieters Public Salespromotion aus Berg am Starnberg zum Sieger. Die beiden Geschäftsführer Christian Klammer und Jana-Maria Lehnhardt mussten die Bühne während der Siegerehrung gar nicht mehr verlassen. Mit ihren insgesamt drei Einreichungen gewann das Unternehmen, das seit einigen Monaten auch Mitglied des Fachverbands Ambient Media ist, auf Anhieb Gold, Silber und Bronze.

Ganz oben auf dem Treppchen platzierte sich Public Salespromotion mit seinem Entwurf für Blistex Lippenpflege, den mit Paul Bernhard ein Nachwuchskreativeur der Münchner Blocherer-Schule für Kommunikationsdesign und Innenarchitektur im Auftrag von Public Salespromotion umgesetzt hatte. Eine aufgerissene Versandtasche enthüllt spröde Lippen, denen mit Blistex Lippenpflege geholfen werden soll. „Das ist echtes Ambient Media, die charakteristische Struktur der aufgerissenen Versandtaschen-Lasche als Untergrund für die spröden Lippen zu nutzen“, lobt Thilo Raisch, Vorstandsvorsitzender des Fachverbands Ambient Media, der beim Wettbewerb auch als Jurymitglied fungierte.

Mit Silber belohnten die Juroren eine weitere originelle Ambient Media Idee, die das Berger Unternehmen in Kooperation mit der Rosenheimer Designagentur Im Neuland konzipiert hat. Die charakteristische Form der Versandrolle gestalteten die Kreativen als Mentos-Rolle – eine eindeutige und unverwechselbare Umsetzung, die auf jegliche zusätzliche Werbebotschaft verzichten kann.

„Wohnst Du noch oder lebst Du schon“ – den Slogan von IKEA kennt jeder. Im Entwurf von Public Salespromotion, mit der sie ihren Dreifachsieg perfekt machten, findet er sich auf einem zur Schubladenbox umgestalteten Versandkarton wieder. Die Realisation des

Ambient Mediums entstand gleichfalls in Zusammenarbeit mit der Münchner Blocherer Schule.

Von der Qualität der Siegerkampagnen ist Thilo Raisch begeistert: „Der Anspruch an ein gut gemachtes Ambient Medium ist, den Werbeträger selbst konsequent für die Werbebotschaft zu nutzen. Public Salespromotion hat das Medium Versandwerbung, ob als Versandtasche, Paketrolle oder Postpaket dabei nicht nur sehr kreativ für den jeweiligen Werbungtreibenden umgesetzt, sondern dabei auch voll und ganz unsere Wettbewerbskriterien erfüllt“, so Thilo Raisch. Der FAMous Award bewertet das Ambient Motiv mit der effektivsten Werbeansprache. Nicht nur die künstlerische Originalität, sondern die klare Botschaft im Zusammenspiel mit dem Medium stand bei der Bewertung im Mittelpunkt. Dabei konnten sowohl Entwürfe eingereicht werden, die eigens für den Wettbewerb gestaltet werden als auch Motive, die bereits auf einem Ambient Medium umgesetzt wurden. Die Effektivität der Kampagne kann der Gewinner nun auch gleich in der Praxis erproben: Für die Veröffentlichung des Siegermotivs stellt der Fachverband Ambient Media eine Million Ambient Werbeträger zur Verfügung.

Der FAMous-Award wurde in diesem Jahr zum ersten Mal im Rahmen des Best New 18/1 Award verliehen, der seinerseits die beste Kreation auf Großfläche prämiert. Die Premiere bewertet FAM-Vorsitzender Thilo Raisch als absoluten Erfolg: „Bei den Einreichungen waren wirklich sehr gute Umsetzungen dabei. Natürlich gibt es noch sehr viele Kreative, die sich in das Thema Ambient noch mehr hineinfühlen müssen, die noch lernen müssen, ein Medium komplett in die Werbebotschaft einzubauen – aber das ist ja auch Sinn und Zweck dieses Awards. Wie beim Best New 18/1 werden wir auch beim FAMous über die Jahre hinweg sicher eine Lernkurve beobachten können.“

Die Sieger des FAMOUS Award:

Platz 1: Publicbag / Blistex (delta pronatura Dr.Krauss & Dr.Beckmann)

Christian Klammer/ Jana-Maria Lehnhardt, Public Salespromotion GmbH,
Berg am Starnberger See
Paul Bernhard, Blocherer Schule für Kommunikationsdesign & Innenarchitektur, München

Platz 2: Publictube / Mentos (CFP Brands Süßwarenhandel)

Public Salespromotion GmbH, Berg am Starnberger See
Thomas König: Im Neuland GmbH, Rosenheim

Platz 3: Publicbox / IKEA Deutschland

Public Salespromotion GmbH, Berg am Starnberger See
Thomas Brand, Blocherer Schule für Kommunikationsdesign & Innenarchitektur, München

Die 10 Finalisten:

Agentur	Unternehmen	Medium
Public Salespromotion	delta pronatura Dr.Krauss & Dr.Beckmann	PUBLICBAG
Jost von Brandis Service-Agentur	Immonet	Fenster-Umrahmung
Public Salespromotion	CFP Brands Süßwarenhandel	PUBLICTUBE
Jost von Brandis Service-Agentur	Stage Entertainment	BeachCabina
OMD Germany	Vodafone D2	Fahrstuhlbeklebung
TownTalker Media	Vöslauer Mineralwasser	TownWall
Public Salespromotion	IKEA Deutschland	PUBLICBOX
Jost von Brandis Service-Agentur	Reemtsma Cigarettenfabriken	Freecard
Zum goldenen Hirschen Köln	Deutscher Tierschutzbund	Sparschwein
Zum goldenen Hirschen Köln	Deutscher Tierschutzbund	Mobiles 18/1

Die Jury:

Die Jury des FAMous und des Best New 18/1 Awards bestand aus 22 Branchenexperten sowie 8 Konsumenten, die die Entwürfe aus Sicht des Verbrauchers bewerten sollten.

Fachjury: Thaddäus Assenmacher (ASS Werbe GmbH), Jürgen Dittrich (Allgäuer Alpenmilch), Ulrike Orth (Diesel Deutschland), Bernd Bördemann (Sparkassenverband Westfalen-Lippe), Felix Bruchmann (trio-group), Markus de Vries (contrast MEDIA SERVICE für Außenwerbung), Bernhard Gneithing, (Harley-Davidson), Kirsten Handschuh (Madaus, Licht + Vernier Werbeagentur), Heike Klumpe (lekker Energie), Ines Kossin (Posterscope Deutschland), Johannes Krempl (Glow Agentur für Kommunikation), Michael Krueger (corporate design cologne), Rolf Kürten (Kürten+Lechner GmbH), Dr. Jürgen Küttemeyer (trio-group), Andreas Luppold (Innobrands), Marco Nikolay (Die Gefährten), Michael Otremba (Flughafen München), Thilo Raisch (DIN A12), Patric Schäfer (Denkwerk), Thomas Toporowicz (It Works), Kai Trierweiler (moccamedia Köln), Christine Woll (NH Hoteles Deutschland).

Konsumentjury: Martin Bischoff (Versicherungsvertreter) Michael Meurer (Geschäftsführer), Sabrina Richartz (Architektin), Eva Scharm (Studentin), Daniela Schmidt (Kauffrau für Bürokommunikation), Robert Schneider (Vertriebsleiter), Svenja Trautmann (Vertriebsassistentin), Songül Zeren (Kulturmanagerin)

FAM Presse-Kontakt:

pr-by-call
 Vera Günther
 Tel: 089 / 790 70 - 225
 E-Mail: vera.guenther@prbycall.de



FAM-Geschäftsstelle:

Isabel Steinhagen, Bullerdeich 14, 20537 Hamburg

Tel: 040 / 254 943 - 46

E-Mail: steinhagen@fachverband-ambientmedia.de

Internet: www.fachverband-ambientmedia.de

Über den Fachverband Ambient Media e.V.

Der Fachverband Ambient Media e.V. (FAM), gegründet 2001, ist ein gemeinnütziger Verein mit Hauptsitz in Hamburg. Ziel ist es, Ambient Media als innovatives, wettbewerbsfähiges und intermedial vergleichbares Basismedium zu positionieren. Dazu gehört vor allem die Stärkung der Marktposition von Ambient Media im intermedialen Wettbewerb, u. a. durch wissenschaftliche Markt- und Mediaforschung sowie die Durchführung von eigenen und zur Unterstützung von anderen der Gattung dienlichen PR- und Marketingaktionen.

Von besonderer Bedeutung ist das vom FAM eingeführte und etablierte Qualitätssiegel, das zu mehr Qualität, Transparenz und Planungssicherheit beim Einsatz von Ambient-Medien beiträgt. Seit 2007 ist das Siegel – abgesehen von den Plakat Mediaagenturen – verbindlich für alle Mitgliedsunternehmen.

Aktuell zählt der FAM 36 Mitglieder aus der Ambient-Media-Branche.