



HDI Leben gewinnt den KURIER Werbe-Amor in Gold

14.01.2021 | Kunde: KURIER Werbe-Amor | Ressort: Wien / Medien / Print |
Presseaussendung

And the Winner is: HDI Leben! Einmal im Jahr küren die Leser des KURIER die kreativsten Sujets des Landes. Der KURIER Werbe-Amor in Gold ging an HDI Leben, den Werbe-Amor in Silber holten sich die Juweliere VON KÖCK und die Niederösterreich Werbung wurde mit einem Amor in Bronze geehrt.

Honorarfreies Fotomaterial; Copyright KURIER, unter [FOTOLINK](#)

Wien, 14. Jänner 2020. Seit 27 Jahren zeichnet der KURIER die beliebtesten Print-Sujets des Landes mit dem „Werbe-Amor“ in Gold, Silber und Bronze aus. Über einen KURIER Werbe-Amor in Gold konnten sich HDI Leben für ihre Sujet „Lebenswert“ (Agentur Brand + Institut für mehrdimensionale Markenentwicklung) sichern. Der Werbe-Amor in Silber ging an Juweliere VON KÖCK für „Man weiß nie, was kommt. Aber man weiß, was bleibt“ (Agentur kratkys.net). Bronze erhielt die Niederösterreich Werbung für das Sujet „Erfrischend pur“ (Agentur: We Make Stories GmbH). Übergeben wurden die Preise von KURIER-Chefredakteurin **Martina Salomon**, freizeit-Chefredakteurin **Marlene Auer**, KURIER-Medienhaus Geschäftsführer **Thomas Kralinger**, KURIER-Gesamtanzeigenleiter **Prok. Stefan Lechner** und KURIER-Anzeigenleiterin **Elisabeth Laimighofer**.

Fachjury und KURIER-LeserInnen entschieden über Finalisten

Aufgrund von Covid-19 fand die Wahl der Jury erstmals als Online-Voting statt. Eine Fachjury nahm 42 Sujets, die 2020 in österreichischen Print-Medien erschienen sind, unter die Lupe. Es lag an den insgesamt 350 Experten aus der Kommunikations- und Werbewirtschaft die 8 besten Sujets auszuwählen. Den Aufstieg in die Finalrunde schafften folgende Unternehmen: HDI Leben, VonKöck, NÖWerbung, Wiener Linien, Dior, Audi Quattro, NÖM, Ja! Natürlich.

Die endgültige Entscheidung fällten dann die KURIER LeserInnen über eine Online-Wahl: Der „Werbe-Amor in Gold“ ging an die HDI Leben, vertreten durch den Leiter der HDI Lebensversicherung AG **Michael Miskarik**. „7kg LEBENSWERT“ ist Teil einer Sujet-Reihe, die besonders lebenswerte Momente aus unserem Alltag einfängt und in den Fokus stellt. Denn häufig sind es die kleinen Dinge oder kurzen Augenblicke, die unserem Leben einen nachhaltigen Sinn geben, die uns Freude schenken und es damit lebenswert machen. Auch unsere LEBENSWERT-Studie bestätigt uns, dass Familie, Freunde und Liebe jene wertstiftenden Faktoren sind, die unser Leben lebenswert machen,“ so Michael Miskarik. Den Preis nahm er gemeinsam mit Marketingleiterin **Astrid Valek** und **Dorota Majewska** (Brand + Institut für mehrdimensionale Markenentwicklung) entgegen.

Den Werbe-Amor in Silber erhielt Juwelier VON KÖCK. Übernommen wurde der Preis von **Felix** und **Reinhard Köck** persönlich. Über den Bronze-Amor freute sich **Michael Duscher** von der Niederösterreich Werbung. „Dieses Jahr war ein besonderes Jahr und das spiegelt sich auch in vielen Werbesujets wider. Nicht jede Kampagne, die Anfang des Jahres noch

geplant war, konnte umgesetzt werden. Dafür entstanden viele großartige Kampagnen, die in kürzester Zeit geplant und kreiert wurden“, gratulierte **Prok. Stefan Lechner**.