



KURIER Werbe-Amor: Alles neu beim Publikumspreis. Das Rennen um das beste Printsujet Österreichs ist eröffnet

19.04.2022 | Kunde: KURIER Werbe-Amor | Ressort: Kultur / Print / Medien |
Presseaussendung

Seit 29 Jahren zeichnet der KURIER die besten Print-Sujets des Landes mit dem „Werbe-Amor“ in Gold, Silber und Bronze aus. 2022 stellt sich Österreichs traditionsreicher Publikumswerbepreis inklusive einer Fachjurybewertung neu auf. Ab jetzt erfolgt die Vergabe in vier Stufen, wo LeserInnen sowohl online als auch offline gemeinsam mit ExpertInnen aus der Kommunikations- und Werbewirtschaft Sujets nach Branchen analysieren. KURIER Chefredakteurin Martina Salomon und Gesamtanzeigenleiter Stefan Lechner luden zum Startschuss ins Do&Co am Wiener Stephansplatz, wo im Rahmen einer Vorauswahl über die ersten Sujets abgestimmt wurde.

Honorarfreies & beschriftetes Fotomaterial & Sujets, Copyright KURIER, finden Sie auf unserer **Mediendatenbank**

Link zum Video

Wien, 19. April 2022. Mit einem „Werbe-Amor“ in Gold, Silber und Bronze würdigt das KURIER Medienhaus die beliebtesten Print-Sujets des Landes. Im 29. Wahljahr stellt sich Österreichs traditionsreicher Publikumswerbepreis inklusiv Fachjurybewertung neu auf. Ab sofort erfolgt die Entscheidung in vier Vorwahlen nach Branchen getrennt, das Publikum und die Fachjury stimmen off- und online ab und ein QR-Code für jedes Sujet erleichtert auf den Events die Abstimmung. Die finale Entscheidung erfolgt durch die KURIER-LeserInnen im Herbst. Die Siegersujets werden im Rahmen eines großen Events mit Gold, Silber und Bronze prämiert. Bei der ersten Vorabstimmung im Do&Co am Stephansplatz in Wien versammelten sich prominente VertreterInnen der Dienstleistungsbranche zur Wahl ihrer Favoriten.

Die Favoriten der Fachjury „Bereich Dienstleister“ sind:

1. Platz: Wiener Städtische
2. Platz: Kathrein Privatbank
3. Platz: Bank Austria

Die Favoriten der KURIER-LeserInnenwahl sind:

1. Platz: Kathrein Privatbank
2. Platz: Bank Austria
3. Platz: Wiener Linien

Enorme Reichweite trifft auf lange Verweildauer

Michael Miskarik, Niederlassungsleiter der HDI Lebensversicherung AG in Österreich, unterstreicht die Bedeutung des KURIER Werbe-Amors: „Für mich ist der KURIER das Medium

schlechthin in Österreich. Der KURIER hat eine enorme Reichweite und auch digital wurden unsere Beiträge sehr gut positioniert. Diese Beiträge erzielen nicht nur hohe Klickraten, sondern auch lange Verweildauern. Das beweist, dass wir zentrale Themen ansprechen, die die Menschen wirklich berühren. So etwas motiviert enorm und bestärkt mich darin, bei der Kooperation mit dem KURIER die richtige Entscheidung getroffen zu haben. Jeder Werbe-Amor ist auch ein Zeichen für die Wertschätzung meiner Mitarbeiter im Marketing, die gemeinsam mit externen Beratern einen hervorragenden Job leisten. Und auch unsere Makler fiebern bei der Wahl ums beste Sujet jedes Jahr mit.“

KURIER Chefredakteurin **Dr. Martina Salomon** : „Auch im digitalen Zeitalter ist Print nach wie vor ein hervorragender Werbeträger. Ein gedrucktes Sujet betrachtet man genauer. Aber auch im digitalen Bereich sind wir innovativ und bieten unseren Werbekunden ein attraktives Umfeld. Gute Werbung hat eine Botschaft und kann damit ein Medium aufwerten. Und unsere hervorragende Fachjury wählt die besten Sujets aus.“

Stefan Lechner erwähnte auch die Wichtigkeit von Werbung für die Wirtschaft: „Die aktuellen Krisen steigern die Bedeutung von tagesaktuellen Medien. Das sehen wir bei der positiven Auflagenentwicklung und an den Zugriffen online. KURIER Werbekunden profitieren durch eine starke Werbeleistung in einem vertrauensvollen Umfeld und daraus entsteht wirtschaftlicher Erfolg. Und nur wenn man über eine starke Wirtschaft verfügt, kann man auch die Kapazitäten bereitstellen, die es erfordert, um in der Not zu helfen. Hier geht der KURIER mit seiner ‚KURIER Familienhilfe Ukraine‘-Aktion in Kooperation mit dem Roten Kreuz mit gutem Beispiel voran.“

Mit dabei waren **Peter Kirschner** (Anima Mentis Fitness GmbH), **Michaela Bartaun** (Ergotherapie Austria-Bundesverband), **Regina Haberhauer** (Erste Asset Management GmbH), **Stephan Scoppetta** und **Herta Scheidinger** (Feuereifer Media Relations GmbH), **Andreas Ladich** (Flughafen Wien AG), **Gerhard Schlögel** (GS mediaprojekte KG), **Michael Miskarik** (HDI Lebensversicherung AG), **Daniel Rosenauer** (Kathrein Privatbank AG), **Andreas Philipp** (Krankenanstalten und Schlosshotel Strobl), **Günther Haas** (RLB NÖ-Wien AG), **Anna Georgiades** (Spanische Hofreitschule), **Klaus Karnutsch** (The Cambridge Institute), **Markus Wagner** (UniCredit Bank Austria AG), **Raphaela Vallon-Sattler** (Vallon Relations & Coaching GmbH), **Sabine Toifl** (Wiener Städtische Versicherung AG), **Petra Krestan-Schön** (WU Executive Academy)

Mehr Infos:

KURIER Werbe Amor

