

H+ EFFIE AWARDS EUROPE

Carl Nann holt einzigen Euro-Effie für Deutschland

von **Bärbel Unckrich** (/news/authors/?id=31)

Freitag, 15. Januar 2021



© Youtube

Die Hamburger Agentur Carl Nann überzeugte die Jury der Effie Awards Europa mit der Yamaha-Kampagne „Make Yourself Heard“

Während sich der vom GWA organisierte Effie Germany vorigen Herbst über eine Rekordanzahl von Einsendungen freuen durfte, scheint die Beteiligung der deutschen Agenturen beim europäischen Effie-Pendant weniger groß gewesen zu sein. Das lässt zumindest die Gewinnerliste vermuten, auf der sich nur ein deutscher Teilnehmer befindet: Carl Nann.

Die Hamburger Agentur gewinnt Bronze bei den Effie Awards Europe für die Online-Kampagne "Make Yourself Heard", die im Auftrag von **Yamaha Music Europe** entstanden ist. Es handelt sich dabei um eine Aktivierungskampagne mit drei verschiedenen Kurzfilmen, die in sieben

europäischen Märkten eingesetzt wurde. Die Spots wurden auf Youtube von insgesamt 37,7 Millionen Usern angesehen, bei Instagram erzielte der Auftritt 149 Millionen Impressions. Im europäischen Raum stieg der Abverkauf der Musikinstrumente von Yamaha im Vergleich zum Vorjahreszeitraum signifikant im einstelligen Bereich; im deutschen Markt alleine im Dezember 2019 sogar deutlich im zweistelligen Bereich.

Yamaha Music Europe "Piano Girl"

Make A Start | Make Yourself Heard | Make Waves | Digital Pianos | Ya...



Dieses Jahr schafften es 35 Arbeiten von 23 Agenturen aus 13 europäischen Ländern auf die Gewinnerliste des Effektivitätswettbewerbs. Die **McCann Worldgroup** kann sich über den Titel "Agency of the Year" freuen. Das Team räumte gleich acht Trophäen ab: zweimal Gold, dreimal Silber und dreimal Bronze für Kampagnen im Auftrag von Tele 2, Aldi, Help for Heroes und Teya Pharmaceuticals. Der Grand Effie geht dieses Jahr an die slowakische Agentur **Triad Advertising** in Bratislava. Sie überzeugte mit der Kampagne "Savings Therapy" für die **VUB Bank**. Hier ging es darum, die Slowaken von den Vorteilen des Sparens zu überzeugen. Die angepeilten Kampagnenziele konnten um 150 Prozent übertroffen werden.

Den Vorsitz der Grand Jury hat in diesem Jahr **Hélène Dusseaux**, Senior Director Brand Building &

Communication bei **Procter & Gamble**, übernommen. Sie sagt: "Dieses Jahr haben wir besonderen Wert darauf gelegt, Ideen auszuzeichnen, die wirklich funktionieren und unsere gesamte Branche unterstützen und ermutigen. Mit dem Grand Effie zeichnen wir nicht nur ein hohes Maß an Kreativität aus, sondern würdigen auch den gesellschaftlichen Beitrag dieser Kampagne." *bu*

Kommentare

Ihre E-Mail-Adresse wird weder veröffentlicht noch weitergegeben. Notwendige Felder haben einen *

Ihr Kommentar *

Spielregeln (/service/spielregeln/)

KOMMENTAR ABSENDEN

Themen

EFFIE (/SUCHE/THEMA/EFFIE)

CARL NANN (/SUCHE/THEMA/CARL+NANN)

REKORDANZAHL (/SUCHE/THEMA/REKORDANZAHL)

GERMANY (/SUCHE/THEMA/GERMANY)

GEWINNERLISTE (/SUCHE/THEMA/GEWINNERLISTE)

YAMAHA (/SUCHE/THEMA/YAMAHA)

GWA GESAMTVERBAND KOMMUNIKATIONSAGENTUREN (/SUCHE/THEMA/GWA+GESAMTVERBAND+)