

Effektivität

Das sind die Gewinner der Effie Awards Europe

Die McCann Worldgroup ist Agentur des Jahres. Die slowakische Agentur Triad gewinnt den Grand Prix und Carl Nann bringt für Deutschland einen Bronze-Effie nach Hause. Die Sieger:innen im Überblick.

Text: Conrad Breyer 15. Januar 2021



Foto: Effie

Die Gewinner der Effie Awards Europe 2020 sehen fest. Im Rahmen einer virtuellen Preisverleihung

haben die Veranstalter:innen vom European Association of Communications Agencies die siegreichen Agenturen jetzt bekannt gegeben. Wichtigstes Ergebnis: Die McCann Worldgroup wird Agency of the Year mit zweimal Gold, dreimal Silber und dreimal Bronze. Der Effie zeichnet die effektivsten Marken, Vermarkter und Agenturen in Europa aus.

Carl Nann für Deutschland

Insgesamt hat der europäische Effie für das vergangene Jahr 35 Trophäen an 23 Agenturen aus 13 Ländern in ganz Europa vergeben. Die Gewinner wurden von einer internationalen Jury aus Agentur- und Kundenvertreter:innen unter dem Vorsitz von Claudia Kuhn, Brand Building and Integrated Communication Manager bei Procter and Gamble, sowie Brian McCarter, Chief Strategy Officer, EMEA bei Ogilvy, ausgewählt. **Hier ist die Liste mit allen Gewinner:innen.**

Als einzige deutsche Agentur überzeugte mit der Online-Kampagne "**Make Yourself Heard**" für Yamaha Music die Agentur Carl Nann, ehemals FCB Hamburg, in der Kategorie Konsumgüter. "Wir freuen uns wirklich sehr über den tollen Jahresauftakt, den uns dieser Effie Award in Bronze beschert", sagt Mitinhaber Christoph Nann. Als Chefkreativer der damals noch unter FCB firmierenden Agentur hatte er gemeinsam mit seinem Team die digitale Aktivierungskampagne für Yamaha Music entwickelt und umgesetzt. Mit

großem Erfolg, wie eine Analyse in sieben europäischen Märkten ergab, wo drei verschiedene Kurzfilme zum Einsatz kamen. Hero war der Kurzfilm "Piano-Girl"; sehen Sie selbst:

— ANZEIGE —

Make A Start | Make Yourself Heard | Ma...



In Europa lief die Aktivierungskampagne von Oktober 2019 bis Ende Januar 2020; umgesetzt hat sie die Mediaagentur Hearts & Science in Düsseldorf. 37,7 Mio. User haben sich die drei Kurzfilme auf YouTube angesehen, 149 Mio. Total Impressions wurden auf Instagram erzielt. Im europäischen Raum stieg der Abverkauf der Musikinstrumente von Yamaha im Vergleich zum Vorjahreszeitraum im einstelligen, im deutschen Markt im Dezember 2019 sogar im zweistelligen Bereich.

Grand Prix für Slowakei

Der prestigeträchtige Grand Effie ging an TRIAD für

die Kampagne "Savings Therapy", die für die VUB Bank warb. Die Kampagne sollte Menschen zum Sparen bewegen und gleichzeitig die Produkte der Bank bewerben. Der Clou der Story: Nicht-Sparen wurde in der Kampagne wie eine schlechte Angewohnheit behandelt. Die Therapie zielte darauf ab, die Menschen süchtig nach dem Sparen zu machen. Tatsächlich legten die Slowak:innen in Folge dreimal mehr Geld zurück als im Vorjahr und erfüllten die Ziele des Finanzinstituts um 150 Prozent. Der Case-Film dazu ist bislang leider nur in slowakischer Sprache verfügbar:



"Besonders in diesem Jahr war es der Jury des Grand Effie wichtig, Ideen zu feiern, die funktionieren, um unsere Branche zu ermutigen", sagt H el ene Dusseaux, Senior Director Brand Building & Communication bei Procter & Gamble, die die Sitzung der Grand Jury moderierte. "Mit dem Grand

EFFIE AWARDS EUROPE 2020 | 1. bis 10. November 2020 | 10. bis 11. November 2020
W&V+

W&V Data

Marketing

Agenturen

Medien

Tech

Karriere

Specials

Podcast

Events &

Akademie

Jobs

Newsletter

Whitepaper

Mediadaten

Abo

Webinar

WerWoWas

Dossier

Services

Verlag E-

Paper

[Kontakt](#) | [Impressum](#) | [Disclaimer](#) | [Datenschutz & Pflichten](#) | [Datenschutz-](#)

[Einstellungen](#) | [AGB](#)

Folgen Sie uns: [!\[\]\(fa03f7688acce2280e23104ced18e610_img.jpg\)](#) [!\[\]\(ce13e79675f0f89c3f7801335d664a07_img.jpg\)](#) [!\[\]\(f3346440f4c2b8f2761eca207df7f18a_img.jpg\)](#) [!\[\]\(c2a65febe5f5b63cf44c25387e529a5a_img.jpg\)](#) [!\[\]\(16e3fa3a4bdbc600ff881d9b0a79b17f_img.jpg\)](#) [!\[\]\(9d55563ce6e5c6e2610912c9629093a4_img.jpg\)](#)

Um den Lesefluss nicht zu beeinträchtigen wird in unseren Texten nur die männliche Form genannt, stets sind aber die weibliche und andere Formen gleichermaßen mitgemeint.

X

\$h2

\$hl

X