

CLASSIC DRIVER



T-Online, InteractiveMedia und Horizont verleihen New Media Award 2005

28. Februar 2005 | Classic Driver



Bereits zum neunten Mal verliehen T-Online, InteractiveMedia und Horizont am 24. Februar 2005 in Frankfurt am Main den New Media Award an die besten Online-Werbekampagnen.

Die Auszeichnung wurde in den fünf Kategorien ‚young creation‘, ‚permission‘, ‚online‘ und ‚crossmedia‘ sowie als Publikumspreis ‚people‘ vergeben. „Der New Media Award hat auch in diesem Jahr dazu beigetragen, Online-Werbung über die Branchengrenzen hinaus bekannt zu machen“, sagte Burkhard Graßmann, Mitglied des Vorstands von T-Online. „Es war eine gelungene Preisverleihung, mit spannenden Kampagnen, anregender Moderation und hochkarätigen Gästen.“

Für den Nachwuchspreis ‚young creation‘ galt es, eine besondere Aufgabe zu erfüllen: Die Teilnehmer sollten eine Online-Werbekampagne für die Marke Musicload entwickeln. Gewonnen haben hier ganz klar das Kreativ-Duo Andreas Herde und Alexander El-Meligi. Die jungen Talente überzeugten die Juroren mit ihrer außergewöhnlichen Online-Werbekampagne ‚Your Tunes on Time!‘. „Die Einsendungen für den NMA zeigen, wie kreativ und unterhaltend Online-Werbung sein kann“,

sagte Arndt Groth, Geschäftsführer von InteractiveMedia. „Besonders die Leistungen unseres Nachwuchses in der Kategorie ‚young creation‘ sowie die gestiegene Interaktivität und Multimedialität der Kampagnen waren beeindruckend.“



In der Kategorie ‚permission‘ bestimmte in diesem Jahr erstmals das Publikum per SMS-Saal-Voting den Gewinner. Über 40 Prozent entschieden sich für die ‚Weihnachtsgrüße mit Stern‘ von GFT Media. Die Sieger-Kampagne, ein interaktives Online-Special zur Kundenbindung und -gewinnung, verknüpft Internet- und Mobilkommunikation.

Der Preis in der Kategorie ‚online‘ ging an die Münchner Agentur Plan.Net Gruppe. Die Kampagne für Weight Watchers setzt das schwierige Thema ‚Diät‘ außergewöhnlich gut um und konnte sich so von den Konkurrenten abheben.



Als beste ‚crossmedia‘-Kampagne kürte die Jury die Kampagne ‚NACHTZECHE 2004‘ von der Agentur Con Carne. Die Kampagne überzeugte, weil sie Werbung in Online- und Offline-Medien gekonnt miteinander verbindet und sich eng an der Zielgruppe orientiert.

Zur Web-Persönlichkeit des vergangenen Jahres wählten die Internet-Nutzer Lothar Korn, Leiter Global Advertising Mercedes-Benz PKW bei DaimlerChrysler AG. Unter seiner Leitung nutzt der Automobilhersteller das Internet immer häufiger als einen der zentralen Kommunikationskanäle zum Beispiel bei der Einführung der A-Klasse.



Weitere Informationen zur Preisverleihung und den Gewinnern erhalten Sie unter www.newmediaaward.de.

Text: [Anja Wachsmann / New Media Award](#)

Foto: New Media Award

<https://www.classicdriver.com/de/article/t-online-interactivemedia-und-horizont-verleihen-new-media-award-2005>

© Classic Driver. All rights reserved.