

## MEDIENMITTEILUNG

0 Zeichen inkl. Leerzeichen

## MEDIENMITTEILUNG

### **Wunderman Thompson Switzerland gewinnt den Goldbach Crossmedia Award 2020**

**Küsnacht, 22.10.2020. Bereits zum 16. Mal wurde heute Abend in der Samsung Hall der Goldbach Crossmedia Award verliehen. Die Kampagne «Migros Ice Tea Beats» von Migros-Genossenschafts-Bund gewinnt den Award. Unter den 24 eingereichten Kampagnen hat Wunderman Thompson Switzerland die Jury am meisten begeistert.**

Heute Abend wurde zum 16. Mal der Goldbach Crossmedia Award vergeben. Zum dritten Mal fand der Event im Rahmen der Award Night von Best of Swiss Web in der Samsung Hall statt. Die 14-köpfige unabhängige Fachjury unter der Leitung von Marco Taborelli (Marco Taborelli Consulting) hat sich für die Kampagne «Migros Ice Tea Beats» von Wunderman Thompson Switzerland entschieden.

Da Musik nachweislich die Wahrnehmung von Geschmack beeinflusst, hat Migros mit einer interaktiven Kampagne von Wunderman Thompson Switzerland die junge Zielgruppe aufgefordert, eine neue Ice-Tea-Geschmacksrichtung zu kreieren. Dank einem Sound & Video-Mixer konnten die jungen Kunden auf IceTeaBeats.ch aus Ice-Tea-Zutaten ihr persönliches Musikvideo erstellen. Eine digitale Mobile-First-Plattform übersetzte Zutaten in Beats und Melodien und ermöglichte unendlich viele Geschmacks-Kompositionen, die auf Social-Media-Plattformen geteilt werden konnten. Aus den digitalen Kompositionen wurden vier neue Ice-Tee-Sorten ausgewählt und produziert. Diese mischten während vier Wochen die Verkaufsregale auf und konnten online bewertet werden. Voting und Verkaufszahlen kürten schliesslich das neue Sieger-Produkt: Das neue Geschmackserlebnis «Wassermelone/Kiwi» gibt's seit September 2019 dauerhaft im Sortiment.

Neben der Gewinnerkampagne wurden am Crossmedia Award auch die Zweit- und Drittplatzierten

ausgezeichnet. Die Kampagne von Edelweiss Air «Catch a Flight to Buenos Aires» von thjnk Zürich erhielt Silber. Der dritte Platz ging an die Bank CLER mit ihrer Kampagne «Zak. Banking braucht nur ein Smartphone», umgesetzt von der der Agentur Heimat Zürich und PHD Media Schweiz.

Zum ersten Mal wurde dieses Jahr auch der Publikumspreis vergeben. Während mehrerer Wochen konnte die Schweizer Werbebranche abstimmen, welche ihre Lieblingskampagne sein soll. Knapp 1600 Personen haben ihre Stimme abgegeben. Klarer Sieger ist das sympathische Arosa Bärenland mit 18% der Stimmen.

2132 Zeichen inkl. Leerzeichen