

## Die Sieger Progress-Out-of-Home-Jahrestrophy

**Frühlingszeit ist Auszeichnungszeit: Am 15. Mai wurden nicht nur die Progress-Out-of-Home-Trophies an die Besten der Salzburger Werbebranche verliehen, die Progress Werbung feiert ihren 65. Geburtstag und wird als zweites Unternehmen in der Geschichte Salzburgs mit dem Salzburger Stadtwappen ausgezeichnet.**

### **65 Jahre Werbung, 65 Jahre Out-of-Home und 65 Jahre Entwicklung**

Die Progress Werbung feiert ihren 65. Geburtstag und das kein bisschen leise, denn Außenwerbung hat einen ganz besonderen Stellenwert in der Gesellschaft. Sie ist Information, Unterhaltung, Werbung und Stadtbild in einem. Als die Progress Werbung 1958 mit einem Drei-Mann-Büro in der Linzergasse begann, ging es hauptsächlich um Plakate und Litfaßsäulen. Heute, 65 Jahre später, ist Außenwerbung ein Teil des Stadtbildes, Teil unseres Informationsnetzwerkes und ein nicht wegzudenkender Faktor in der Werbebranche. „Die Entwicklungsgeschwindigkeit in Out-of-Home ist enorm, die Möglichkeiten mittlerweile fast unbegrenzt. Was früher noch undenkbar war, ist jetzt Standard. Die nächsten Schritte sind Hologramme, noch mehr Digitalisierung und Programmatic Advertising“, erklärt Fred Kendlbacher von der Progress Werbung.

### **Rund 7.000 Salzburger haben gewählt**

Am 15. Mai wurde den Siegern der Progress-Out-Of-Home-Trophy im Rahmen einer feierlichen Zeremonie und einem anschließenden Fest die Jahrestrophy auf der Bühne OVAL im EUROPARK verliehen. Gewählt von der Salzburger Bevölkerung sieht man bei den besten Kampagnen, dass die Werbeträger immer kreativer genützt werden:

Formatsprengungen, kreative Gestaltung außerhalb des Rahmens und clevere Claims. Der Mensch ist von Natur aus neugierig und je mehr Neugier ein Sujet weckt, desto höher und schneller erhält es Aufmerksamkeit und desto besser erinnert sich die Zielgruppe. „Die Siegersujets haben es geschafft mit Adrenalin erzeugenden Claims, der Ausnützung neuer Möglichkeiten und dem Ansprechen aller Sinne zu punkten. Wir gratulieren aufs Herzlichste!“, ist Dominik Sobota von der Progress Werbung begeistert.

### **Stadtwappen für Progress Werbung**

Bürgermeister Harald Preuner hat im Rahmen der 65-Jahre-Progress-Feier als zweitem Salzburger Unternehmen das Salzburger Stadtwappen verliehen. Das Tragen des Wappens steht Körperschaften, die in ihrer Stadtgemeinde hervorragende Tätigkeiten entfalten, zu. Das Wappen der Stadt Salzburg geht auf das seit 1249 belegte Stadtsiegel zurück. Es zeigt in Rot eine gezinnte Stadtmauer, in deren Mittelteil sich ein Stadttor mit offenen Torflügeln befindet. Hinter der Stadtmauer erheben sich drei Türme mit goldenen Dächern und silbernes Mauerwerk. Mit der Verleihung des Wappens ist die Progress Werbung berechtigt, das Wappen auf den Werbeträgern für die Verdienste um die Stadt Salzburg zu positionieren. Wir sind sehr stolz, dass uns eine solche Ehre zu Teil wird.“, freut sich Fred Kendlbacher im Namen des gesamten Teams der Progress Werbung.

### **Im Spannungsfeld zwischen digital und analog**

2022 war das erfolgreichste Jahr seit Bestehen. Durch den Fokus auf Innovationen und dem gleichzeitigen Spannungsfeld zwischen digital und analog haben die Kunden den Mehrwert der Kombinationsmöglichkeiten erkannt. „Quasi zwischen Litfaßsäule und digitalen Premium Screen hat sich der Mediamix stark in Richtung Out-of-Home als Fenster zu Social Media weiterentwickelt“, fasst Dominik Sobota von der Progress Werbung den Trend zusammen und stellt das neueste Baby der Progress Werbung vor: „Die Eventsäule hat 2023 das Licht der Außenwerbewelt erblickt und ist die perfekte Verbindung zwischen gelerntem Medium und Social-Media-Kampagnen“. „In den letzten Jahren hat sich im Out of Home-Bereich sehr viel getan und wir sind überaus stolz, dass wir der mittlerweile größter Anbieter bei den neuen digitalen Entwicklungen sind. Und als Vorreiter in Bezug auf Technik, Umsetzungsmöglichkeiten, Kreativität und Innovation agieren. Ich bin gespannt auf die nächsten 65 Jahre“, strahlt Fred Kendlbacher von der Progress Werbung.

## Alle Sieger im Überblick:

### Kategorie: City Light



#### 1. Platz:

##### Unternehmen: Erlebnis-Therme Amadé

Mit einem City Light auf dem es richtig rund geht und auch gleich der Adrenalinkick einsetzt, gewinnt die Erlebnis-Therme Amadé Gold für das beste City Light.



#### 2. Platz:

##### Unternehmen: Camerata Salzburg

##### Agentur: Moritz Wizany

Mit dem musikalischen Feuer zur Jubiläumssaison sichert sich die Camerata Salzburg Silber für das City Light.



#### 3. Platz:

##### Unternehmen: Messezentrum Salzburg

Das weiße Gold des 21. Jahrhunderts ist Netzwerken. Es fördert die Innovation und schafft neues Wachstum und bringt Salz21 Bronze für das City Light.

## Kategorie: Rolling Board



### 1. Platz

**Unternehmen: FC Red Bull Salzburg**

**Agentur: CREATIVE TACTICS**

Mit dem impactstarken und kraftvollen Rolling Board für das Achtelfinalsujet „Unter den besten 16 Europas“ holt sich der FC Red Bull Gold.



### 2. Platz:

**Unternehmen: Gletscherbahnen Kaprun AG**

**Agentur: Kampagneros**

Für die klare Ansage und das Lustmachen auf Glitzerschnee in luftigen Höhen sichern sich die Kapruner Bergbahnen Silber für das coole Gletscherfeeling.



### 3. Platz:

**Unternehmen: WOERLE**

Fünf Generationen, eine Leidenschaft: Käsegenuss mit Herz, so verdient WOERLE sich Bronze für das Rolling Board.

Kategorie: Plakat



1. Platz:

Unternehmen: Stiegl

Agentur: Picker PR

Ein 16-Bogen-Plakat mit 100 % Bier, 0,0 % Alkohol und 100 % Stolz bringt Stiegl Gold für das beste Plakat.



2. Platz:

Unternehmen: Winterfest

Agentur: Pratter comm.design

Das Winterfest kündigt mit der Sawdust Symphony auf dem City Light eine Welt an, die manchmal überraschend ist und erhält für die fantastische Mischung aus Poesie und bizarrem Humor gar nicht überraschend Silber.



3. Platz

Unternehmen: WK Salzburg/Versicherungsagenten

Agentur: COCO Communication

„Wird scho pass'n" ist zwar ein österreichisches Motto, aber manchmal ist es besser, richtig gut versichert zu sein. Und echt sicher sein kann man sich mit den Versicherungsagenturen von der WKS: Bronze für den lässigen Spruch auf dem City Light.

**Kategorie: Altstadtgarage**



**1. Platz:**

**Unternehmen: Gasteiner Bergbahnen**

**Agentur: HellWeiß Kreativ**

Mit Bergen voller schöner Augenblicke und einer Vitrine die Lust auf Powder macht, gewinnen die Bergbahnen Gastein Gold für die beste Altstadtwerbung.



**2. Platz:**

**Unternehmen: Dogstyler**

Ein Fenster ins Hundeherz, eine lässige Produktübersicht und die Ausnützung der gesamten Vitrine bringt Dogstyler die Trophy in Silber.



**3. Platz:**

**Unternehmen: Stadtgemeinde St. Johann / Sektion Liechtensteinklamm**

Mit den schönsten Schluchten als Eyecatcher auf der Doppelwerbetafel holt sich das Naturschauspiel im Salzburgerland von der Stadtgemeinde St. Johann Bronze.

## Digital OOH



### 1. Platz:

**Unternehmen: Schmittenhöhebahn AG / Zell am See-Kaprun Tourismus**

Im Kreis des Genusses lässt es sich gut Skifahren und dank ausdrucksstarkem Sujet auf dem Mega Premium Screen holt sich die Schmitten Gold für die beste digitale Bespielung.



### 2. Platz:

**Unternehmen: Volkswagen Österreich**

**Agentur: PMC**

Mit einer absolut kraftvollen supermodernen E-Performance kombiniert mit einer fließenden Silhouette kündigt VW den neuen ID.5 auf dem Rolling Board an und holt sich dafür Silber.



### 3. Platz:

**Unternehmen: Hochkönig Bergbahnen**

Das Hochkönigskigebiet verzaubert uns auf dem digitalen Screen direkt auf die winterlich verschneiten Pisten und für das „Freiheit ohne Ende“-Gefühl gibts Bronze.

**Kategorie: Innovative & Ambient**



**1. Platz**

**Unternehmen: EUROPARK**

**Agentur: studiosteinerwender**

Für die superkreative Gestaltung des Wartehäuschens vor dem Schloss Mirabell mit den beiden beleuchteten City Lights flankiert von Blumenpracht geht die Auszeichnung in Gold klar an den EUROPARK.



**2. Platz**

**Unternehmen: FORUM 1**

**Agentur: Communication MINTMIND**

Durch Formatsprengung, Akkubetrieb und LED-Beleuchtung war die Litfaßsäule mit Forum1-Überraschungsei ein richtiger „Ei-Catcher“ und holt sich Silber.



**3. Platz:**

**Unternehmen: Stadt Salzburg**

**Agentur: Academy Werbeagentur**

**Künstler: Clemens Birsak**

Das Wimmelbild der Stadt Salzburg, das auf einem 16-Bogen-Plakat mit den vielen vielen unsichtbaren Helfer der Stadt beeindruckt, erhält die Auszeichnung in Bronze.

## Transport Media



**1. Platz:**

**Unternehmen: proHolz Salzburg**

Der Verein proHolz Salzburg zeigt uns auf dem Bus im Windows Total Look, wie nachhaltiger Einsatz vom Rohstoff Holz in Zukunft ausschauen kann und sichert sich Gold für die spannende Rundumbeklebung.



**2. Platz:**

**Unternehmen: VOGLAUER**

Von der Natur inspiriert, hat Voglauer auf dem Jumbo Heck nach Familienzuwachs gesucht und holt sich für das superansprechende Transport-Media-Sujet Silber.



**3. Platz:**

**Unternehmen: WIENER STÄDTISCHE Versicherung AG**

Die Wiener Städtische hat im Windows Total Look nicht nur für einen guten Job gesorgt, sondern auch für einen guten Look und verdient sich für die ansprechende HR-Kampagne Bronze.