

Progress Out of Home Trophy: Best of Vorarlberg

Wenn ganz Vorarlberg entscheidet: Campus Christus, Julius Blum und Rondo Ganahl sind die Gewinner:innen der Progress Out of Home Trophy Vorarlberg.

Wenn ganz Vorarlberg klickt, votet und mitredet, steht fest, wer draußen wirklich abräumt: Campus Christus, Julius Blum und Rondo Ganahl sichern sich bei der Progress Out of Home Trophy 2025 „Best of Vorarlberg“ den Publikums-Award für die stärksten Out of Home-Kampagnen des Landes. Gefeiert wurde der Dreifach-Erfolg am 24. März im stilvollen Ambiente des Jonas Schössles in Götzis, wo die Vorarlberger Kommunikationsszene die Sieger:innen hochleben ließ.

Bei der Progress Out of Home Trophy hat das Publikum das letzte Wort: Aus zwölf Monatsbesten wählten die Vorarlberger:innen jene Out of Home-Kampagnen, die 2025 im öffentlichen Raum am eindrucklichsten gewirkt haben. Die Verleihung im Jonas Schössle entwickelte sich zu einem lebendigen Treffpunkt für Wirtschaft, Kreativbranche und Medien – mit intensivem Austausch, Fachgesprächen und frischen Impulsen für künftige Außenwerbekonzepte.

Ein Highlight war die Keynote von KI-Experten Marco Moosbrugger (AI Development e.U.), der zeigte, wie Unternehmen Künstliche Intelligenz bereits heute nutzen können, um beispielsweise auch Planung, Wirkungsmessung und Kreativität von Out of Home-Kampagnen gezielt zu stärken.

Gesehen. Gemocht. Gekrönt.

An der Spitze der Gewinner:innen steht Campus Christus mit „Gott isch ma unterku“ – ein einziges Dialekt-Statement, reduziert gestaltet, klar in der Haltung und emotional in der Wirkung. Den zweiten Platz belegt Julius Blum mit „Deine Ausbildung? BLUM!“, einer Kampagne, die Lehre selbstbewusst, zeitgemäß und nah an jungen Menschen inszeniert. Rondo Ganahl komplettiert mit „Gemeinsam. Gestalten. Anpacken.“ das Siegertrio: ein Sujet, das Teamgeist, Vielfalt und Tatkraft in einer prägnanten Bildidee sichtbar macht.

Die drei Kampagnen führen eindrucksvoll vor Augen, was Out of Home leisten kann: klare Motive, starke Zeilen, Geschichten, die in Sekunden ankommen – und Botschaften, die im Gedächtnis bleiben.

Stimmen zur Progress Out of Home Trophy

Dominik Sobota, Geschäftsführer der Progress Werbung, betont:

„Alle drei Kampagnen zeigen, wie sich große, entscheidende Themen in etwas Nahbares und Menschliches übersetzen lassen. Genau so wirkt Out of Home: als sympathischer, verlässlicher Begleiter im öffentlichen Raum, der nicht weggewischt oder weggeswiped werden kann, sondern unaufdringlich präsent bleibt, gesehen wird und Gespräche anstößt. Out of Home sorgt für Sichtbarkeit und Markenvertrauen – mitten im Alltag der Menschen. Wir gratulieren allen Platzierten sehr herzlich.“

Markus Steurer, B.Sc., Geschäftsleitung Progress Werbung Vorarlberg, ergänzt:

„Die starke Beteiligung von mehr als 4.500 Personen am Online-Voting war für uns ein klares Signal: Die Menschen schauen hin, sie haben eine Meinung und sie bringen sich ein. Außenwerbung wird nicht nur gesehen, sie wird gemocht, diskutiert und mitentschieden. Wer es schafft, auf diese Weise Herzen und Köpfe zu erreichen, macht mehr als Werbung – er schafft Bilder und Botschaften, die bleiben.“

Gewinner Sujets

1. Platz:

Kunde: Campus Christus

Agentur: die3 Agentur für Werbung und Kommunikation GmbH

Stärken: Das Sujet holt junge Menschen mit Dialekt und einer klaren Entscheidungsfrage direkt in ihrer Lebensrealität ab und lenkt durch die reduzierte Gestaltung mit starkem Farbkontrast und QR-Code wirkungsvoll auf die Botschaft und den nächsten Schritt.



progress

out of home media

2. Platz:

Kunde: Julius Blum GmbH

Agentur: Lighthouse GmbH

Stärken: Das Sujet spricht Jugendliche direkt an („DEINE AUSBILDUNG?“) und verknüpft die klare Markenantwort „BLUM!“ mit einem starken Nutzen: Matura machen während der Arbeitszeit. Das Setting in der Werkstatt und der Button „JETZT BEWERBEN!“ machen das Angebot greifbar und führen die Zielgruppe ohne Umweg zur Bewerbung.



3. Platz:

Kunde: Rondo Ganahl AG

Stärken: Die Jugendlichen in den Kartons sind eine starke Metapher für Anpacken, Anpassungsfähigkeit und Flexibilität. In Kombination mit den übersichtlich dargestellten Lehrberufen transportiert das Sujet die Botschaft „Wir suchen Lehrlinge“ direkt, modern und leicht verständlich.

