

MediaCom wird beim Festival of Media Global Awards 2020 zum Agency Network of the Year gekürt

AWARD WINNING

08 OCT 2020

Die Agentur erhält den Hauptpreis nach 16 gewonnenen Auszeichnungen

MediaCom wurde beim Festival of Media Global Awards 2020 erneut zum Agenturnetzwerk des Jahres gekürt. Die Agentur hat am Donnerstag, den 1. Oktober, bei einer virtuellen Zeremonie die Auszeichnung entgegengenommen.

Dies ist das dritte Mal in vier Jahren, dass MediaCom beim Festival of Media Global Awards den Hauptpreis erhält. Zu den Erfolgen im Jahr 2020 gehören 8 Gold-, 4 Silber- und 5 Bronze-Trophäen. Die *Sons Share the Load*-Kampagne von MediaCom Indien für Ariel gewann dabei in zwei Kategorien.

Zu den ausgezeichneten Marken gehören unter anderem Always, Head & Shoulders und

KLM. Insgesamt steuerten 12 Marken und 8 MediaCom-Standorte zur Trophäensammlung bei. Die Agentur schaffte es im Vorfeld zudem mit 43 Einträgen auf die Shortlist.

Die Festival of Media Global Awards würdigen herausragende Leistungen in Media-Thinking auf der ganzen Welt und zeichnen besonders innovative und effektive Arbeiten aus.

Mit diesen Ergebnissen behält MediaCom seine gute Performance bei globalen Preisverleihungen bei. In den letzten drei Jahren wurde MediaCom unter anderem von Cannes Lions, WARC und Campaign zum „Global Agency Network of the Year“ ernannt.

Über die Erfolge sagte Nick Lawson, Global CEO von MediaCom: “This is a fantastic result that reflects the hard yards that our teams put in every day delivering world class insight, strategy and execution for all our clients around the world.”

Die vollständige Liste der erzielten Gewinne von MediaCom:

Gold

- Agency Network of the Year: *MediaCom*
- The Effectiveness Award: *Head & Shoulders Say it Proud, MediaCom Indonesia*
- Impact Award: *Always Rabbi Bot, MediaCom Israel*
- Best Use of Digital Media – Mobile: *Always Rabbi Bot, MediaCom Israel*
- Best Use of Digital Media – Technology: *Fenistil Online skin analysis tool CheckDerm, MediaCom Russia*
- Best Launch or Relaunch Campaign: *KLM – We Are An Airline, MediaCom Germany*
- Best Integrated Campaign: *Ariel – Sons Share The Load, MediaCom India*
- Best Communications Strategy: *Ariel – Sons Share The Load, MediaCom India*

Silber

- Best Use of Digital Media – Technology: *Voltaren, Osteoscan, MediaCom Russia*
- Best Use of Traditional media – Print and Publishing: *Lloyds Crossword Clues, MediaCom UK*
- Impact Award: *Pantene, BrAids of Strength, MediaCom Israel*
- Best Integrated Campaign: *Pantene, BrAids of Strength, MediaCom Israel*

Bronze

- Best Direct to Consumer Marketing Campaign: *Voltaren, Osteoscan, MediaCom Russia*
- Best Campaign for a Celebration, Observation or Awareness Campaign: *Gillette, Second Shave, MediaCom Thailand*
- Best Use of Digital Media – Social Media: *Paddy Power: Save our Shirt, MediaCom UK*
- The Effectiveness Award: *Get Direct and Get Going, MediaCom USA*
- Best Campaign for a Local Brand: *Vitamilk 55 Provinces, MediaCom Thailand*

AWARD WINNING