

M&M Global Awards 2018: MediaCom ist erneut “Global Agency Network of the Year”

21 SEP 2018

MediaCom holt die begehrten Auszeichnungen Global Agency Network of the Year, Campaign of The Year und Millennial of the Year.

MediaCom wurde bei den M&M Global Awards 2018 zum vierten Mal in Folge zum Global Agency Network of the Year ernannt und gewann damit den Hauptpreis des Wettbewerbs und einen achten Sieg in den letzten zehn Jahren.

Darüber hinaus verteidigte die Agentur den Titel Campaign of the Year, mit dem in diesem Jahr die I Don't Roll on Shabbos-Kampagne von P&G Gillette aus Israel gekürt wurde. Die innovative Arbeit, die erfolgreich auf die Marke und die orthodoxe Gemeinschaft des Landes ausgerichtet ist, hat in diesem Jahr bereits zwei Cannes-Löwen sowie Gold- und Silbertrophäen beim Festival of Media Global gewonnen.

Schließlich wurde Dannielle Beechey (Global Tech Partnerships Planner, MediaCom London) für ihre Arbeit am [Mars Launchpad-Projekt](#) als Millennial of the Year ausgezeichnet. Im Rahmen des Projektes brachte sie unter anderem den ersten Chatbot für Tierberatung auf den Markt. Zudem ist sie Co-Leiterin von GeekGirl Meetup, einer Gruppe, die sich dafür einsetzt, Frauen in der Technik zu stärken, indem sie Konferenzen und gesellschaftliche Veranstaltungen durchführt und am MediaCom Pro-Bono-Projekt für UN-Frauen arbeitet.

Die drei Trophäen wurden am 20. September bei einer Zeremonie in London entgegengenommen, bei der auch die Arbeit der Agentur für P&G Gillette and Fairy (MediaCom Israel), Cerveza Victoria (MediaCom Mexiko) sowie Whisper, Big Bazaar und P&G Gillette (MediaCom Indien) als Weltklasse ausgezeichnet wurde. Darüber hinaus erhielt die Agentur 10 Highly Commended Awards.

Der diesjährige Erfolg bei den M&M Global Awards folgt auf eine starke Shortlist-Leistung, wo MediaCom mit 33 Einreichungen als leistungsstärkstes Mediaagentur-Netzwerk vertreten war.

Der Gewinn bestätigt auch die beeindruckende Leistung von MediaCom bei globalen Mediapreis-Wettbewerben. MediaCom wurde auch bei den [Cannes Lions](#), [The Festival of Media Global](#) und in der [Gunn Media 100](#) zum Media Agency Network of the Year gekürt.

Diese Auszeichnung rundet eine großartige Woche ab, in der MediaCom laut aktuellem [COMvergence New Business Report](#) zum führenden Global Agency Network und laut Diagnostics Report von RECMA zum weltweit leistungsstärksten Agenturnetzwerk für Vitalität gewählt wurde.

Stephen Allan, MediaCom Worldwide Chairman und CEO, sagt: " Our ongoing success at the M&M Global Awards is remarkable. It is testament to our teams' desire, in every market globally, to create best-in-class campaigns for each and every MediaCom client. By harnessing the power of our systems thinking approach, we're able to make a real difference to our clients' businesses. "

Folgende Gewinne konnte MediaCom bei den M&M Global Awards erzielen:

- Best Campaign led by Ambient/Traditional Media: I Don't Roll on Shabbos, P&G Gillette, MediaCom Israel
- Best Campaign led by Content: Introducing the absolutely amazing PreWash 2!, Fairy, MediaCom Israel
- Best Campaign led by Events, Experiential or Sponsorship Activation: P&G Gillette Bachelors of Shaving, P&G Gillette, MediaCom Indien
- Best Campaign led by Media: Lo Chingon Esta Aqui, Cerveza Victoria, MBA Mexiko
- Best Communication Strategy: Whisper#WingsToFly, Whisper, MediaCom Indien
- Best Integrated Campaign: I Don't Roll on Shabbos, P&G Gillette, MediaCom Israel
- Fashion, Beauty and Retail: Smart Search, Big Bazaar, MediaCom Indien
- FMCG: I Don't Roll on Shabbos, P&G Gillette, MediaCom Israel

Folgende Kampagnen wurden mit "Highly commended" ausgezeichnet:

- Automotive: Fill Up with Britain's No.1 Performance Fuel, Shell, MediaCom UK
- Best Campaign led by Digital: Anonymous, Cerveza Victoria, MBA Mexiko
- Best Campaign led by Mobile: Safety On The Road, Shell Helix, MediaCom Malaysien
- Best Campaign led by Creative Ideas: Beautiful Lengths, Pantene, MediaCom Israel
- Best Integrated Campaign: I Don't Roll on Shabbos, P&G Gillette, MediaCom Israel
- Best International Campaign: Gravity Light, Shell, MediaCom UK

- Best Local Execution of a Global Brand: I Don't Roll on Shabbos, P&G Gillette, MediaCom Israel
- Best Partnership Award: Whisper#WingsToFly, Whisper, MediaCom Indien
- FMCG: Beautiful Lengths, Pantene, MediaCom Israel
- The Effectiveness Award: Anmum YOU&B, Anmum, MediaCom Hong Kong

AWARDS