# Die Best-Mail-Sieger für das zweite Quartal 2018

**KATEGORIE 1** 

# An einen Haushalt oder als Beilage in Printmedien

Auftraggeber: MARS/M&Ms
Agentur: MediaCom – Die Kommunikationsagentur
Kontakt Agentur: Lisa Romaner
CD: Mars Austria OG
Text: Mars Austria OG
AD: Mars Austria OG
Auflage: 460.000 Stück

"Werbe-Message sehr verständlich transportiert, mit klarer Handlungsaufforderung."

-René Detter

Platz

1

Company of the process of the state of the stat

"Werbeziel + Werbewirkung durch direkten Kontakt gut erreicht (Möglichkeit des Ausprobierens)."

-Claudia Volak

"Ich vermute eine langanhaltende Wirkung durch die Inhaltsvermittlung von

Kräuterwissen als Poster."

-Michael Vaclav

"Ein wirklich hochwertiges Mailing mit Anspruch an die Ästhetik."

-Julian Wiehl

Auftraggeber: Julius Meinl am Graben GmbH Agentur: Julius Meinl am Graben Kontakt Agentur: Andreas Wastian CD: Andreas Wastian Text: Herbert Lehmann/Andreas Wastian AD: Andreas Wastian Auflage: 120.000 Stück

"Ästhetisch anspruchsvoll, informativ und gibt einen guten Überblick über Sonderprodukte. Ich würde mir das in der Küche aufhängen."

-Margaret Childs







Auftraggeber: CITYPARK GmbH

Kontakt Agentur: Jürgen Mellak CD: Jürgen Mellak, Carina Vanzetta

AD: Madeleine Lachmann, Lisa Rabl

Text: Carina Vanzetta

Auflage: 160.000 Stück

Agentur: CMM Werbe- und Positionierungsagentur OG

"Gut gedacht und gemacht!"

-Julian Wiehl

"Hier wird vermittelt: Shopping ist schön!"

-Peter Neubauer

"Gute Umsetzung, sehr verständlich für eine große Zielgruppe."

-Susanne Benda



### Jury (von links nach rechts)

Richard Mauerlechner, Weekend Alfred Kiesling, feibra Margaret Childs, Metropole Matthias Wachal, trend agency Susanne Benda, Gewista Michael Vaclav, brandREACH Claudia Volak, ÖAMTC auto touring René Detter, dmcgroup Julian Wiehl, VANGARDIST

Peter Neubauer, Peter Neubauer Consulting



### So funktioniert Best Mail

Einmal im Quartal suchen Manstein Verlag und feibra die besten Prospekte der vergangenen Saison. Eine Fachjury wählt in zwei Kategorien (adressiert und unadressiert) jeweils die drei besten Arbeiten aus.

### Wenn Sie Lust haben dabei zu sein

Schicken Sie uns bitte Ihre Einreichung samt Briefing, Werbeziel, Marketingziel, Zielgruppe, Positionierung sowie den Credits (Kreation, Kontakt, Foto, Druck etc.), Erscheinungszeitraum, Papierqualität und Auflage des Prospekts an:

Ariane Schlosser, Brunner Feldstraße 45, A-2380 Perchtoldsdorf

Tel.: 01/866 48-626 a.schlosser@manstein.at

### **KATEGORIE 2**

## An einen namentlich adressierten Personenkreis



Auftraggeber: Intersport Austria GmbH
Agentur: LDD Communication GmbH
Kontakt Agentur: Hannes Fichtinger
CD: Manuela Kritzinger
Text: Intersport Austria GmbH
AD: Manuela Kritzinger
Auflage: 1.400 Stück



"Kreativ und schön gemacht."

-Matthias Wachal

"Tolle Kreation."

-Alfred Kiesling

"Macht neugierig, wirkt hochwertig, guter Überraschungseffekt."

-Claudia Volak



"Endlich ein Mailing mit klarer Botschaft!"

-Peter Neubauer

**Platz** 



Auftraggeber: Leder und Schuh AG Agentur: LDD Communication GmbH Kontakt Agentur: Andreas Malzner CD: Manuela Kritzinger Text: Ursula Keintzel

AD: Claudia Neubacher Auflage: 190.000 Stück

**Platz** 

iden der Energiezukunft wissen, her ihr Strom kommt. Transference Size de Nortes Visibano Size de Rechts Visibano Size de Nortes Vi

"Sehr kreatives Direct Mailing. Verbund gelingt es, sich als verlässlicher Energie-Partner aus Österreich zu positionieren."

-René Detter

VERBUND - Fun - Fact":
das Fischlabyrinth am Donaukanal!

Cand Mrt der Funts of Funn (Mr) own Dana der di die There print overen, but funn (Mr) own Dana der di die There print overen, but funn (Mr) own Dana der di die There print overen, but funn (Mr) own of Mrt der Dana der di die There print overen, but funn (Mr) own Dana der di die There print overen, but funn (Mr) own Dana der Garden and der Dana der di die There are die there are di die There are die There are di die There

Auftraggeber: Verbund AG
Agentur: WE LOVE TBWA Werbeagentur GmbH
Kontakt Agentur: Irene Sagmeister
CD: Gerda Reichl-Schebesta
Text: Stefan Portenkirchner
AD: Bernhard Grafl, Martin Rausch
Auflage: 123.000 Stück

"Verbund setzt auf ein spielerisches Element und gewinnt!"

-Julian Wiehl