

StockholmMediaAward 2009**Svensk Biblioteks förening och Vizeum vinner
Grand Prix i Årets Kampanj**

Svensk Biblioteks förening och mediebyrå Vizeum vinner Grand Prix i kategorin Årets Kampanj i StockholmMediaAward för kampanjen "Library Lovers". Prisutdelning sker i samband med StockholmMediaWeek, som pågår nu på Rival i Stockholm.

Vinnarna i Årets Kampanj 2009:

Grand Prix – Svensk Biblioteks förening, "Library Lovers", Mediebyrå: Vizeum

Guld – Dagens Nyheter, "På Stan i tre kanaler", Scream Mediabyrå

Silver – Unilever, "Dove Go Fresh", Mediebyrå: Mindshare

Motivering Grand Prix:**Svensk Biblioteks förening kampanj "Library Lovers", Mediebyrå: Vizeum**

"Att driva opinion i maktens korridorer brukar alltid vara ett diskret arbete – genom samtal person till person, och skickligt placerade debattartiklar, försöker man påverka den politiska agendan. Men när man vänder på logiken, och ställer sig högljutt mitt på scenen, ja då tänker man tvärtom: den stora allmänheten ska känna till vad man vill och vad man kämpar för, och trycka på den lilla primärmålgruppen som just här bara är tre personer. Tvärtom funkar. Om inte alla gör tvärtom. Det går att göra PR på köpt reklamplats. Vi blev inspirerade av ett sant kreativt medietänkande, och påminna om vikten av en riktigt duktig mediebyrå."

Motivering Guld:**Dagens Nyheter kampanj "På Stan i tre kanaler", Scream Mediabyrå**

"All business is local" är ett gammalt talesätt som stämmer väl in på detta hantverk. När samma insikter om målgruppen som var vägledande redan vid skapandet av produkten, också använts som grund för genomförandet av denna kampanj, kan det inte bli annat än mycket bra. När samtliga valda medier, i varje detalj, har använts på ett för målgruppen högst relevant sätt, applåderar vi. Och när detta dessutom kompletteras med smarta, engagerande aktiviteter på rätt platser På Stan, vid rätt tillfällen är det självklart att Guld i StockholmMediaAward Årets Kampanj går till DN och Scream för kampanjen "DN På Stan i tre kanaler."

Motivering Silver:**Unilevers kampanj "Dove Go Fresh", Mediebyrå: Mindshare**

"Som stor multinationell aktör, med en stark position inom kategorin, är det svårt att öka en redan stor marknadsandel. Men genom att använda både traditionella och nya kreativa medielösningar, som kittlar alla sinnen, hade de näsa för succé i sin lansering av en ny linje utan att kannibalisera på sin befintliga affär. En stor och bred kampanj som samtidigt lyckades gå på djupet i konsumentinsikter och kombinera visuella och doftande kreativa medielösningar som är relevanta för målgruppen. Ibland är det bra att gå dit näsan pekar..."

Bedömningskriterier:

Årets mediekampanj mot en definierad målgrupp belönar en annonsör och dennes mediebyrå för ett effektivt, disciplinoberoende, oväntat, och kreativt anslag. Kampanjen skall kännas nydanande, innovativ, och helst utmana traditionella medielösningar.

För mer information, vänligen kontakta:

Marina Karlsson, *projektledare för StockholmMediaWeek*, Sveriges Mediebyråer
070-365 81 89, marina.karlsson@sverigesmediebyraer.se

Katarina Jerndahl, *Electrolux - juryordförande Årets Kampanj och Årets Annonssör*
08-619 96 21, katarina.jerndahl@electrolux.se