

123 Projekte gewinnen den Annual Multimedia Award 2014 24 x GOLD und 99 x SILBER

Berlin, Oktober 2013: Hitzig und kontrovers wurde diskutiert. Nach mehrtägiger Sitzung hat sich die Annual Multimedia Jury geeinigt und 123 Produktionen aus 438 Einsendungen prämiert: 23 Webseiten/Portale, 19 Mobile Apps und 13 Microsites. Dicht darauf folgen mit zehn ausgewählten Arbeiten die Crossmedialen Kampagnen, neun Produktionen aus dem Bereich Event / Installation und sieben Social Media-Projekte sowie 42 weitere Formate aus den Bereichen Web-Kampagne, Banner, Interactive Ad, Shop, Web-TV, Web-Video, Newsletter, Intranet, Content Marketing, Tool, Terminal und Digitale Sonderformate.

Die begehrte Gold-Auszeichnung erhalten 24 Arbeiten, die als Trendsetter herausstechen. Herausgeber und Jurymitglied der ersten Annual-Stunde Michael-A. Konitzer nach den Juryberatungen: „Bei der Sichtung der diesjährigen Einreichungen überzeugten uns viele crossmediale Kampagnen, uns gefiel die Qualität von Microsites und Web-Kampagnen. Das Niveau war erfreulich hoch.“ Auch sechs der über 40 eingesandten studentischen Arbeiten können sich über eine Platzierung im **Annual Multimedia Jahrbuch 2014** freuen.

Der Wettbewerb illustriert seit 1996 das digitale Werbejahr, dokumentiert den State of the Art und filtert wegweisende Arbeiten heraus. Er gibt Antworten auf Fragen nach aktuellen Standards, Möglichkeiten und Zukunftsperspektiven der digitalen Markenkommunikation.



Die Annual Multimedia Jury von links nach rechts:

Michael-A. Konitzer (Juryvorsitz), Maja Overbeck (Trendbüro München), René Lamberti (Lamberti Kreation), Regine Haschka-Helmer (Seedlab), Peter Respondek (Deutsche Telekom), Tatjana Henschel, Lars Wöhning (V2A.NET), Andreas Henkel (PROJEKTBÜRO .HENKELHIEDL) und Dirk Kedrowitsch (Pixelpark)

Foto: © Florian Reischauer

Das Jahrbuch erscheint im Dezember 2013. Es präsentiert die Gewinner-Arbeiten und gibt in vier exklusiven Artikeln informative und unterhaltsame Einblicke in die Multimediabranche.

Michael-A. Konitzer (Hg.)
Annual Multimedia 2014 - Jahrbuch für digitales Marketing
ca. 392 Seiten, vierfarbig, Großformat, 79,- Euro
ISBN 978-3-8029-0414-1
Erscheinungstermin: 5. Dezember 2013
WALHALLA Metropolitan, Berlin/Regensburg, 2013
www.annual-multimedia.de

