



PRESSMEDDELANDE 2002-11-06

"SM i direktreklam" avgjort

Elva medaljer och två hedersomnämningar delades ut när Postens nya utvidgade DR-tävling, Guldlådan, avgjordes under onsdagen. Dessutom korade publiken en vinnare i "junior-SM" för reklamskolor.

I Guldlådan tävlar uppdragsgivare och reklamskapare i tre klasser, där juryn bedömer direktreklamen ur olika aspekter: kreativitet, lojalitet respektive effekt för konsumentmarknaden och för företagsmarknaden. Guldmedaljerna gick till följande bidrag:

Kreativitet: Uppdragsgivare: Föreningen Svenska Läromedelsproducenter.
Byrå: Blanking

Lojalitet: Uppdragsgivare: Coop Forum. Byrå: Lowe Forever

Effekt B2C: Uppdragsgivare: Styrelsen för psykologiskt försvar. Byrå: Dist och Familjen

Effekt B2B: Uppdragsgivare: MarketWatch. Byrå: Monk

Var femte reklamkrona satsas på DR. Guldlådan syftar till att ge denna reklamform större uppmärksamhet. Föregångaren Guldbrevstävlingen etablerades redan 1988.

- Det görs mycket kreativ och effektiv full direktreklam i det här landet som förtjänar att lyftas fram. Vi tror att goda exempel ytterligare kan lyfta DR som marknadsföringsverktyg, säger Karin Andersson, PR-ansvarig för DR på Posten.

Berghs vann junior-SM

Parallellt med den stora tävlingen avgjordes Reklamskoletävlingen, ett slags junior-SM för DR som ska skapa utrymme för reklamelever att i större utsträckning arbeta med direktreklam och på så vis lära och förstå mediets möjligheter. Tre bidrag var nominerade, en grupp från Forsbergs och två grupper från Berghs. Efter demonstration och omröstning avgjorde publiken att en av grupperna från Berghs vunnit. Vinnarna heter Fredrik Lund, Daniel McKiernan och Marcus Janson.

Bilaga: Hela vinnarlistan

Vid frågor kontakta:

Karin Andersson, PR-ansvarig för DR, tel 08-781 3290, 073-388 3290

Postens presstjänst, press@posten.se, tel 08 - 23 10 10.

För information och bilder kring DR-dagen och Guldlådan, besök www.posten.se/guldladan

Med Postens hjälp kan meddelanden och varor levereras snabbt, säkert och kostnadseffektivt. Vi möjliggör mervärden hos våra kunder genom att kombinera fysiska och elektroniska flöden där Postens tjänster också kan integreras i våra kunders verksamhet. Kort sagt är vi experter på allt mellan "Till och Från". Med över 3000 serviceställen ger vi daglig service till 4,1 miljoner hushåll och 500.000 företag i Sverige. Varje dag hanterar vi över 20 miljoner försändelser. Med cirka 40.000 medarbetare och en omsättning på närmare 22 miljarder kronor är vi en av Sveriges större koncerner. Moderbolag i koncernen är Posten AB (publ) som ägs av svenska staten. Besök oss gärna på www.posten.se.

Hela vinnarlistan

Kreativitet - GULD

uppdragsgivare: Föreningen Svenska Läromedelsproducenter byrå: Blanking

Kreativitet - SILVER

uppdragsgivare: Södra Cell byrå: Garbergs

Kreativitet - BRONS

uppdragsgivare: NK Damunderkläder byrå: Romson

Lojalitet - GULD

uppdragsgivare: Coop Forum byrå: Lowe Forever

Lojalitet - SILVER

uppdragsgivare: Telia byrå: Grey Momentum

Lojalitet - Årets Rookie

uppdragsgivare: Nordic Shoes & Accessories AB (Wedins Norden) byrå: Åkestam&Holst

Effekt B2B - GULD

uppdragsgivare: MarketWatch byrå: Monk

Effekt B2B - SILVER

uppdragsgivare: Milko Sverige byrå: Kapacitium

Effekt B2B - BRONS

uppdragsgivare: ICA Direkt byrå: Nxt sthlm direct marketing

Effekt B2C - GULD

uppdragsgivare: Styrelsen för psykologiskt försvar byrå: Dist och Familjen

Effekt B2C - SILVER

uppdragsgivare: Cancerfonden byrå: Trackster Stockholm

Effekt B2C - BRONS

uppdragsgivare: Vattenfall byrå: Gadd Audumbla

Effekt B2C - Hedersomnämmande

uppdragsgivare: Affärsverken Karlskrona byrå: Sirius Kommunikation

Reklamskolepriset

Fredrik Lund, Daniel McKiernan och Marcus Janson från Berghs.