

Guldlådan 2005

Lojalitet

Guld

Kund: SAS Sverige **Byrå:** Pool

Kampanjens namn: SAS Ungdomskommunikation

Motivering: *Många är dom som beklagat sig över hur svårt det är att kommunicera med ungdomar. Kompletteras dessutom uppgiften med att göra dem lojala till ett företag med tydlig vuxenprofil så skulle nog många ge upp. Hoppsan, är det såhär man gör. Grattis till första platsen i denna kategori för andra året i rad.*

Silver

Kund: IKEA **Byrå:** DM Konsult

Kampanjens namn: IKEA family "För alla som gillar livet hemma"

Brons

Kund: Svenska Volkswagen **Byrå:** Lakritz

Kampanjens namn: Kundvårdsprogram – VW transportbilar

Kreativ Business to Consumer

Guld

Kund: Göteborgs Räddningsmission **Byrå:** GOSS

Kampanjens namn: De hemlösas pension

Motivering: *Att låna en välkänd symbol för trygghet och framtid för de allra flesta för att visa på raka motsatsen för en utsatt minoritet är både utsökt enkelt och riktigt raffinerat.*

Silver

Kund: Skatteverket **Byrå:** TBWA Stockholm

Kampanjens namn: Svarta lådan

Brons

Kund: Langley Travel **Byrå:** GOSS

Kampanjens namn: Första snön i Alperna

Kreativ Business to Business

Guld

Kund: Sydsvenskan **Byrå:** The Fan Club

Kampanjens namn: Det första medievalet

Motivering:

Kreatörers gränslösa fåfänga är en bördig åkerlapp för alla som vill plantera i reklambranschen.

Driften att bli bekräftad, att få se sitt namn i tryck, att bli vackert förevigad i glänsande silver går naturligtvis inte att motstå. Detta är ett förstklassigt exempel på DR med kunskap om målgruppen. Vi gratulerar!

Silver

Kund: Pang!Pang! **Byrå:** ANR.BBDO

Kampanjens namn: 103 823 bildidéer från Pang!Pang!

Brons

Kund: Cykelspec **Byrå:** GOSS

Kampanjens namn: Cykeldemo i skogen

Effekt Business to Consumer

Guld

Kund: Civilingenjörsförbundet **Byrå:** Nerell More Wunderman

Kampanjens namn: Nollorna

Motivering: *Det är mycket att tänka på när man skall börja läsa på universitet eller högskola. Med ett kul och intressant skolstartskit i denna situation, lyckades rekryteringen av studerandemedlemmar långt utöver det vanliga.*

Silver

Kund: TeliaSonera Sverige AB **Byrå:** augusti AB

Kampanjens namn: Oliver

Brons

Kund: Röda Korset **Byrå:** Nerell More Wunderman/Calle Olle

Kampanjens namn: Tsunamin

Effekt Business to Business

Guld

Kund: FöreningsSparbanken **Byrå:** 1.1.3

Kampanjens namn: Från en VD till en annan

Motivering: *23% av alla VD:ar på Sveriges största företag svarade och 542 önskade att bli kontaktade för att diskutera affärer. Tack vare mycket goda insikter om denna svårnådda målgrupp kunde dessa goda resultat uppnås. Nu förstår vi varför de blivit valda till Årets Affärsbank tre år i rad.*

Silver

Kund: QlikTech International AB **Byrå:** IK Stockholm

Kampanjens namn: ”The White Album”

Brons

Kund: Armatec AB **Byrå:** Shout

Kampanjens namn: Ett nytt sätt att göra affärer

Reklamskolor

Guld

Skola: Beckmans Designhögskola **kampanj:** Utflyktsbrevet

Arbetsgrupp: Gabriella Frankander, Maria Häggman, Graziela Lages

Motivering: *En idé som använder skolans egna uttrycksmedel. Enkelt och insiktsfullt om hur "lapp från läraren" alltid hamnar på kylskåpsdörren*

och därmed engagerar hela familjen. En kampanj stilsäker i språk och utformning. Två A4-papper i ett C4- kuvert: ibland behövs inte mer.

Silver

Skola: Forsbergs Skola **kampanj:** Majblomman 2006 "Majblommespelet"

Arbetsgrupp: Jacqueline Jacoël, Dana Bergquist, Johan Eriksson, Daniel Rösth

Brons

Skola: Berghs SoC **kampanj:** Nästa gång kan alla åka med.

Arbetsgrupp: Linn Bergman, Louise Plyhm, Helena Lonaeus