

FAST EIN VIERTEL DER STIMMEN WURDE FÜR DIE BRANETI-ANZEIGE ABGEGEBEN. DAS SIEGERSUJET SETZTE SICH SCHLUSSENDLICH GEGEN GIS UND REDMAIL DURCH.

Braneti Advertising Group gewinnt Wahl zum best sujet 2004

Die Braneti Advertising Group gewinnt den heuer bereits zum dritten Mal ausgeschriebenen Wettbewerb „best sujet 2004“ der Fachzeitung medianet mit einem provokanten Eigeninserat. Dieses Jahr nahmen 39 Unternehmen an der Wahl zum besten Werbesujet des Landes teil.

Die gesamte österreichische Werbebranche war in der Zeit vom 14. Juli bis 10. September 2004 aufgerufen, für ihren Favoriten zu voten. Abgestimmt werden konnte online oder erstmals auch per SMS. Das Eigeninserat „Das hält.“ der Braneti Advertising Group konnte dabei rund ein Viertel der 15.000 abgegebenen Stimmen für sich verbuchen.

„Die österreichische Werbebranche hat guten Geschmack bewiesen“, meint Marius Savulescu-Braneti, CEO Braneti Advertising

Group. „Mit dem Sieg beim best sujet 2004 haben wir unsere Kreativkompetenz eindrucksvoll unter Beweis gestellt.“

Auf Platz zwei im best sujet-Ranking landete die Anzeige von Jung von Matt/Donau für GIS Gebühren Info Service GmbH „Erlagschein sparen. Volvo fahren“. Mit „Keine faulen Willis“ erreichte aha puttner red cell im Auftrag von Redmail Logistik und Zustellservice den dritten Rang.

Die von Marius Savulescu-Braneti gegründete Braneti Advertising Group bietet integrierte Marktkommunikation in drei effizienten Units: Braneti Advertising, Braneti Public Relations und Braneti Digital Media. Zu den Kunden zählen neben anderen Renault Nissan Österreich, Nokia, RCI Bank, Junge Industrie, Forschungszentrum Seibersdorf und Rasper & Söhne.



Das hält.

BRANETI
ADVERTISING GROUP

