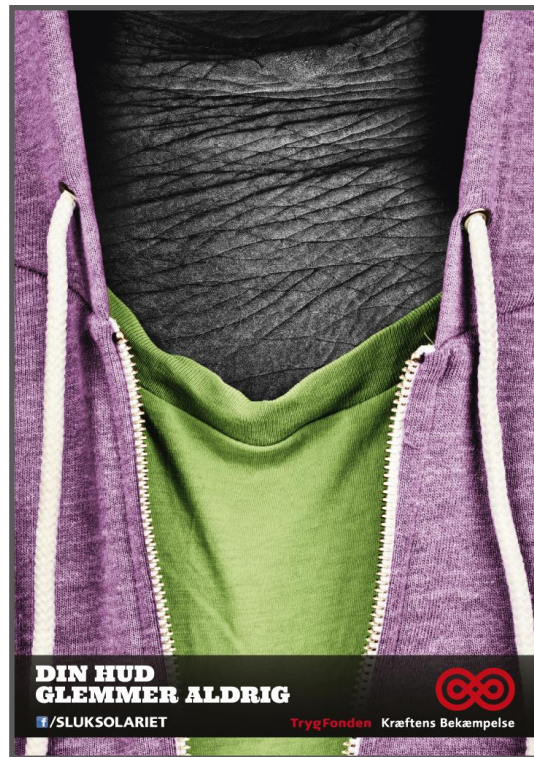
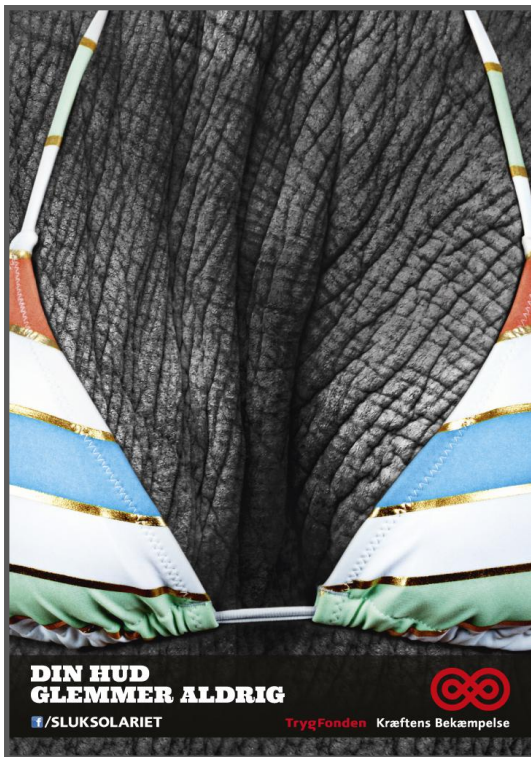


Pressemeddelelse
den 15. november 2012

Runken elefanthud løber med årets Aurorapris



Jyllands-Posten har netop uddelt den traditionsbundne reklamepris Auroraprisen for 42. år i træk. Hovedprisen uddeles til den mest kreative annonce/kampagne, der har været indrykket i danske dagblade og magasiner eller på online- og mobilplatforme mellem den 1. oktober 2011 og den 30. september 2012.

- Med Auroraprisen ønsker vi på Jyllands-Posten at påskønne kreativiteten og forretningssansen hos danske annoncører. Det har været fantastisk - selv under disse krisetider - at se kreativiteten blomstre, og feltet var igen i år stærkt, siger annoncedirektør Morten Kallmayer fra Jyllands-Posten.

I år løb Kræftens Bekæmpelse med førstepræmien. En enig jury var ikke i tvivl om, at Kræftens Bekæmpelses kampagne mod solariebrug var både kreativ, humoristisk og effektiv. Det kreative bureau bag vinderkampagnen er Halbye Kaag JWT.

Kampagnen viser blandt andet en særdeles runken kavalergang. Budskabet er klart: Drop solariet.

Ulrik Juul fra Zupa Recommended begrundet på dommerpanelets vegne valget af Kræftens Bekæmpelses kampagne, således:

- Kampagnen er visuelt markant og gennemført i sin art direction. Ingen lange brødtekster, men en overskrift, der hegner det hele ind. Det er print, der fungerer i stort og i småt. "Din hud glemmer aldrig" - det gjorde juryen heller ikke.

Dommerkomitéen bestod som altid af en række dygtige fagfolk som repræsentanter for reklamebranchen og annoncørsiden. Til at finde dette års Auroravinder havde Jyllands-Posten fået hjælp af livsstilsekspert Christine Feldthaus og de rutinerede reklamefolk Thomas Hoffmann, Ulrik Juul, Anders Tranæs og Mona Juul.

Ud over hovedprisen vandt følgende annoncer/kampagner også hæder i de forskellige kategorier:

Offentlige kampagner og Auroravinder:

Annoncør: Kræftens Bekæmpelse
 Bureau: Halbye Kaag JWT
 Kreativt ansvarlige: Rasmus Petersen & Lasse Hinke

Kortvarige forbrugsgoder:

Annoncør: Fernet Branca
 Bureau: Ogilvy
 Kreativt ansvarlige: Morten Kjær, Peter Dubienko, Claus Collstrup

Langvarige forbrugsgoder:

Annoncør: Mercedes Benz Danmark
 Bureau: Bates Y&R
 Kreativt ansvarlige: Søren Nøhr, Christian Murmann

Business to business:

Annoncør: LEGOLAND Hotel & Conference
 Bureau: Aarhuskontoret
 Kreativt ansvarlige: Jonas Nørregaard, Rasmus Dunvad, Anders Tranæs, Raymond Skaustein Johannessen og Jan Hougaard

Online-kampagner:

Annoncør: Københavns Musikteater
 Bureau: BBDO
 Kreativt ansvarlige: Christoffer Flindt Gøtzsche, Tobias Aggergaard og Carsten Schiott

Stillingsannoncer:

Annoncør: Deloitte
 Bureau: Mensch
 Kreativt ansvarlige: Peter Dinesen og Lars Hancke

Bedste udnyttelse af medie:

Annoncør: Dansk Cyklist Forbund
 Bureau: UncleGrey
 Kreativt ansvarlige: Kenneth Graupner, Liv Bossen, Stine Spedtsberg, Jesper Hansen, Jimmy Blom, Michael S. Madsen, Thomas Knudsen, Helle Brøgger, Birdeye v. Tim Pedersen, Christian Kurt Rahn, Daniel Nicolajsen, Karsten Kirkegaard og Mads A. Nielsen

Se kategorivinderne på www.auroraprisen.dk

For yderligere oplysninger kontakt marketing- og kommunikationschef Jeppe Schyth Olsen, Jyllands-Posten, mobil: 20 19 42 36