



Netzwoche
8005 Zürich
044/ 355 63 63
www.netzwoche.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 8'366
Erscheinungsweise: 13x jährlich

Seite: 27
Fläche: 330'606 mm²

Auftrag: 1093187
Themen-Nr.: 666.014

Referenz: 84118216
Ausschnitt Seite: 1/7



«Die Live-Videoberatung der Migros-Fachmärkte» gewinnt den Master-Titel bei Best of Swiss Web 2022.

Das war die Best of Swiss Web Award Night 2022

An der Best of Swiss Web Award Night 2022 hat es in einer Kategorie keinen Gold-Gewinner gegeben. Zwei Teams heimsten dafür gleich zweimal Gold ein. Den Master-Titel erhielt aber ein anderes Projekt. Kevin Fischer

Die Best of Swiss Web Award Night 2022 ist vorbei. «The Hall» füllte sich am 7. April mit rund 800 Besucherinnen und Besuchern, darunter die Teams, die auf eine der begehrten Bojen und den Titel des Master of Swiss Web hofften. Durch den Abend führte der Schweizer TV-Moderator Marco Fritsche.

Den Beginn machten traditionsgemäss die «Best of

Swiss Web Buddies», wie Fritsche sie ankündigte: die Gründer von Best of Swiss Web Heinrich Meyer, Martin Matt und Christof Zogg. «B2B goes E-Commerce» war ein grosser Trend, der aus den Projekteingaben hervorstach, wie Zogg erklärte. Meyer begrüsst zwei neue Partner für die 22. Ausgabe von Best of Swiss Web: Hostpoint und Meta.



Die ersten Goldbojen finden ihre Besitzer

Danach ging es auch schon los mit der Preisvergabe. Digital Commerce war die erste von 11 Kategorien, in denen Projekte bewertet wurden. Goldgewinner war die Live-Videoberatung der Migros-Fachmärkte. Qualitativ hochwertige Beratung werde in dem Moment geliefert, in dem die Kundschaft sie benötigt, so das Urteil. Die Projektverantwortlichen standen an diesem Abend nicht zum letzten Mal auf der Bühne.

Als Nächstes folgte der Gewinner in der Kategorie Business – oder hätte folgen sollen. Dieses Jahr gab es hierfür nämlich kein Gold. «Wir wünschen uns für nächstes Jahr mehr Risikobereitschaft, sind aber überzeugt, dass wir dann wieder ein Gewinnerprojekt küren können», vertröstete Jurypräsidentin Maud Hoffmann die Anwesenden.

In der Kategorie Performance Campaigns ergatterte die Herbst-Kampagne 2021 von Zürich Tourismus Gold. Eine einfache, aber kreative Idee sei zu einem performanten Case gemacht worden.

Die dritte Auflage des Spezialpreises «Best of .swiss»

Bereits zum dritten Mal wurde danach der Spezialpreis «Best of .swiss» vergeben. Doch sind dieses Jahr das erste Mal auch Romands auf der Shortlist vertreten, sagte René Dönni vom Bakom. «Wir haben also endlich den Sprung über den Röstigraben geschafft.»

Den Sieg errang «gebäudehülle.swiss». Moderator Fritsche witzelte, ob es sich dabei um ein Verhütungsmittel für Häuser handle. Tatsächlich ist es aber eine Kompetenzplattform für die Gebäudehüllen-Branche und ihre Spezialistinnen und Spezialisten.

Laufen, expandieren und ein Schottenrock

Auf den Spezialpreis folgte die Kategorie Digital Campaigns. Diese konnte «Runtime» von Ochsner Sport für sich entscheiden. Die Kampagne richtet sich an Läuferinnen und Läufer. Der Clou: Das Hören von Podcasts via App funktioniert nur dann, wenn der User rennt.

In der Kategorie Productivity räumte der «glaCE Glas-konfigurator» ab. Damit lassen sich Glasaufbauten benutzerfreundlich zusammenstellen. Die goldene Boje nahm ein Teammitglied im Schottenrock entgegen.

Darauf folgte die Kategorie Public Value, in der «S-GE GoGlobal Cockpit» von Switzerland Global Enterprise ge-

wann. Dabei handelt es sich um eine Informationsplattform für Schweizer Firmen, die ins Ausland expandieren wollen.

Der Goldbach Crossmedia Award

Bereits zum fünften Mal wurde nun der Goldbach Crossmedia Award im Rahmen von Best of Swiss Web verliehen. Erst das dritte Mal wurde ausser den drei Awards der Fachjury auch ein Publikumspreis verliehen. Der Publikumsliebling war dieses Jahr die Kampagne Migros Weihnachten, in der eine orange, tollpatschige Drohne die Hauptrolle spielt. Die Agentur Wirz Communications setzte die Kampagne im Auftrag des Migros-Genossenschafts-Bunds um.

Danach wurden die Awards der Fachjury vergeben. Bronze ging an die Kampagne «Share Your Fire» im Auftrag von Allianz Suisse und umgesetzt von Sir Mary. «Chleiderchäschtli» holte sich Silber – in Auftrag gegeben von Zalando, realisiert von Jung von Matt.

Goldbach-Gold ging an die Kampagne Runtime, die zuvor bereits eine Goldboje in der Kategorie Digital Campaigns abgeräumt hatte. Die Kampagne wurde im Auftrag von Ochsner Sport von Thjnk Zürich umgesetzt.

Medizinisches Zubehör, Immobilien und Expansion

Nach dem Abendessen ging es mit der Kategorie Technology weiter. Die Kategorie entschied der Thommen-Medical-B2B-Webshop für sich. In der Kategorie Innovation holte sich «Property Captain» Gold. Mit dem Projekt sei der Erwerb von Immobilien mit wenig Eigenkapital möglich, dank einer «Rent2Buy»-Option, mit der sich Häuser und Wohnungen per Mietzahlung langfristig kaufen lassen.

In der Kategorie Marketing machte ein Projekt das Rennen, das schon eine Goldboje ergattert hatte: S-GE GoGlobal Cockpit.



Netzwoche
8005 Zürich
044/ 355 63 63
www.netzwoche.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 8'366
Erscheinungsweise: 13x jährlich

Seite: 27
Fläche: 330'606 mm²

Auftrag: 1093187
Themen-Nr.: 666.014

Referenz: 84118216
Ausschnitt Seite: 3/7



Der Spezialpreis «Best of .swiss» geht an gebäudehülle.swiss.



Property Captain ergattert Gold in der Kategorie Innovation.



S-GE GoGlobal Cockpit holt Gold in den Kategorien Public Value und Marketing.

netzwoche



L//P

Netzwoche
8005 Zürich
044/ 355 63 63
www.netzwoche.ch/

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 8'366
Erscheinungsweise: 13x jährlich

Seite: 27
Fläche: 330'606 mm²

Auftrag: 1093187
Themen-Nr.: 666.014

Referenz: 84118216
Ausschnitt Seite: 4/7



Covid-19-Dashboard gewinnt die Goldboje in der Kategorie User Experience.



Gold in der Kategorie Productivity holt sich das Team um glaCE Glaskonfigurator.



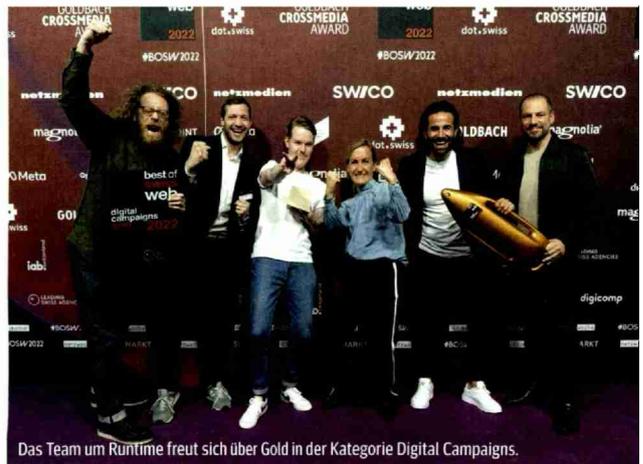
Das Team um Kunsthaus Zürich Visitorguide holt sich Gold in der Kategorie Creativity



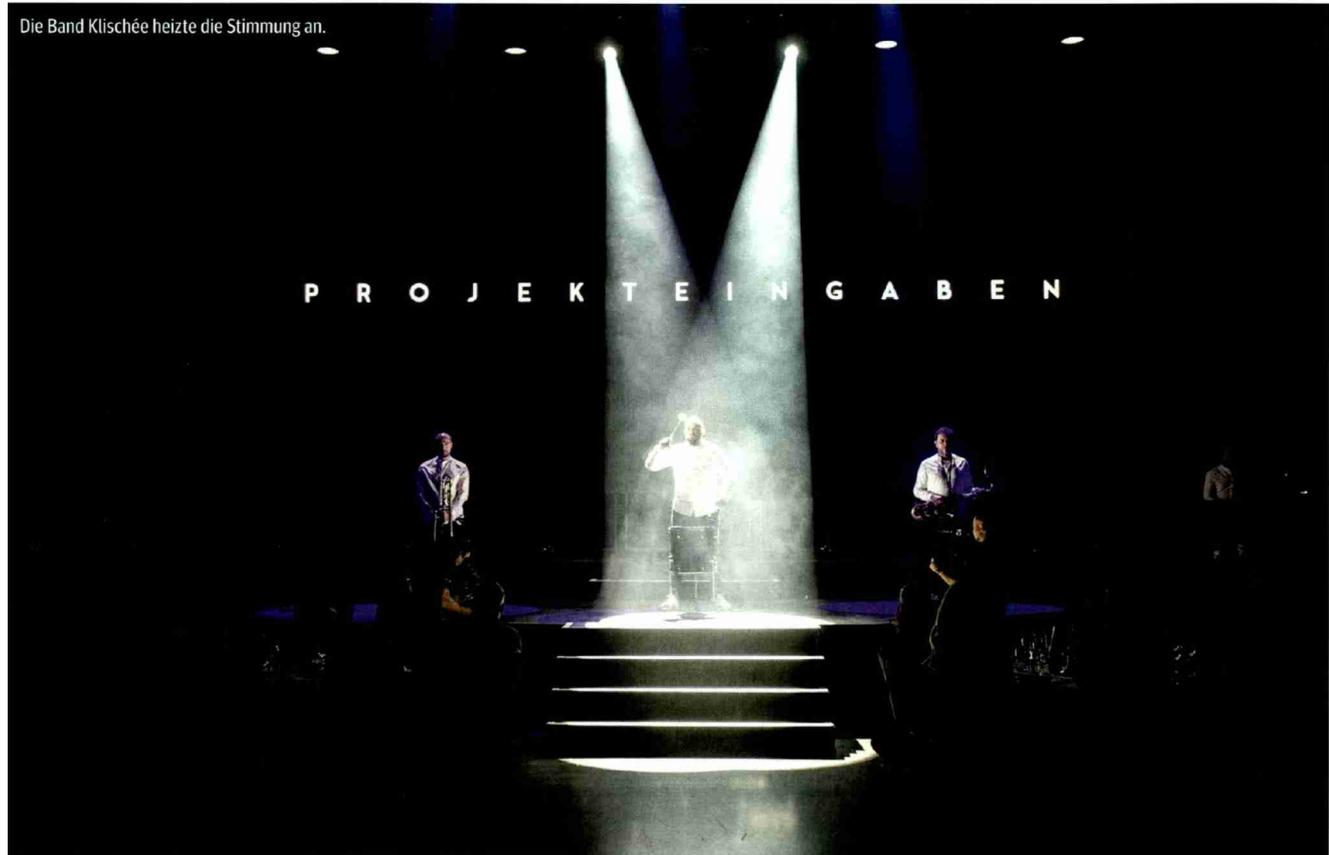
In der Kategorie Technology gewinnt Thommen-Medical-B2B-Webshop.



Gold in der Kategorie Performance Campaigns geht an Zürich Tourismus Herbst-Kampagne 2021.



Das Team um Runtime freut sich über Gold in der Kategorie Digital Campaigns.



Die Band Klischee heizte die Stimmung an.

Der digitale Rückblick

Christof Zogg hielt nun seinen traditionellen digitalen Rückblick. Er thematisierte unter anderem die Always-on-Cam von Amazon, die in der Wohnung herumfliegt und filmt. «Da kann man auch von fern schön zuschauen, wie jemand zuhause einbricht.» Zudem hätten alle unterdessen genug von Zoom-Meetings gehabt – ausser der CEO von Better.com. In einer grossen Videokonferenz habe er 900 seiner Mitarbeitenden bequem verkündet: «Ich habe keine guten Nachrichten ... Wenn Sie in diesem Call sind, wurden Sie entlassen.»

Die nächste Goldboje vergab die Jury in der Kategorie User Experience. Dazu kam Netzmedien-Chefredaktor Marc Landis auf die Bühne. Moderator Fritsche fragte ihn, wie es denn heute um die User Experience von körperlich oder geistig benachteiligten Menschen auf modernen Websites stehe. «Es wird in der Webentwicklung immer noch zu wenig barrierefrei entwickelt», sagte Landis. «Das finde

ich nicht mehr zeitgemäss, denn es grenzt Menschen aus, die sonst schon benachteiligt sind. Das sollte nicht sein.»

Der Gewinner in der Kategorie User Experience machte es diesbezüglich richtig: Das Covid-19-Dashboard holte sich die Goldboje. Alle Informationen des Bundesamts für Gesundheit seien einfach aufbereitet und übersichtlich dargestellt.

Die letzte Goldboje und der Master of Swiss Web 2022

Die letzte Goldboje des Abends vergab die Jury in der Kategorie Creativity. Gewonnen hat das Projekt Kunsthaus Zürich Visitorguide. Mit dem Guide gelinge das Navigieren im Kunsthaus Zürich spielerisch.

Schliesslich folgte der langersehnte Moment, in dem der Gewinner des Master of Swiss Web 2022 bekannt gegeben wurde. Die Jury, die Leserschaft der «Netzwoche» und das Saalpublikum entschieden mit je einem Drittel der Stimmen, welches Projekt den Master-Titel gewinnt. Auf dem dritten



Platz landete «Liiva – digitale Begleiterin für jeden Wohntraum». Auf den zweiten Platz schaffte es der Favorit der Jury und zweifache Goldgewinner S-GE GoGlobal Cockpit.

Das Rennen um den begehrten Titel Master of Swiss Web 2022 machte die Live-Videoberatung der Migros-Fachmärkte, das Projekt, das die erste Goldboje des Abends eingeheimst hatte.

Damit war die Best of Swiss Web Award Night 2022 Geschichte – zumindest für einige. Die Bar war noch bis 2 Uhr morgens geöffnet.



Den vollständigen Artikel finden Sie online
www.netzwoche.ch

Die erfolgreichsten Webdienstleister der letzten 5 Jahre

RANGLISTE: 1 – 35			
Rang	Vergleich Rang Vorjahr	Firma	Punktstand
1 – 5	1 =	Dept (Hinderling Volkart, Yourposition)	131,08
	2 =	Unic	120,65
	3 =	Jung von Matt	101,98
	4 =	Liip	77,33
	5 ↗ 7	Dreipol	39,50
6 – 10	6 ↗ 10	Eyekon	38,50
	7 ↘ 1	Notch – Member of Publicis	38,00
	8 ↗ 1	Webrepublic	36,00
	8 ↗ 2	Smartive	36,00
	10 ↗ 9	Cando Image	33,66
11 – 16	11 =	Zeix	32,49
	12 ↘ 7	Merkle Switzerland – a dentsu company (Namics)	30,66
	13 ↗ 4	T1&M	28,00
	14 ↗ 8	Farner Consulting	27,83
	15 ↘ 7	Station	26,50
17 – 20	15 ↗ 8	Intelliact	26,50
	17 ↘ 2	Blueglass Interactive (Blueglass, Dotpulse)	25,00
	18 ↘ 1	Wunderman Thompson (Y&R, Futurecom, Advico)	23,00
	19 ↗ 7	Gridonic	20,00
	20 ↗ 5	Apps with Love	19,50
21 – 26	21 ↘ 14	Wirz	18,50
	22 ↘ 2	We are York	17,00
	23 NEU	Intersim	16,00
	24 NEU	Thjnk Zürich	14,00
	25 ↗ 5	Maxomedia	13,00
27 – 30	25 NEU	Property Captain Tech	13,00
	27 ↗ 6	Mediacom Schweiz	12,82
	28 ↗ 6	Ergon Informatik	12,66
	29 ↘ 5	Stimmt	12,50
	30 ↘ 2	Trenders Interactive (Schrämli Consulting)	11,815
31 – 35	31 ↘ 2	Heimat	11,50
	32 ↘ 2	Valantic CEC Schweiz	11,00
	33 ↗ 2	Gold Interactive	10,50
	34 ↘ 8	Team Cosmo (Fabrikant, JWT)	10,00
	34 ↗ 3	Valtech Switzerland	10,00



Die erfolgreichsten Webdienstleister der letzten 10 Jahre

RANGLISTE: 1-35				
Rang	Vergleich Rang Vorjahr	Firma	Punktstand	
1-5	1	=	Dept (Hinderling Volkart, Yourposition)	252,58
	2	=	Unic	223,65
	3	=	Jung von Matt	213,31
	4	=	Merkle Switzerland – a dentsu company (Namics)	146,76
	5	=	Liip	132,63
6-10	6	=	Notch – Member of Publicis	116,70
	7	↗ 3	Eyekon	75,00
	8	↗ 1	Station	65,00
	9	↘ 2	Wirz	63,00
	10	↗ 1	Zeix	53,15
11-15	11	↗ 1	Dreipol	50,50
	12	↗ 5	Cando Image	48,66
	13	=	Wunderman Thompson (Y&R, Futurecom, Advico)	46,00
	14	=	Webrepublic	43,00
	15	↗ 3	Smartive	37,30
16-20	16	=	Freundliche Grüsse	34,00
	17	↘ 2	Maxomedia	32,00
	18	↗ 1	Blueglass Interactive AG (Blueglass, Dotpulse)	31,50
	19	↗ 1	Gold Interactive	30,00
	20	↗ 13	Farnar Consulting	28,33
21-25	21	↗ 7	TI&M	28,00
	22	↘ 1	Netcetera	26,80
	23	NEU	Intelliact	26,50
	23	↘ 1	Panter	26,50
	25	↗ 2	Guave Studios	26,00
26-31	26	↘ 4	Raptus	24,00
	27	↘ 2	PwC's Experience Center	23,50
	28	↘ 2	Getunik	23,00
	29	NEU	Gridonic	20,00
	29	=	Contexta	20,00
29	↘ 7	Plan.Net Suisse (Netvertising, Plan Net Suisse)	20,00	
32-35	32	NEU	Apps with Love	19,50
	32	↘ 2	Team Cosmo (Fabrikant, JWT)	19,50
	34	↘ 3	Sybit	19,00
	35	↘ 1	Heimat	17,10