

Vierfache Auszeichnung für Samsung Events beim BEA World Festival und den Amber Event Awards

Jahr für Jahr werden bei Veranstaltungen wie dem [Bea World Festival](#) und den [Amber Event Awards](#) Leistungen im Bereich Events und Live-Kommunikation ausgezeichnet. Zweimal Gold, einmal Bronze und ein weiterer erster Platz in verschiedenen Kategorien lautet dieses Jahr das starke Ergebnis für Samsung.

Die Best Event Awards World (früher bekannt als EuBea - European Best Event Awards) wurden 2006 ins Leben gerufen. Sie gelten heute als eine der wichtigsten und anspruchsvollsten internationalen Branchenauszeichnungen. In diesem Jahr bekam Samsung in gleich drei verschiedenen Kategorien mit drei unterschiedlichen Projekten eine Auszeichnung und gewann mit einem dieser Projekte zusätzlich bei den Amber Event Awards.



Samsung gewann Gold in der Kategorie Best B2C Event (>500.000 Euro) mit der Connected Living Go-to-Market-Kampagne zur IFA 2019. Ebenfalls Gold gab es in der Kategorie Best B2C Event (<500.000Euro) für die Brand Store Experience im [SamsungZeil](#). Die dritte Auszeichnung erhielt Samsung in der Kategorie Digital/Hybrid Brand Experience in Form von Bronze für die Gamevasion, die sich ebenfalls bei den Amber Event Awards behaupten konnte.



Die Produkte von Samsung stellen stets den Menschen selbst in den Fokus. Dementsprechend ist das Erlebnis der Produktwelten auch zentraler als die bloße Präsentation. Das gilt besonders für Live Events, sowohl digital als auch vor Ort. In der Go-to-Market Kampagne zur IFA 2019 machte Samsung gemeinsam mit den Agenturen [Cheil](#), [Faktor 3](#) und [Faktor 3 Live](#) Connected Living an verschiedenen Standorten hautnah erlebbar. Samsung inszenierte komplette Erlebniswelten vom Kühlschrank bis zum TV, so konnten Besucherinnen und Besucher das offene Ökosystem rund um Samsung SmartThings vollumfänglich selbst ausprobieren.



Die zweite Gold Auszeichnung ging an das Brand Store Experience Konzept #seeplaylove im SamsungZeil. Im Flagshipstore können Besucherinnen und Besucher mehr erleben als Samsung Produkte zu kaufen, denn im SamsungZeil steht ähnlich wie auch bei der Go-to-Market Kampagne das Erlebnis im Mittelpunkt. Hier können die Menschen die vielfältige Produktwelt von Samsung auf mehreren Etagen erleben. Über das gesamte Jahr werden hier verschiedenste Events um die Themen Musik, Sport und Kultur mit ausgewählten Partnern durch die LiveCom Agentur [WCom](#) umgesetzt, von TV Studio Formaten mit Oliver Kahn über unterschiedlichste Indoor-Sportevents bis hin zum Live-Koch-Events in der vernetzten Ausstellungsküche.

Das Projekt Gamevasion sicherte sich beim BEA World Bronze. Samsung und seine Partner die erhielten die Auszeichnung in der Kategorie Digital/Hybrid Brand Experience. Bei den Amber Award vom Baltic Event Forum wurde es bereits zwei Wochen zuvor als das Beste Live Streaming Event prämiert. Hierbei haben sich mit [Freaks 4U Gaming](#), [INSTINCT3](#) und [RocketBeans TV](#) zum ersten Mal in der Geschichte der Gamevasion drei der einflussreichsten Vertreter der deutschen Gamingbranche zusammengetan und ihre eigene Version der gamescom 2020 auf die Beine gestellt. An 5 Tagen, mit über 23 Talenten, über 200 Beteiligten und mehr als 40 Showelementen haben sie gemeinsam mit Hilfe von Samsung das gamescom-Erlebnis in die Wohnzimmer der Zuschauerinnen und Zuschauer gebracht.

Die verliehenen Awards unterstreichen, wie richtig Samsung mit dem Ansatz liegt, den Menschen und dessen Erlebnis seiner Produktwelten stets in den Mittelpunkt zu stellen. Samsung bedankt sich für die Auszeichnungen und bei allen, die daran beteiligt waren, die Projekte umzusetzen.