

ID: LCG19263 | 29.07.2019 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft Ã–sterreich | Medieninformation

**Heute, Montag, endet die reguläre Einreichphase für den wichtigsten Award der Digitalwirtschaft. Bis 5. August 2019, um Mitternacht, gibt es eine letzte Galgenfrist für „Late Birds“.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © iab austria

Video zur Meldung auf <https://www.youtube.com/watch?v=f9GmJeVnxUk>

Wien (LCG) – Eines ist ganz sicher: Wer am 5. August 2019, um Mitternacht, seine Einreichung zum iab webAD nicht abgeschlossen hat, wird am 3. Oktober 2019 definitiv nicht auf der Bühne im Wiener Gasometer stehen und sich über den wichtigsten Award der Digitalwirtschaft freuen können. Bis dahin läuft noch die Late-Bird-Einreichphase. In insgesamt 22 Kategorien kann heuer für den iab webAD eingereicht werden. Sie warten mit zahlreichen Neuerungen auf, um die rasante Entwicklung in der Digitalwirtschaft abzubilden und Benchmarks für digitale Exzellenz zu setzen. Im Vorjahr verbuchte die größte Interessenvertretung der Digitalwirtschaft 245 Einreichungen und damit den Bestwert in der 16-jährigen Geschichte des iab webAD.

Strenge Bedingungen erlegen sich auch die Präsidenten der Kreativ- und Media-Jury auf. Klar definierte Kriterien und Regeln, maximale Transparenz und Nachvollziehbarkeit sind für die Jury-Präsidenten die Maxime, um die Qualität des iab webAD weiterhin hochzuhalten.

„Transparenz ist das Fundament für die Relevanz des iab webAD und einer der Gründe, warum wir seit Jahren Einreichrekorde verzeichnen, während internationale Awards stagnierende oder rückläufige Zahlen verbuchen müssen. Besonderes Augenmerk werden wir auf ‚Emotion and Experience‘ legen: Arbeiten müssen sowohl auf emotionaler Ebene als auch verständlich bei der Zielgruppe ankommen und eine nachhaltige, außergewöhnliche Erfahrung bieten. Mich überzeugt eine Kampagne, wenn der Zielgruppe ein relevanter, echter Mehrwert geboten wird“, kündigt **Michael Pollaschak** (Austrian Airlines) als Präsident der Media-Jury an.

„Wir haben die Kategorien überarbeitet und Definitionen und Abgrenzungen noch besser formuliert. Neben der Kreativität wird vor allem der Einsatz von Technologie und User-Signalen heuer einen deutlich höheren Stellenwert haben. Es muss eindeutig klar sein, wie und welches Unternehmensziel des Werbers durch den Einsatz digitaler Kanäle und Lösungen erreicht wird“, betont **Peter Rathmayr** (Google) als Präsident der Kreativ-Jury.

Die Media-Jury wird sich heuer aus **Verena Haas** (Wavemaker, Nachwuchstalent des Jahres 2018), **Patrick Frech** (Löwenmedia/Hartlauer), **Christoph Seidl** (Marketingkreation), **Max Pruscha** (YOC), **Florian Magistris** (httpool), **Julian Wiehl** (Vanguardist Media), **Marion Stelzer-Zöchbauer** (styria digital one), **Clemens Brugner** (American Express), **Manuela Sobotka** (Legero Graz) und **David Schnitzer** (Thomas Cook) unter der Leitung von **Michael Pollaschak** (Austrian Airlines) zusammensetzen.

Die Kreativ-Jury wird **Peter Rathmayr** (Google) leiten. Ihr gehören **Thomas Lichtblau** (wild), **Kaitlyn Chang** (KOBZA AND THE HUNGRY EYES), **Selina Holisensky** (Jung von Matt/ Donau), **Eva Oberdorfer** (We Make), **Christoph Pausz** (Media Brothers), **Nora Trattner** (L'Oréal), **Millad Shahini** (BILLA), **Martin Radjabi-Rasset** (Erste Bank), **Michael Pötscher** (Tourradar) und **Dominic Radl** (Tunnel23) an.

## Einreichungen für den iab webAD

Zur Einreichung sind Arbeiten zugelassen, die zwischen 1. Juli 2018 und 30. Juni 2019 in Österreich produziert und publiziert, oder speziell für den österreichischen Markt konzipiert wurden. Die Einreichung ist in der Late-Bird-Phase bis 5. August 2019 möglich. iab-austria-Mitglieder zahlen in dieser Phase 350 Euro, Nichtmitglieder 400 Euro.

Die Einreichung ist auf <https://www.iab-austria.at/einreichen-2019> möglich.

Alle Informationen zu den Neuerungen beim iab webAD finden sich auf <https://www.leisure.at/de/presse/4490/iab-webAD-geht-mit-zahlreichen-Neuerungen-in-das-17-Jahr--BILDVIDEO>.

## Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

In der Österreich-Sektion des iab (interactive advertising bureau - Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft) haben sich rund 190 führende Unternehmen der digitalen Wirtschaft organisiert. Sie setzen Maßstäbe für die digitale Kommunikation, unterstützen die werbetreibenden Unternehmen mit Expertise, sorgen für Transparenz und fördern den Nachwuchs. Durch die Vielfalt der Mitglieder aus allen Bereichen der digitalen Wirtschaft, ist der ganzheitliche Blick auf die für die Branche relevanten Themen gewährleistet. Das iab austria ist in ständigem Austausch mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessensgruppen. Weitere Informationen auf <https://www.iab-austria.at>.

**+ + + BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im

Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung.  
Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf  
[https:// www.leisure.at](https://www.leisure.at) . (Schluss)