

ID: LCG20258 | 20.07.2020 | Kunde: iab austria -interactive
advertising bureau | Ressort: Wirtschaft Ã–sterreich |
Medieninformation

**Neue Kategorien halten iab webAD am Puls der Zeit und tragen
aktuellen Trends Rechnung. Awardverleihung wird Ende November
2020 zur digitalen Entertainmentshow. Erstmals gibt es in allen
Kategorien Gold. Einreichung startet am 20. Juli 2020.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Video zur Meldung auf [https://www.youtube.com/watch?
v=DmuMrt8yRas](https://www.youtube.com/watch?v=DmuMrt8yRas)

Wien (LCG) – Im 18. Jahr seines Bestehens ändert sich beim iab webAD nicht nur aufgrund der COVID-19-Pandemie einiges. Die Juryvorsitzenden **Sabine Auer-Germann** (Mindshare) und **Peter Rathmayr** (ad-vocacy.consulting) haben die Kategorien modernisiert und erweitert. Die Unterscheidung zwischen Media- und Kreativkategorien fällt mir der umfassenden Reform der Kategorien, die nun in die Bereiche „Craft“, „Campaign Efficiency“ und „Special“ gegliedert sind. Damit gibt es in diesem Jahr insgesamt 17 Kategorien, wovon in 14 jeweils Gold, Silber und Bronze verliehen werden. Die drei Kategorien „Nachwuchstalent des Jahres“ und Platin für „Beste Kampagne des Jahres“ werden als Sonderpreise separat und jeweils nur einmal verliehen. Ebenfalls neu ist, dass ab diesem Jahr in jeder Kategorie ein begehrter webAD in Gold verliehen wird, um das Juryvotum zu präzisieren und digitale Bestleistungen in allen Bereichen hervorzuheben. Die beste Gesamtleistung des Jahres wird mit einem Platin-Award ausgezeichnet. Er löst die bisherigen „Best-in-Show“-Auszeichnungen ab. Die Nachwuchstalente des Jahres werden mit einem Sonderpreis gewürdigt. Der Betrachtungszeitraum für die

Einreichungen wird von 1. Mai 2019 auf 31. August 2020 verlängert, um herausragenden Arbeiten der letzten Monate während der COVID-19-Maßnahmen eine Chance auf den begehrten iab webAD zu geben.

„COVID-19 hat die Digitalwirtschaft vor zwei Extreme gestellt: Reichweiten sind enorm gewachsen, zeitgleich gab es einen deutlichen Einbruch am Werbemarkt. In diesem Spannungsfeld sind beachtenswerte Kampagnen entstanden. Der iab webAD hat heuer eine besondere Bedeutung, um dem gewachsenen Stellenwert der Digitalwirtschaft eine Bühne zu bieten“, sagt iab-austria-Geschäftsführerin **Ursula Gastinger**. „Als größte Interessenvertretung der Digitalwirtschaft haben wir zu keinem Zeitpunkt daran gedacht, den iab webAD zu verschieben. Wir haben die Modalitäten angepasst, um gerade in dieser herausfordernden Situation den richtigen Rahmen zu schaffen!“

„Der iab webAD muss sich genauso schnell entwickeln wie die Digitalwirtschaft selbst, um seinem Anspruch zu genügen. Wir stellen die Kategorien und Modalitäten daher jedes Jahr auf den Prüfstand, um die Relevanz des Awards zu erhalten. Heuer sind mehr Übersichtlichkeit und Transparenz das Credo“, berichtet Auer-Germann bei einem Medienbriefing am Donnerstagabend im KLEINOD PRUNKSTÜCK.

„Das Ende der Trennung zwischen Kreativ- und Mediakategorien entspricht der Marktsituation. Die Grenzen sind fließend und es geht um das beste Ergebnis. Der Gesamterfolg einer Kampagne ist entscheidend. Das bildet der iab webAD heuer sehr klar ab“, ergänzt Rathmayr.

Die 17 Kategorien wurden inhaltlich neu gedacht und an aktuelle Marktentwicklungen angepasst. In den Fokus des iab webAD rückt die Effizienz von Digitalkampagnen. Acht Kategorien werden im übergeordneten Bereich „Campaign Efficiency“ verliehen und bringen zum Ausdruck, dass Digitalwerbung extreme Effizienz und Wirksamkeit bietet.

Nach dem enormen Digitalisierungsschub und Reichweitenwachstum auf den meisten Portalen durch die COVID-19-Maßnahmen will Österreichs bedeutender Award der Digitalwirtschaft ab diesem Jahr mit der Neuordnung der Kategorien den Fokus auf die Leistung und Effizienz von Digitalkampagnen richten. In diesem Zusammenhang wird das Spektrum um Werbeformen wie Adressable TV, Digital Out-of-Home und Digital Audio erweitert und erstmals die beste Online-2-Offline-Kampagne ausgezeichnet.

Die neuen Kategorien des iab webAD

Eingereicht werden kann heuer in folgenden Kategorien:

- Craft: Beste Website, App & eCommerce
- Craft: Beste Display & Mobile Ad
- Craft: Beste Video Ad
- Craft: Beste Digital Extension (Digital Out-of-Home, Adressable TV, Digital Audio)
- Campaign Efficiency: Beste digitale Kampagne
- Campaign Efficiency: Beste ROI-Performance-Kampagne
- Campaign Efficiency: Beste Data-Driven-Kampagne
- Campaign Efficiency: Beste Online-2-Offline-Kampagne
- Campaign Efficiency: Beste internationale Kampagne
- Campaign Efficiency: Beste Social-Media-Strategie
- Campaign Efficiency: Beste B2B-Kampagne
- Campaign Efficiency: Beste Corporate-Responsibility-Kampagne
- Special: Beste Tech und Innovation
- Special: Bestes Digitalmarketing für Start-ups
- Special: Nachwuchstalent des Jahres Media
- Special: Nachwuchstalent des Jahres Kreation

Der Fahrplan zum iab webAD 2020

Ab Montag, dem 20. Juli 2020, kann in der Early-Bird-Phase zum iab webAD 2020 zum ermäßigten Preis von 100 Euro für iab-austria-Mitglieder und 150 Euro für Nichtmitglieder eingereicht werden. Am

17. August 2020 startet die reguläre Einreichphase, in der die Preise für iab-austria-Mitglieder auf 120 Euro und für Nichtmitglieder 170 Euro steigen. Sie endet am 30. September 2020. Es gibt diesmal keine Late-Bird-Phase. Ebenso ist keine Verlängerung der Einreichfrist vorgesehen. Die Einreichgebühren in der Kategorie „Nachwuchstalent des Jahres“ wurden auf 50 Euro gesenkt. Die Einreichung erfolgt über die Website des iab austria auf <https://www.iab-austria.at>.

Die Jury erlegt sich noch strengere Regeln auf

Die Jury wird im Oktober 2020 tagen. Sie setzt sich wieder paritätisch aus Vertretern von Auftraggebern, Medien, Media- und Kreativagenturen, Vermarktern und technischen Dienstleistern zusammen. Um die Objektivität und Professionalität weiter zu steigern, darf von großen Agenturgruppen nur ein Vertreter Jurymitglied sein und Unternehmen dürfen nur durch maximal zwei Vertreter repräsentiert sein. Der Jury gehören auch die beiden Nachwuchstalente des letzten Jahres, **Livia Loigge** (Mindshare) und **Eva Zefferer** (Jung von Matt/ Donau), an. Die Jurykoordinatoren werden wieder die Einhaltung der strengen, selbstaufgelegten Regeln für den Juryprozess überwachen und den Jurys unterstützend zur Seite stehen. Sie sind nicht stimmberechtigt.

Neue Awardshow als digitales Entertainmentformat: Mehr Aufmerksamkeit für digitale Exzellenz

Durch die Ungewissheit der COVID-19-Pandemie verlagert sich auch beim iab webAD die Verleihung in den digitalen Raum. Die Awardshow wird Ende November 2020 stattfinden. Die Preisträger werden mit zahlreichen attraktiven Überraschungen, die für einen unterhaltsamen Showeffekt sorgen werden, in ihren Büros und Agenturen besucht werden. Daraus entstehen kurze Videos, die zu einer rund einstündigen Online-TV-Show zusammengeschnitten werden. Sie wird als Höhepunkt des iab webAD als Webcast ausgestrahlt werden. Die Preisträger werden bis dahin geheim gehalten.

Das neue Showformat bietet zudem mehr Möglichkeiten, die besten Kampagnen des Landes einem breiten Publikum zugänglich zu machen und die Aufmerksamkeit auf die Leistung der Preisträger zu lenken.

Einreichbedingungen

Zum iab webAD Award 2020 können Arbeiten eingereicht werden, die zwischen 1. Mai 2019 und dem Ende der Einreichfrist am 31. August 2020 in Österreich produziert und publiziert beziehungsweise speziell für den österreichischen Markt konzipiert wurden. Für Einreichungen, deren Strategie prämiert wird, müssen die Werbemittel nicht in Österreich produziert worden sein. Die Strategieleistung muss allerdings in Österreich erbracht worden sein.

Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

In der Österreich-Sektion des interactive advertising bureau haben sich über 200 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 Digitalwirtschaft, 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>. (Schluss)

