

ID: LCG21246 | 07.07.2021 | Kunde: iab austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft Österreich | APA-OTS-Meldung

Bereits am Montag ist die Early-Bird-Einreichphase für den iab webAD gestartet. Auch die Jury für den wichtigsten Award der Digitalwirtschaft steht bereits fest. Sie wurde heuer erstmals gewählt.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Video zur Meldung auf [YouTube](#)

Wien (LCG) – Wer nicht vom Einreichstress in letzter Sekunde, sondern nur von den sommerlichen Temperaturen in Schwitzen geraten möchte, kann bereits seit Montag in 15 Kategorien online auf [iab-austria.at](#) zum iab webAD einreichen. Noch bis 1. August 2021 profitieren frühe Vögel von besonders günstigen Einreichgebühren: iab-austria-Mitglieder zahlen nur 280 Euro und Nichtmitglieder 330 Euro.

Bereits jetzt stehen auch die Jurys für die „Craft“-und „Campaign Efficiency“-Kategorien fest. Jurypräsident **Mathias Fanschek** (Merkle) beschritt heuer einen komplett neuen Weg, um die Jury für den wichtigsten Award der Digitalwirtschaft zusammenzustellen. Er setzte auf einen zweistufigen, transparenten und demokratischen Prozess. Zuerst waren alle iab-austria-Mitglieder eingeladen, geeignete Juroren zu nominieren. Nach einer Sichtung durch den iab-austria-Vorstand hinsichtlich Eignung, Erfahrung, Expertise und Unabhängigkeit der Kandidaten mussten diese sich einem Online-Voting stellen, in dem die Mitglieder die finale Jury bestimmten. Sie setzt sich in gewohnter Manier aus Repräsentanten von Auftraggebern, Agenturen, Medien und technischen Dienstleistern zusammen.

„Transparenz ist eines der Qualitätsmerkmale des iab webAD. Erstmals wird eine Jury die Einreichungen beurteilen, die demokratisch aus den Reihen der Mitglieder gewählt wurde und von diesen für qualifiziert gehalten wird. Die Jury des 19. iab webAD ist über alle Zweifel erhaben“, meint iab-austria-Geschäftsführerin **Ursula Gastinger** .

Zwei demokratisch gewählte Jurys

Die Jury für die „Craft“-Kategorien setzt sich heuer aus **Benedikt Böcker** (McDonald's), **Diego del Pozo** (Tunnel23), **Peter Hrubí** (Google), **Kim Krey** (Nespresso), **Katharina Maun** (Dodo), **Sabrina Riedmair** (Avantgarde), **Rita Spielvogel** (PKP BBDO), **Amir Tavakolian** (Virtual Identity) und **Georg Wawer** (win2day) zusammen.

In den „Campaign Efficiency“-Kategorien urteilen **Michael Drexler** (VGN Medien Holding), **Cosma Allegra Handl** (Volvo), **Andreas Höglinger** (Media Markt), **Christoph Kellner** (Mediaplus), **Bojana Maric** (Dentsu), **Katharina Merkle** (Wavemaker), **Alexander Muck** (Adobe), **Lucas Schärf** (Content Garden) und **Elisabeth Spenger** (Erste Bank) .

Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

Mit über 200 Mitgliedern aus allen Teilbereichen (Verlagshäuser und Medienunternehmen, Werbetreibende, Agenturen, technische Dienstleister und Start-ups) ist das iab austria die größte unabhängige Interessenvertretung der österreichischen Digitalwirtschaft. Das iab austria entwickelt im Dialog der spezialisierten und vernetzten Arbeitsgruppen mit allen Stakeholdern holistische Sichtweisen und vertritt die Interessen der gesamten Digitalwirtschaft konsensual. Um den Digitalstandort zu stärken, entwickelt das iab austria technische und rechtliche Standards sowie Aus- und Weiterbildungsprogramme, fördert den Wissensaustausch durch Veranstaltungen und Publikationen, veranstaltet mit dem iab webAD den wichtigsten

Preis der Digitalwirtschaft und vertritt die politischen Interessen auf nationaler und europäischer Ebene. Weitere Informationen auf iab-austria.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at
(Schluss)