



## Indikator für nachhaltige Entwicklung: Wichtigster Award der Digitalwirtschaft gibt die Richtung vor – BILD/ VIDEO

ID: LCG21441 | 17.11.2021 | Kunde: iab.austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft – Österreich | Medieninformation

**iab webAD wurde am Mittwoch zum 19. Mal vergeben. Kampagne „Bored in the house.“ von We Make Stories für Magdas Hotel ist der große Gewinner des Abends. Ausgezeichnete Kampagnen geben Ausblick auf die Interaktion nach Abschaffung der Third-Party-Cookies.**

Bilder und Videos zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Video zur Meldung auf [YouTube](#)

Wien (LCG) – Mittwochabend wurde der iab webAD im Wiener Palais Wertheim bereits zum 19. Mal verliehen. Insgesamt 185 Arbeiten wurden zum wichtigsten Award der Digitalwirtschaft eingereicht, von denen es 79 auf die Shortlists der 15 Kategorien geschafft haben. Als großer Gewinner geht „Bored in the house.“ von We Make Stories für Magdas Hotel hervor. Die Kampagne wird mit dem Titel „Best in Show“ als Gesamtsieger und dreimal mit Gold in den Kategorien „Beste Online-to-Offline-Kampagne“, „Beste ROI-Kampagne“ und „Beste Video-Ad“ ausgezeichnet. Mit der Kampagne für UEG kann sich We Make Stories über einen weiteren iab webAD in der Kategorie „Beste B2B-Kampagne“ freuen. Gold gibt es auch für die international vielbeachtete Kampagne „#wetterberichtigung“ von Ketchum Publico und Go & Try für Neue Deutsche Medienmacher\*innen. DMB. holt mit „#watchyourboobs“ für Roche zweimal Gold in den Kategorien „Beste Corporate-Responsibility-Kampagne“ und „Beste digitale Kampagne“.

Als Nachwuchstalente des Jahres werden **Lena Artes** von Mediaplus (Kategorie „Media“) und **Paul Ballot** von DMB. (Kategorie „Kreativ“) ausgezeichnet. Sie werden Österreich bei der Young Creatives

Competition beim Eurobest Festival of European Creativity auf Einladung der ORF-Enterprise vertreten.

„Neben handwerklicher Qualität zeigt sich in allen Kategorien die enorme Bedeutung der inhaltlichen Botschaft. Der Purpose rückt in exzellenten Digitalkampagnen in den Fokus. Vor dem Hintergrund des künftigen Beziehungsgeflechts zwischen Marken und Usern nach Wegfall der Third-Party-Cookies zeigt der diesjährige iab webAD Kampagnen, die durch Haltung, gesellschaftliche Verantwortung und praktischen Mehrwert die Interaktion fördern. Der iab webAD setzt in gewohnter Manier Benchmarks und ist ein frühzeitiger Indikator für große Trends im Digitalmarketing“, fasst iab-austria-Präsident **Markus Plank** (Adverserve) zusammen.

„Die ausgezeichneten Kampagnen des 19. iab webAD zeigen, dass die Grenzen fließen und Digitalmarketing in das Zentrum jeder Kampagne rückt. Ob Absatz-, PR- oder Imagekampagne: Digitalwerbung öffnet den multimedialen Dialog mit der Zielgruppe. Video wird durch die exponentiell steigende Nutzung immer relevanter und verstärkt das Markenerlebnis über unterschiedliche Medienkanäle hinweg“, ergänzt iab-austria-Vizepräsidentin **Cosima Serban**.

„Unternehmen arbeiten am hybriden Kundenerlebnis von morgen und finden im Digitalmarketing neue Wege, Kundenbeziehungen zu formen und durch innovatives Service oder Einbeziehung von Künstlicher Intelligenz auf ein neues Level zu heben. Der iab webAD zeigt, in welche Richtung die Reise geht. Er gibt Orientierung und ist das Vorbild für wegweisende Strategien“, sagt iab-austria-Geschäftsführerin **Ursula Gastinger** .

„Die diesjährigen Preisträgerinnen und Preisträger zeigen, wohin sich erfolgreiches Digitalmarketing entwickeln wird. Ein Großteil der prämierten Kampagnen fußt auf einem soliden Werteversprechen, das künftig die Basis für Absatz- und Kundentreue bilden wird. Die Kampagnen holen die User mit Relevanz ab und setzen Themen“, so Jurypräsident **Mathias Fanschek** (Merkle) .

## Demokratischer Juryprozess

Als großes Novum beim diesjährigen iab webAD organisierte Fanschek die Zusammenstellung der Jurys für die Kategorien „Craft“ und „Campaign Efficiency“ vollkommen neu. Alle Mitglieder der größten Interessenvertretung der Digitalwirtschaft konnten potenzielle Juroren nominieren. Nach einer Auswahl geeigneter Kandidaten hinsichtlich Expertise, Unabhängigkeit und Erfahrung konnte anschließend online über die finalen Jurys abgestimmt werden.

In den „Craft“-Kategorien jurierten **Benedikt Böcker** (McDonald's), **Diego del Pozo** (Tunnel23), **Peter Hrubí** (Google), **Kim Krey** (Nespresso), **Katharina Maun** (Dodo), **Sabrina Riedmair** (Avantgarde), **Rita Spielvogel** (BBDO Wien), **Amir Tavakolian** (Virtual Identity) und **Georg Wawer** (win2day). Die Einreichungen in den „Campaign Efficiency“-Kategorien beurteilten **Michael Drexler** (VGN Medien Holding), **Cosma Allegra Handl** (Volvo), **Andreas Höglinger** (Media Markt), **Christoph Kellner** (Mediaplus), **Bojana Maric** (Dentsu), **Alexander Muck** (Adobe), **Lucas Schärf** (Content Garden) und **Elisabeth Spenger** (Erste Bank).

## Der große Gewinner des 19. iab webAD: Best in Show

### Kategorie „Best in Show“ – presented by Media Markt

Kampagne:	Bored in the house.
Einreicher:	We Make Stories
Auftraggeber:	Magdas Hotel
Agentur:	We Make Stories

## Die Gold-Gewinner des iab webAD 2021

### Kategorie „Beste Display & Mobile Ad“ – presented by Hutchison Drei Austria

Kampagne:	Billa Bauerntag
Einreicher:	Tunnel23
Auftraggeber:	Billa
Agentur:	Tunnel23, Rosenberg GP, Mad Bucket Production

### Kategorie „Beste Online-to-Offline-Kampagne“ – presented by Regionalmedien Austria

Kampagne:	Bored in the house.
Einreicher:	We Make Stories
Auftraggeber:	Magdas Hotel
Agentur:	We Make Stories

### Kategorie „Best Digital Extension“ – presented by Gewista

Kampagne:	De' Longhi: Die erste datenbasierte Coffee-Playlist
Einreicher:	Mediaplus
Auftraggeber:	De' Longhi- Kenwood
Agentur:	Mediaplus, Noodles Agency

## **Kategorie „Beste Tech-& Innovation-Kampagne“ – presented by YOC**

Kampagne: A1 Hardselling mit Ad- On  
Einreicher: Seso Media Group  
Auftraggeber: A1 Telekom Austria  
Agentur: Seso Media Group

## **Kategorie „Beste B2B-Kampagne“ – presented by Adverserve**

Kampagne: UEG  
Einreicher: We Make Stories  
Auftraggeber: UEG  
Agentur: We Make Stories

## **Kategorie „Beste Website, App & E-Commerce“ – presented by AutoScout24**

Kampagne: ivie – Dein persönlicher Wien- Guide  
Einreicher: Wiener Tourismusverband  
Auftraggeber: Wiener Tourismusverband  
Agentur: Endava, Seite Zweit, Unit

## **Kategorie „Beste ROI-Performance-Kampagne“ – presented by Quantcast**

Kampagne: Bored in the house.  
Einreicher: We Make Stories  
Auftraggeber: Magdas Hotel  
Agentur: We Make Stories

## **Kategorie „Beste Corporate-Responsibility-Kampagne“ – presented by Der Standard**

Kampagne: Roche #watchyourboobs  
Einreicher: DMB.  
Auftraggeber: Roche  
Agentur: DMB.

## **Kategorie „Beste Video-AD“ – presented by Youtube**

Kampagne: Bored in the house.  
Einreicher: We Make Stories  
Auftraggeber: Magdas Hotel  
Agentur: We Make Stories

## **Kategorie „Beste Data-Driven-Kampagne“ – presented by Quantcast**

Kampagne: Wie Magenta mit Data Science die Media- Effizienz digitaler Kampagnen und das Markenerlebnis enorm steigern konnte  
Einreicher: E- Dialog  
Auftraggeber: T- Mobile Magenta Austria  
Agentur: E- Dialog

### **Kategorie „Beste Social-Media-Strategie“ – presented by Httpool**

Kampagne: Neos Wien. Christoph Wiederkehr kann nur Politik.  
Einreicher: Die Goldkinder  
Auftraggeber: Neos Wien  
Agentur: Die Goldkinder

### **Kategorie „Beste internationale Kampagne“ – presented by Show Heroes**

Kampagne: #wetterberichtigung  
Einreicher: Ketchum Publico; Go & Try  
Auftraggeber: Neue Deutsche Medienmacher\*innen  
Agentur: Ketchum Publico; Go & Try

### **Kategorie „Beste digitale Kampagne“ – presented by ProSiebenSat.1 PULS 4**

Kampagne: Roche #watchyourboobs  
Einreicher: DMB.  
Auftraggeber: Roche  
Agentur: DMB.

### **Kategorie „Nachwuchstalent Media“ – presented by Dentsu**

Name: Lena Artes  
Agentur: Mediaplus

### **Kategorie „Nachwuchstalent Kreativ“ – presented by Dentsu**

Name: Paul Ballot  
Agentur: DMB.

## **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](http://iab-austria.at)

**+ + + BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](http://leisure.at) (Schluss)

