



66 Arbeiten für wichtigsten Award der Digitalwirtschaft nominiert – BILD/VIDEO

ID: LCG22403 | 26.09.2022 | Kunde: iab.austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft – Österreich | Medieninformation

iab webAD wird am 13. Oktober 2022 verliehen. Aus 217 Einreichungen haben es 66 Arbeiten auf die Shortlist in 13 Kategorien geschafft. Wien Tourismus und Hornbach zählen die meisten Nominierungen.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Video zur Meldung auf [Youtube](#)

Wien (LCG) – Jetzt steht fest, wer sich Hoffnungen auf eine Auszeichnung bei der iab-webAD-Gala machen darf, die am 13. Oktober 2022 in der Wiener Marx Halle stattfinden wird. Rund 30 Prozent der insgesamt 217 eingereichten Arbeiten haben es auf die Shortlist geschafft. Letztes Jahr wurden 185 Arbeiten eingereicht, von denen sich 79 (42,7 Prozent) über eine Shortlist-Platzierung freuen durften.

Besonders große Hoffnungen können sich Wien Tourismus mit acht und Hornbach mit sieben Shortlist-Platzierungen machen. Auf Agenturseite dominieren Jung von Matt Donau mit 13 und Mediaplus mit elf Nominierungen. Für Mediaplus setzt sich das Erfolgsjahr mit der starken Präsenz auf der Shortlist des iab webAD fort. Erst kürzlich wurde die Agentur beim Media Award als „Agency of the Year“ ausgezeichnet. Ebenfalls gut vertreten sind unter anderem McDonald's, Erste Bank und Sparkasse, Magenta Telekom sowie die derzeit eingestellte Marke Hermann Fleischlos.

Die meisten Shortlist-Platzierungen gibt es in der Kategorie „Beste Video Ad“, in der es acht Einreichungen auf die Nominierten-Liste geschafft haben. Sieben Platzierungen gibt es in der Kategorie „Beste ROI-Performance-Kampagne“ und sechs in der

Kategorie „Beste Digital-Kampagne“. Jeweils fünf Nominierungen gibt es in den Kategorien „Best Digital Extension“, „Best Display & Mobile Ad“, „Best Website, App & E-Commerce“, „Beste Online-2-Offline-Kampagne“ und „Beste Social-Media-Strategie“.

Spannend bleibt weiterhin das Rennen um die Nachwuchstalente des Jahres in den Kategorien „Kreation“ und „Media“ sowie den Gesamtsieger, der mit dem Titel „Best in Show“ prämiert wird. Erstmals wird heuer gemeinsam mit der ESG Transparency Initiative und Der Standard ein Nachhaltigkeitspreis vergeben. Er wird konkrete Umsetzungspläne von Unternehmen auszeichnen, mit denen ESG-Ziele (Environment, Social, Governance) binnen der nächsten zwölf Monate erreicht werden sollen.

„Die Jury unter der Leitung von **Mathias Fanschek** hat heuer noch strengere Kriterien angelegt. Nur mehr knapp ein Drittel der eingereichten Arbeiten hat die erste Hürde am Weg zum iab webAD passiert. Das jährlich steigende Niveau der Einreichungen macht den iab webAD als Richtungsweiser für Trends im Digitalmarketing noch spannender und aussagekräftiger. Bereits eine Nominierung ist ein Ritterschlag für herausragende Digitalkompetenz. Die Preisträgerinnen und Preisträger, die bei der stimmungsvollen Award Show in der Wiener Marx Halle ausgezeichnet werden, setzen die Messlatte nicht nur höher, sondern geben schon heute die Richtung für digitale Erfolge von morgen vor“, so iab-austria-Geschäftsführerin **Ursula Gastinger** .

66 nominierte Arbeiten haben die erste Hürde genommen und sind im Rennen um den wichtigsten Award der Digitalwirtschaft

Beste Corporate Responsibility Kampagne

Auftraggeber: Care Österreich
Titel: Care – Touching Stories
Einreicher: Wien Nord Serviceplan
Agentur: Wien Nord Serviceplan

Auftraggeber: Ja! Natürlich
Titel: Ja! Natürlich Klimaschutzpaket
Einreicher: Mindshare
Agentur: Mindshare; Merliceck & Partner; Marian & Co.

Auftraggeber: McDonald's
Titel: Kübel mit Kulisse – Scenic Bins
Einreicher: Virtue
Agentur: Virtue

Auftraggeber: ÖBB
Titel: ÖBB Schienenbienen
Einreicher: Aandrs
Agentur: Aandrs

Auftraggeber: Erste Bank und Sparkasse
Titel: Q4 2021 ESG
Einreicher: Jung von Matt Donau; Erste Bank und Sparkasse; Wavemaker
Agentur: Jung von Matt Donau

Best Digital Extension

Auftraggeber: Bitpanda
Titel: Bitpanda Incremental Reach Extension
Einreicher: Goldbach
Agentur: Direkt

Auftraggeber: Zalando
Titel: Das älteste Model der Welt
Einreicher: DMB.
Agentur: Media 1

Auftraggeber: Brau Union
Titel: Gösser Naturradler Sommeredition
Einreicher: Dentsu
Agentur: Dentsu; McCann

Auftraggeber: Hermann Fleischlos
Titel: Wenn's nicht wurst ist!
Einreicher: Spießer & Spinner
Agentur: Spießer & Spinner

Auftraggeber: Hornbach
Titel: „Jingle- Jam“: Mit dem richtigen Sound zu Hornbach – egal was

Dir gefällt
Einreicher: Mediaplus
Agentur: Mediaplus; Heimat Berlin

Best Display & Mobile Ad

Auftraggeber: Billa
Titel: Regionalität - interaktive Entdeckungsreise
Einreicher: Tunnel23
Agentur: Tunnel23; BBDO Wien; Das Rund; Mindshare

Auftraggeber: Land- und Forstbetriebe Österreich
Titel: ChristmasNFTrees
Einreicher: DMB.
Agentur: DMB.

Auftraggeber: Hornbach
Titel: Es kann nicht schlecht sein. Denn es ist von Dir.
Einreicher: Tunnel23
Agentur: Tunnel23; Mediaplus

Auftraggeber: Hornbach
Titel: Komm zu Hornbach. Bevor es Dein Garten tut.
Einreicher: Tunnel 23
Agentur: Tunnel23; Mediaplus

Auftraggeber: Volvo
Titel: Volvo XC40 Recharge Pure Electric
Einreicher: Mindshare
Agentur: Yoc; Grey

Best Tech & Innovation Kampagne

Auftraggeber: Coca-Cola
Titel: Coca-Cola Pulitzer Algorithmus
Einreicher: Mediacom
Agentur: Mediacom

Auftraggeber: Wien Tourismus
Titel: Get me out, Freud!
Einreicher: Jung von Matt Donau
Agentur: Jung von Matt Donau; Metaverse World Builders

Auftraggeber: Ströck
Titel: Krapfen goes Crypto
Einreicher: Ogilvy & Mather
Agentur: Ogilvy & Mather; Cryptowiener

Best Video Ad

Auftraggeber: Oberösterreichische Gesundheitsholding

Titel: Darum OÖG

Einreicher: Spießer & Spinner; Adverserve

Agentur: Spießer & Spinner; Adverserve

Auftraggeber: Hermann Fleischlos

Titel: Wenn's nicht wurst ist!

Einreicher: Spießer & Spinner

Agentur: Spießer & Spinner

Auftraggeber: Hornbach

Titel: „Entfesselt“: Wir schicken heimische Gärten auf digitalem Weg zu Hornbach

Einreicher: Mediaplus

Agentur: Mediaplus; Tunnel23

Auftraggeber: Österreichische Post

Titel: Lezzz Go Lehre

Einreicher: Team Violet

Agentur: Team Violet

Auftraggeber: McDonald's

Titel: Brandkampagne 2022

Einreicher: DDB Wien

Agentur: DDB Wien; OMD Mediaagentur

Auftraggeber: Rauch

Titel: Crazy Flavours Tiktok- Kampagne

Einreicher: Accenture Song

Agentur: Accenture Song

Auftraggeber: Erste Bank und Sparkasse

Titel: Spark7

Einreicher: Erste Bank und Sparkasse; Jung von Matt Donau; Wavemaker

Agentur: Jung von Matt Donau

Auftraggeber: Volvo

Titel: Volvo eZone - Morgen kommt sicher

Einreicher: Digitalwerk

Agentur: Digitalwerk

Best Website, App & E-Commerce

Auftraggeber: Joma
Titel: Digital Meeting Experience (DiME)
Einreicher: DMB.
Agentur: DMB.

Auftraggeber: Holding Graz
Titel: Website- Relaunch
Einreicher: Holding Graz
Agentur: Moodley

Auftraggeber: Mintality Stiftung
Titel: Robitopia
Einreicher: COPE
Agentur: Institut für Höhere Studien; Therese Niss; Webentwicklung
Ideenreich; Fehr Advice & Partners

Auftraggeber: Steiermark Tourismus
Titel: All- In- One- Portal für Steiermark Tourismus
Einreicher: Elements New Media Solutions
Agentur: Elements New Media Solutions

Auftraggeber: Volvo
Titel: Volvo eZone
Einreicher: Digitalwerk
Agentur: Digitalwerk

Beste B2B-Kampagne

Auftraggeber: A1
Titel: A1 Business KMU Frühjahr
Einreicher: Dentsu
Agentur: Dentsu; Seso

Auftraggeber: Agrarmarkt Austria Marketing
Titel: Ab Hof Launch
Einreicher: Stoff
Agentur: Stoff

Auftraggeber: Joma
Titel: Digital Meeting Experience (DiME)
Einreicher: DMB.
Agentur: DMB.

Auftraggeber: Magenta Telekom
Titel: Magenta Business Referenzkundenkampagne
Einreicher: Tunnel23
Agentur: Tunnel23; Mediacom; Jung von Matt Donau

Beste Data-Driven Kampagne

Auftraggeber: A1

Titel: A1 Xcite Schulschluss mit Datenvolumen- Targeting

Einreicher: Dentsu

Agentur: Dentsu; Seso

Auftraggeber: BSH Hausgeräte

Titel: Bosch Dynamic D2C

Einreicher: Wavemaker

Agentur: Wavemaker

Auftraggeber: Hitradio Ö3

Titel: Wie wir mit Ö3 LIVE- Inhalten und der richtigen Datenstrategie junge Hörer:innen nachweislich zum Live- Reinhören bewegen

Einreicher: Mediaplus

Agentur: Mediaplus; Jung von Matt Donau

Auftraggeber: Hornbach

Titel: „Jingle- Jam“: Mit dem richtigen Sound zu Hornbach – egal was Dir gefällt

Einreicher: Mediaplus

Agentur: Mediaplus; Heimat Berlin

Beste Digital-Kampagne

Auftraggeber: Wien Tourismus
Titel: Get me out, Freud!
Einreicher: Jung von Matt Donau
Agentur: Jung von Matt Donau; Metaverse World Builders

Auftraggeber: Hornbach
Titel: „Entfesselt“: Wir schicken heimische Gärten auf digitalem Weg zu Hornbach
Einreicher: Mediaplus
Agentur: Mediaplus; Tunnel23

Auftraggeber: Hornbach
Titel: „Jingle- Jam“: Mit dem richtigen Sound zu Hornbach – egal was Dir gefällt
Einreicher: Mediaplus
Agentur: Mediaplus; Heimat Berlin

Auftraggeber: Ströck
Titel: Krapfen goes Crypto
Einreicher: Ogilvy & Mather
Agentur: Ogilvy & Mather; Cryptowiener

Auftraggeber: Wien Tourismus
Titel: Vienna Strips on Only Fans
Einreicher: Jung von Matt Donau
Agentur: Jung von Matt Donau

Auftraggeber: Weber
Titel: Hero Hub Help
Einreicher: Pulpmedia
Agentur: Pulpmedia

Beste internationale Kampagne

Auftraggeber: Wien Tourismus
Titel: Get me out, Freud!
Einreicher: Jung von Matt Donau
Agentur: Jung von Matt Donau; Metaverse World Builders

Auftraggeber: Wien Tourismus
Titel: United Cities of Tourism
Einreicher: Jung von Matt Donau
Agentur: Jung von Matt Donau; Kaiserschnitt Film

Auftraggeber: Wien Tourismus
Titel: Vienna Strips on Only Fans
Einreicher: Jung von Matt Donau
Agentur: Jung von Matt Donau

Auftraggeber: Woom
Titel: Woom
Einreicher: Aandrs
Agentur: Aandrs

Beste Online-2-Offline-Kampagne

Auftraggeber: Magenta Telekom
Titel: Magenta Breitband: 0676- Sandro
Einreicher: Virtue
Agentur: Virtue

Auftraggeber: McDonald's
Titel: McDrive: Nur einen Klick entfernt
Einreicher: OMD Mediaagentur
Agentur: OMD Mediaagentur; DDB Wien

Auftraggeber: Red Bull
Titel: Friendsmode
Einreicher: Stoff
Agentur: Stoff

Auftraggeber: Schöffel
Titel: Die Tour
Einreicher: Mediaplus
Agentur: Mediaplus; Wien Nord Serviceplan

Auftraggeber: Verbund
Titel: Miet- Photovoltaik
Einreicher: Dentsu
Agentur: Dentsu; Heimat Wien

Beste ROI-Performance-Kampagne

Auftraggeber: Ikea
Titel: „Green“ statt „Black Friday“: Der Circular Hub von Ikea
Einreicher: Adverserve
Agentur: Adverserve

Auftraggeber: Deli Dip
Titel: Mit cleverer Ausspielung zur Marktführerschaft
Einreicher: Mediaplus
Agentur: Mediaplus; Hello Werbeagentur

Auftraggeber: De'Longhi-Kenwood
Titel: Kenwood- Küchenmaschinen: 62,6 Prozent mehr Umsatz durch die Steigerung der Kaufrelevanz in der Kommunikation
Einreicher: Mediaplus
Agentur: Mediaplus; Fuchsfabrik

Auftraggeber: Kia
Titel: Kia EV6 Launch
Einreicher: Havas Media
Agentur: Havas Media

Auftraggeber: Lebenshilfe Wien
Titel: Erfolge, die man sieht
Einreicher: Dentsu; Merkle
Agentur: Dentsu; Merkle

Auftraggeber: Magenta Telekom
Titel: M- Evasion: Die KI, die „Ad Collisions“ vermeidet
Einreicher: E- Dialog
Agentur: E- Dialog

Auftraggeber: XXXLutz
Titel: Youtube- Video mit Lead- Generierung als Conversion- Boost
Einreicher: E- Dialog
Agentur: E- Dialog

Beste Social-Media-Strategie

Auftraggeber: Wien Tourismus
Titel: Get me out, Freud!
Einreicher: Jung von Matt Donau
Agentur: Jung von Matt Donau; Metaverse World Builders

Auftraggeber: Hermann Fleischlos
Titel: Wenn's nicht wurst ist!
Einreicher: Spießer & Spinner
Agentur: Spießer & Spinner; Marswalk

Auftraggeber: Rauch
Titel: Crazy Flavours Tiktok- Kampagne
Einreicher: Accenture Song
Agentur: Accenture Song

Auftraggeber: Erste Bank und Sparkasse
Titel: Spark7
Einreicher: Jung von Matt Donau; Erste Bank und Sparkasse; Wavemaker
Agentur: Jung von Matt Donau

Auftraggeber: Wien Tourismus
Titel: Vienna Strips on Only Fans
Einreicher: Jung von Matt Donau
Agentur: Jung von Matt Donau

Sämtliche Arbeiten der Shortlists sind auf iab-austria.at zu sehen.

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)