



iab webAD: Juroren stehen fest und Fokus auf Kreativität **at** **â€** **BILD**

ID: LCG24249 | 02.07.2024 | Kunde: iab.austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft -sterreich | Medieninformation

Die Jury für die 21ste Auflage des wichtigsten Awards der Digitalwirtschaft steht nach dem demokratischen Auswahlprozess fest. Heuer schafft die Auszeichnung mehr Raum für kreative Bestleistungen.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Noch bis 28. Juli 2024 läuft die reguläre Einreichphase für den iab webAD. Der wichtigste Award der Digitalwirtschaft hat seine Kategorien in diesem Jahr wieder weiterentwickelt und legt einen starken Fokus auf Kreativität bei der Auszeichnung der besten Digitalkampagnen. Die beste Video Ad und die beste digitale Kampagne werden heuer erstmals in den Kategorie-Clustern „Creativity“ und „Effectivity“ prämiert. Damit wird eine klare Trennung zwischen beispielgebenden Kreativleistungen und herausragender Mediaplanung geschaffen, um erfolgreich erreichte Kampagnenziele besser abzubilden. Kreativität gewinnt einen höheren Stellenwert beim iab webAD, um ihre Bedeutung für die Aufmerksamkeit der User hervorzuheben.

Gänzlich neu sind diesjährig die Kategorien „Beste User Engagement Kampagne“ und „Beste kreative Technologie-Integration“ im „Creativity“-Cluster sowie „Beste User Activation Kampagne“ und „Beste Cookieless Solution“ im „Effectivity“-Cluster. Insgesamt kann zur 21sten Auflage des iab webAD in 22 Kategorien eingereicht werden.

Um die Kategorien am Puls der Zeit und entlang der digitalen Entwicklungen auszurichten, brachte sich ein Expertenpool aus

Kreativ- und Mediaagenturen, Auftraggebern und technischen Dienstleistern ein, dem iab-austria-Vorstandsmitglied **Philip Miro** (ORF-Enterprise), **Diego del Pozo** (Tunnel23), **Lena Artes** (Mediaplus Austria), **Stefan Lippert** (Tante Emma), iab-austria-Präsidentin **Rut Morawetz** (A1), **Peter Hrubí** (Google) und **Karin Duft** (iab austria) angehörten.

„Digitalisierung und alle technischen Aspekte, die damit einhergehen, sind für uns alle längst tägliche Normalität in der Kommunikation. Während technische Themen oft in der digitalen Diskussion eine große Rolle spielen, darf dabei aber nicht vergessen werden, dass online wie offline vor allem die Idee zählt. Um Ihr eine würdige Bühne zu bieten, verstärken wir den Fokus beim iab webAD auf beispielgebende Kreativität“, erklärt **Diego del Pozo** (Tunnel23), Jury Head Creative.

Die Jurys haben sich formiert

Ebenfalls weiterentwickelt wurde das Verfahren für die Juryauswahl. Für die „Creativity“- und „Effectivity“-Jury werden jeweils drei Mitglieder im demokratischen und transparenten Verfahren gewählt. Sie werden nach der Nominierung durch den Vorstand des iab austria auf Eignung, Qualifikation und Unabhängigkeit geprüft, bevor sie sich dem Online Voting stellen, in dem alle Mitglieder der größten Interessenvertretung der Digitalwirtschaft ein Stimmrecht haben. Weitere vier Jurymitglieder werden von den jeweiligen Jurypräsidenten auserkoren, wodurch die Expertise weiter gesteigert werden soll. Jede Jury setzt sich aus neun Mitgliedern zusammen, wobei ihr ein Preisträger der Nachwuchskategorie aus dem Vorjahr angehört.

In der „Creative“-Jury werden unter der Leitung von **Diego del Pozo** (Tunnel23) über die diesjährigen Preisträger **Katja Claus** (Die Goldkinder), **Maria Holzinger** (e-dialog), **Lukas Kraetschmer** (Ströck), **Maximilian Mondel** (Momentum Wien), **Christoph Pausz** (freier Creative Director), **Thomas Ragger** (Wild), **Armin Rogl** (Media Brothers) und **Anja Stojanovic** (T-Systems) beraten.

Die „Effectivity“-Jury setzt sich unter dem Vorsitz von **Ursula Arnold** (Mindshare) aus **Christoph Ableitinger** (Mediamarkt), **Anita Elöpataki** (Volvo), **Sophie Feiks** (Initiative Media), **Tobias Friesenbichler** (Google), **Christoph Fussi** (Austrian Airlines), **Matthias Leitner** (Der Standard), **Nina Santner** (Adform) und **Linda Saric** (Dentsu) zusammen.

Als Jurykoordinator fungiert iab-austria-Vorstandsmitglied **Philip Miro** (ORF-Enterprise).

Alle Informationen zu den Juroren auf iab-austria.at

Jetzt einreichen!

Die reguläre Einreichphase für den iab webAD läuft noch bis 28. Juli 2024. In diesem Zeitraum beträgt die Einreichgebühr für iab-austria-Mitglieder 300 Euro und für Nichtmitglieder 350 Euro (exkl. USt). Spätentschlossene haben in der Late-Bird-Phase, von 29. Juli bis 7. August 2024, noch die Möglichkeit, für 350 respektive 400 Euro (exkl. USt) einzureichen. Junge Talente, die maximal 30 Jahre alt sind, reichen in den Nachwuchskategorien während des gesamten Zeitraums um nur 99 Euro ein.

Alle Informationen zum iab webAD und den Kategorien finden sich auf iab-austria.at.

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

- Der Award zeichnet die besten Digitalkampagnen in 22 Kategorien aus und legt einen starken Fokus auf Kreativität.
- Die Jury besteht aus neun Mitgliedern pro Cluster, die teilweise durch ein demokratisches Online-Voting und teilweise durch die Jurypräsidenten ausgewählt wurden.
- Die reguläre Einreichgebühr beträgt 300 Euro für iab-austria-Mitglieder und 350 Euro für Nichtmitglieder. Junge Talente können in den Nachwuchskategorien um 99 Euro einreichen.

+ + + BILDMATERIAL + + +

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

