

Best in Show

Beim 13. webAd des IAB Austria wurden 50 Trophäen vergeben. Wien Nord & Carat holten sich „Best in Show“ für Opel, und den Sieg in Media holten MediaCom/Tunnel23 für T-Mobile.

••• Von Josefin Weindorf

WIEN. Der 13. IAB webAd war heuer für besonders viele Einreichungen ein Glückstag: 50 der begehrten Trophäen wurden im Rahmen der Gala-Show überreicht. Aus 183 Einreichungen wurden die Besten in 20 Kategorien ausgezeichnet. Erstmals wurden auch Nachwuchstalente gekürt und die Gäste im Rahmen eines Livevotings nach ihren Favoriten gefragt. Die sonst Rockgrößen aus aller Welt beherbergende Bank Austria Halle des Gasometers war auch heuer wieder Schauplatz des renommiertesten Online-Werbepreises Österreichs am 8. Oktober 2015.

Die Qual der Wahl

Die Media-Jury unter der Leitung von Friederike Müller-Wernhart (Mindshare) und die Kreativ-Jury unter der Leitung von Michael Katzlberger (Tunnel23) hatten es ob der hohen Qualität der Kampagnen nicht leicht, eine Entscheidung zu fällen. Sie wählten schlussendlich 74 Einreichungen auf die Shortlist. Da Projekte in verschiedenen Kategorien eingereicht werden können, handelt es sich dabei in Summe um



Viel zu feiern gab es beim diesjährigen IAB webAd – auch die vielen Einreichungen.

54 verschiedene Arbeiten. Zwar hat sich die Anzahl der Einreichungen im Vergleich zum Vorjahr verringert, in welchem der Rekord von 243 Einreichungen das noch nie dagewesene All-time-high darstellte, dafür gab es mehr Shortlist-Platzierungen (2014: 67 Platzierungen); das spricht auch für die Qualität der Einreichungen.

Zum Abräumer des Abends zählte MediaCom mit sieben Trophäen, unter ihnen auch die für Best in Show Media. Die gemeinsam mit Tunnel23 umgesetzte Kampagne

„T-Mobile –Wie-ich-will/Juhu!“ punktete in der Media-Jury am höchsten. Aus den Kreativeinreichungen ragte die von Wien Nord eingereichte Opel-Kampagne „Luftpost für Volkswagen“ hervor und wurde on Top zu drei Goldenen IAB webAds mit der Auszeichnung Best in Show Kreativ geehrt. Die stolzen Gewinnerinnen und Gewinner auf der Bühne zu sehen, war auch für IAB-Präsidentin Martina Zadina ein besonderer Moment: „Es ist jedes Jahr aufs Neue beeindruckend, wie viel Potenzial und Innovati-

onskraft in der österreichischen Online-Werbebranche steckt. Wer einen IAB webAd-Pokal mit nach Hause nehmen darf, kann sich sicher sein, zur absoluten Spitzenklasse der Branche zu gehören.“

Durchstarter goes Eurobest

Erstmals wurde aus den Kategorien „Media“ und „Kreativ“ jeweils ein Nachwuchstalent unter 28 Jahren gekürt. Die Gewinner: Niklas Wiesauer von Mindshare (Media) und Markus Wildzeiss von Tunnel23 (Kreativ). Ihr außerordentlicher Einsatz wurde aber nicht nur bei der IAB-webAd-Gala geehrt: Sie bilden ein Team und vertreten Österreich bei der Young Creatives Competition beim Eurobest Festival of Creativity, eingeladen von der ORF-Enterprise, dem österreichischen Eurobest-Festivalrepräsentanten.

Beim IAB webAd 2015 wurden heuer auch die Gala-Gäste um ihr Votum gebeten. Mit dem eigens für den IAB webAd programmierten Voting-Tool von Atos wählte das Publikum den Liebling aus allen Shortlistplatzierten. Die Gunst der Gäste gewann die Kampagne „MAM Baby Tagebuch“ eingereicht von Blue Monkeys

KRITIK AM TV-„TATORT“

Überzeichnete Dramaturgie

BERLIN. Nordrhein-Westfalens Polizisten sind wenig glücklich über den letzten ARD-„Tatort“, in dem ein Flüchtling in einer Polizeizelle verbrennt. „Unsere Kolleginnen und Kollegen machen in der derzeitigen Flüchtlingslage einen sehr guten Job, die Menschen bedanken sich bei ihnen“, sagte Volker Huß von der Gewerkschaft der Polizei (GdP) in NRW Anfang dieser Woche. Die Dramaturgie der „Tatort“-Folge sei überzeichnet, sagte Huß. „Unsere Beamten fühlen sich vorgeführt, obwohl sie in diesen Tagen Überstunden schieben und in der Flüchtlingskrise in vorderster Reihe stehen.“ (APA)

24/7 ON

75% sind täglich im Internet

BERLIN. Knapp zwei Drittel der Erwachsenen in Deutschland nutzen täglich das Internet. Wie die ARD/ZDF-Onlinestudie 2015 ergab, sind 44,5 Millionen Menschen (63 Prozent) jeden Tag im Netz unterwegs, das sind 3,5 Millionen (8,5 Prozent) mehr als im Vorjahr. Mehr als die Hälfte (55 Prozent) nutzt das Internet auch von unterwegs. Vor einem Jahr war es noch exakt jeder Zweite. (APA)

Das Gütesiegel für geprüfte Lettershops

Die wegweisende Auszeichnung für mehr Service und Qualität.



Einfach zuverlässig: Ein strenges Prüfverfahren garantiert, dass Träger des Gütesiegels „Post-zertifizierter Lettershop“ höchste Qualitätskriterien erfüllen. Das Partnerprogramm der Österreichischen Post steht all jenen Versandexperten offen, die ihren Kunden mehr Sicherheit geben wollen.

„Das strenge Prüfverfahren garantiert höchste Qualitätskriterien in puncto Beratung, Versand-Know-how und Zuverlässigkeit.“

UNTERNEHMENSZENTRALE, ÖSTERREICHISCHE POST AG

Das Gütesiegel „Post-zertifizierter Lettershop“ wird jeweils für ein Jahr verliehen, anschließend muss sich der jeweilige Lettershop erneut dem Prüfverfahren stellen.

Für höchstes Vertrauen

Qualität, Know-how und Zuverlässigkeit werden dabei großgeschrieben. Experten legen die Parameter fest, anhand derer sich jeder Lettershop beurteilen lassen

Besonders wichtig für die positive Zertifizierungsentscheidung ist eine leistungsfähige Versandsoftware: Lettershop-Partner müssen entweder den Post. Versandmanager oder eine post-zertifizierte Software-Lösung eines Drittanbieters verwenden.

Geprüfte Qualität

Zusätzlich wird geprüft, ob die

lischen Richtlinien einhalten und die relevanten Versandarten beherrschen. Im Versandbereich gibt es immer wieder Innovationen und Modernisierungen; in folgedessen müssen zertifizierte Lettershops laufend über neue Produkte informiert werden. Bestehendes Produkt-Know-how wird nach Bedarf aufgefrischt. So ist gesichert, dass sie up to date bleiben und zeitgemäße



zierten Lettershop-Partner haben Kunden die Gewissheit, dass ihr Lettershop höchste Qualität bietet: sowohl bei der Beratung – das spart Kosten – als auch bei der Auflieferung – das garantiert eine noch schnellere Beförderung. Nur zertifizierte Lettershops dürfen das abgebildete Gütesiegel auf ihren Geschäftspapieren verwenden. Die aktuell zertifizierten Partner sind auf der Webseite der

Credit: Österreichische Post AG

INFO/KONTAKT

Österreichische Post AG
Unternehmenszentrale
Haidingergasse 1,
1030 Wien
Business-Hotline:
0800 212 212
www.post.at/
postzertifizierterlettershop