

# Einreichphase für den 17. iab webAD startet am 28. Mai 2019

Dieses Jahr kann zusätzlich in den neuen Kategorien "Corporate Responsibility", "Beste KPI Kampagne" und "Beste B2B Kampagne" eingereicht werden. Die Preisverleihung findet am 3. Oktober 2019 im Zuge der webAD Gala in der Marx Halle statt.



Sabine Auer-Germann, COO Mindshare: "Der iab webAD ist für die gesamte Digitalwirtschaft relevant, weil er die Entwicklungen der Branche abbildet und am Puls der Zeit ist. Mit den Adaptionen der Kategorien tragen wir Trends Rechnung und geben Einreichern die Chance, neue Benchmarks zu setzen."  
(Quelle: Mindshare)

Der wichtigste Preis der Digitalwirtschaft, der [iab webAD](#), wird dieses Jahr bereits zum 17. Mal vom [iab austria](#) verliehen. Unter der Leitung von Sabine Auer-Germann, Chief Operating Officer (COO) Mindshare und Markus Wieser, Geschäftsführer Heimat Wien, hat die zuständige Arbeitsgruppe den WebAd-Awards reformiert. Nachdem im vergangenen Jahr mit der Marx Halle bereits eine neue Location für die Preisverleihung gefunden wurde, wurde dieses Jahr für einen optimierten Juryprozess und neue Kategorien gesorgt. Diese wurden an die rasanten Entwicklungen in der Digitalwirtschaft angepasst.

„Der iab webAD ist für die gesamte Digitalwirtschaft relevant, weil er die Entwicklungen der Branche abbildet und am Puls der Zeit ist. Mit den Adaptionen der Kategorien tragen

wir Trends Rechnung und geben Einreichern die Chance, neue Benchmarks zu setzen. Das Thema Corporate Responsibility gewinnt in der Kommunikation stark an Bedeutung. Für Konsumenten stellt es eine wesentliche Kaufentscheidung dar. Gerade für die neue Generation Z ist das Thema wichtiger denn je. Das bilden wir nun auch beim iab webAD ab und schaffen damit eine Einreichmöglichkeit, die bewusst nicht nur NGOs und Pro-Bono-Kampagnen ansprechen soll“, formuliert Auer-Germann.

## Neue Kategorien

Der webAD wurde dieses Jahr um neue Kategorien erweitert, einige ältere Kategorien wurden gestrichen. Die Kreativ- und Media-Kategorien werden jeweils um „Corporate Responsibility“ bereichert. Diese Kategorie zeichnet soziale, gesellschaftliche oder kulturelle Aktivitäten von Marken oder Organisationen aus, die eine gesellschaftlich relevante Botschaft transportieren. Der Fokus liegt auf der angestrebten Bewusstseinsänderung oder Mobilisierung von Menschen, sich zu engagieren oder umzudenken. Zugelassen sind nicht nur Einreichungen von NGOs, sondern auch gesellschaftlich relevante Markenbotschaften. Bei den Kreativ-Kategorien entfällt dafür „Virtual & Augmented Reality“. In den Media-Kategorien werden „Best Digital Research“ und „Beste Native Kampagne“ gestrichen.

Die Media-Kategorien werden um „Beste KPI Kampagne“ ergänzt. Hier werden Kampagnen prämiert, die speziell auf digitalen Performance-Kanälen (unter anderem SEO, SEA, Affiliate-Marketing, E-Mail-Marketing, Couponing, etc.) innovative und effiziente Konzepte umgesetzt haben und somit einen hohen Return-on-Invest liefern. Sowohl in den Media- als auch Kreativkategorien wird die Kategorie „Beste B2B Kampagne“ eingeführt.

Zudem kann man dieses Jahr sowohl nationale als auch internationale Kampagnen einreichen. Nationale Kampagnen müssen in Österreich produziert und publiziert oder spezifisch für den österreichischen Markt erstellt worden sein. Internationale Kampagnen müssen zwar in Österreich publiziert, aber nicht hierzulande konzipiert oder produziert worden sein. Mit den zwei neuen Kategorien kann der begehrte iab webAD heuer in 24 Kategorien gewonnen werden. Der Preis „Best in Show“ wird in den Media- und Kreativkategorien jeweils von der Jury vergeben

## Die diesjährige Jury

Ein optimierter Jury-Prozess rundet das neue webAD-Konzept ab. Die Jurys setzen sich diesmal aus elf Mitgliedern in der Kategorie Media und zwölf in der Kategorie Kreativ zusammen. Dabei wurde ein großer Wert auf die gleichwertige Vergabe der Jury-Plätze an Repräsentanten von Agenturen, Vermarktern und Kunden gelegt. Zudem werden dieses Jahr besonders kleinere Agenturen in die Jury eingeladen. Des Weiteren werden heuer alle Bundesländer gezielt berücksichtigt, um zu zeigen, dass kreative Exzellenz in allen neun Bundesländern gelebt wird.

Die Jury steht bereits fest und setzt sich dieses Jahr aus Verena Haas (Wavemaker, Nachwuchstalente des Jahres 2018), Patrick Frech (Löwenmedia/Hartlauer), Christoph Seidl (Marketingkreation), Max Pruscha (YOC), Florian Magistris (httpool), Julian Wiehl (Vanguardist Media), Marion Stelzer-Zöchbauer (SDO), Clemens Brugner (AMEX), Manuela Sobotka (Legero Graz) und David Schnitzer (Thomas Cook) unter der Leitung von Michael Pollaschak (Austrian Airlines) zusammen. Die Kreativ-Jury wird Peter Rathmayr (Google) leiten. Ihr gehören Thomas Lichtblau (wild), Kaitlyn Chang (KTHE), Selina Holisensky (Jung von Matt/Donau), Eva Oberdorfer (We Make), Christoph Pausz (Media Brothers), Nora Trattner (L'Oréal), Millad Shahini (BILLA), Martin Radjabir-Rasset (Erste Bank), Michael Pötscher (Tourradar) und Dominic Radl (Tunnel23) an.

## Einreichphase beginnt mit 28. Mai 2019

Die Early-Bird-Einreichphase beginnt am 28. Mai, die reguläre Einreichphase beginnt am 26. Juni 2019. Einreichschluss ist der 5. August 2019. Die Jury-Sitzung findet am 22. August statt, die Nominees werden am 28. August bekannt gegeben. Die Preisverleihung findet am 3. Oktober im Zuge der webAD Gala in der Marx Halle statt.

[Hier](#) können Sie ab 28. Mai Ihre Projekte einreichen.

