

webAD mit historischem Einreichrekord

H

Horizont Redaktion 18. August 2019

Teilen



Ab sofort sichten die Juroren die Einreichungen im Online-Tool. Bereits am 22. August 2019 werden die Media-Jury unter der Leitung von Michael Pollaschak (Austrian Airlines) und die Kreativ-Jury unter der Leitung von Peter Rathmayr (Google) tagen und die Shortlists erstellen. © iab austria

Neuer Rekord für den iab webAD: Zwar stiegen die Einreichungen in den letzten Jahren kontinuierlich an, aber heuer bricht der wichtigste Award der Digitalwirtschaft die bisherigen Bestmarken. Insgesamt 342 Arbeiten wurden eingereicht, 258 waren es noch im Vorjahr.

Den stärksten Zuwachs verzeichnen die Kategorien „Craft (Handwerk)“ (+214,29 Prozent), „Beste digitale Kampagne“ (+128,57 Prozent) und „Innovation“ (+72,73 Prozent). Leichte Rückgänge gibt es bei „Nachwuchstalent des Jahres (Kreativ)“ (-38,46 Prozent), „Beste Social Media Kampagne“ (-38,1 Prozent) und „Nachwuchstalent des Jahres (Media)“ (-33,33 Prozent).

"Neuer Höhenflug"

„Unglaublich! Das ist der absolute Wahnsinn. So eine Steigerung hatten wir überhaupt noch nie! Wir freuen uns total, dass die Überarbeitung der Kategorien so gut angenommen wurde“, meinen die Jurykoordinatoren Sabine Auer-Germann (Mindshare) und Markus Wieser (Heimat Wien) in einer Aussendung.

„Mit diesem unfassbaren Einreichrekord hebt der iab webAD zu einem neuen Höhenflug ab! Die Rolle als wichtigster Preis der Digitalwirtschaft ist eindrucksvoll bestätigt. Während viele Awards mit sinkenden Einreichzahlen kämpfen, verzeichnet der iab webAD mit einem Plus von 32,6 Prozent den größten Zuwachs in seiner 17-jährigen Geschichte“, betont iab-austria-Präsident André Eckert (oe24.TV).

„Die hervorragende Arbeit des Teams rund um Alexandra Beil, die Überarbeitung der Kategorien und der Stellenwert des iab webAD werden durch diesen einzigartigen Einreichrekord Schwarz auf Weiß bestätigt. Das ist ein historischer Durchbruch für den iab webAD und gibt ihm einen neuen Stellenwert in der Branche“, ergänzt iab-austria-Geschäftsführer Stephan Kreissler.

Erstmals digitale Werbekampagne für den iab webAD

Erstmalig wurde der iab webAD heuer auch mit einer Digitalkampagne beworben. Unter dem Titel „Besser webAD als webBAD“ zeigte sie in unterhaltsamen und provokanten Kurzvideos, wie man sicher keinen iab webAD gewinnen kann. In der von Heimat Wien konzipierten Kampagne zeigt sich klar: Das größte Hindernis, um nicht als strahlender Sieger hervorzugehen, ist nicht einzureichen.

„Als größte Interessenvertretung der Digitalwirtschaft sind wir den Beweis angetreten, dass intelligente, unterhaltsame und zielgruppenadäquate Digitalwerbung wirkt. Die Kampagne von Heimat Wien hat in der Digitalwirtschaft durch exaktes Targeting und eine charmante Kreatividee überzeugt und gepunktet“, sagt Kreissler.

Die nächsten Schritte zum iab webAD

Ab sofort sichten die Juroren die Einreichungen im Online-Tool. Bereits am 22. August 2019 werden die Media-Jury unter der Leitung von Michael Pollaschak (Austrian Airlines) und die Kreativ-Jury unter der Leitung von Peter Rathmayr (Google) tagen und die Shortlists erstellen. Der iab webAD wird dann schließlich am 3. Oktober 2019 in der Wiener Marx Halle verliehen werden.