

AM PULS DER ZEIT

Neuerungen beim iab webAD

Von Horizont Redaktion (mailto:red_horizont@manstein.at)

Freitag, 17. Juli 2020



Die Juryvorsitzenden Sabine Auer-Germann (Mindshare) und Peter Rathmayr (ad-vocacy.consulting) stellten die Neuerungen beim wichtigsten Award der Digitalwirtschaft vor.

(/news/media/6/webAD-56555.jpeg)

Im 18. Jahr seines Bestehens ändert sich beim iab webAD nicht nur aufgrund der Covid-19 Pandemie einiges.

Die Juryvorsitzenden Sabine Auer-Germann (Mindshare) und Peter Rathmayr (ad-vocacy.consulting) haben die Kategorien modernisiert und erweitert. "Wir haben einfach neu feinjustiert", erklärte Auer-Germann. "Der iab webAD muss sich genauso schnell entwickeln wie die Digitalwirtschaft selbst, um seinem Anspruch zu genügen. Wir stellen die Kategorien und Modalitäten daher jedes Jahr auf den Prüfstand, um die Relevanz des Awards zu erhalten. Heuer sind mehr Übersichtlichkeit und Transparenz das Credo", so Auer-Germann. Wichtigste Neuerung: Die Unterscheidung zwischen Media- und Kreativkategorien fällt mit der umfassenden Reform der Kategorien, die nun in die Bereiche "Craft", "Campaign Efficiency" und "Special" gegliedert sind, weg. "Das Ende entspricht der Marktsituation. Die Grenzen sind fließend und es geht um das beste Ergebnis. Der Gesamterfolg einer Kampagne ist entscheidend. Das bildet der iab webAD heuer sehr klar ab", sagt Rathmayr. Im Jahr 2020 gibt es insgesamt 17 Kategorien, wovon in 14 jeweils Gold, Silber und Bronze verliehen werden. Die drei Kategorien "Nachwuchstalent des Jahres" und Platin für "Beste Kampagne des Jahres" werden als

Sonderpreise separat und jeweils nur einmal verliehen. "Der Preis für das Nachwuchstalent, der mit einem Sonderpreis gewürdigt wird, soll mehr auf die Person bezogen sein und wird von 28 Jahren auf 26 Jahren herabgesetzt", erklärte Auer-Germann gegenüber dem HORIZONT.

'Wir haben keine Covid-Kategorie'

Ebenfalls neu ist, dass ab diesem Jahr in jeder Kategorie ein webAD in Gold verliehen wird, "um das Juryvotum zu präsentieren und digitale Bestleistungen in allen Bereichen hervorzuheben". Die beste Gesamtleistung des Jahres wird mit einem Platin-Award ausgezeichnet. Er löst die bisherigen "Best-in-Show"-Auszeichnungen ab. Der Betrachtungszeitraum für die Einreichungen wird von 1. Mai 2019 auf 31. August 2020 verlängert, "um herausragenden Arbeiten der letzten Monate während der Covid-19 Maßnahmen eine Chance auf den iab webAD zu geben", hieß es. Gleichzeitig betonte Rathmayr: "Wir haben keine Covid-Kategorie!" iab-austria-Geschäftsführerin Ursula Gastinger dazu: "Als größte Interessenvertretung der Digitalwirtschaft haben wir zu keinem Zeitpunkt daran gedacht, den iab webAD zu verschieben. Wir haben die Modalitäten angepasst, um gerade in dieser herausfordernden Situation den richtigen Rahmen zu schaffen."

Einreichbedingungen

Zum iab webAD 2020 können Arbeiten eingereicht werden, die im Betrachtungszeitraum in Österreich produziert und publiziert, beziehungsweise speziell für den österreichischen Markt konzipiert wurden. Für Einreichungen, deren Strategie prämiert wird, müssen die Werbemittel nicht in Österreich produziert worden sein. Die Strategieleistung muss allerdings in Österreich erbracht worden sein.

Auer-Germann erklärt: "Wir brauchen positive Signale". Sie hofft auf "möglichst viele Einreichungen, trotz Einsparmaßnahmen." Im Jahr 2019 hatte man einen Rekordwert von 342 Einreichungen geschafft. Ab Montag, dem 20. Juli 2020 kann in der Early-Bird-Phase zum iab webAD 2020 zum ermäßigten Preis von 100 Euro für iab-austria-Mitglieder und 150 für Nichtmitglieder eingereicht werden. Das iab legt Wert auf möglichst einfache Erklärungen der Arbeiten. Die Einreichgebühren in der Kategorie "Nachwuchstalent des Jahres" wurden auf 50 Euro gesenkt. Die Einreichung erfolgt über die Website des iab Austria auf <https://www.iab-austria.at> (<https://www.iab-austria.at>)

'Wir bringen den iab webAD zu den Gewinnern'

Die elfköpfige Jury wird im Oktober tagen. Ihr gehören auch die beiden Nachwuchstalente des letzten Jahres an. Durch die Ungewissheit der Coronakrise verlagert sich auch beim iab webAD die Verleihung in den digitalen Raum. Die Awardshow, im letzten Jahr noch mit 1.200 Gästen begangen, wird Ende November 2020 stattfinden. "Wir bringen den webAD zu den Gewinnern", verkündete Auer-Germann. Die Preisträger werden mit zahlreichen Überraschungen, die für einen unterhaltsamen Showeffekt sorgen

sollen, in ihren Büros und Agenturen besucht. Daraus entstehen kurze Videos, die zu einer rund einstündigen Online-TV-Show zusammengeschnitten werden. Sie wird als Höhepunkt des iab webAD als Webcast ausgestrahlt werden.