



Ein wahrer Goldregen ergoss sich am Abend der iab webAd Gala auf die Agentur Demner, Merlicek & Bergmann. In den drei Kategorien „Beste Kampagne“, „Beste integrierte Kampagne“ und „Beste digitale Kampagne“, konnte man mit dem Projekt „XXXLutz: Wahl 2017“ Gold einheimsen und durfte außerdem den Award „Best in Show (Media)“ mit nach Hause nehmen. Bei anderen Award-Verleihungen hatte die Kampagne ebenfalls schon häufig Juroren überzeugt. In den

Kategorien „Content Marketing“ und „Online Video“ gab es silberne Awards und für den „Einsatz von Social Media“ Bronze.

Seit 2003 ehrt das iab austria im Rahmen der Gala herausragende Onlinewerbemaßnahmen in Österreich. Die Gewinner von Agenturen und Auftraggebern

Die Jury für den Bereich Kreativ

Sitzend: Dominik Mikes, Alexander Winsauer, Thomas Strobl; stehend: Michael Nagy, Stefan Rasch, Lukas Fliszar, Mariella Greiml, Markus Wieser, Michael John.

wurden am 11. Oktober in der Marx Halle auf die Bühne gebeten und konnten ihre iab webAd-Trophäe in Empfang nehmen.

Gold für Hamburger Agentur

Zwei Mal Gold gewann Wien Nord für den Kunden Wien Tourismus mit dem Projekt „Digitale Seession“ in den Kategorien „Craft (Handwerk)“ und „Websites & Microsites“. Den Award „Best in Show (Kreativ)“ konnte man ebenfalls gewinnen.

Die Hamburger Agentur Lukas Lindemann Rosinski konnte die Jury in den Kategorien „Beste mobile Kampagne“, „Beste native Kampagne“ mit „Eurowings Tinder-Recruiting“ für den Kunden Eurowings begeistern und zwei Mal Gold mit nach Deutschland nehmen. Die Kampagne von Heimat Wien für karriere.at, „Willst du, kannst du!“, sorgte mit 40 verschiedenen TV-Spots für Aufsehen und konnte nun auch die Jury des iab webAd überzeugen. So konnte man drei Mal Silber in den Kategorien „Beste Kampagne“, „Craft (Handwerk)“ und „Beste integrierte Kampagne“ mit nach Hause nehmen; Bronze gab es in der Kategorie „Online Video“.

Als „Beste Social Media-Kampagne“ darf sich „Wien wird Wow“ von We Make für den Kunden Stadt Wien nennen. Bronze

erhielt man in der Kategorie „Beste integrierte Kampagne“, Gold gewann in dieser Kategorie Wien Nord, neben Demner, Merlicek & Bergmann, mit „#ToArt-ItsFreedom“ für Wien Tourismus.

Schwangerschaft & Verhütung

Die Agentur Traktor gewann in den Kategorien „Einsatz von Social Media“ und „Online-Video“ Gold für das Caritas-Kältetelefon und die Wiener Linien. Die Erste Bank gewann Gold in der Kategorie „Content Marketing“ mit dem Projekt „Content Table“. Das erste KI (Künstliche Intelligenz)-Gedicht der Welt von Tunnel23 räumte in der Kategorie „Innovation“ Gold ab.

Die beste native Kampagne stammt aus dem Hause miss. Unter dem Titel „Know your Body“ klärte man zum Thema Schwangerschaft und Verhütung auf. Die „Große Reise durch Niederösterreich“ der Agentur We Make begleitet Weltenbummler Peter, der sich seine Heimat Niederösterreich genauer ansieht – We Make konnte mit der Kampagne in der Kategorie „Content Marketing“ Silber und in der Kategorie „Beste Social Media-Kampagne“ Bronze gewinnen.

In der Kategorie „Online-Video“ ergatterte SR1 Silber für „B2B-Business2Berg“ – ein humorvolles Video über die Ur-

