

DER EVENT FÜR PRINT

Xfair übersiedelt in den Herbst

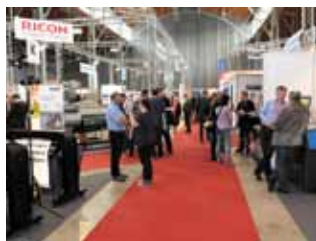
WIEN. In seiner dritten Auflage findet der Print- und Crossproduction-Event Xfair nicht wie bisher im Frühjahr statt, sondern nun erstmals im Herbst, und zwar von 8. bis 10. Oktober.

Grund für den neuen Termin sei primär die Verschiebung wichtiger anderer Branchenevents, wie etwa der Viscom, in den Frühling gewesen. Entschieden haben sich aber schließlich die Aussteller selbst: In einer Umfrage für den Wunschtermin für die Xfair 2019 hat sich der Oktober klar durchgesetzt.

Branchentreff

Am Grundkonzept der Xfair wird sich zum neuen Herbsttermin jedoch nichts ändern: Der Bogen reicht vom klassischen Druck bis zu digitalen Spezialanwendungen und deckt dabei auch die Bereiche End- und Weiterverarbeitung ab. Einen besonderen Schwerpunkt legen die Veranstalter auf das Thema Digitaldruck.

Die Xfair 2019 soll nicht nur heimische Interessierte bedienen, sondern als Branchentreffpunkt für ganz Zentraleuropa und den Donauraum dienen. Der neue Termin solle diesem Vorhaben entgegenkommen, sagen die Veranstalter.



© Xfair Archiv/Markus Spitzauer

Neuer Termin

Aus organisatorischen Gründen und auf Ausstellerwunsch findet die Xfair nun im Herbst statt.



© Media Award/Christoph H. Brenns

Wer einen der begehrten Media Awards erhält, wird am 14. Juni bei der Media Award-Show bekannt gegeben.

Frist verlängert

Agenturen und Auftraggeber haben noch bis 1. März die Chance, ihre Arbeiten für den Media Award einzureichen.

WIEN. Dank der verlängerten Einreichfrist können Auftraggeber und Agenturen ihre Arbeiten noch bis 1. März 2019 kostenlos zum Media Award einreichen. Bei der Award-Show am 14. Juni werden dann jene Projekte ausgezeichnet, die „wegweisend für die innovative Nutzung heimischer Medien sind und als Vorbild für intelligente Mediaplanung dienen“, heißt es in einer Aussendung.

Heimische Medien punkten

Der Media Award wolle damit insbesondere das Bewusstsein für die Kraft und Relevanz nationaler Medien schaffen und den Fokus auf die Bedeutung von Mediakompetenz für den österreichischen Markt legen. Denn heimische Medien bieten Werbetreibenden entscheidende Vorteile gegenüber internationalen Internet-Giganten: tiefgehende Kenntnis der Marktmechanismen und -teilnehmer, genaue Zielgruppenansprache und klar messbare und transparente Zah-

len. Daraus resultieren eine weitestgehende Planungssicherheit sowie ein gutes Preis-Leistungsverhältnis – Faktoren, die ein US-Digitalgigant nicht immer garantieren kann.

Aus diesem Grund habe es sich der Media Award zur Aufgabe gemacht, der erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen heimischen Mediaagenturen und Medien eine Bühne zu bieten, erklären die Initiatoren: „Wir wollen den Blick auf *reale* Erfolgsstrategien lenken, die am österreichischen Markt funktionieren und überzeugen.“

National im Fokus

Zur kostenlosen Einreichung sind alle Kampagnen zugelassen, die überwiegend in klassischen Medien wie Print, Fernsehen, Radio, Out-of-Home, Kino oder auf österreichischen Publisher-Portalen veröffentlicht wurden. Ebenfalls zugelassen sind internationale Kampagnen, die national adaptiert worden sind. Dies muss jedoch

im Rahmen der Einreichung explizit angegeben werden. Vom Media Award ausgeschlossen sind Digital-Kampagnen, deren überwiegender Budget-Anteil auf Google, Facebook oder Instagram entfällt.

Die Arbeiten werden in einem zweistufigen Jury-Prozess bewertet. Neben Experten aus Mediaagenturen und Medienunternehmen sowie Auftraggebern haben auch Studenten der FH St. Pölten die Möglichkeit, Teil der Jury zu sein. (ls)

Facts

Media Award 2019

Einreichfrist Die Frist wurde verlängert, Einreichungen sind bis zum 1. März 2019 möglich.

Kategorien Arbeiten können entweder in der Kategorie „Kreative Media-Idee“ oder in der Kategorie „Exzellente Media-Strategie“ eingereicht werden. Eine Doppelseinreichung der selben Arbeit ist nicht möglich.

Einreichung und Infos unter:

www.mediaaward.at