

## PERSONALIA

*Head of Sales  
bei Megaboard*

WIEN. Der Außenwerber Megaboard hat mit Heinz von Büren (51) einen neuen Head of Sales, der für den Vertrieb des gesamten Produkt- und Dienstleistungs-Portfolios des Unternehmens verantwortlich zeichnet. Zusammen mit Michael Januskovecz (CEO), Gerald Schlosser (COO), Alexander Prötsch (Head of Planning & Acquisition) und Daniela Sasse (Head of Production) bildet er das Führungsteam von Megaboard.

„Vertriebsallround-Profi“ „Wir freuen uns“, so Megaboard-Geschäftsführer Michael Januskovecz, „mit Heinz von Büren einen Vertriebsallround-Profi gewonnen zu haben, der gemeinsam mit seinem Team das vielfältige Megaboard-Portfolio, welches von unseren Premium-Großflächen, der gesamten Kampagnenplanung, über die Dauerwerbung bis hin zur Produktion und Montage reicht, optimal am Marktpositionieren wird.“



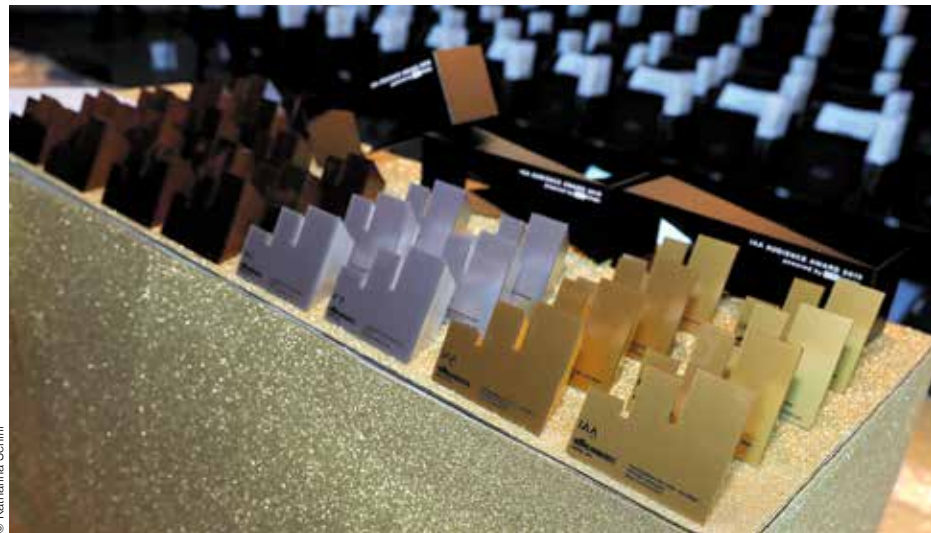
© Megaboard

**Im Führungsteam**

Heinz von Büren verantwortet den Vertrieb des Produkt- und Dienstleistungsportfolios.

# IAA Audience Corona Award

Der Publikumspreis wird – wegen der derzeitigen Situation – erstmals über reines Online-Voting ermittelt.



© Katharina Schiffl

**Die Qual  
der Wahl**

Üblicherweise aus allen Gewinnern des jeweiligen Abends gewählt, gibt es heuer Corona-bedingt eine Sonderkategorie mit insgesamt 14 Einreichungen.

WIEN. Die ORF-TVthek hostet seit 2017 den IAA Audience Award. Bisher wurde die beliebteste Kampagne aus allen Effie-Preisträgern im Rahmen der Effie Gala von den Gästen per Live-Voting gewählt. Aufgrund der aktuellen Situation wird 2020 der Publikumspreis erstmals digital per Online-Voting ermittelt und steht ganz im Zeichen von Covid-19. Insgesamt 14 herausragende Kampagnen aus ganz Österreich stellen sich der Wahl durch die IAA-Mitglieder.

**Gefragt: Corona-Bezug**

Einreichberechtigt waren alle Werbekampagnen von Unternehmen, Agenturen, NGOs, NPOs, etc., die seit Mitte März 2020 mit Bezug zur Coronakrise erschienen sind.

Für den Sonderpreis wurden herausragende Werbekampagnen gesucht, die aufgezeigt haben, wie rasches Denken und Handeln, kreative Ideen, Soli-

darität und gegenseitige Unterstützung, Mitgefühl, Aufrufe zur Einhaltung der Maßnahmen zum Schutz aller, direkte oder indirekte Hilfe und Ähnliches dazu beitragen, Probleme zu lösen, mit denen sich Menschen in Zeiten der Covid-19-Pandemie konfrontiert sehen.

„Gerade heuer – im so schwierigen Corona-Jahr 2020 – war



© ORF/Hans Leitner

Thomas Prantner ist erfreut über die zahlreichen Einreichungen.

und ist es uns ein besonderes Anliegen, diesen Preis der aktuellen Situation zu widmen und zu zeigen, welchen Spirit und welche Wirkung positive, werbliche Kommunikation hat. Marken können gerade in Zeiten wie diesen reüssieren, wenn sie zeigen, dass Verantwortung gegenüber der Gesellschaft wahrgenommen und ein starker Beitrag zur Bewältigung der Krise geleistet wird. Die zahlreichen Einreichungen zum ‚IAA Audience Corona Award powered by ORF-TVthek‘ haben dies in beeindruckender und kreativer Weise gezeigt“, freut sich IAA-Vizepräsident und Chair Board Medien, Thomas Prantner, Stv. ORF-Direktor für Technik, Online und Neue Medien.

Unter allen eingereichten Cases wählen die IAA-Mitglieder online den Gewinner, der dann im Rahmen der Effie-Preisverleihung bekannt gegeben wird. (fej)