

QUALITÄTSSTANDARD**ÖBB hält sich an IAA Pitch Charta**

WIEN. Seit 2019 setzt sich das Austrian Chapter der IAA verstärkt für die Schaffung fairer Rahmenbedingungen in Pitchprozessen ein, um die Qualität bei Wettbewerbspräsentationen zu erhöhen. Neben zahlreichen Agenturen und Auftraggebern schreibt nun auch die ÖBB Werbung ihren neuen Etat streng nach den Anforderungen der IAA Quality Pitch Charta 2022 aus.

Beispielhafter Vorreiter

IAA Executive Director Gabriela Stimpfl-Abele (Bild): „Wir freuen uns, dass wir mit den ÖBB einen neuen und attraktiven Etataus-schreiber als Supporter der Quality Pitch Charta gewinnen konnten. Die Vorreiterrolle der ÖBB als öffentlicher Auftraggeber ist beispielgebend für die gesamte Kommunikationsbranche.“ (red)



© IAA/Kathi Schiffl



© Krisztian Juhász

Die Preisträgerinnen und Preisträger mit Jury-Vorsitzendem Fred Turnheim (r.), Klimaschutzministerin Leonore Gewessler, Schirmherrin des Preises (3.v.r.) und Norbert Lux (l.), Gründer der Green Brands Organisation, die den Preis seit 2019 verleiht.

Grüner Journalismus

Im Rahmen der Green Brands Austria Gala wurde auch wieder der Österreichische Umweltjournalismus-Preis vergeben.

WIEN. Zum vierten Mal wurde diese Woche in Wien der Österreichische Umweltjournalismus-Preis verliehen. Der Preis würdigt herausragende Medienbeiträge rund um Umwelt- und Natur(schutz)themen in Österreich. Über 120 Beiträge wurden eingereicht und lagen den Jury-Mitgliedern unter Vorsitz von Fred Turnheim (Internationales Institut für Medien) zur Bewertung und Entscheidung vor.

Schirmherrin des Österreichischen Journalismus-Preises ist Klimaschutzministerin Leonore

Gewessler, die in ihrer Rede die Arbeit der engagierten, unabhängigen und integren Jury lobte, die mit hochkarätigen Expertinnen und Expertinnen besetzt sei.

Vier Kategorien

Die von der Green Brands Organisation mit insgesamt 4.000 € dotierten Preise wurden in vier Kategorien verliehen.

Die Preisträger des Österreichischen Umweltjournalismus-Preises 2022 sind – mit Begründungen der Jury: In der

Kategorie Digitale Medien ging der Preis an die Videoserie „Erklärt! Klima“ von Verena Mitschitz. Kollegin Laura Anninger vom Magazin *Datum* holte für die Story „Kostbarer Dreck“ in der Kategorie Print die Auszeichnung.

Für die FM4 Klimanews holte der ORF Sender den Sieg in der Kategorie Radio, und last but not least würdigte die Jury in der Kategorie TV die Sendereihe „Klimaheldinnen“ die Arbeit der Fernseh-Redaktion der ProSieben Sat.1 Puls 4 Gruppe. (red)

VÖZ-Chef Grünberger im IFWK-Talk

„Die Medienfinanzierung in Österreich ist zunehmend unter Druck.“

WIEN. Im Anschluss an die kürzlich erfolgte Wahl des neuen Führungsteams bei der Generalversammlung des Internationalen Forum für Wirtschaftskommunikation (IFWK) in Wien postulierte dieser Tage der Geschäftsführer des Verbands Österreichischer Zeitungen (VÖZ), Gerald Grünberger, warum das Werbeumfeld in der österreichischen Medienland-

schaft zunehmend kompetitiv wird und warum die Presseförderung dies nicht ausreichend ausgleichen kann.

„Das Werbeumfeld ist durch amerikanische Onlinekonzerne wie Google extrem kompetitiv geworden. Das Aufkommen der Digitalsteuer hat mittlerweile jenes der Werbeabgabe übertroffen. Durch die unsicheren Wirtschaftsprognosen für 2023

halten offenbar immer mehr Unternehmen ihre Marketingbudgets zurück. Wir sehen aufgrund der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung bzw. im Vergleich zu den Vorjahren einen deutlichen Buchungsrückgang im vierten Quartal bei allen heimischen Medien, und dieser Trend wird sich voraussichtlich auch im nächsten Jahr fortsetzen“, so seine Prognose. (red)



© IFWK/Jöhner

VÖZ-GF Gerald Grünberger und IFWK-Gründer Rudolf J. Melzer.