

Einreichbedingungen

Ausschreibung

Der Media Award ist die wichtigste österreichische Auszeichnung für Leistungen auf dem Gebiet der Mediaplanung.

Er ist eine Initiative von

Anzeigen und Marketing Kleine Zeitung GmbH & Co KG / EPAMEDIA EUROPÄISCHE PLAKAT- UND AUSSEN MEDIEN GMBH / Gewista Werbegesellschaft m.b.H / Goldbach Austria GmbH / Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag Ges.m.b.H. & Co.KG / ORF-Enterprise GmbH & Co KG / RMS Radio Marketing Service GmbH Austria / Verlagsgruppe News GmbH.

Der Media Award steht für die Qualität österreichischer Medien und österreichischer Mediaplanung.

Der Media Award hat die Zielsetzung, hervorragende Mediaplanung und den damit verbundenen Einsatz von österreichischen Medien vor den Vorhang zu holen und einmal im Jahr auszuzeichnen.

Das Bewusstsein für die Qualität von Mediaplanung und die nachhaltige Wirkung von österreichischen Medien auf den Erfolg von Werbestrategien soll damit geschärft werden.

Die Initiatoren des Media Award sind überzeugt, dass gute Mediaplanung und der Einsatz von österreichischen Medien eine wesentliche volkswirtschaftliche und auch bildungspolitische Aufgabe erfüllt. Und diese eine Auszeichnung wert ist

Wer kann teilnehmen?

Einreichberechtigt sind grundsätzlich

- Mediaagenturen allein oder in Verbindung mit anderen Agenturen sowie
- Werbeagenturen mit eigener Mediaabteilung.
- In jenen Fällen, in denen die Zuordnung der kreativen Medialeistung nicht eindeutig ist, kann die Werbeagentur gemeinsam mit der Mediaagentur resp. Mediaabteilung einreichen.
- Weiters können Kunden oder Medien direkt einreichen, wobei die Angaben in den Credentials die tatsächliche kreative und planerische Leistung wiedergeben müssen.

Voraussetzung für eine Einreichung beim Media Award:

1. Einbeziehung von „Medien“ im eigentlichen Sinn, d.h. Printmedien, elektronische und digitale Medien, Outdoor und Kino. Dabei ist das Investment in österreichischen Medien eine Basis für die Zulassung. **Rein virale Cases oder Cases mit einem sehr hohen Anteil an International Social Media (Facebook, Instagram etc) sowie Google werden nicht zugelassen.**
2. Ein Medienbudget, das eingesetzt wurde. Ein Mediaplan, der der Umsetzung zugrunde liegt. Budget und Plan müssen nicht zwingend mit eingereicht werden. Es muss aber aus der Darstellung des Cases klar zu erkennen sein, dass Budget und Mediaplanung dahinter stehen.
3. Die reine Adaption von internationalen Kampagnen in österreichischen Medien ist erlaubt, muss aber explizit angegeben werden.
4. Die wahrheitsgemäße Widergabe ist verpflichtend.

Wer wird ausgezeichnet?

- Ausgezeichnet werden der Einreicher, der Auftraggeber, die Mediaagentur und nur dann, wenn eine gemeinsame Einreichung vorliegt, auch die Werbeagentur.

Welche Projekte können eingereicht werden?

Alle eingereichten Arbeiten müssen in Österreich kreiert worden sein und zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember des Vorjahres auch tatsächlich eingesetzt worden sein. Der tatsächliche Einsatz ist in der Dokumentation vom Einreichenden nachzuweisen. Jeder Teilnehmer kann eine unbeschränkte Anzahl von Einreichungen in den vorgegebenen Kategorien tätigen.

Es können Arbeiten in 2 Kategorien eingereicht werden.

Was kostet die Einreichung?

Die Einreichung für den Media Award ist kostenlos.



Die Kategorien

Jede Arbeit kann nur in einer einzigen der folgenden Kategorien eingereicht werden. Eine Doppelseinreichung derselben Arbeit in mehreren Kategorien ist nicht möglich.

Kategorie 1: Kreative Media-Idee:

Neue Media-Ideen und Media-Umsetzungen, die zuvor noch nicht so eingesetzt wurden, neue Sonderwerbformen und innovative Adaption von Werbeträgern. Hier sollen vorrangig impactstarke und zielgruppenadäquate Einzellösungen vorgestellt werden. Und deren Wirkung auf die Zielgruppe.

Kategorie 2: Exzellente Media-Strategie:

Exzellente strategische Lösungen und ein Kommunikationsmix, der zielorientiert geplant und umgesetzt wird. Perfekt abgestimmt sind dabei der Einsatz unterschiedlicher Mediengruppen (Printemedien, elektronische und digitale Medien, Outdoor und Kino) und die Ansprache der Zielgruppe auf mehreren Ebenen.

Falls vorhanden, ist die Darstellung von Messdaten in geeigneter Form wünschenswert, wobei möglichst keine Prozentzahlen, sondern absolute Zahlen dargestellt werden soll. Sowie ein Vorher – Nachher- Szenario der Messwerte

Sonderpreis

Für den Sonderpreis kann 2019 nicht eingereicht werden. Er wird Publikumspreis durch Live Voting am Event. Alle Finalisten, die es auf die Shortlist geschafft haben, haben bis zum Schluss des Events eine Chance auf den Sonderpreis.

Auszeichnungen

In den Kategorien Kreative Media-Idee und Effiziente Media-Strategie werden Awards in Gold, Silber und Bronze vergeben. Der Sonderpreis wird nur einmal vergeben.



Wie wird eingereicht?

Die Einreichung erfolgt ausschließlich online. Zu jeder eingereichten Arbeit müssen die Einreichunterlagen Online korrekt ausgefüllt sein, die auf der Website unter einreichung.mediaaward.at bereitgestellt sind.

Die Einreichunterlagen sollen die Kampagne kurz, strukturiert und eindeutig beschreiben und vor allem die Media-Idee bzw. die Media-Strategie darlegen. Aufgabenstellung und Zielsetzung der Kampagne, der Umsetzung, das Außergewöhnliche, das Neue und die Ergebnisse sollen prägnant dargestellt werden. Der Einreichung könne Bild-, Video- und Tondokumente etc. beigefügt werden, die die Qualität der Arbeit bzw. der Idee dokumentieren.

In jedem Fall ist der Einreichung eine aussagekräftige Dokumentation beizufügen, die das tatsächliche Erscheinen belegt.

Es können und sollen selbstverständlich auch Mediapläne und ergänzende Charts und Grafiken integriert werden.

Technische Vorgaben Video

Video Format Full HD 1920x1080. Idealerweise angeliefert im Broadcastcodec Pro Res HQ ; alternativ möglich als Mpeg2 oder Mpeg4, wobei hier evtl. mit Qualitätsverlusten bei der Vorführung zu rechnen ist. Minimum Video Format 1280x720 (kleines HD) oder PAL 1024x576 (16:9). Wichtig: Die Filme dürfen zwar eine Musik haben, aber dürfen keinen Sprechertext beinhalten.

Wichtig: Die Filme dürfen Musik haben. Sollte das Video mit Sprechertext eingereicht werden, muss dieser im Falle einer Nominierung teilweise überlagert werden. Der Original-Sprechertext kann in der Präsentation am Event nicht vollständig verwendet werden. Grundsätzlich wird ein Sprechertext aber akzeptiert.

Das Hochladen von ergänzendem Material (Grafiken, Bilder, Videos, Tonbeiträge, Webdarstellungen), das nicht den technischen Spezifikationen entspricht, wird vom Onlinetool nicht zugelassen.

Wie ist der Zeitplan?

Der Einreichzeitraum umfasst mindestens 4 Wochen, der Einreichschluss sowie das Datum und der Ort des Events werden mit den Einladungen zur Einreichung auch auf www.mediaaward.at bekannt gegeben.

Einverständnis zur Veröffentlichung. Urheberschutzrechte

Die Einreicher akzeptieren mit ihrer Einreichung die Einreichbedingungen in ihrer aktuell gültigen Form. Sie erklären sich mit dem Upload der Einreichung ausdrücklich damit einverstanden, dass die eingereichten Arbeiten elektronisch kopiert, gespeichert und archiviert werden und online oder auch in Printdokumentationen oder ähnlichem aufbereitet werden. Sie tragen auch dafür die Verantwortung, dass alle notwendigen Rechte insbesondere Copyright und Urheberschutzrechte dafür zur Verfügung stehen.