

new media award 2012

Leitfaden für Award-Manager

Dieser Leitfaden bietet Award-Managern von Agenturen und Unternehmen die wichtigsten Informationen für die Anmeldung zum new media award 2012. Weitere Informationen zum Wettbewerb finden Sie im Internet unter www.newmediaaward.de.

Stand: November 2011

Inhalt

1) Termine	S. 1
2) Teilnahmebedingungen	S. 2
3) Kategorien	S. 4
4) Bewertungskriterien	S. 6
5) Einreichungstipps	S. 7
6) Kontakt	S. 9

1) Termine

24. November 2011

Ausschreibungsbeginn

16. Januar 2012

Einsendeschluss

1. März 2012

Jurysitzung

Anfang/Mitte März 2012

Bekanntgabe der Nominierungen

26. April 2012

Preisverleihung in Hamburg

2) Teilnahmebedingungen

Teilnahmeberechtigte

- Alle Werbe- und Kommunikationsagenturen und/oder werbungtreibenden Unternehmen bzw. Institutionen in Deutschland, Österreich und der Schweiz
- Sind mehrere Agenturen an der Kampagne eines Auftraggebers beteiligt, ist eine gemeinsame Einreichung vorzunehmen. Getrennte Einreichungen sind nicht möglich
- Bei einer gemeinsamen Einreichung sind alle beteiligten Agenturen anzugeben

Grundvoraussetzungen

- Die Kampagne ist deutschsprachig
- Die Kampagne wurde 2011 realisiert (Beleg über Screenshots usw.)
- Die Kampagne wurde tatsächlich veröffentlicht (Ausnahme: Young Lions)
- Die Einreichung muss durch den Werbungtreibenden genehmigt sein

Ausschlusskriterien

- Interne Kommunikation ohne gezielte Außenwirkung
- Kampagnen-Motive, die vom Deutschen Werberat beanstandet wurden

Anmeldung

- Die Teilnahme am new media award ist kostenlos
- Die Anzahl der Einreichungen pro Einsender ist nicht limitiert
- Die Einreichung muss spätestens am 16. Januar 2012 erfolgen und ist ausschließlich über das Anmeldeformular auf der NMA Website möglich

Einreichungsformate

- Die eingereichten Werbemittel sind zu dokumentieren
- Präsentationen nur als PDF
- Textdateien nur als PDF
- Kleine Bilddateien nur als JPG, PNG oder GIF
- Flashinhalte (in HTML-Dateien integriert)
- Filme nur als FLV-Dateien

Upload der eingereichten Werbemittel

- Wir empfehlen, die Einreichung auf einer einfach gestalteten Microsite zu präsentieren. Im Anmeldeformular muss dann nur der Link zur Microsite angegeben werden. Die Gestaltung der Microsite wird nicht bewertet
- Um die Einreichung zu erleichtern, bieten wir ein Microsite-Kit mit einer Musterseite und einer Kurzanleitung an, die Verwendung ist jedoch nicht obligatorisch, es kann auch ein eigenes Format verwendet werden
- Bei Einreichungen, die nicht mit einer Microsite präsentiert werden, können kleine und mittlere Dateimengen als ZIP-Datei über das Online-Formular hochgeladen werden
- Teilnehmer der Kategorie „Young Lions“ müssen ihre Einreichungen nicht auf einer Microsite präsentieren. Sie können auch alle Dateien in den oben aufgeführten Formaten über das Anmeldeformular hochladen

Nominierte: Produktion eines Kurzfilms

- Die Teilnehmer verpflichten sich, **im Falle einer Nominierung** ihre Kampagne mit einem selbst produzierten Film für die Preisverleihung zu präsentieren. Der Film ist minimal 60 und maximal 90 Sekunden lang
- **Hinweis:** Bei der Einreichung von Filmen sollte darauf geachtet werden, entweder gemafreie Musik zu verwenden oder Musik, für die entsprechende Nutzungsrechte

(Präsentation während der Preisverleihung bzw. eventuelle Veröffentlichung auf einer Best of NMA-DVD) vorliegen

Nominierte: Teilnahme Preisverleihung

- Die Einreicher verpflichten sich, im Falle einer Nominierung mit einem bzw. maximal drei Vertretern ihrer Agentur bzw. ihres Unternehmens an der Preisverleihung teilzunehmen

Teilnahmebedingungen Kategorie Young Lions

Teilnehmer

- Auszubildende in Medienberufen
- Junioren aus der Praxis, die nicht länger als zwei Jahre im Job sind
- Studenten aus kreativen und medienorientierten Fachrichtungen
- Einzelpersonen und Teams (laut Regelwerk Cannes Lions – International Festival of Creativity maximal zwei Teilnehmer pro Team)
- Teilnehmer müssen nach dem 23.06.1983 geboren sein

Nominierte: Produktion eines Kurzfilms

- Die Nominierten präsentieren ihre Kampagnen mit einem selbstproduzierten Film auf der Preisverleihung. Der Film ist minimal 60 und maximal 90 Sekunden lang
- Studenten können auf Wunsch bei der Produktion des Films unterstützt werden
- **Hinweis:** Bei der Einreichung von Filmen sollte darauf geachtet werden, entweder gemafreie Musik zu verwenden oder Musik, für die entsprechende Nutzungsrechte (Präsentation während der Preisverleihung bzw. eventuelle Veröffentlichung auf einer Best of NMA-DVD) vorliegen

Aufgabe

- Die konkrete [Aufgabenstellung von wanted.de](#) können Sie als PDF herunterladen

Einsendeschluss ist der 16. Januar 2012

Nicht fristgerechte oder unvollständig eingereichte Beiträge können vom Veranstalter von der Teilnahme ausgeschlossen werden. Eine Einreichung berechtigt nicht automatisch zur Teilnahme, etwa wenn urheberrechtliche, technische oder ethische Gründe dagegen sprechen. Der Rechtsweg ist ausdrücklich ausgeschlossen. Mit der Einreichung erkennt der Teilnehmer diese Bedingungen an. Bis zum 16. Januar 2012 müssen alle Wettbewerbsbeiträge eingegangen sein.

3) Kategorien

Die Kategorien des new media award 2012 spiegeln die Faktoren erfolgreicher Online-Kampagnen wider, zum Beispiel Kreativität oder Effizienz. Die Teilnehmer reichen ihre Beiträge in der Kategorie ein, in der ihre Kampagne am besten überzeugt.

Kategorien des NMA 2012:

- Creative Excellence
- Digital Innovation
- Integrated Campaigns
- Efficient Communication
- Young Lions

Creative Excellence

In dieser Kategorie wird in erster Linie die Kreativität des Contents in den eingereichten Formaten beurteilt. Die Juroren bewerten die Idee und die Originalität, mit der die Kommunikationsziele erreicht werden. Außerdem spielt die künstlerische Gestaltung eine entscheidende Rolle, vor allem Grafik und Design.

Folgende Formate sind zugelassen:

- klassische Display-Werbung (inklusive Bewegtbild)
- Mobile Ads / Applikationen
- Microsites / Aktionsseiten
- Specials / Advertorials
- Social Media Kampagnen

Gewichtung der Bewertungskriterien:

- Konzept 20%
- **Kreativität 60%**
- Innovation 20%

Digital Innovation

In dieser Kategorie wird in erster Linie die technische Kreativität der eingereichten Formate beurteilt. Dabei geht es insbesondere um Arbeiten, die auf innovative Weise die technischen Möglichkeiten des Internets und darüber hinaus ausschöpfen (Stichwort: „Outernet“), um neue Kommunikations- und damit Werbemöglichkeiten zu schaffen.

Da es in dieser Kategorie um Innovation geht, sind sämtliche Formate zugelassen.

Gewichtung der Bewertungskriterien:

- Konzept 20%
- Kreativität 20%
- **Innovation 60%**

Integrated Campaigns

Als „integriert“ gelten Kampagnen, die mindestens drei unterschiedliche Kommunikationskanäle kombinieren. Wichtigster Bestandteil der Kampagne muss entweder der Kanal Online oder der Kanal Mobile sein. Aber auch die anderen Mediengattungen wie Print oder TV müssen substantziell genutzt werden. Die Maßnahmen müssen auf allen Kanälen ausführlich dokumentiert werden. Die Beiträge der Kategorie „Integrated Campaigns“ zeichnen sich durch eine durchgängige Leitidee und die intelligente Verknüpfung mehrerer Mediengattungen aus.

Gewichtung der Bewertungskriterien:

- **Konzept 60%**
- Kreativität 20%
- Innovation 20%

Efficient Communication

In dieser Kategorie ist Kreativität kein Bewertungskriterium. Gesucht sind digitale Kampagnen, die nachweisbar wirkungsvoll und effizient sind. Effizient bezieht sich dabei auf ein optimales Kosten-Nutzen-Verhältnis zwischen Werbebudget und Wirkung. Die Effektivität und Effizienz der eingereichten Kampagnen muss über Werbewirkungsparameter nachgewiesen werden, also beispielsweise durch Teilnahme-, Besuchs-, Zugriffszahlen, CPOs oder Angaben zu Umsatz und Marktanteil.

[Teilnahmebedingungen der Kategorie Efficient Communication](#)

Gewichtung der Bewertungskriterien:

- **Wirkung und Effizienz 60%**
- Konzept 20%
- Innovation 20%

Young Lions

Die Kategorie „Young Lions“ ist der Nachwuchspreis im new media award und nationaler Vorentscheid für die Young Lions Cyber Competition in Cannes. Pate und Aufgabensteller der Kategorie für den NMA 2012 ist wanted.de.

Die Kategorie „Young Lions“ richtet sich an Studierende aus kreativen und medienorientierten Fachrichtungen, Auszubildende in Medienberufen sowie Agentur-Junioren, die nicht länger als zwei Jahre im Job sind. Teilnehmen können sowohl Einzelpersonen als auch Teams (maximal zwei Teilnehmer pro Team, die nach dem 23. Juni 1983 geboren sein müssen). Das erstplatzierte Team erhält von **wanted.de** eine Prämie in Höhe von 2.500 Euro und vertritt Deutschland bei der Young Lions Cyber Competition 2012 in Cannes. Die Teilnahmegebühr und Reisekosten (ca. 2.500 Euro) trägt wanted.de.

[Aufgabenstellung der Kategorie Young Lions](#)

Gewichtung der Bewertungskriterien:

- Konzept 20%
- **Kreativität 50%**
- Innovation 30%

4) Bewertungskriterien

In den Kategorien „Creative Excellence“, „Digital Innovation“, „Integrated Campaigns“ und „Young Lions“ werden die Einreichungen nach folgenden Kriterien bewertet:

Konzept

- Konzeptioneller Ansatz der Kampagne, Stringenz in der strategischen Herleitung, Storyline und Umsetzung
- Zielgruppengerechte Ansprache, Überzeugungskraft der Kampagne
- Klarheit der Sprache, Sprachstil, Verhältnis Sprache-Grafik
- Klarheit der Werbebotschaft (One-Message-Prinzip) und Erinnerung an Werbebotschaft

Kreativität

- Idee der Kampagne, Originalität der Problemlösung
- Künstlerische Gestaltung, Grafik und Design
- Ästhetik

Innovation

- Neuartigkeit; neue und originäre Lösungen
- Originalität der Werbeformate
- Uniqueness der Kampagne
- Ausschöpfung der Möglichkeiten des Mediums Internet (z.B. durch Einbindung interaktiver Elemente)

Diese Kriterien werden je nach Schwerpunkt der jeweiligen Kategorie unterschiedlich gewichtet: In den Kategorien „Creative Excellence“ und „Young Lions“ wird vor allem die Kreativität bewertet, in der Kategorie „Digital Innovation“ gibt das Kriterium Innovation den Ausschlag. In der Kategorie „Integrated Campaigns“ liegt der Fokus auf dem Konzept.

Übersicht der Bewertungsschwerpunkte

	Creative Excellence	Digital Innovation	Integrated Campaigns	Young Lions
Konzept	20%	20%	60%	20%
Kreativität	60%	20%	20%	50%
Innovation	20%	60%	20%	30%
	100%	100%	100%	100%

Kategorie „Efficient Communication“

In der Kategorie Efficient Communication ist Kreativität kein Bewertungskriterium. Der Fokus der Jury liegt hier auf der Wirkung und Effizienz der eingereichten Kampagnen. Diese Eigenschaften müssen über Werbewirkungsparameter (zum Beispiel Teilnahme-, Besuchs- und Zugriffszahlen oder Daten zu Absatz, Umsatz und Marktanteilen) nachgewiesen werden.

- Wirkung und Effizienz (60%)
- Konzept (20%)
- Innovation (20%)

5) Einreichungstipps

Allgemein

1.) Für das Ausfüllen des Anmeldeformulars benötigen Sie neben formalen Angaben auch Informationen zu folgenden Punkten: „Ausgangssituation & Aufgabenstellung“, „Marketingziel & Zielgruppe“, „Kommunikationsstrategie“ und „Kampagnenumsetzung“.

2.) Machen Sie es der Jury leicht! Beschreiben Sie Ihre Einreichung präzise, klar strukturiert und konsistent in der Herleitung. Vermeiden Sie unnötigen Branchen- und Fach-Jargon.

3.) Fassen Sie sich kurz! Bei durchschnittlich 200 gültigen Einreichungen ist es enorm wichtig, dass die Juroren die relevanten Punkte Ihrer Kampagne schnell erfassen können.

4.) Achten Sie auf den roten Faden, indem Sie Ihre Einreichung stringent erläutern. Nennen Sie dabei folgende Eckpunkte:

- Werbungtreibendes Unternehmen und beworbenes Produkt/Marke
- Ausgangssituation (Markt- bzw. Kommunikationssituation)
- Aufgabenstellung, Marketingziel und Zielgruppe
- Strategie und Umsetzung (Medienauswahl, Werbeformate etc.)
- ggf. Kampagnenergebnisse

5.) Verdeutlichen Sie zudem, was Ihre Kampagne auszeichnet und weisen Sie darauf hin, welche besonderen Formate (wie z.B. Video, Layer, Mobile etc.) sowie Interaktions- und Dialogmöglichkeiten Ihr Konzept hervorheben.

6.) Machen Sie gemeinsame Sache! Eine erfolgreiche Kampagne ist häufig das Ergebnis der Zusammenarbeit mehrerer Agenturen. Dokumentieren Sie diese Zusammenarbeit nach außen, streben Sie eine gemeinsame Einreichung an.

7.) Halten Sie sich an die vorgegebenen Dateiformate. Abweichungen z.B. durch Filmdateien in unüblichen Formaten führen oft zu erheblichen Komplikationen bei der Bewertung.

Kategorie Efficient Communication:

1.) Die Kategorie „Efficient Communication“ belohnt wirkungsvolle (effektive) Kommunikation und den wirtschaftlichen und kostenbewussten (effizienten) Mitteleinsatz, weshalb für eine Bewertung Erfolgskennzahlen und Kampagnenresultate belegt werden müssen (selbstverständlich behandelt die Jury sämtliche Daten absolut vertraulich).

2.) Lassen Sie sich nicht abschrecken! Sie können wahrscheinlich mehr Nachweise erbringen, als Sie auf den ersten Blick glauben. Dazu zählen z.B. Werbewirkungsparameter wie Markenbekanntheit, Image und Werbeerinnerung, Verweil- und Downloadraten, Neukunden, Gewinnspielteilnehmer, Klickraten etc. Und: Für die Bewertung Ihrer Einreichung sind nicht die Klickzahlen entscheidend, sondern die Wirkung der Kampagne vor dem Hintergrund Marketingziele und dem eingesetzten Mediabudget.

Kategorie Young Lions

Stellen Sie gleich zu Wettbewerbsbeginn sicher, dass alle Teilnehmer die formalen Voraussetzungen erfüllen (Geburtsdatum!).

6) Kontakt

Fragen zur Ausschreibung, den Kategorien, Bewertungskriterien, Teilnahmebedingungen usw. bitte an:

Martina Ditsche (externer Dienstleister)
InteractiveMedia CCSP GmbH
Tel.: +49 (0)6151 / 5002-337
E-Mail: m.ditsche@interactivemedia.net