



WER KANN WAS EINREICHEN?

- Einreichen können ausschließlich Mitgliedsbetriebe der Wirtschaftskammer Salzburg (FG Werbung & Marktkommunikation, FV der Audiovisions- und Filmindustrie).
- Der Kunde/Auftraggeber kann seinen Sitz auch in anderen Bundesländern oder im Ausland haben.
- Teilnahmeberechtigt sind ausschließlich originäre Arbeiten/Ideen, deren Copyright beim Einreicher liegt und die im Zeitraum von 01.01.2010 bis 31.10.2011 erstmals veröffentlicht wurden. Arbeiten für politische Parteien sind von der Teilnahme ausgeschlossen.
- Eigenprojekte (Auftraggeber und Auftragnehmer sind idente Unternehmen) sind von der Teilnahme ausgeschlossen.
- Bei Einreichungen von Arbeitsgemeinschaften oder Agentur-Netzwerken ist ein Einreicher zu nennen. Alle beteiligten Partner sind auf den Einreichunterlagen anzugeben. Im Falle einer Nominierung erhalten alle Partner eine Urkunde.



WIE UND WO REICHE ICH EIN?

- Die Einreichung erfolgt ausschließlich über das Kommunikationsarchiv der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation unter www.werbungs-salzburg.at. Mitglieder, die noch nicht im Kommunikationsarchiv aufscheinen, erhalten unter ksantner@wks.at den Zugangscode sowie Infos zum Kommunikationsarchiv. Die Arbeiten müssen bis **spätestens 15.10.2011, 24:00 Uhr** eingereicht werden. Im Zuge der digitalen Einreichung sind die Firmendaten und die Projektbeschreibung vollständig auszufüllen.
- Die Einreichung erfolgt in Form von **mindestens einem und höchstens zwei PDFs**. Das **erste PDF** ist der Pflichtteil mit der **Executive Summary** und darf maximal 5 Seiten Umfang aufweisen. Dieses PDF soll alle wesentlichen Aspekte der eingereichten Arbeit umfassen und darf nicht mit anderen Multimedia-Dateien verlinken. Ausnahme:
 - Bei Hörfunk- und Audiospots muss der Spot im Format mp3 oder mp4, max. 60 Sekunden pro Spot in das pdf eingebettet werden.
 - Bei TV- und Kinospots sowie Werbe- und PR-Filme kann ein Trailer mit max. 20 MB in das pdf eingebettet werden.
- Darüber hinaus darf ein **zweites PDF** mit **weitergehenden Informationen** zum Projekt eingereicht werden. Bitte denken Sie daran, dass die Juroren unter hohem Zeitdruck stehen und daher kompakte Informationen wichtig sind. Wenn Sie wichtige Informationen vermitteln wollen, die auf den 5 Seiten der Executive Summary keinen Platz finden, nutzen Sie als Option das zweite PDF.
- Bitte beachten Sie: PDFs im Format 1024 x 768 Pixel anlegen, niedrige Auflösung reicht! Bitte bei Eigenschaften einstellen: Öffnen mit Vollbild.
- Auf sämtlichen Einreichunterlagen sind Agenturbranding und Agenturlogos nicht zulässig.
- Nach erfolgter Anmeldung erhalten die Einreicher eine Rechnung über die Einreichgebühr. Sollte bis zum 30.11.2011 kein Zahlungseingang erfolgen, kann die Arbeit von der Teilnahme ausgeschlossen werden.
- Der Veranstalter bzw. die Jury behalten sich vor, einzelne Arbeiten in eine andere Kategorie umzureihen oder von der Teilnahme auszuschließen. Ein Ausschluss ist bei Nichteinhaltung der Teilnahmebedingungen sowie bei Unvollständigkeit der Einreichunterlagen möglich. Im Falle eines Ausschlusses besteht kein Anspruch auf Retournierung der Einreichgebühr.
- Kommunikationsmaßnahmen
 - für einen Auftraggeber gesamt (Kommunikationsmaßnahmen, die das gesamte Unternehmen betreffen) oder
 - für jeweils einzelne Produkte bzw. Dienstleistungen eines Auftraggebers dürfen jeweils maximal in 3 Kategorien eingereicht werden.



IN WELCHEN KATEGORIEN MÜSSEN ZUSÄTZLICHE UNTERLAGEN (ZUSÄTZLICH ZUR DIGITALEN EINREICHUNG) EINGEREICHT WERDEN?

- In den Kategorien **Direct Marketing, Corporate Design** und **Grafik Design** müssen (zusätzlich zur digitalen Einreichung) eingereicht werden:
 - Grafische Arbeiten im **Original und/oder kaschiert** auf A2-Chart, und/oder
 - **3D-Objekte**
 Bitte alle Unterlagen/Charts mit der Bezeichnung der Kategorie und des Projektes versehen. Den Unterlagen/Charts muss ein Ausdruck der Anmeldung beigelegt werden.
- In den Kategorien der TV- und Kinospots sowie Werbe- und PR-Filme müssen die Spots/Filme mit DVD oder CD-Rom eingereicht werden, die Basis für die Jurierung sind. Fakultativ kann ein Trailer mit max. 20 MB im Kommunikationsarchiv upgeload werden. *Bei den Spots/Filmen ist folgendes zu beachten: CD oder DVD/Standard ISO brennen, Datenformat pdf, Einstellung 150 dpi, ohne Kennwort zum Öffnen des Dokuments, Acrobat Reader 5.0 kompatibel zu übersenden. Die Spots/Filme haben folgende Voraussetzungen zu erfüllen: Format avi, wmv oder mpeg, Datenrate ca. 5mbit/s, Auflösung 768 x 576 Pixel (4:3) oder 768 x 432 Pixel (16:9), max. 30 Sekunden.* Achtung! Für jede Einreichung je Kategorie muss eine eigene CD-Rom oder DVD beigelegt werden! Der DVD oder CD-Rom muss ein Ausdruck der Anmeldung beigelegt werden (damit die DVD oder CD-Rom klar zugeordnet werden kann).
- Die Einreichunterlagen sind bis spätestens 15.10.2011 an die Wirtschaftskammer Salzburg, Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, Julius-Raab-Platz 1, 5027 Salzburg nachzusenden
- Es besteht kein Rechtsanspruch auf Retournierung der eingereichten Unterlagen.
- In **allen anderen Kategorien** (Ausnahme Direct Marketing, Corporate Design, Grafik Design, TV- und Kinospots sowie Werbe- und PR-Filmen) werden **keine haptischen Einreichungen angenommen!**
- Auf sämtlichen Einreichunterlagen sind Agenturbranding und Agenturlogos nicht zulässig.



WIE WIRD GEWERTET?

- Bewertet werden ausschließlich die Idee und die kreative Umsetzung. Die Größe des Kunden oder das Budget sind keine Kriterien, auch kleine Agenturen und „Small-Business-Projekte“ haben die gleichen Chancen. Die Bewertungsbögen sind anonymisiert.
- Es gibt keinen Jury-Vorsitzenden, ein Notar beglaubigt die Ergebnisse.
- Die Ermittlung der Ergebnisse erfolgt streng mathematisch.
- Die Jury wählt am 1. Jurtag in jeder Kategorie die Nominierten. Die Juroren haben die ihrer Ansicht nach 10 besten Arbeiten je Kategorie jeweils nach dem Punktesystem (1 bis 5 – je höher die Qualität, desto mehr Punkte) zu bewerten. Nominiert sind je Kategorie die fünf Arbeiten mit der höchsten Punktezahl. Bei Punktegleichheit auf Platz 5 sind alle Arbeiten mit dieser Punktezahl nominiert.
- Die Jury wählt am 2. Jurtag aus allen Nominees die Kategorie-Sieger. Die Punkte aus der Vorwahl werden nicht mitgenommen. Jeder Nominee wird nach Qualität bewertet (1 bis 5 – je höher die Qualität, desto mehr Punkte), der Gesamt-Punktebeste gewinnt. Die schlechteste Bewertung jeder Arbeit gilt als Streichresultat. Bei Punktegleichheit entscheidet die höhere Anzahl der 5er, 4er, u.s.w.
- Alle Einreicher haben das Recht auf Einsichtnahme der Ergebnisse im Fachgruppen-Büro.



1. GRUPPE

JURY

CORPORATE DESIGN, GRAFIK-DESIGN

- Mag. Cordula Alessandri/alessandridesign/Wien
- Hannes Böker/DDB/Wien
- Mag. Stefan Brigola/Designer/Innsbruck
- Florian Nussbaumer CD/Wien
- Barbara Rauchwarter/APA/Wien
- Rita Maria Spielvogel/freie CD/Klosterneuburg



2. GRUPPE

ANZEIGEN, MESSEBAU UND EVENTGESTALTUNG OUT OF HOME, WERBEKAMPAGNEN

- Bernd Graller/Blink/Wien
- Mag. Alexander Hofmann/Demner, Merlicek & Bergmann/Wien
- Mag. Josef Leitner/Focus Research/Wien
- Peter Römmelt/Ogilvy & Mather/Frankfurt
- Mag. Josef Sommer/Extradienst/Wien
- Andreas Spielvogel/Lowe GKK/Wien



3. GRUPPE

DIRECT MARKETING, EVENTS UND PROMOTIONS, MARKETING- UND VERTRIEBSKONZEPTE, PUBLIC RELATION, SOCIAL MEDIA

- Dip. Psych. Robert Bidmon/BAW/München
- Dietmar Dahmen/Creative Space/Wien
- Ing. Paul Leitenmüller/Medianet/Wien
- Thomas Schmidbauer/Fessler.Schmidbauer/Wien
- Dr. Astrid Spatzier/Universität/Salzburg
- Dr. Ingrid Vogl/PRVA/Wien



4. GRUPPE

HÖRFUNK- UND AUDIO-WERBUNG, INTERNET, TV- UND KINO-SPOTS, WERBE- UND PR-FILME

- Dipl. Des (FH) Till Fuhrmeister/FH/Salzburg
- Zarife Kameraj/Molkerei Weißenstephan/Freising
- Anne von Koenigswald/Shot One GmbH/München
- Sebastian Loudon/Horizont/Wien
- Dr. Werner Müller/FV Audiovisions- und Filmindustrie/Wien
- Dr. Klaus Rolshausen/CreateCtrl AG/München

Die Landespreise (Statuen und Urkunden) werden am 8. März 2012 im Rahmen der großen Abschluss-Gala, der „Nacht der Werbung“, vergeben.



EINREICHGEBÜHREN

- 75,- EURO je Einreichung
- 65,- EURO je Einreichung, wenn bis 15. September 2011 eingereicht wird (jeweils zzgl. 20 % USt.)
- Für Mitglieder in den ersten beiden Gründungsjahren ist die erste Einreichung gratis.

PRÄSENZ IM „ONLINE-KOMMUNIKATIONSARCHIV“

Alle Einreichungen werden als Case-Study im Online-Kommunikationsarchiv der Fachgruppe unter www.werbungs-salzburg.at veröffentlicht.

PRINTED BY:



MIT UNTERSTÜTZUNG VON FOLGENDEN MEDIENPARTNERN:



UNSERE PARTNER:





(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG)
Einzelanzeigen, Einzelinserate oder Anzeigenserien in Tages- und Wochenzeitungen, Magazinen und sonstigen Printmedien.



(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG)
Konzeption und Organisation von Veranstaltungen im Rahmen von Marketing-, Werbe- oder PR-Kampagnen (oder als eigenständiges Kommunikations-Tool).



(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG)
Webseiten/Webdesign



(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG)
Außenwerbung: Einzelplakate und Plakatserien für Großplakate im Mindestformat DIN A1, Citylights, Großflächen-Werbepanoramen und Transparente, Verkehrsmittel-Werbung.



(ACHTUNG: DIGITALE UND HAPTISCHE EINREICHUNG)
CD-Konzepte inkl. Logo bzw. Wort-Bild-Marke, CD-Manual, Geschäftsausstattung.



(ACHTUNG: DIGITALE UND HAPTISCHE EINREICHUNG)
Prospekte, Kataloge, Drucksorten, Verpackungs-Design.

BUILDING COMMUNICATION DIE KATEGORIEN



ALLE ARBEITEN MÜSSEN BIS SPÄTESTENS 15.10.2011 UM 24.00 UHR EINGEREICHT WERDEN.



(ACHTUNG: DIGITALE UND HAPTISCHE EINREICHUNG)
Gesamtkonzepte zur individuellen Einzelsprache ausgewählter Kunden/Kundengruppen oder zur Ansprache einer nicht namentlich bekannten Zielgruppe mit Response-Möglichkeit, ein- oder mehrstufige Direct Mailings.



(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG)
Kampagnen oder Maßnahmen im Rahmen einer Gesamt PR-Konzeption sowie Einzelaktivitäten auf dem Gebiet der internen oder externen Öffentlichkeitsarbeit.
Corporate Publishing, Keine Event-Konzepte!



(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG)
Einzelspots, Spot-Serien oder Audio Podcast mit einer Länge von maximal 60 Sekunden pro Spot.



(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG)
Gesamtkonzepte und Aktivitäten zum Marktauftritt, zur Positionierung, zur Markenführung, zum Ausbau der Marktposition, zur Absatzförderung, zur Erschließung neuer Märkte, zur Produkteinführung oder zum Produkt-Relaunch.



(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG SOWIE ZUSÄTZLICHE CD ODER DVD)
Unternehmens- und Produktpräsentationen, Wirtschaftsdocumentationen, wirtschaftliche Lehrfilme, Filme, Videos oder Video Podcast mit einer Länge von maximal 30 Minuten.



(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG)
Gestaltung von Messe- und Präsentationsständen, POS Werbemittel zur Verkaufsförderung, Dekoration, Schauraum- und Auslagengestaltung, Werbe-Displays.



(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG SOWIE ZUSÄTZLICHE CD ODER DVD)
Einzelspots oder Spot-Serien mit einer Länge von maximal 120 Sekunden pro Spot.



(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG)
In sich geschlossene Gesamt-Werbekampagnen mit mindestens drei unterschiedlichen Werbemitteln. Mehrstufige Werbeaktivitäten, die auf einem strategischen Kommunikationskonzept aufbauen.



(AUSSCHLIESSLICH DIGITALE EINREICHUNG)
Online Kommunikation/Social Media