

RADIO ADVERTISING AWARD 2018

LEITFADEN ZUR EINREICHUNG

In diesem Leitfaden werden die wichtigsten Informationen für Anmeldung und Teilnahme am Radio Advertising Award 2018 zusammengefasst. Weitere Informationen zum Wettbewerb und Event finden Sie im Internet unter www.radio-advertising-award.de.

TERMINE

- 2.1.2018: Einreichungsbeginn
- 7.2.2018: Einreichungsende
- 27.-28.2.2018: Jurysitzung
- KW 10: Bekanntgabe der Nominierungen und Information aller Einreicher
- 5.3.-6.4.2018: Voting für die Kategorie „Audience Award“ auf www.radio-advertising-award.de
- 12.4.2018: Preisverleihung in Düsseldorf

KATEGORIEN & BEWERTUNGSKRITERIEN

Der Radio Advertising Award wird in den folgenden fünf Kreativkategorien vergeben:

Kategorie: Best Brand

Hier geht es um Markenaufbau und -ausbau und um Markenführung. Richtig sind in dieser Kategorie imagebildende Spots, die sich positiv auf die Markenpräferenz auswirken und die Kraft haben, die Marke zu stärken.

Bei Best Brand steht die Inszenierung der Marke im Mittelpunkt des Spots, bewertet wird nach folgenden Kriterien:

- **Markenkraft.**
Passt der Spot zur Marke? Und hat er die Kraft, die Marke zu stärken?
- **Überzeugungskraft.**
Ist die Botschaft verständlich? Und überzeugt sie den Hörer?

- Kreativität.
Ist der Spot innovativ? Und überrascht er mit Originalität?
- Umsetzung.
Text, Stimme, Musik, SFX: Wie gut ist die Realisierung? Und ist alles stimmig?

Kategorie: Best Creative Activation

Hier wollen wir die kreativsten Spots, die Zuhörer im wahrsten Sinne des Wortes bewegen und die Bewerbung eines konkreten Angebotes zum Ziel haben. Mit Aktivierung ist also gemeint: Klare Handlungsaufforderungen, Call-to-action oder die Verweise auf Promotions, POS oder Webseiten.

Bei Best Creative Activation steht also die kreative Aktivierungskraft des Spots im Mittelpunkt, bewertet wird nach folgenden Kriterien:

- Aktivierungskraft.
Hat der Spot das Potential, Menschen auf kreative Weise zu aktivieren und Handlungen auszulösen?
- Überzeugungskraft.
Ist die Botschaft verständlich? Und überzeugt sie den Hörer?
- Kreativität.
Ist der Spot innovativ? Und überrascht er mit Originalität?
- Umsetzung.
Text, Stimme, Musik, SFX: Wie gut ist die Realisierung? Und ist alles stimmig?

Kategorie: Best Innovative Idea

Hier suchen wir das Ungehörte, das Neue, das Einzigartige. Innovationen im Bereich der Audio-Kommunikation, die sich konzeptionell, inhaltlich, gestalterisch oder technisch neuer, ungewöhnlicher Mittel bedienen, um eine Botschaft im Kopf zu verankern. Umgesetzt entweder über einen klassischen Radiospot oder über den innovativen, einzigartigen Einsatz von Audio als Medium, der über bekannte Formate und Wege hinausgeht.

Bewertet wird nach folgenden Kriterien:

- Innovation.
Wurde Audio auf eine Art und Weise genutzt, die neu ist?
- Einzigartigkeit.
Wie anders ist der Spot? Ist er einzigartig? Bricht er bestehende Regeln?
- Umsetzung.
Wie gut ist die Idee werblich (ggf. technisch) umgesetzt? Und ist alles stimmig?

Kategorie: Best Storytelling

Hier sollte eine Geschichte im Mittelpunkt des Spots stehen. Ihre kreative Inszenierung, die Kraft ihrer Erzählweise sind ebenso wichtige Kriterien wie die Fähigkeit, Aufmerksamkeit und Neugier zu erregen und sich im Gedächtnis zu verankern.

Bewertet wird nach folgenden Kriterien:

- Stringenz der Story.
Ist der Plot verständlich? Und bleibe ich bis zum Ende aufmerksam?
- Erinnerungsfunktion.
Wie sehr bleibt die Geschichte in Erinnerung?
- Transfer.
Existiert eine relevante Verbindung von Story und Marketingbotschaft?
- Umsetzung.
Text, Stimme, Musik, SFX: Wie gut ist die Realisierung? Und ist alles stimmig?

Kategorie: Audience Award

Nach der Erstellung der Shortlist durch die Jury im Mai haben die Zuhörer die Chance, ihr Urteil auf www.radio-advertising-award.de abzugeben und den besten Spot nach Meinung des Publikums zu küren. Achtung: Diese Kategorie kürt ausschließlich klassische Spots, die keine visuellen Elemente oder sonstigen erklärenden Einreichungsunterlagen beinhalten. Nominierungen der Kategorie Best Innovative Idea werden hier daher nur berücksichtigt, sofern sie diese Voraussetzung erfüllen. Natürlich können Kreative und Werbetreibende beim Audience Award nicht einreichen (und sollten sich als fairer Teilnehmer auch beim Abstimmen zurückhalten), aber sehr wohl gewinnen!

TEILNAHME- UND EINSENDEBEDINGUNGEN

Teilnahme

Einsendeberechtigt sind Einzelpersonen, Agenturen, Firmen und Organisationen. Mitarbeiter, Teilzeitkräfte und Aushilfen von der Radiozentrale und Sponsoren des Radio Advertising Award sind von der Teilnahme an diesem Wettbewerb ausgeschlossen. Für die Teilnahme werden folgende Einreichungsgebühren erhoben: für die Einsendung eines Einzelspots 100,- EUR, für die Einsendung von Serienspots (max. 3 Spots) insgesamt 150,- EUR, für die Einsendung von Einzel- oder Serienspots in der Kategorie Best Innovative Idea pauschal 100,- EUR (jeweils zuzüglich 19% Mehrwertsteuer), die auf Rechnung beglichen werden müssen.

Einsendeunterlagen

Zum Wettbewerb zugelassen sind alle Spots, die vom 11.2.2017 bis 31.1.2018 erstmalig in Deutschland, Österreich oder der Schweiz ausgestrahlt worden sind. Berücksichtigt werden alle Arbeiten, die in Form eines MP3-, oder WAV-Files (mind. 128 kbps/44,1 kHz, in der Kategorie Best Innovative Idea sind zusätzlich MP4-, MOV-, WMV- und PDF-Files erlaubt) zusammen mit den vollständig ausgefüllten und vom Urheber des Funkspots oder seines Vertreters freigegebenen Anmeldedaten unter www.radio-advertising-award.de hochgeladen werden. In der Kategorie Best Innovative

Idea sollte zusätzlich zum Audiobeitrag eine Ideen- und Umsetzungsbeschreibung erfolgen.

Tandem- oder Tridemspots sowie Serienspots sind nur als Kampagne oder Serie (je ein MP3-, WMV- oder MOV-File) einzureichen und werden dementsprechend als ein Beitrag gewertet.

Spots, die ausschließlich für die Radio Advertising Award-Einreichung produziert wurden, gelten nicht als ordnungsgemäß veröffentlichte Arbeiten im Sinne dieser Teilnahmebedingungen und bleiben daher unberücksichtigt.

Einsendefrist

Die Einsendungen sind vom 2.1.2018 spätestens bis einschließlich zum 7.2.2018 online unter www.radio-advertising-award.de einzureichen. Beiträge, die nach dieser Frist eingehen, werden nicht berücksichtigt.

Nutzungsrechte

Der Einsender versichert, entweder selbst Inhaber aller Urheber- und/oder Leistungsschutzrechte an dem eingesandten Beitrag zu sein oder Inhaber der ausschließlichen Nutzungsrechte in allen in Betracht kommenden Urheber- und Leistungsschutzrechten, wie etwa Verbreitungs-, Vervielfältigungs-, Vorführungs-, Wiedergabe- oder Senderechten und über diese Rechte zeitlich und räumlich uneingeschränkt verfügen zu können bzw. diese weiter übertragen zu dürfen.

Der Einsender ist verpflichtet, bei der Einreichung alle Urheber persönlich namentlich zu benennen. Mit Eingang des Beitrages bei der Radiozentrale räumt der Einsender der Radiozentrale alle ausschließlichen Nutzungsrechte an den bestehenden Urheber- und/oder Leistungsschutzrechten, wie etwa Verbreitungs-, Vervielfältigungs-, Vorführungs-, Wiedergabe- oder Senderechten ein, die zum zweckgerichteten Einsatz des eingesandten Spots im Rahmen des Abstimmungsverfahrens notwendig werden. Dies umfasst auch das Recht auf zeitlich und räumlich unbegrenzte Publikationen und Presseveröffentlichungen der eingesandten Spots, sofern diese mit dem Radio Advertising Award im Zusammenhang stehen.

Für den Fall der Nominierung und/oder Prämierung überträgt der Einsender der Radiozentrale zusätzlich das Recht, den Spot in allen denkbaren Formen (auch Internet) zu nutzen und zu verwerten. Die Einsendungen werden jedoch nicht für kommerzielle Zwecke genutzt. Ansprüche der Urheber/Einsender der Spotbeiträge aus der Wahrnehmung der vorstehend bezeichneten Rechte einschließlich der kommerziellen Verwertungen im Rahmen des Radio Advertising Award stehen den Einsendern/Urhebern der Funkspots - gleich aus welchem Rechtsverhältnis - nicht zu. Diese sind mit allen diesbezüglichen Ansprüchen ausgeschlossen.

Bewertungsverfahren

Jeder Einsender unterwirft sich oder den von ihm Vertretenen mit der Einsendung aller von ihm eingesandten Spots dem Bewertungsverfahren und diesen Bewertungsbedingungen. Die Jury setzt sich aus unabhängigen Mitgliedern zusammen, die aus den Bereichen Werbung, Medien, Kreation und Produktion kommen und keine eigenen Interessen an der Prämierung haben. Es werden jeweils separate und voneinander unabhängige Bewertungen gegeben für die folgenden Kategorien: Best Brand, Best Creative Activation, Best Innovative Idea und Best Storytelling. Die Jurymitglieder geben für jedes Bewertungsverfahren ihr Urteil ab und bewerten die besten Beiträge für jede Kategorie. Bei den Kategorien Best Brand, Best Creative Activation, Best Innovative Idea und Best Storytelling bekommen die Kreativagentur, das Produktionsstudio und das werbungtreibende Unternehmen eine Radio Advertising Award-Trophäe.

In der Kategorie Audience Award werden alle von der Jury in den o.g. Kategorien nominierten Spots vom 5.3.-6.4.2018 auf der Website www.radio-advertising-award.de zur Abstimmung gestellt. Die Bewertung findet durch die offene Online-Stimmabgabe statt, bei dem jeder Internet-User eine Stimme hat. Gewinner ist die Einreichung, die eine einfache Stimmenmehrheit auf sich vereint. Um Missbrauch auszuschließen, ist die Stimmabgabe an ein Opt-In-Verfahren gekoppelt. Der Veranstalter behält sich das Recht vor, bei offensichtlichen Missbrauchsfällen die entsprechenden Stimmergebnisse zu korrigieren. Hiervon werden unverzüglich alle Teilnehmer informiert.

Aberkennung der Prämierung

Sollte nach der Prämierung bekannt werden, dass der prämierte Spot nicht zu den Arbeiten gehört, die alle Teilnahmebedingungen erfüllen, oder unter Vorlage des Originals der Nachweis erbracht wird, dass es sich um ein Plagiat handelt, ist die Radiozentrale berechtigt, die Auszeichnung unter gleichzeitiger Veröffentlichung in der Presse abzuerkennen und die ausgelobten Preise zurückzufordern. Die Aberkennung ist nur innerhalb einer Ausschlussfrist bis zum 31.3.2019 möglich.

Rücksendungen

Die Einsender haben das Recht, bis zum 8.2.2018 vom Wettbewerb zurückzutreten und ihre Beiträge zurückzufordern. Die Rücktrittsrechte werden nur dann wirksam ausgeübt, wenn sie schriftlich innerhalb der oben genannten Frist bei der Radiozentrale eingegangen sind. Im Falle einer fristgerechten, schriftlichen Rücktrittserklärung werden die bereits überwiesenen Einreichungsgebühren zurückerstattet.

Haftung

Die Entscheidung und Bewertung der Jury ist unanfechtbar, der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Der Unterzeichner der Anmeldeformulare versichert, durch den oder die Urheber beauftragt zu sein, die Anmeldeformulare auszufüllen und den Beitrag einzusenden, und er haftet mit dem oder den Urhebern für sämtliche Rechtsfolgen, die durch unrichtige Angaben entstehen, gesamtschuldnerisch. Die Radiozentrale übernimmt keine Haftung für beschädigte, verloren gegangene oder entwendete

Sponsoren



Arbeiten. Jegliche Haftung ist auch für jede Art der unbefugten Nutzung oder Verwertung der eingesandten Arbeiten durch Dritte ausgeschlossen. Die Radiozentrale sichert zu, alle notwendigen Sicherungsvorkehrungen zu treffen, um einen Zugriff Dritter oder den Verlust der Arbeitsunterlage zu verhindern sowie die entsprechenden Mitarbeiter nachdrücklich auf die Einhaltung dieser Bedingungen hinzuweisen. Der Einsender stellt die Radiozentrale von allen Ansprüchen Dritter - gleich aus welchem Rechtsverhältnis - frei. Für Schäden wegen Rechtsmängeln, insbesondere der Verletzung von Urheberrechten Dritter, haftet der Einsender unbeschränkt.

Änderungen

Werden vom Einsender nach Eingang der Anmeldeformulare Änderungen geltend gemacht, so gehen die dadurch entstehenden Mehrkosten zu seinen Lasten.

Rechtswahl und Gerichtsstand

Für Streitigkeiten aus dem Teilnahmeverhältnis gilt deutsches Recht als vereinbart. Gerichtsstand ist Berlin.

KONTAKT

Für Fragen rund um die Einreichung steht Ihnen Philipp Hempel per E-Mail (philipp.hempel@radiozentrale.de) oder Telefon 030 / 325 12 16 61 gerne zur Verfügung.