

EINREICHBEDINGUNGEN 2019

für den Goldenen Hahn (Niederösterreichischer Werbepreis für beispielhafte Werbung der Fachgruppe Niederösterreich)

1	GRUNDLAGEN FÜR DIE BEWERTUNG	2
2	AUSSCHLUSSGRÜNDE	2
3	KATEGORIEN	2
4	KATEGORIEDEFINITIONEN	3
4.1.1	01. OUT OF HOME	3
4.1.2	02. PRINT	3
4.1.3	03. DIGITAL	3
4.1.4	04. AUDIO	3
4.1.5	05. BEWEGTBILD	3
4.1.6	06. EVENT	3
4.1.7	07. DIALOG MARKETING	3
4.1.8	08. PUBLIC RELATIONS	4
4.1.9	09. POS MESSEARCHITEKTUR	4
4.1.10	10. VERPACKUNGSDESIGN	4
4.1.11	11. GRAFIK DESIGN	4
4.1.12	12. EIGENWERBUNG	4
4.1.13	13. KAMPAGNE	4
5	BEWERTUNG UND PREISE	5
6	TEILNAHME	5
7	EINREICHUNG	5
8	MUSTER	6
9	TEILNAHMEGEBÜHREN	7
10	RECHTEEINRÄUMUNG	7
11	JURY	8
12	ABLAUF	8
13	WAS ERWARTET DIE SIEGER?	8
14	TERMINE 2019	9

1 GRUNDLAGEN FÜR DIE BEWERTUNG

Die Jury geht bei der Beurteilung von folgenden Grundlagen aus und setzt voraus, dass die Arbeit

- im Zeitraum 03/2018 bis 02/2019 öffentlich eingesetzt wurde,
- den internationalen Richtlinien für die Lauterkeit von Werbung entspricht,
- eine klare Zielvorgabe aufweist (Werbebriefing),
- die Zielsetzung des Werbevorhabens erfüllt,
- als beispielgebend zu qualifizieren ist.

Die Jury behält sich das Recht vor, im Zweifelsfall vom Einreicher einen verbindlichen Nachweis über eine Veröffentlichung zu verlangen. Bei Verstoß gegen diese Grundlagen ist eine Disqualifikation oder die spätere Aberkennung eines verliehenen Preises jederzeit möglich. Einreichungen, die der jeweiligen Kategorie nicht entsprechen, werden von der Jury ausgeschieden.

2 AUSSCHLUSSGRÜNDE

Werbung für politische Parteien/Gruppierungen, Arbeiten, die den guten Sitten widersprechen oder den Anstand verletzen sowie Verletzungen oder Zuwiderhandeln gegen Teilnahmegebühren und Teilnahmeregeln werden von der Bewertung ausgeschlossen. Weiters sind sämtliche Arbeiten, die unter unmittelbarer Beteiligung eines Jurors oder eines Moderators der Veranstaltung entstanden sind, ausgeschlossen.

Wird ein Teilnehmer aufgrund oben angeführten Verhaltens disqualifiziert, so ist dieser für die folgenden 2 Einreichungen beim NÖ Landeswerbepreis von der Teilnahme ausgeschlossen.

3 KATEGORIEN

Die Arbeiten werden in den folgenden Kategorien bewertet:

- 01 Out of Home
- 02 Print
- 03 Digital
- 04 Audio
- 05 Bewegtbild
- 06 Event
- 07 Dialog Marketing
- 08 Public Relations
- 09 POS | Messearchitektur
- 10 Verpackungsdesign
- 11 Grafik Design
- 12 Eigenwerbung
- 13 Kampagne

4 KATEGORIEDEFINITIONEN

4.1.1 01. Out of Home

Plakate und Poster, statische oder dynamische Visualisierungen für elektronische Werbeflächen (ohne Ton), Verkehrsmittelwerbung innen und außen, Ausstellungsdesign, Leitsysteme, Citylights, Rolling-Boards, Bannerwerbung und Werbung im öffentlichen Raum.

4.1.2 02. Print

Einzelanzeigen, Einzelinserate, Anzeigenserien oder Advertorials in Tages- und Wochenzeitungen, Magazinen und sonstigen Printmedien.

4.1.3 03. Digital

Marketing-Maßnahmen, die mit Hilfe des Internets erfolgen. Teilgebiete sind klassische Bannerwerbung, Suchmaschinenmarketing und vergleichbare Werbemaßnahmen. Bsp.: Auftritte, Umsetzungen, Kampagnen in sozialen Medien und Netzwerken (Facebook, Apps, Twitter, YouTube etc.), Applications, Browser-Games, Webauftritte, Microsites und entsprechende Online-Projekte bzw. Internet-Promotion.

4.1.4 04. Audio

Hörfunkspots, Podcasts, Corporate-Audio, Sprachbox-Ansagen und andere akustische werbliche Anwendungen, Radiospots, Soundlogos, Jingles, Ambient (Bsp.: Schwimmbad- oder Stadiondurchsagen etc.)

4.1.5 05. Bewegtbild

Web-Videos, Einzel- oder Serienspots, die in TV-Werbeblöcken gelaufen sind, Kinospots, Videopodcasts, Image- oder Produktfilme, Animationen und Internetvideos mit maximal drei Minuten Länge.

4.1.6 06. Event

Es geht um die schlüssige Information der Zielgruppen und um die emotionale Inszenierung von Unternehmen, Produkten und Themen öffentlicher Bedeutung. Bsp.: Tag der offenen Tür, Veranstaltungen, Konferenzen, Kongresse, Roadshows, Ausstellungen, Messen, Events.

4.1.7 07. Dialog Marketing

Ein- oder mehrstufige Dialog-Marketing-Maßnahmen, mit denen personalisierte oder nicht personalisierte Zielgruppen angesprochen werden. Es kann sich dabei um einzelne Mailings oder umfassendere Dialog-Marketing-Kampagnen handeln.

4.1.8 08. Public Relations

Kampagnen oder Maßnahmen im Rahmen einer Gesamt-PR-Konzeption sowie Einzelaktivitäten auf dem Gebiet der internen oder externen Öffentlichkeitsarbeit sowie Corporate Publishing. Beispiele: Typische Public Relations-Aktivitäten, ggfs. inkl. Medienbeobachtung, Lobbying-Aktivitäten.

4.1.9 09. POS | Messearchitektur

Gestaltung von Messe- und Präsentationsständen, POS Werbemittel zur Verkaufsförderung, Dekoration, Schauraum- und Auslagengestaltung, Werbe-Displays. Beispiele: Messestände, Ausstellungen, Roadshows, temporäre Installationen, Shops, Verkaufsräume, Showrooms, Besucherzentren, Corporate Architecture.

4.1.10 10. Verpackungsdesign

Verpackungen jeder Art, Etiketten, Produktbeschriftungen und –bedruckungen, Muster, Dekore.

4.1.11 11. Grafik Design

CD-Konzepte inkl. Logo bzw. Wort-Bild-Marke, CD-Manual, Geschäftsausstattung, Prospekte, Kataloge, Drucksorten, Typographie, Branddesign.

4.1.12 12. Eigenwerbung

Darunter fallen alle Arbeiten und Maßnahmen aller Kategorien, die für die eigene Agentur gemacht und auch veröffentlicht wurden, ebenso auch Arbeiten von Inhouse-Agenturen.

4.1.13 13. Kampagne

Kampagnen bestehend aus mehreren (mindestens zwei) unterschiedlichen Werbemitteln bzw. Werbemaßnahmen. Art und Beschaffenheit der Werbemittel sind nicht vorgegeben.

5 BEWERTUNG UND PREISE

In jeder Kategorie werden aus den eingereichten Arbeiten die fünf am höchsten bewerteten Einreichungen im Rahmen der Online Jurierung mittels eines Punktesystems ermittelt.

Aus diesen fünf nominierten Arbeiten ergibt sich im Rahmen der Fachjury ein Gewinner in der jeweiligen Kategorie. Bestimmt die Fachjury keinen Gewinner, kommen die Ergebnisse der Punktwertung der Fachjury zur Anwendung. Kommt auch daraus kein Ergebnis zustande, werden die Punkte der Online Jurierung herangezogen.

Die Verleihung der Nominierungen für die prämierten Leistungen erfolgt mittels Urkunde. Diese wird dem Werbetrieb sowie dem Auftraggeber bei der Gala überreicht. Für die Mitarbeiter im Team können auf Antrag des jeweiligen Preisträgers Urkunden mit dem Zusatz „Für Mitarbeit im Team“ zu gesonderten Kosten erworben werden (zum Beispiel bei Projekten von Arbeitsgemeinschaften).

6 TEILNAHME

Teilnahmeberechtigt ist jedes aktive Mitglied der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der WKNÖ, welches mit der Durchführung von Werbeleistungen beauftragt ist oder diese im eigenen Interesse durchführt.

Arbeiten mehrere Firmen an einem Projekt, so muss es nach außen eine Firma geben, die dieses Projekt unter ihrem Namen einreicht. Diese Firma muss über eine aktive Gewerbeberechtigung verfügen, fiktive Namen sind nicht zulässig.

Doppeleinreichregel: Eine Mehrfachprämiierung oder -nominierung von Sujets (oder weitgehend identer Sujets) im Rahmen des Goldenen Hahns ist ausgeschlossen. Doppeleinreichungen werden daher nach Maßgabe der Jury ausgeschieden.

Gibt es in einer Kategorie weniger als 5 verschiedene Agenturen, die mit ihren Leistungen gegeneinander antreten, wird diese Kategorie nicht bewertet.

Der Rechtsweg ist bei diesem Wettbewerb ausgeschlossen, Detaillerggebnisse zur Auswertung und Juryergebnisse werden nicht veröffentlicht.

7 EINREICHUNG

Die Teilnahme am Wettbewerb ist ausschließlich über das Internet in der angegebenen Frist möglich.

Hinweise auf die einreichende Agentur oder beteiligte Personen in den Einreichunterlagen oder über Links sind nicht zulässig. Ein Verstoß hiergegen führt aus Gründen der Objektivität zum Ausschluss der Arbeit!

Die **Einreichfrist** entnehmen Sie bitte dem Punkt „Termine 2019“.

Die Online-Einreichung ist vollständig unter www.goldenerhahn.at/einreichen durchzuführen.

Jede Einreichung muss vollständig erfolgen und den vorgegebenen Kriterien entsprechen.

Damit jede Einreichung bestmöglich bewertet und präsentiert werden kann, ist der Upload einer repräsentativen Einzelseite z.B. mit dem Key-Visual der Einreichung verpflichtend.

Die Kriterien für die Einzelseite: A5 Seite im Hoch- oder Querformat in Druckauflösung von 300dpi als JPEG.

Weiters muss zur Einreichung mindestens ein zusätzliches Dokument zur Präsentation der Einreichung hinzugefügt werden. Folgende Dateiformate werden dafür zur Bewertung durch die Jury akzeptiert:

.pdf, .jpg, .mp3, .mp4 oder .mov.

Dabei sind mehrseitige PDFs z.B. mit verschiedenen Sujets zulässig und erwünscht, damit das Projekt bestmöglich dargestellt werden kann.

Zusätzlich können in allen Kategorien ein Link und Audio- und Videodateien hochgeladen werden, um die Wirkung des Projektes hervorzuheben.

Die maximalen Dateigrößen betragen jeweils 50MB.

Jeder Einreicher ist technisch und inhaltlich für seine Arbeiten verantwortlich. Während der Einreichfrist können die Arbeiten auf der Website geändert oder gelöscht werden, nach Abschluss der Einreichfrist sind keine Änderungen mehr möglich.

8 MUSTER

Im ersten Schritt der Bewertung sind keine haptischen Muster vorgesehen. Jeder Einreicher hat mittels der hochgeladenen PDF-Dateien, Filme etc. die Möglichkeit, seine eingereichten Arbeiten zu beschreiben und damit der Online Jury einen Eindruck über seine Arbeit zu vermitteln!

Unaufgefordert eingereichte Muster werden nicht berücksichtigt und auch nicht retourniert!

Wird eine Agentur nominiert, so sind in den folgenden Kategorien haptische Muster per Post oder direkt an das Büro der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation zu übermitteln:

- Audio
- Bewegtbild
- Grafikdesign
- Print
- Dialog-Marketing
- Verpackungsdesign

Film- und Audiodaten sind dabei in einem unkomprimierten .avi Format oder einem anderen gleichwertigen professionellen Videoformat bzw. Audioformat zu übermitteln.

Dazu ergehen gesonderte Informationen an die nominierten Agenturen. Werden die Muster nicht bis zum angegebenen Datum eingereicht, kann die Arbeit ohne weitere Angabe von Gründen aus dem Wettbewerb genommen werden.

Der Veranstalter übernimmt keine Haftung für Darstellbarkeit oder Reproduktionsqualität beigestellter bzw. eingereichter Daten! Umfassende Hinweise und Beschränkungen zur Einreichung ergeben sich aus dem Online-Einreichsystem.

Grundsätzlich werden eingereichte Muster nicht zurückgesendet. Sollen die haptischen Muster wieder retourniert werden, so ist dies bitte schriftlich bei der Übersendung dieser bekannt zu geben!

Die Muster sind an folgende Adresse zu senden oder dort abzugeben:

Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation
Goldener Hahn
Wirtschaftskammer-Platz 1
3100 Sankt Pölten

9 TEILNAHMEGEBÜHREN

Die erste Einreichung ist KOSTENLOS.

Für jede weitere Einreichung sind € 40,- (exkl. USt.) zu entrichten.

Einreichungen beinhalten keine Freikarten für den Galaabend.

Pro Auszeichnung/Nominierung entrichtet jeder Preisträger einen Werbebeitrag von € 100,- (exkl. USt.). Dieser Betrag beinhaltet die Präsentation der Preisträger, den Internetauftritt und die Veröffentlichung in Medien. In diesem Preis sind zwei Freikarten für den Galaabend inkludiert.

Dieser Betrag wird nach Veröffentlichung der Nominierten vorgeschrieben.

Zusatzurkunden „Für Mitarbeit im Team“ können zu je € 25,- (exkl. USt.) pro Person angefordert werden.

Alle Gebühren sind sofort nach Erhalt der Rechnung auf das folgende Konto einzuzahlen:
IBAN: AT06 6000 0000 0704 9033, BIC: OPSKATWW, Vermerk „Einreichung Goldener Hahn“.

Nur vollständig einbezahlte Arbeiten werden im Wettbewerb berücksichtigt!

Arbeiten von Unternehmen, die offene Verbindlichkeiten gegenüber der Fachgruppe aus Einreichungen der Vorjahre aufweisen, werden im weiteren Wettbewerb nicht berücksichtigt.

Die Gebühren für das eingeleitete Bewertungsverfahren aller Arbeiten, die nach Ende der Einreichfrist auf der Homepage hochgeladen sind, werden jedoch auch bei Zuwiderhandeln gegen die Einreichbedingungen und Disqualifikation dem Teilnehmer in Rechnung gestellt.

10 RECHTEINRÄUMUNG

Der Einreicher hat im Vorfeld der Einreichung dafür Sorge zu tragen, dass er auch über alle Rechte an den eingereichten Daten verfügt und den/die Auftraggeber gegebenenfalls auch darüber zu informieren!

Der Einreicher erklärt sich einverstanden, die Veröffentlichung eingereicherter Arbeiten im Zusammenhang mit dem gegenständlichen Wettbewerb in allen Medien urheberrechtlich entgeltfrei zur Verfügung zu stellen und hat für allfällig notwendige Rechtereklärungen auf Seiten Dritter Sorge zu tragen.

Bei Versäumnissen aus dieser Pflicht trägt der Teilnehmer gegenüber dem Veranstalter die volle Verantwortung und übernimmt alle daraus entstehenden Forderungen und Kosten.

11 JURY

Die Jury besteht aus einer ausgewählten Anzahl an Online Juroren sowie einer Fachjury, die in einem zweistufigen Prozess unabhängig voneinander die Nominierten und Gewinner ermittelt.

Das Juryteam des Goldenen Hahns beaufsichtigt die Online- und Fachjurierung und sorgt für eine korrekte Ermittlung der Preisträger nach den erstellten Maßgaben.

Das Jurykollegium (Fachjury) des Goldenen Hahns besteht aus renommierten neutralen Fachleuten, die nicht aus den Reihen der NÖ-Werber kommen. Die Einberufung der Online- und der Fachjury erfolgt durch die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation. Diese ist beschlussfähig, sofern sie aus mindestens fünf Mitgliedern besteht. Den Vorsitz der Fachjury führt der durch den Fachgruppenobmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation eingesetzte Bevollmächtigte (dieser ist nicht stimmberechtigt). Die Fachjury entscheidet unter Ausschluss des Rechtsweges mit einfacher Stimmenmehrheit. Die Tätigkeit der Jurymitglieder unterliegt dabei der Geheimhaltung.

Die Zusammensetzung und Kontaktdaten der Jurymitglieder werden nicht weitergegeben, insbesondere ist von den einreichenden Agenturen auch davon Abstand zu nehmen, Jurymitglieder im Zusammenhang mit dem Goldenen Hahn zu kontaktieren. Bei einer Verletzung entscheidet die Juryleitung nach Abstimmung über eine Disqualifikation vom Wettbewerb!

Einreicher sind von der Tätigkeit als Jurymitglied ausgeschlossen.

12 ABLAUF

Die Anwärter für den Goldenen Hahn (Nominierte) erhalten eine elektronische Benachrichtigung, wenn sie nominiert sind und gegebenenfalls die Aufforderung zur Übersendung der haptischen Muster. Die Vergabe des NÖ Landeswerbepreises für beispielhafte Werbung erfolgt beim Galaabend des Goldenen Hahns. Hierzu gehen gesonderte Einladungen.

13 WAS ERWARTET DIE SIEGER?

Jeder nominierte niederösterreichische Werber erhält pro Nominierung in seiner Kategorie zwei Freikarten für den Galaabend. Weiters werden die Nominierten medial bis zur Gala promotet. Außerdem werden die Arbeiten mit Nennung der Werbehahnsieger in ausgewählten Branchenmedien sowie im Internet veröffentlicht.

14 TERMINE 2019

Die Online-Einreichung ist vom **07. Jänner 2019 00:00 Uhr** bis **04. März 2019 23:59 Uhr** vollständig unter www.goldenerhahn.at durchzuführen.

ACHTUNG! KEINE NACHFRIST!!!

Die Bekanntgabe der Nominierten erfolgt am **26. April 2019**.

Die Vergabe des Landespreises für beispielhafte Werbung in Niederösterreich erfolgt im Rahmen des großen Galaabends des Goldenen Hahns am **25. Juni 2019** im Casino Baden.

Alle Termine und Informationen zum Goldenen Hahn sind auch im Internet unter www.goldenerhahn.at nachzulesen.

Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für beide Geschlechter.

Viel Erfolg bei der Einreichung!