



## Ausschreibung zu den 21. INTERNATIONALEN EYES & EARS AWARDS 2019

Am Montag, 18. November 2019, zeigt Eyes & Ears of Europe zum 21. Mal die besten Produktionen des Jahres und prämiert die Kreativ-Teams mit den Internationalen Eyes & Ears Awards. Die Awards-Show bietet die einmalige Möglichkeit, einen Eindruck über aktuelle Trends, Innovationen und neue Perspektiven zu gewinnen. Die feierliche Vergabe findet im Rahmen der EYES & EARS 2019 statt.

### EYES & EARS AWARDS SHOW

Montag, 18. November 2019

19.00 bis 22.00 Uhr

München

Mit den Internationalen Eyes & Ears Awards werden besonders kreative, innovative und effektive Design-, Promotion- und Markenkommunikationsmaßnahmen ausgezeichnet. Die Trophies werden in mehreren Kategorien der Bereiche Design, Audio, Digital, Craft, Promotion & Cross-Media vergeben. Es können Projekte eingereicht werden, die erstmalig zwischen dem 1. Juli 2018 und dem 30. Juni 2019 veröffentlicht wurden.

Reichen Sie jetzt Ihre Projekte über unser [Portal](#) ein!

Für außergewöhnlich beeindruckende Gesamtleistungen vergibt Eyes & Ears of Europe die **Eyes & Ears Spezialpreise**. Darüber hinaus stiftet **Universal Production Music** einen Sonderpreis für die Kategorie 'Beste Verwendung von Musik'.

Höhepunkt der Veranstaltung ist die Vergabe des **Eyes & Ears Excellence Award**. Seit 1998 wird diese Auszeichnung für herausragende Beiträge zur Gestaltung und Reflexion audiovisueller Kommunikation vergeben. Preisträger dieser Ehreenauszeichnung sind Falk Rosenthal, Erik Spiekermann, Dale Herigstad, Michael Conrad, Kyle Cooper, Nico Hofmann, Volker Weicker, Michel Comte, Florian Wieder, Yello – Dieter Meier und Boris Blank, Robert Wilson, Peter Weibel, Anton Corbijn, Peter Lamont, Hermann Vaske, Sky Du Mont, Martin Lambie-Nairn und Oliviero Toscani.

Kategorie	Was darf eingereicht werden?	Voraussetzungen
<b>DESIGN</b>		
<b>Beste Gestaltung Print bzw. Plakat</b>	Statisches Print- bzw. Plakat-Motiv – einzeln oder Kampagne; <b>KEINE</b> bewegten Plakate (siehe Kategorie Special Marketing)	Element(e) als Videoclip, idealerweise mit Audio unterlegt, max. 3 Min.
<b>Bestes neues Designpaket für Sender/Plattform</b>	Corporate Designpaket eines Senders, eines Medien-Netzwerks bzw. einer Plattform	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Beste Werbetrenner bzw. Station Ids</b>	Werbetrenner bzw. Station Ids	Mind. 3 Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bestes saisonales Designpaket</b>	Saisonales Designpaket – z. B. zu Weihnachten, Ostern Karneval, Muttertag etc. (sportliche Ereignisse s. Kat. Sport-Design)	Mind. 3 Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bester Programm-Vorspann</b>	Programmvorspann (siehe Genre-Unterkategorien)	
<b>Fiction</b>	Programmvorspann zu fiktionalen Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Sport</b>	Programmvorspann zu Sport-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>News &amp; Information</b>	Programmvorspann zu Nachrichten- & Informations-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Kinder</b>	Programmvorspann zu Kinder-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Show, Unterhaltung &amp; Comedy</b>	Programmvorspann zu Show-, Unterhaltungs- & Comedy-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Kultur &amp; Dokumentation</b>	Programmvorspann zu Kultur- & Dokumentations-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bestes Informations- oder Nachrichtendesign</b>	Info-Grafiken, grafische Darstellungen & weitere gestalterische Elemente wie Logo, Studio, Tabellen, Bauchbinden etc. von Nachrichten- & Informations-Formaten	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bestes Sport-Design</b>	Sport-Grafiken, grafische Darstellungen & weitere gestalterische Elemente wie Logo, Studio, Tabellen, Bauchbinden etc. von Sport-Formaten	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bestes sendungsbezogenes Designpaket</b>	Verschiedene Elemente einer Sendung wie Vorspann, Studio, Ausstattung, Bauchbinden, Closer etc.	Mind. 3 Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>DIGITAL</b>		
<b>Beste Online-Präsenz</b>	Website, Microsite, Social Media Auftritt oder App eines Medien-unternehmens/einer Plattform oder bezogen auf ein Format	Maßnahmen abgefilmt als Videoclip mit Kenn-zahlen zur Effektivität/Case Study, max. 3 Min.
<b>Beste Nutzung von Social Media</b>	Nutzung von sozialen Medien (organisch oder bezahlt), welche die Promotion von Sendern oder Programmen unterstützt	Maßnahmen abgefilmt als Videoclip mit Kenn-zahlen zur Effektivität/Case Study, max. 3 Min.
<b>Bester Digital-Marketing-Spot</b>	Video, das ausschließlich auf digitalen Plattformen & Kanälen eingesetzt wird	Element als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität/Case Study, max. 3 Min.

<b>Beste Digital-Marketing-Kampagne für Sender/Plattform</b>	Alle Videos & Maßnahmen, welche die Präsenz & Vernetzung einer digitalen Sender- bzw. Plattform-Kampagne darstellen. Alle Elemente (Paid, Owned, Social) sind erlaubt. Bitte stellen Sie die Customer Journey und Touchpoints dar	Elemente als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität/Case Study, max. 3 Min.
<b>Beste Digital-Marketing-Kampagne für ein Programm</b>	Alle Videos & Maßnahmen, welche die Präsenz & Vernetzung einer digitalen Programm-Kampagne darstellen. Alle Elemente (Paid, Owned, Social) sind erlaubt. Bitte stellen Sie die Customer Journey und Touchpoints dar	Elemente als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität/Case Study, max. 3 Min.
<b>Bestes Influencer Marketing</b>	Alle Videos & Maßnahmen, welche gezielt Influencer/Promis mit einer reichweitenstarken Community für Marketing- & Kommunikationszwecke einsetzen	Elemente als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität/Case Study, max. 3 Min.
<b>Beste digitale Innovation</b>	Innovative digitale Marketing-Maßnahmen: VR/AR/Location-based/Trailer-Bytes etc.	Elemente als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität/Case Study, max. 3 Min.
<b>PROMOTION</b>		
<b>Bester Sender-Spot</b>	Einzelner On-Air-Spot, der auf das Image des Senders einzahlt	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bester On-Air-Programm-Spot</b>	Einzelner On-Air-Spot (siehe Genre-Unterkategorien)	
<b>Fiction Lizenzware</b>	On-Air-Spot zu fiktionalen Lizenzware-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Fiction Eigenproduktion</b>	On-Air-Spot zu fiktionalen Eigenproduktions-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Sport</b>	On-Air-Spot zu Sport-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>News &amp; Information</b>	On-Air-Spot zu Nachrichten- & Informations-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Kinder</b>	On-Air-Spot zu Kinder-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Comedy</b>	On-Air-Spot zu Comedy-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Show &amp; Unterhaltung</b>	On-Air-Spot zu Show- & Unterhaltungs-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Kultur &amp; Dokumentation</b>	On-Air-Spot zu Kultur- & Dokumentations-Formaten	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bester B2B-Spot</b>	Trailer für B2B-Präsentationen wie Roadshows, Programmpräsentationen, Screenings etc.	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Beste Sonderwerbeform</b>	Special Ads (Split Screens, Product Placement, Sponsored Content etc.)	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bester Promotion-Spot für eine Sonder-Programmierung</b>	Einzelner Spot, der eine Sonder-Programmierung ("TV-Event") wie einen Staffel-Marathon o.ä. bewirbt	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bester Radio-Spot</b>	Radio-Spots, die einen TV-Sender bzw. ein Programm im Radio bewerben, sowie Funk-Spots für Radio-Programme oder Radio-Werbe-Spots	Element als Videoclip; falls nur Ton: mit Bildern unterlegt, max. 3 Min.
<b>Beste On-Air-Sender-Kampagne</b>	On-Air-Kampagnen, die auf das Image des Senders einzahlen	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Beste On-Air-Programm-Kampagne</b>	On-Air-Kampagnen, die Programmformate bewerben (siehe Genre-Unterkategorien)	

<b>Fiction Lizenzware</b>	On-Air-Kampagnen zu fiktionalen Lizenzware-Formaten	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Fiction Eigenproduktion</b>	On-Air-Kampagnen zu fiktionalen Eigenproduktions-Formaten	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Sport</b>	On-Air-Kampagnen zu Sport-Formaten	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>News &amp; Information</b>	On-Air-Kampagnen zu Nachrichten- & Informations-Formaten	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Kinder</b>	On-Air-Kampagnen zu Kinder-Formaten	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Comedy</b>	On-Air-Kampagnen zu Comedy-Formaten	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Show &amp; Unterhaltung</b>	On-Air-Kampagnen zu Show- & Unterhaltungs-Formaten	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Kultur &amp; Dokumentation</b>	On-Air-Kampagnen zu Kultur- & Dokumentations-Formaten	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Beste Promotion-Kampagne für eine Sonder-Programmierung</b>	On-Air-Kampagnen, die eine Sonder-Programmierung ("TV-Event") wie einen Staffel-Marathon o.ä. bewerben	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Beste(r) Social Spot(s) - non-profit</b>	Gesellschaftlich engagierte(r) Spot bzw. Kampagne	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.
<b>SPECIALS &amp; CROSS-MEDIA</b>		
<b>Bestes Special Marketing</b>	Marketing-Maßnahmen wie Guerilla, Ambient, Digital Out-of-Home etc. sowie weitere innovative Marketing-Maßnahmen	Marketing-Maßnahmen zusammengefasst in Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bestes Live- bzw. B2B-Event</b>	Event für einen Sender/eine Plattform/ein Programm bzw. eine Kampagne, die das Event bewirbt (Festivals, Konferenzen, Preisverleihungen, Tagungen, Fanmeile-Aktionen etc.)	Mind. 3 verschied. Medien als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität/Case Study, max. 5 Min.
<b>Beste integrierte Kampagne für Sender/ Plattform</b>	360°-Sender-Kampagne	Mind. 3 verschied. Medien als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität, max. 5 Min.
<b>Beste integrierte Kampagne für ein Programm</b>	360°-Programm-Kampagne (siehe Genre-Unterkategorien)	
<b>Fiction</b>	360°-Programm-Kampagne zu fiktionalen Programmen	Mind. 3 verschied. Medien als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität, max. 5 Min.
<b>Non-Fiction</b>	360°-Programm-Kampagne zu nicht-fiktionalen Programmen	Mind. 3 verschied. Medien als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität, max. 5 Min.

## CRAFT

<b>Beste(s) Studiogestaltung/Set-Design</b>	Studio & Set-Design (reales & virtuelles Studio); Gestaltung vom Konzept bis zum fertigen Studio/Set kann gezeigt werden	Elemente als Videoclip/Case Study, max. 3 Min.
<b>Beste 2D/3D-Animation</b>	Beiträge wie Spots, Vorspanne, Erklärstücke, saisonale Kennungen, Labels etc. mit Schwerpunkt 2D/3D-Animation	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Beste typografische Gestaltung</b>	Beitrag mit Schwerpunkt Typografie	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bester Text-, Sprach- bzw. Stimmeneinsatz</b>	On-Air-Spot(s) mit eigens kreierten Texten, kreativem Sprach- bzw. Stimmeneinsatz	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bestes Sound-Design</b>	Audio-Gestaltung von Design- oder Promotion-Elementen	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Beste Musik-Komposition</b>	Musik-Komposition von Design- oder Promotion- Elementen	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Beste Verwendung von Musik</b>	Promotion-Spot, bei dem ein bereits existierender Song im Fokus steht, das bewegte Bild stark unterstützt & den Inhalt deutlich verstärkt	Element als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Bester Schnitt</b>	Beitrag mit Schwerpunkt auf Schnitt-Leistung	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Beste Kamera</b>	Beitrag mit Schwerpunkt auf Kamera-Leistung	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.
<b>Beste Regie</b>	Beitrag mit Schwerpunkt auf Regie-Leistung	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.

# KRITERIEN FÜR ALLE KATEGORIEN

## Erstausstrahlungsdatum

- Der Beitrag muss im Zeitraum vom 1. Juli 2018 bis 30. Juni 2019 auf einem Rundfunksender, VoD-Plattformen, im Kino, im Internet oder im Rahmen eines Events erstmalig ausgestrahlt, online gestellt oder auf andere Weise öffentlich zugänglich gemacht worden sein.
- Für Kampagnen mit mehreren Spots bzw. Elementen gilt, dass mindestens einer der Spots bzw. eines der Elemente in dem genannten Zeitraum erstmalig ausgestrahlt bzw. online gegangen oder auf andere Weise öffentlich zugänglich gemacht worden sein muss.

## Was möchten Sie den Juroren zu diesem Beitrag noch mitteilen:

Bitte geben Sie hier relevante Informationen zu den Stichpunkten 'Innovation, Kreation, Effektivität, Entstehungs- bzw. Verwendungskontext' an. **Bitte nutzen Sie bevorzugt den neuen PDF-Upload.**

## Sprache & Untertitelung

Einreichungen, die weder in deutscher noch in englischer Sprache produziert wurden, müssen in einer der zwei genannten Sprachen untertitelt sein.

## Audio

- Alle Einreichungen müssen dem broadcast-üblichen Lautstärkepegel R128 entsprechen.
- Bitte verwenden Sie nur Originalmusik und -töne.

## Video-Clip, Schwarzblenden, Tafeln

- Wenn Sie Ihren Beitrag für mehrere Kategorien einreichen möchten, muss für jede Kategorie ein separater Video-Clip hochgeladen werden.
- Mehrere Einreichungen für dieselbe oder verschiedene Kategorien in einem Video-Clip sind ungültig.
- Bei der Wertung zählt nur das, was in dem Video-Clip zu sehen und zu hören ist: Alle Elemente Ihres Beitrags, also z.B. auch Print- und Plakatmotive, Give-Aways und sonstige Merchandising-Artikel, Hörfunkspots oder der Internet-Auftritt – etwa bei einer integrierten Kampagne – müssen auf dem eingereichten Video-Clip zu sehen bzw. zu hören sein.
- Schwarzblenden zwischen verschiedenen Elementen sollten max. 2 Sekunden lang sein.
- Bitte verwenden Sie KEINE Vorschalt- bzw. Opener-Tafeln mit Hinweisen zum Titel der Einreichung und der Kategorie o.ä..

## Digital-Bereich

Bitte beachten Sie, dass URLs, Social Media, mobile Anwendungen etc. bis Ende 2019 permanent in Deutschland und der Schweiz für die Bearbeitung und Jurierung abrufbar sein müssen. Bitte richten Sie entsprechende Gast-Log-Ins für geschützte Bereiche ein und stellen diese mit Ihrer Einreichung zur Verfügung.

# EINREICHUNGSPORTAL

Ab 15. April 2019 können Sie Ihre Beiträge **bis spätestens 1. Juli 2019**, über das **Internet-Portal <https://www.eefe-awards.org>** einreichen. Bitte melden Sie sich über das **Registrierungsformular im Internet-Portal** an, um Ihre Beiträge für die Eyes & Ears Awards 2019 einzureichen. Nach der Freischaltung durch Eyes & Ears of Europe erhalten Sie eine eMail.

## KOSTENBEITRAG & KOSTENFREIE KONTINGENTE

### NICHT-MITGLIEDER

- Standard Einreichungen € 450,-

### EYES & EARS MITGLIEDER

- Early Bird Einreichungen bis 2 Wochen vor offizieller Deadline (bis einschließlich 17. Juni 2019) € 350,-
- Standard Einreichungen ab 2 Wochen vor offizieller Deadline (vom 18. Juni bis einschließlich 1. Juli 2019) € 400,-

Je nach Mitgliedschaft bei Eyes & Ears of Europe verfügen Sie über kostenfreie Kontingente:

Persönliche Mitgliedschaft*	1 kostenfreie Einreichung
Hochschul-/Institutionelle Mitgliedschaft	1 kostenfreie Einreichung
Start-Up Mitgliedschaft	4 kostenfreie Einreichungen
Corporate Membership 1	2 kostenfreie Einreichungen
Corporate Membership 2	4 kostenfreie Einreichungen
Corporate Membership 3	6 kostenfreie Einreichungen
Corporate Membership 4	12 kostenfreie Einreichungen
Corporate Membership 5	18 kostenfreie Einreichungen
Corporate Membership 6	36 kostenfreie Einreichungen

\* ausgenommen Mitgliedschaften für Rentner, Arbeitssuchende, Schüler & Studenten sowie Ehrenmitglieder

## IHRE ANSPRECHPARTNER

Ina Braun, +49 (221) 6060 57 10, [ina.braun@eeofe.org](mailto:ina.braun@eeofe.org)

Marion Snyders, +49 (221) 6060 57 17, [marion.snyders@eeofe.org](mailto:marion.snyders@eeofe.org)