Media Award 2022: Call for Entry â€“ BILD

ID: LCG22107 | 29.03.2022 | Kunde: MEDIA AWARD | Ressort: Wirtschaft Ã-sterreich | Medieninformation

Ab sofort kann in der Early-Bird-Phase zum Media Award eingereicht werden. Bis 24. April 2022 profitieren Schnellentschlossene vom attraktiven Preis. Am 29. Mai 2022 endet die Möglichkeit, sich den Award für Media-Exzellenz zu sichern oder gar als „Agency of the Year" ausgezeichnet zu werden.

Bilder zur Meldung in der Mediendatenbank

Wien (LCG) – Die Early-Bird-Einreichphase für den Media Award 2022 hat begonnen. Wer ab sofort und bis spätestens 24. April 2022 zum bedeutenden Award für Media-Exzellenz einreicht, kommt in den Genuss des ermäßigten Tarifs von 190 Euro pro Einreichung. In der regulären Einreichphase, von 25. April bis 29. Mai 2022, schlägt die Einreichung dann mit 240 Euro zu Buche. Eine Verlängerung der Einreichfrist ist nicht vorgesehen. Das erfolgreiche Angebot des Vorjahres gibt es heuer wieder: Als einziger Award der Kommunikationsbranche bietet der Preis für Media-Exzellenz ein „3+1"-Paket, bei dem die vierte Einreichung kostenlos ist.

Letztes Jahr wurde mit 96 Arbeiten ein historischer Einreichrekord verzeichnet, mit dem die Initiatoren, EPAMEDIA, Gewista, Goldbach Austria, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, ORF-Enterprise, RMS Austria und VGN Medien Holding, ein starkes Zeichen für das Comeback der runderneuerten Auszeichnung für das kraftvolle Zusammenspiel lokaler Media-Expertise und rot-weiß-roter Medien feiern konnten. Besondere Ehren wurden Mindshare unter der Leitung von **Ursula Arnold** zuteil, die bei der erstmaligen Prämierung der „Agency of the Year" ausgezeichnet wurde und heuer ein spannendes Match um die Titelverteidigung eröffnet.

„Der explizite Wunsch der Konsumentinnen und Konsumenten nach regionalen, verantwortungsvollen und grünen Produkten stärkt die Bedeutung heimischer Medien als authentisches und treffsicheres Umfeld im Mediamix maßgeblich. Neben Fragen der Brand Safety ist auch die Beschäftigung der Konsumentinnen und Konsumenten mit der verantwortungsvollen Werbestrategie von Marken ein großes Asset, mit dem heimische Medien punkten. Mediaagenturen, die sich gezielt für Transparenz, Qualität und Glaubwürdigkeit in rot-weiß-roten Medien entscheiden, machen den ersten großen Schritt auf die Media-Award-Bühne", betont Präsident **Marcus Zinn** (EPAMEDIA).

Kosmetische Anpassung der Kategorien

Mit der kompletten Neuausrichtung des Media Award im letzten Jahr wurden die Kategorien in Zusammenarbeit mit den Marketingstudiengängen der FH St. Pölten grundlegend überarbeitet. Nachdem die vier Kategorien ihre Bewährungsprobe mit Bravour bestanden haben, wurden sie für den diesjährigen Media Award nur mehr leicht verfeinert, um aktuelle Entwicklungen am Markt präzise abzubilden.

Zugelassen sind Arbeiten und Kampagnen, die zwischen 1. Jänner und 31. Dezember 2021 in österreichischen Medien oder unter Einbeziehung österreichischer Medien geschalten wurden. Eingereicht werden kann auf mediaaward.at ab sofort in folgenden vier Kategorien:

- „Exzellente Media-Strategie": Die Kampagne fußt auf einer außergewöhnlichen Strategie und starken Idee für den Erfolg zielgruppenspezifischer Maßnahmen.
- „Exzellente Media-Innovation": Bewährte Medien wurden auf neue Art und Weise genutzt oder es wurde eine neue (Sonder-)Werbeform geschaffen.
- „Exzellenter Einsatz von Daten": Der innovative und strategische Einsatz von Daten oder neuen Technologien liegt dem Kampagnenerfolg zugrunde.

- „Exzellente Content-Integration": Relevanter Content hat die Marken-oder Produktbotschaft unterstützt und über intelligente Integration in den Medien verbreitet.

Während die eingesetzten Werbemittel auch außerhalb Österreichs produziert worden sein dürfen, muss die Medialeistung hierzulande erbracht und das Mediabudget in Österreich eingesetzt worden sein. Einreichberechtigt sind alle Unternehmen, die maßgeblich an der Arbeit beteiligt waren, wie beispielsweise Media-, Kreativ-und Werbeagenturen, Auftraggeber, Medien und Vermarkter.

Der Olymp des Media-Himmels: „Agency of the Year"

Zum zweiten Mal zeichnet der Media Award in seiner 18. Auflage die „Agency of the Year" aus. Für den begehrten Titel werden alle Punkte aus Trophäen und Shortlist-Platzierungen addiert.

Alle Preisträger und Shortlist-Platzierten profitieren zudem von Punkten für das globale RECMA-Ranking , das Aufschluss über die besten Mediaagenturen der Welt gibt.

Tipps und Tricks für die Einreichung

Erstmalig geben Vorstandsmitglieder gemeinsam mit der FH St. Pölten heuer interessierten Agenturen in Video-Workshops wertvolle Tipps und Tricks für die erfolgreiche Einreichung zum Media Award. Teilnehmer erfahren, worauf in den Case-Videos zu achten ist, wie der transparente Juryprozess abläuft und analysieren die Gewinnerarbeiten des Vorjahres.

Über den Media Award

Der Media Award ist die wichtigste österreichische Auszeichnung für Media-Exzellenz und wird seit 2004 jährlich an Mediaagenturen, Werbetreibende und Werbeagenturen verliehen. Er ist eine Initiative von EPAMEDIA, Gewista, Goldbach Austria, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, ORF-Enterprise, RMS Austria und VGN Medien Holding. Der Media Award steht für die Qualität österreichischer Medien und österreichische Media-Exzellenz und hat die Zielsetzung, die verschiedenen Facetten von Media und den

damit verbundenen Einsatz von österreichischen Medien auszuzeichnen. Damit wird das Bewusstsein für die Qualität von Media und die nachhaltige Wirkung von österreichischen Medien für den Werbeerfolg gestärkt. Weitere Informationen auf mediaaward.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)