



Ausschreibung zu den 26. INTERNATIONALEN EYES & EARS AWARDS

Am 21. Oktober 2024 zeigt Eyes & Ears of Europe zum 26. Mal die besten Produktionen des Jahres und prämiert 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 2024 statt.

Mit den Internationalen Eyes & Ears Awards werden besonders kreative, innovative und effektive Design-, Promotion- und Markenkommunikationsmaßnahmen für audiovisuelle Medien ausgezeichnet. Die Trophies werden in verschiedenen Kategorien der Bereiche Design, Audio, Digital, Craft, Promotion & Cross-Media vergeben. Es können Projekte eingereicht werden, die erstmalig zwischen dem **1. Mai 2023 und dem 30. Juni 2024** veröffentlicht wurden. Ein und dasselbe Projekt darf im Folgejahr nicht nochmals eingereicht werden, nur eine Weiterentwicklung des Projekts mit signifikanten Änderungen. Bitte beachten Sie auch unsere neue Audio-Spezifikation.

Reichen Sie ab dem 15. April Ihre Projekte über unser Portal ein: eeofe-awards.org

In diesen Zeiten schreiben wir die Kategorie "Best Cases in a Worst Case Crisis - Kommunikation in der Krise" weiterhin aus. In dieser Kategorie sind „Mut-Macher“-Beiträge in Krisenzeiten sehr willkommen. Und für die großen Sportereignisse in 2024 bieten wir in diesem Jahr erweiterte Kategorien an. Darüber hinaus stiftet **BMG Production Music** die Kategorie 'Beste Verwendung von Musik'. Für außergewöhnlich beeindruckende Gesamtleistungen vergibt Eyes & Ears of Europe die **Eyes & Ears Spezialpreise**.

Höhepunkt der Veranstaltung ist die Vergabe des **Eyes & Ears Inspiration Award**. Seit 1998 wird diese Auszeichnung für herausragende Beiträge zur Gestaltung und Reflexion audiovisueller Kommunikation vergeben. Preisträger:innen dieser Ehreenauszeichnung für Inspiration und Kreativität sind Banda, @noonoori, Uli Hanisch, Es Devlin, 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, Manfred Becker, Peter Weibel, Anton Corbijn, Peter Lamont, Hermann Vaske, Sky Du Mont, Martin Lambie-Nairn, Roman Kuhn und Oliviero Toscani.

Kategorie	Was darf eingereicht werden?	Voraussetzungen
DESIGN		
Beste Gestaltung Print bzw. Plakat	Statisches Print- bzw. Plakat-Motiv – einzeln oder Kampagne; KEINE bewegten Plakate (siehe Kategorie Special Marketing)	Element(e) als Videoclip, idealerweise mit Audio unterlegt, max. 3 Min.
Bestes neues Designpaket für Sender/Plattform	Corporate Designpaket eines (Medien-)Unternehmens bzw. einer Plattform	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Beste Werbetrenner bzw. Station Ids	Werbetrenner bzw. Station Ids	Mind. 3 Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Beste saisonale Designelemente	Saisonale Designelemente – z. B. zu Weihnachten, Ostern, Karneval, Muttertag etc. (sportliche Ereignisse s. Kat. Sport-Design)	Mind. 3 Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Bester Programm-Vorspann	Programm-Vorspann zu On-Air-, Online- oder Streaming-Inhalten (siehe Genre-Unterkategorien)	Element als Videoclip, max. 3 Min.
Fiction		
Sport		
News		
Kinder		
Show, Unterhaltung & Comedy		
Kultur & Dokumentation		
Bestes Informations- oder Nachrichtendesign	Info-Grafiken, grafische Darstellungen & weitere gestalterische Elemente wie Logo, Studio, Tabellen, Bauchbinden etc. von Nachrichten- & Informations-Formaten	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Bestes Sport-Design		.
Beste Info-Grafiken bzw. Datenvisualisierung Sport	Sport-Grafiken und Daten-Visualisierung wie Tabellen, Erklärungen, Ranglisten etc.	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Bestes Studio Sport	Studio von Sport-Formaten	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Bestes sendungsbezogenes Designpaket Sportformate	Verschiedene Elemente einer Sport-Sendung wie Vorspann, Studio, Ausstattung, Bauchbinden, Closer etc.	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Bestes sendungsbezogenes Designpaket	Verschiedene Elemente einer Sendung wie Vorspann, Studio, Ausstattung, Bauchbinden, Closer etc.	Mind. 3 Elemente als Videoclip, max. 3 Min.

DIGITAL		
Bester Digital-Marketing-Spot	Digitale Spots, die originär für die Nutzung in digitalen Kanälen entwickelt wurden. Die Spots zeichnen sich durch überdurchschnittliches Potenzial hinsichtlich digitaler Verbreitungsmöglichkeiten aus	Element als Videoclip, max. 3 Min. Schriftliche Infos zu Wirkweise, KPI's zur digitalen Performance & Kennzahlen aus dem Media Reporting in den Zusatzinformationen erwünscht
Beste Online-Werbemittel	Alle Standard-, Sonder- und Videoformate von Online-Werbung, z.B. Banner, Rectangle, Ads, Sitebar, Understitals	Elemente als Videoclip, max. 3 Min. Schriftliche Infos zu Wirkweise, KPI's zur digitalen Performance & Kennzahlen aus dem Media Reporting in den Zusatzinformationen erwünscht
Beste Social Media-Kampagne	Social-Media-Kampagne auf einem digitalen Kanal oder auf verschiedenen aufeinander abgestimmten digitalen Kanälen wie Instagram, Facebook, TikTok, YouTube etc, welche die Promotion von (Medien-)Unternehmen/Plattformen oder Programmen unterstützt	Maßnahmen abgefilmt als Videoclip mit Beschreibung der Wirkweise, KPI's zur digitalen Performance & Kennzahlen aus dem Media Reporting, max. 3 Min
Bestes Influencer Marketing	Alle digital zur Verfügung gestellten Inhalte, die in Zusammenarbeit mit einer Marke erstellt wurden und diese wie selbstverständlich integrieren. Dies können z.B. Posts, Videos, Podcasts oder Artikel sein	Maßnahmen abgefilmt als Videoclip mit Beschreibung der Wirkweise, KPI's zur digitalen Performance & Kennzahlen aus dem Media Reporting, max. 3 Min.
Beste Digitale Experience	Gestaltung, Interaktion, Storytelling und User-Mehrwert der digitalen Verlängerung einer plattform- bzw. formatspezifischen Kampagne, z.B. Landind-Page, Microsite, Games, Apps, etc.	Maßnahmen abgefilmt als Videoclip mit Beschreibung der Wirkweise, KPI's zur digitalen Performance & Kennzahlen aus dem Media Reporting, max. 3 Min.
PROMOTION		
Bester Sender-Spot	Einzelner Spot, der auf das Image eines (Medien-)Unternehmens bzw. der Plattform einzahlt	Element als Videoclip, max. 3 Min.
Bester Programm-Spot	Einzelner Programm-Spot zu On-Air-, Online- oder Streaming-Inhalten (siehe Genre-Unterkategorien)	Element als Videoclip, max. 3 Min.
Fiction Lizenzware		
Fiction Eigenproduktion		
Sport		
News		
Kinder		
Show, Unterhaltung & Comedy		
Kultur & Dokumentation		
Bester Promotion-Spot für eine Sonder-Programmierung	Einzelner Spot, der eine Sonder-Programmierung ("TV-Event") wie einen Staffel-Marathon o.ä. bewirbt	Element als Videoclip, max. 3 Min.

Bester B2B-Spot	Trailer für B2B-Präsentationen wie Roadshows, Programmpräsentationen, Screenings etc.	Element als Videoclip, max. 3 Min.
Beste Sonderwerbeform	Special Ads (Split Screens, Product Placement, Sponsored Content etc.)	Element als Videoclip, max. 3 Min.
Bestes Special Marketing	Marketing-Maßnahmen wie Guerilla, Ambient etc. sowie weitere innovative Marketing-Maßnahmen	Marketing-Maßnahmen zusammengefasst in Videoclip, max. 3 Min.
Bester Radio-Spot	Radio-Spots, die eine Medienmarke 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.
Beste Sender bzw. Plattform-Kampagne	Bewegtild-Kampagnen, die auf das Image eines (Medien-)Unternehmens- bzw. einer Plattform einzahlen	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Beste Programm-Kampagne	Bewegtild-Kampagnen, die On-Air-, Online- oder Streaming-Programmformate bewerben (siehe Genre-Unterkategorien)	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Fiction Lizenzware		
Fiction Eigenproduktion		
Sport		
News		
Kinder		
Show, Unterhaltung & Comedy		
Kultur & Dokumentation		
Beste Promotion-Kampagne für eine Sonder-Programmierung	Programm-Kampagnen, die eine Sonder-Programmierung ("TV-Event") wie einen Staffel-Marathon o.ä. bewerben	Mind. 3 Spots, Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Beste(r) Social Spot(s) - non-profit	Gesellschaftlich engagierte(r) Spot bzw. Kampagne	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.
SPECIALS & CROSS-MEDIA		
Best Cases in a Worst Case Crisis - Kommunikation in der Krise	Alle Kommunikations-Maßnahmen in Krisenzeiten	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Beste Wahl-Kommunikation	Vorspanne, Wahlstudios, grafische Aufbereitungen, Spots (keine Wahlwerbespots von Parteien!) zu regionalen, nationalen und europäischen Wahlen	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Bestes Live- bzw. B2B-Event	Event für ein (Medien-)Unternehmen/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.
Beste integrierte Kampagne für Sender/ Plattform	360°-Sender-Kampagne, die mindestens 3 klassische und digitale Kanäle miteinander kombiniert	Mind. 3 verschied. Medien als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität, max. 5 Min.

Beste integrierte Kampagne für ein Programm	360°-Programm-Kampagne, die mindestens 3 klassische und digitale Kanäle miteinander kombiniert (siehe Genre-Unterkategorien)	
Fiction	360°-Programm-Kampagne zu fiktionalen Programmen	Mind. 3 verschied. Medien als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität, max. 5 Min.
Non-Fiction	360°-Programm-Kampagne zu nicht-fiktionalen Programmen	Mind. 3 verschied. Medien als Videoclip mit Kennzahlen zur Effektivität, max. 5 Min.
Bester kreativer Einsatz von Technologie/Software	innovative Integration von Technologie in eine Marketingkampagne. Verwendung von KI, VR, AR, Unreal etc.	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
Beste innovative Idee	innovative Konzepte bzw. Ideen unabhängig des Verbreitungskanals	Elemente als Videoclip, max. 3 Min.
CRAFT		
Beste(s) Studiogestaltung/Set-Design	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.
Beste 2D/3D-Animation	Beiträge wie Spots, Vorspanne, Erklärstücke, saisonale Kennungen, Labels etc. mit Schwerpunkt 2D/3D-Animation	Element als Videoclip, max. 3 Min.
Beste Typografie	Beitrag mit Schwerpunkt Typografie	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.
Bester Text-, Sprach- bzw. Stimmeneinsatz	Spot(s) mit eigens kreierten Texten, kreativem Sprach- bzw. Stimmeneinsatz	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.
Beste(r) Humor, Satire bzw. Ironie	Spot(s) mit Humor, Satire bzw. Ironie im Storytelling	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.
Bestes Sound-Design	Audio-Gestaltung von Design- oder Promotion-Elementen	Element als Videoclip, max. 3 Min.
Beste Musik-Komposition	Musik-Komposition von Design- oder Promotion- Elementen	Element als Videoclip, max. 3 Min.
Beste Verwendung von Musik	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.
Bester Schnitt	Beitrag mit Schwerpunkt auf Schnitt-Leistung	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.
Beste Kamera	Beitrag mit Schwerpunkt auf Kamera-Leistung	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.
Beste Regie	Beitrag mit Schwerpunkt auf Regie-Leistung	Element(e) als Videoclip, max. 3 Min.

KRITERIEN FÜR ALLE KATEGORIEN

Sofern nicht anders angegeben, ist jeder Beitrag unabhängig vom Medium (On-Air, Online, Streaming oder andere) teilnahmeberechtigt, solange er Inhalte oder deren Anbieter bewirbt.

Erstausstrahlungsdatum

- Der Beitrag muss im Zeitraum vom 1. Mai 2023 bis 30. Juni 2024 auf einem Rundfunksender, VoD-Plattformen, Streaming-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. Hierbei gilt, dass dieselbe Kampagne nicht in aufeinanderfolgenden Jahren eingereicht werden darf.
- **Ein und dasselbe Projekt darf im folgenden Jahr nicht nochmals eingereicht werden, nur eine Weiterentwicklung des Projekts mit signifikanten Änderungen.**

Was möchten Sie den Juror:innen zu diesem Beitrag noch mitteilen:

Bitte geben Sie hier relevante Informationen zu den Stichpunkten 'Innovation, Kreation, Effektivität, Entstehungs- bzw. Verwendungskontext' an.

Sprache & Untertitelung

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

Video-Spezifikationen

- Das Portal akzeptiert Videos mit den Endungen mp4, ogg, avi, mov, wmv, flv, ogv, webm, mpeg, mpg und einer Dateigröße von maximal 1 GB.
- Um einen gewissen Qualitätsstandard einzuhalten, können wir die beiden folgenden Videospezifikationen empfehlen:
 - **Middle Quality** Video: Quick Time (.mov), H264, Datenrate: 15 MBit/s, 1920x1080, Color Level: 601/709, Upper Field First, Audio: Linear PCM, 48.000 kHz, 24 Bit
 - **Low Quality**: Video: Quick Time (.mov), H264, Datenrate: 6 MBit/s, 1280x720, Color Level: 601/709, Upper Field First, Audio: Linear PCM, 48.000 kHz, 24 Bit

Audio-Spezifikationen

- **Spitzenpegel: -1 dB** (Wir verzichten dieses Jahr bewusst auf den Broadcast-Standard R128, weil er in der Vergangenheit zu oft nicht beachtet wurde und manche Beiträge zu laut wurden. Daher bitten wir, einen Spitzenpegel von -1dB anzupeilen.)
- Bitte verwenden Sie nur Originalmusik und -töne.

Screenshot

- Zu jeder Einreichung muss ein Screenshot/Key Visual repräsentativ hochgeladen werden. Dieser Screenshot wird im Falle einer Nominierung für die Webseite, das Veranstaltungsdesign sowie alle Druckerzeugnisse genutzt.
- **Dimensionen: 1920 x 1080 px, Querformat als .jpg-, .tiff- oder .png-Datei.**

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 2024 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 dem 15. April 2024 können Sie Ihre Beiträge **bis spätestens 1. Juli 2024**, über das **Internet-Portal <https://www.eeefe-awards.org>** einreichen. Bitte melden Sie sich über das **Registrierungsformular im Internet-Portal** an, um Ihre Beiträge für die Eyes & Ears Awards 2024 einzureichen. Nach der Freischaltung durch Eyes & Ears of Europe erhalten Sie eine eMail.

KOSTENBEITRAG & KOSTENFREIE KONTINGENTE

	Eyes & Ears-Mitglieder	Nicht-Mitglieder
Early Bird bis 1.5.2024	€ 390,-	€ 490,-
Standard bis 17.6.2024	€ 450,-	€ 550,-
Last Chance bis 1.7.2024	€ 590,-	€ 690,-

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:innen, Arbeitssuchende, Schüler:innen & Studierende sowie Ehrenmitglieder

IHRE ANSPRECHPARTNERIN

Ina Braun, +49 (221) 6060 57 10, ina.braun@eeefe.org