



Ausschreibung der 28. INTERNATIONALEN EYES & EARS AWARDS

Im Oktober 2026 zeigt Eyes & Ears of Europe zum 28. Mal die besten Produktionen des Jahres und prämiert Kreativ-Teams mit den Internationalen Eyes & Ears Awards in der ASTOR Film Lounge im ARRI in München. Die Awards-Show bietet die einmalige Möglichkeit, einen Eindruck über aktuelle Trends, Innovationen und neue Perspektiven zu gewinnen.

Die Internationalen Eyes & Ears Awards zeichnen besonders kreative, innovative und wirkungsvolle Design-, Promotion- und Markenkommunikationsmaßnahmen in der audiovisuellen Medienbranche aus. Die Trophäen werden in verschiedenen Kategorien aus den Bereichen Design, Audio, Digital, Craft, Promotion & Kampagnen, Specials & Cross-Media vergeben. Eingereicht werden können Projekte, die zwischen dem 1. Mai 2025 und dem 30. Juni 2026 erstmals veröffentlicht werden. Neu ist die Kategorie „Best digital visual / keyart“!

Ab dem 8. April 2026 können Sie Ihre Beiträge **bis spätestens 1. Juli 2026**, über das **Internet-Portal <https://www.eeofe-awards.org>** einreichen. Bitte melden Sie sich über das **Registrierungsformular** im Internet-Portal an, um Ihre Beiträge für die Eyes & Ears Awards 2026 einzureichen. Nach der Freischaltung durch Eyes & Ears of Europe erhalten Sie eine E-Mail.

Eyes & Ears of Europe vergibt nicht nur die Eyes & Ears Spezialpreise für besonders beeindruckende Gesamtleistungen, sondern würdigt auch die „**Agentur des Jahres**“ und das „**Kreativteam des Jahres**“.

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.

Lesen Sie sich die Kategorien inklusive Einreichungskriterien und Anforderungen an die Videos genau durch! Hier gibt es Änderungen! Beachten Sie zudem die Hinweise und Empfehlungen für Ihre Einreichungen sowie die Kriterien für alle Kategorien! Diese geben wichtige Hinweise!

WICHTIGE HINWEISE & EMPFEHLUNGEN FÜR IHRE EINREICHUNG:

- Bitte geben Sie in den zusätzlichen Informationen an, ob **KI zum Einsatz** kam und wenn ja, welches Tool in welcher Version.
- **Casefilme**: wichtige Hinweise in der Beschreibung zu den einzelnen Kategorien.
- **KPIs sind erlaubt, aber keine Pflicht**.
- **Schwarzblenden** zwischen verschiedenen Elementen dürfen max. 2 Sekunden lang sein.
- Bitte verwenden Sie **KEINE Vorschalt- bzw. Opener-Tafeln** mit Hinweisen zum Titel der Einreichung und der Kategorie o.ä..
- **Vermeiden Sie Redundanzen** (z.B. ähnliche Spots bei Kampagnen, die sich nicht in den Ansätzen unterscheiden)
- Beachten Sie bei der Zuordnung zur Kategorie genau, ob Ihr Spot bzw. Ihre Kampagne **einen Sender oder ein Sendungsformat** bewirbt.

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 2025 bis 30. Juni 2026 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 dieser Sprachen untertitelt sein.

Audio Spezifikationen

- Audio Code: AAC; Channels: Stereo ; Sample Rate: 48khz; Quality: High; Bit Rate: 128 Kbps

Video Spezifikationen

- Das Portal akzeptiert Videos mit der Endungen mp4 und einer Dateigröße von maximal 1 GB.
- Um einen gewissen Qualitätsstandard einzuhalten, können wir die beiden folgenden Videospezifikationen empfehlen:
Middle Quality Video: H264, data rate: 15 MBit/s, 1920x1080, Color Level: 601/709, Upper Field First
Low Quality Video: H264, Data rate: 6 MBit/s, 1280x720, Color Level: 601/709, Upper Field First

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.
- Bitte verwenden Sie den vorgegebenen Standard-Dateinamen für Video und Screenshot.
- **Dimensionen: 1920 x 1080 px, Querformat als .jpg-, oder .png-Datei.**

Video-Clip

- Wenn Sie Ihren Beitrag für mehrere Kategorien einreichen möchten, muss für jede Kategorie ein separater Video-Clip hochgeladen werden.
- Bitte verwenden Sie den vorgegebenen Standard-Dateinamen für Video und Screenshot.
- 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 Plakatismotive, 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.

KOSTENBEITRAG & KOSTENFREIE KONTINGENTE

	Eyes & Ears-Mitglieder	Nicht-Mitglieder
Early Bird bis 17.5.2026	€ 390,-	€ 490,-
Standard bis 24.6.2026	€ 450,-	€ 550,-
Last Chance bis 1.7.2026	€ 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 ANSPRECHPARTNER

Ina Braun, ina.braun@eeofe.org

Anna Schiffer, anna.schiffer@eeofe.org

No.	Kategorie	Einreichungskriterien	Datei-Name Video & Screenshot	Einreichungsvideo
1.	DESIGN			
1.1.	Best design in print or poster advertising	Statisches Print- bzw. Plakat-Motiv – einzeln oder Kampagne	1_1_Print_(submission name)	Element(e) als Videoclip, 10 Sek. Standbild des Motivs ohne Ton, zusätzlicher Casefilm max. 90 Sek. optional
1.2.	Best digital visual / keyart	zentrales visuelles Motiv als Fundament einer Kampagne: Thumbnail Streaming-Apps, Digital Out-of-Home etc.	1_2_Keyart_(submission name)	Element(e) als Videoclip, 10 Sek. Standbild des Motivs oder Videos (DOOH) ohne Ton, zusätzlicher Casefilm max. 90 Sek. optional
1.3.	Best new design package for a channel or platform	Corporate Designpaket eines (Medien)-Unternehmens bzw. einer Plattform	1_3_MediaPlattform_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
1.4.	Best bumper or station-idents	Werbetreffer bzw. Station Ids	1_4_BumperIDs_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
1.5.	Best seasonal design elements	Saisonale Designelemente – z.B. zu Weihnachten, Ostern, Sommer, Winter, Muttertag etc.	1_5_Seasonal_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
1.6.	Best lead-in / opening title sequence	Programm-Vorspann (siehe Unterkategorien)		Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
1.6.1.	Fiction		1_6_1_LeadIn_Fiction_(submission name)	
1.6.2.	Non-Fiction		1_6_2_LeadIn_NonFiction_(submission name)	
1.6.3.	Sports		1_6_3_LeadIn_Sport_(submission name)	
1.7.	Best information or news design	Info-Grafiken, grafische Darstellungen & weitere gestalterische Elemente wie Logo, Studio, Bauchbinden etc. von Nachrichten- & Informations-Formaten	1_7_InfoNewsDesign_(submission name)	Elemente als Casefilm, max. 90 Sek.
1.8.	Best sports design	Sport-Grafiken, grafische Darstellungen & weitere -gestalterische Elemente wie Logo, Studio, Bauchbinden etc. von Sport-Formaten	1_8_SportsDesign_(submission name)	Elemente als Casefilm, max. 90 Sek.
1.9.	Best programme-related design package	Verschiedene Elemente einer Sendung wie Vorspann, Studio, Ausstattung, Bauchbinden, Closer etc.	1_9_ProgrammeDesign_(submission name)	Elemente als Casefilm, max. 90 Sek.
2.	PROMOTION & CAMPAIGNS			
2.1.	Best spot for a TV station or streaming / media platform	Einzelner Spot, der auf das Image eines Senders oder einer Plattform einzahlt; NUR ON Plattformsots (z.B. TV-Sender oder Streamer), KEIN Social Media	2_1_StationSpot_(submission name)	Element als Videoclip, max. 90 Sek.
2.2.	Best on air or digital programme spot	Einzelner Spot für ein Programm- bzw. Sendungsformat mit Sendungshinweis (siehe Unterkategorien); NUR ON Plattformsots (z.B. TV-Sender oder Streamer), KEIN Social Media		Element als Videoclip, max. 90 Sek.
2.2.1.	Fiction		2_2_1_ProgrammeSpot_Fiction_(submission name)	
2.2.2.	Sports		2_2_2_ProgrammeSpot_Sports_(submission name)	
2.2.3.	News		2_2_3_ProgrammeSpot_News_(submission name)	
2.2.4.	Kids		2_2_4_ProgrammeSpot_Kids_(submission name)	

2.2.5.	Show, Entertainment & Comedy		2_2_5_ProgrammeSpot_SEC_(submission name)	
2.2.6.	Culture & Documentary		2_2_6_ProgrammeSpot_CD_(submission name)	
2.3.	Best promotion spot for special programming	Einzelner Spot, der eine Sonder-Programmierung ("TV-Event") wie einen Staffel-Marathon o.ä. bewirbt	2_3_SpecialSpot_(submission name)	Element als Videoclip, max. 90 Sek.
2.4.	Best B2B spot	Trailer für B2B-Präsentationen wie Roadshows, Programm-Präsentationen, Screenings etc.	2_4_B2B_(submission name)	Element als Videoclip, max. 180 Sek.
2.5.	Best social media spot	Social-Media-Spot (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube etc.) welcher die Promotion von (Medien-) Unternehmen / Plattformen und/oder Programmen unterstützt. Spot muss explizit als solcher konzipiert und ausgespielt worden sein (KEIN recycelter Trailer!)	2_5_SocialSpot_(submission name)	Element als Videoclip, max. 90 Sek.
2.6.	Best experiential and / or special marketing	Kreative & innovative Marketing-Maßnahmen (Guerilla, Ambient etc.) sowie Special Ads (Split Screens, Product Placement, Sponsored Content etc.)	2_6_ESMarketing_(submission name)	Marketing-Maßnahmen sowie Special Ads als Casefilm, max. 90 Sek.
2.7.	Best radio spot(s)	Radio-Spots, die eine Medienmarke bzw. ein Programm im Radio bewerben, sowie Funk-Spots für Radio-Programme oder Radio-Werbe-Spots.	2_7_Radio_(submission name)	Element(e) als Videoclip; Nur mit Standbild unterlegt; max. 90 Sek.
2.8.	Best station or platform campaign	Mind. 3 Spots, die auf das Image eines Medien-Unternehmens- bzw. einer Plattform einzahlen (NUR On Plattformsports, KEIN Print, KEIN Social Media, KEINE Cut Downs, Redundanzen bzw. Wiederholungen!)	2_8_StationCampaign_(submission name)	Kein Zusammenschnitt, die verschiedenen Ansätze der Spots müssen erkennbar sein. Max. 180 Sek.
2.9.	Best on air or digital programme campaign	Mind. 3 Programm-Spots für ein Programm- bzw. Sendungsformat mit Sendungshinweis (siehe Unterkategorien), (NUR On Plattformsports, KEIN Print, KEIN Social Media, KEINE Cut Downs, Redundanzen bzw. Wiederholungen!)		Kein Zusammenschnitt, die verschiedenen Ansätze der Spots müssen erkennbar sein. Max. 180 Sek.
2.9.1.	Fiction		2_9_1_ProgrCampaign_Fiction_(submission name)	
2.9.2.	Non-Fiction		2_9_2_ProgrCampaign_NonFiction_(submission name)	
2.9.3.	Sports		2_9_3_ProgrCampaign_Sports_(submission name)	
2.10.	Best promotion campaign for special programming	Mind. 3 Programm-Spots, die eine Sonder-Programmierung ("TV-Event") wie einen Staffel-Marathon o.ä. bewerben	2_10_SpecialCampaign_(submission name)	Kein Zusammenschnitt, die verschiedenen Ansätze der Spots müssen erkennbar sein. Max. 180 Sek.
2.11.	Best social media campaign	Mind. 3 Social-Media-Spots (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube etc.), welche die Promotion von (Medien-) Unternehmen/ Plattformen und/oder Programmen unterstützt. Kampagne muss explizit als solche konzipiert und ausgespielt worden sein (KEINE recycelten Trailer!)	2_11_SocialCampaign_(submission name)	Maßnahmen als Videoclip, max. 90 Sek.
2.12.	Best digital and / or creator activation	Alle digital bereitgestellten Inhalte, die in Zusammenarbeit mit einer Marke erstellt wurden und diese aktivieren. Das können zum Beispiel Posts, Videos, Podcasts oder Artikel sein	2_12_Activation_(submission name)	Maßnahmen als Videoclip, max. 90 Sek.

2.13.	Best social responsibility and / or awareness activation	Gesellschaftlich engagierte(r) Spot bzw. Kampagne	2_13_SocialResp_(submission name)	Maßnahmen als Videoclip, max. 90 Sek.
3.	SPECIALS & CROSS MEDIA			
3.1.	Best live or 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.)	3_1_Event_(submission name)	Casefilm max. 90 Sek
3.2.	Best integrated campaign for a channel or platform	360°-Sender-Kampagne, die mindestens 3 Kanäle miteinander kombiniert	3_2_Station_(submission name)	Einzelelemente von 3 Medien, zusätzlicher Casefilm max. 90 Sek optional
3.3.	Best integrated campaign for a programme	360°-Programm-Kampagne, die mindestens 3 Kanäle miteinander kombiniert (siehe Unterkategorien)		Einzelelemente von 3 Medien, zusätzlicher Casefilm max. 90 Sek optional
3.3.1.	Fiction		3_3_1_Programme_Fiction_(submission name)	
3.3.2.	Non-Fiction		3_3_2_Programme_NonFiction_(submission name)	
3.3.3.	Sports		3_3_3_Programme_Sports_(submission name)	
4.	CRAFT			
4.1.	Best studio design / set design	Studio & Set-Design (reales & virtuelles Studio) (KEIN Fiction-Set/Szenenbild)	4_1_Studio_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
4.2.	Best 2D/3D animation	Spots, Vorspanne, Erklärstücke, saisonale Kennungen, Labels etc. mit Schwerpunkt 2D/3D-Animation	4_2_2D3D_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
4.3.	Best typography	Beitrag mit Schwerpunkt Typografie	4_3_Typo_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
4.4.	Best copywriting or use of language & voice	Spot(s) mit eigens kreierten Texten, kreativem Sprach- bzw. Stimmeneinsatz	4_4_TextVoice_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
4.5.	Best humour, satire and / or irony	Spot(s) mit Humor, Satire bzw. Ironie im Storytelling	4_5_Humour_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
4.6.	Best sound design	Audio-Gestaltung von Design- oder Promotion-Elementen	4_6_Sound_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
4.7.	Best musical composition	Musik-Komposition von Design- oder Promotion-Elementen	4_7_Musical_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
4.8.	Best use of music	Promotion-Spot, bei dem ein bereits existierender Song im Fokus steht, das bewegte Bild stark unterstützt & den Inhalt deutlich verstärkt	4_8_UseMusic_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
4.9.	Best editing	Beitrag mit Schwerpunkt auf Schnitt-Leistung	4_9_Editing_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
4.10.	Best direction and / or camera	Beitrag mit Schwerpunkt auf Regie- & Kamera-Leistung	4_10_DirectionCamera_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
4.11.	Best creative use of technology	Integration von Technologie in der audiovisuellen Medienbranche	4_11_Technology_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.
4.12.	Best creative use of AI	Innovative AI-Maßnahmen in der audiovisuellen Medienbranche	4_12_Innovation_(submission name)	Elemente als Videoclip, Casefilm erlaubt, max. 90 Sek.