DAS KANN NUR EIN INSERAT.

Der Wettbewerb für junge Kreative: Ausschreibung 2014

Deine Arbeit und dein Name erscheinen in einer Vielzahl von Zeitungen und Zeitschriften. Ein ganzes Jahr lang. Und mit etwas Glück fliegst du nach Dublin zum Best YET. Und danach vielleicht zu den Cannes Lions. Vorausgesetzt, dass du gewinnst. Und vor allem: dass du mitmachst.
Alter: bis 28 Jahre.
Briefing-Erläuterung (fakultativ): 12. November 2013.
Einsendeschluss: 14. Januar 2014.
Infos und Ausschreibung: Das-kann-nur-ein-inserat.ch

ANZEIGEN. (Und was für sie spricht.)

INSERATE NERRRRRVEN NICHT.

Werbung im Fernsehen nervt. Also zappt man weg. Werbung im Internet nervt. Also clickt man weiter. Werbung in Zeitungen und in Zeitschriften nervt praktisch niemanden. Also findet sie Beachtung. Das sagt eine neutrale, wissenschaftliche Untersuchung: die MA Leader 2013 der WEMF.

Werbung ist..... am störendsten
Zeitungen..... 2.9 %
Zeitschriften..... 0.9 %
Radio..... 4.4 %
Fernsehen..... 45.3 %
Internet..... 37.1 %
Das-kann-nur-ein-inserat.ch

INSERATE SIND REINE INFORMATION

Inserate sind nicht einfach Werbung. Sondern Information – wichtige, wertvolle, interessante Information, die zur Kaufentscheidung führen. Das sagt eine neutrale, wissenschaftliche Untersuchung: die MA Leader 2013 der WEMF.

Werbung ist..... am informativsten
Zeitungen..... 25.1 %
Zeitschriften..... 10.6 %
Radio..... 0.5 %
Fernsehen..... 16.4 %
Internet..... 15.2 %
Das-kann-nur-ein-inserat.ch

Inserate haben mehr Glaubwürdigkeit* – viel, viel, viel, viel mehr.

Zeitungen..... 28.9 %
Zeitschriften..... 8.9 %
Radio..... 0.4 %
Fernsehen..... 7.1 %
Internet..... 4.6 %

Das-kann-nur-ein-inserat.ch
*Werbung muss nicht nur auffallen. Werbung muss wirken. Aber Wirkung ist nicht eine Frage der Auffälligkeit. Sondern der Glaubwürdigkeit. Auch in diesem Punkt ist das Inserat einsame Spitze. Das sagt eine neutrale, wissenschaftliche Untersuchung: die MA Leader 2013 der WEMF.



Danke allen Partnern, die DAS KANN NUR EIN INSERAT unterstützen

ADC

asw ausgezeichnet.

bsw leading swiss agencies

KEYSTONE

SW | PS

TEXTVERBAND

MEDIENPARTNER

comminmag

werbewoche

Ein dreifacher Gewinn für dich.

Gewinn Nr. 1:
Bekanntheit und Neid.

Deine Anzeige erscheint ein Jahr lang in allen möglichen Zeitungen und Zeitschriften — mit deinem Namen.

Gewinn Nr. 2:
Preisgeld und Realisierungshonorar.

Du bekommst pro Siegerarbeit CHF 2000.—, dazu den Auftrag für die Ausführung plus Honorar für Fremdkosten.

Gewinn Nr. 3:
Dublin und Cannes.

Zwei Siegerteams von DAS KANN NUR EIN INSERAT fliegen zum Best YET 2014 nach Dublin. Das Siegerteam von Best YET fliegt zu den Cannes Lions 2014.

Einsendeschluss: Dienstag, 14. Januar 2014.

Was kann nur ein Inserat?

Das ist die Frage – und deine Aufgabe bei diesem Wettbewerb.

•

Variante I: Du definierst selber, welches das beste Argument für das Inserat ist.

•

Variante II: Du wählst eines der Argumente auf Seite 1 und 3. Und entwickelst eine Idee, die auf diesem einen Argument basiert.

Was ist keine gute Idee?

Alle Ideen, die andere vor dir hatten. Alle Anzeigen, die bereits gewonnen haben. Siehe: Das-kann-nur-ein-inserat.ch

Einzelanzeige, Kampagne?

Du kannst beides einreichen. Und von beidem beliebig viele. Wenn Du eine Kampagne einreichst: bitte 3 bis 4 Sujets.

Zielgruppe: Entscheider

DAS KANN NUR EIN INSERAT ist in erster Linie eine Botschaft an die Entscheider in Unternehmen: CEOs, Marketingleiter, Werbeleiter. Sie bestimmen, ob Anzeigen geschaltet werden oder nicht.

•

Wenn deine Anzeige auch ganz normale Menschen anspricht: umso besser.

Idee oder Illustrator?

Die Jury interessiert die Qualität deiner Idee. Die Qualität der Ausführung ist nebensächlich.

Sprachen: D oder F

Die Idee muss sich in beiden Sprachen realisieren lassen – dazu in Italienisch.

Realisierbarkeit

Wenn deine Idee gewinnt, dann soll sie auch realisierbar sein. Und zwar mit vernünftigem Aufwand.

•

Die Idee muss sowohl im klassischen Zeitungsformat als auch in Zeitschriften mit Format A4 realisierbar sein.

•

Benötigst du die Zustimmung von Promis? Oder die Copyright-Freigabe von Unternehmen? Hole das Okay VOR der Einsendung ein und lege deiner Einsendung eine entsprechende Notiz bei.

Keine Platzierungs- und anderen Wünsche

Die Verlage schalten die Anzeigen als «Füller». Die Anzeigen können also nicht disponiert werden.

Nicht möglich deshalb: ein bestimmter Erscheinungstag, eine bestimmte Platzierung oder eine bestimmte Sujet-Reihenfolge im Rahmen einer Kampagne.

•

Doppelseiten, Panoramaseiten, Sonderplazierungen (U-Boot-Anzeigen etc.), Beikleber, Geruchsmuster, Personalisierungen.

Jury und Jurierung

Andreas Prokesch
Jurypräsident, hubatka-prokesch-seiler.ch
Dominic Beyeler
freischaffender Art Director und Illustrator, Gewinner DAS KANN NUR EIN INSERAT 2013
Marcel Kohler
Geschäftsleiter 20 Minuten AG
Thomas Kurzmeyer
Creative Director Wirz Werbung
Simon Staub
Creative Director Leo Burnett
Heinz Vögeli
VBZ-Vizedirektor, Leitung Personal und Unternehmenskommunikation

•

Die Jury sieht nur die Einsendungen – und nicht die Namen der Einsender.

•

Als Massstab dient das Seven-plus-System von Michael Conrad: schweizermedien.ch/wettbewerb

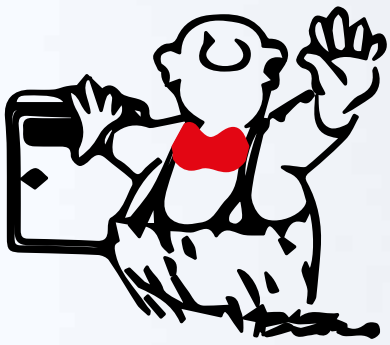
•

Selektion I:
Die Jury wählt jene Arbeiten aus, die gut genug für die Shortlist sind.
Selektion II:
Die Jury wählt aus der Shortlist die Siegerarbeiten aus – maximal 10 Einzelarbeiten und/oder Kampagnen.

•

Die Jury kann Richtlinien für die Realisierung der Siegarbeiten erteilen.

ANZEIGE. (Und was für sie spricht.)



STOPP!

Inserate stoppt kein Kleber.
Gegen unerwünschte Werbung im Briefkasten kann man sich wehren. Bei TV-Spots wegzappen. Bei Radio-Spots weghören. An Plakaten vorbeigehen. Bei Banners wegclicken. Ein Inserat kann nichts stoppen. Weil Zeitungen oder Zeitschriften und die Werbung darin untrennbar zusammengehören.

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN hat bei der Realisierung ein Mitsprache- und Mitwirkungsrecht. Sollten bei der Realisierung unerwartete und unüberwindbare Schwierigkeiten auftauchen, behält sich der Verband vor, auf die Realisierung zu verzichten.

Antwort auf deine Fragen

Briefing-Erläuterungen am 12. November 2013 von 19 bis max. 20.30 Uhr. Geschäftsstelle Verband SCHWEIZER MEDIEN, Konradstrasse 14, Zürich. 3 Minuten von Zürich HB entfernt. Anmeldung bitte bis 8. November 2013 an toni.vetterli@schweizermedien.ch

•

E-Mail an den Jurypräsidenten Andreas Prokesch: info@prokesch.ch

So reichst du ein.

Format/Material: A3 Papierausdruck
Einzelanzeige: ein Sujet
Kampagne: 3 bis 4 Sujets
Sprachen: wahlweise D oder F

•

Dein Name oder der Name deiner Agentur darf bei der Einreichung nicht auf der Anzeige erscheinen.

•

Deine Einsendung muss zwei Logos enthalten. Logo 1: Verband SCHWEIZER MEDIEN, Format: min. 80 × 10 mm. Logo 2: DAS KANN NUR EIN INSERAT. Entweder als Logo. Oder als Headline oder Subline. Downloads unter schweizermedien.ch/wettbewerb.

•

Einsendeadresse:
Verband SCHWEIZER MEDIEN,
Konradstrasse 14, 8005 Zürich

Teilnahmebestimmungen

Teilnehmen kannst du, wenn du nach dem 1. Januar 1985 geboren wurdest und Wohnsitz in der Schweiz oder im Fürstentum Liechtenstein hast.

•

Die Entscheidungen der Jury sind endgültig, und der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Nutzungsrechte an den realisierten Arbeiten gehen zeitlich, örtlich und medial unbeschränkt an den Verband SCHWEIZER MEDIEN über. Mit deiner Teilnahme erklärst du dich mit diesen Bestimmungen vollumfänglich einverstanden.

Alle Bilder – gratis

Bilder für deine Ideen stellt dir KEYSTONE zur Verfügung – kostenlos.

•

Bestelle dein persönliches Login für den Zugriff auf die Bild-Datenbank per E-Mail an ycwinserat@keystone.ch.
Betreffzeile:
«Das kann nur ein Inserat / Login» ,
dazu bitte angeben:
Vorname, Name, Adresse,
Werbeagentur / Arbeitgeber,
Geburtsdatum.

Alle Termine

Briefing-Event: 12. November 2013
Einsendeschluss: 14. Januar 2014
Jurierung: 24. Januar 2014
Preisverleihung, Apéro, Ausstellung:
6. Februar 2014
Kampagnenstart: Mitte April 2014
Best YET in Dublin: 22. – 24. Mai 2014
Cannes Lions: 15. – 21. Juni 2014

Veranstalter / Organisator

Verband SCHWEIZER MEDIEN
MÉDIAS SUISSES
STAMPA SVIZZERA

•

Gesamtverantwortung: Toni Vetterli
Projektleitung: Pepi Burch
www.Das-kann-nur-ein-inserat.ch

Der Gewinn für die Sieger

Ruhm und Ehre: Die siegreichen Arbeiten erscheinen in über 100 Zeitungen und Zeitschriften, die in der Schweiz herausgegeben werden. Insgesamt rund 1'000 Anzeigen – und in jeder steht der Name des jeweiligen Gewinner-Teams.

Preisgeld und Aufwandentschädigung: Die Gewinner erhalten nach der Preisverleihung pro Siegerarbeit ein Preisgeld von CHF 2'000.– auf ihr Bankkonto überwiesen. Zusätzlich erhalten sie den Auftrag für die Realisierung ihrer Anzeige – und dafür eine Entschädigung.

Ein unbezahlbares Erlebnis: Zwei Gewinner-Teams von DAS KANN NUR EIN INSERAT werden bei der Preisverleihung öffentlich ausgelost. Sie reisen zum Best YET 2014 nach Dublin und messen sich zwei Tage und eine Nacht mit Teams aus ganz Europa. Die Kosten für Reise und Aufenthalt übernimmt der Verband SCHWEIZER MEDIEN. Zu gewinnen gibt es den Titel «best Young European Team» und dazu zwei Tickets für die Cannes Lions.

Der Preis für alle

Party, Connections, Stimmung und Urkunde: Wenn du mitmachst, bekommst du eine Einladung für die Preisverleihung, die Ausstellung aller Arbeiten und eine kleine Party und ein Teilnahme-Zertifikat.