

Checkliste Deutscher Mediapreis

Bitte reichen Sie sämtliche Bewerbungsunterlagen in digitaler Form ein und gehen dabei auf unten stehende Fragestellungen ein.

Ihre Bewerbungsunterlagen sollten **4** Seiten nicht überschreiten.

1. Für welche Kategorie (Idee/ Strategie) bewerben Sie sich?
2. Nur Idee: Für welche Unterrubrik (TV, Print, Hörfunk, Internet, Outdoor Classic, Kino, Below-the-line / Ambient) bewerben Sie sich? *
3. Titel der Bewerbung
4. Produkt, das beworben wird (gegebenenfalls)
5. Die schnelle Erklärung für die Jury: Was ist das Besondere an der Idee / Strategie? (maximal 3 bis 4 Sätze)
6. Mediaziel der Kampagne / Idee
7. Welches Media-Budget wurde eingesetzt?
8. Eingesetzte Medien / genaue Leistungsdaten der Kampagne (wo, wann, wie oft geschaltet)

Fügen Sie bitte die Belege für die Medialeistung (Auswertungen, Streuplan, Bilder etc.) soweit möglich direkt in das Dokument für Ihre Bewerbung ein bzw. senden Sie uns als separate Anhänge / CDs / DVDs etc. Bitte achten Sie darauf, dass das Bildmaterial druckfähig ist (Auflösung mind. 300 dpi - jpg, TIF oder pdf).

9. Wer reicht den Vorschlag ein? (Ansprechpartner, vollständige Adresse mit Telefonnummer, E-Mail)
10. Werbungtreibendes Unternehmen (Ansprechpartner, vollständige Adresse mit Telefonnummer, E-Mail)
11. Zuständige Media-Agentur (vollständige Firmierung, Ansprechpartner, komplette Adresse mit Telefonnummer, E-Mail)

Punkte 10 –12: Wer soll zur Verleihung des Deutschen Mediapreises 2009 eingeladen werden, falls die Einreichung auf die Shortlist kommt (je 2 Namen)

* Bewerbungen müssen sich für eine Rubrik entscheiden. Eine Kampagne kann jedoch für mehrere Rubriken eingereicht werden. Beispiel: Wirbt eine Kampagne außergewöhnlich im Kino, auf Handys und auf Toiletten, kann sie sich mit je einer Einreichung für die Rubriken „Kino“, „Online / Mobile“ und „Below-the-line / Ambient“ bewerben.