

## 2009 NYF ADVERTISING IN ALL MEDIA AWARDS REGELN UND VORSCHRIFTEN

### 1. EINSENDESCHLUSS FÜR EINREICHUNGEN

Der frühzeitige Einsendeschluss mit Preisnachlass gilt bis zum 15. Dezember 2008; **der endgültige Einsendeschluss ist der 19. Januar 2009**. Um den Preisnachlass zu erhalten, müssen Sie die entsprechende Codenummer für frühzeitigen Einsendeschluss mit Preisnachlass angeben, die auf dem Aufkleber Ihres Aufrufs zur Einreichung angegeben ist, und Ihre Einsendung muss vor dem 15. Dezember 2008 erfolgt sein. Bei Einreichungen unter Verwendung von Offline-Einreichungsformularen auf Papier fällt ein Aufpreis von 20% an. Weitere Informationen erhalten Sie unter der Telefon-Nr. 212.643.4800 oder per E-Mail unter [info@newyorkfestivals.com](mailto:info@newyorkfestivals.com).

### 2. QUALIFIKATION

Um sich für den Wettbewerb 2009 zu qualifizieren, müssen die Einreichungen zwischen dem 1. Januar 2008 und dem 28. Februar 2009 veröffentlicht oder gesendet worden sein. Spekulative Werbung oder Werbesendungen, die nur für Prämierungen erstellt wurden, werden nicht akzeptiert. Alle Gewinner müssen vor der Preisverleihung nachweisen, dass ihre Werbesendung kommerziell im Einsatz ist. TV- und Radioeinsendungen müssen nachweislich mindestens 5 Tage lang gesendet worden sein. Bei Druckerzeugnissen muss die Veröffentlichung nachgewiesen werden.

### 3. VERWENDUNG DER EINREICHUNGEN

Die Einreichungen und eingesandten Unterlagen werden nicht zurückgeschickt und können zu Informations- oder Werbezwecken ausgestellt, vorgeführt, vervielfältigt, veröffentlicht oder reproduziert werden, wann immer New York Festivals dies für angebracht hält. Durch die Einreichung stimmt der Bewerber zu, New York Festivals und alle verbundenen Unternehmen von allen Kosten oder Ausgaben, die durch jegliche Klagen im Hinblick auf eine solche Verwendung entstehen, freizustellen.

### 4. EINREICHUNGSgebühren

KUNST & TECHNIK	Einzeleinreichung	\$275			
AVANT-GARDE (nicht traditionell)	Einzeleinreichung	\$345	Kampagne	\$595	
WERBEMITTEL	Einzeleinreichung	\$345	Kampagne	\$595	
DESIGN	Einzeleinreichung	\$345	Kampagne	\$595	
DIGITAL & INTERKATIV	Einzeleinreichung	\$345	Kampagne	\$595	
VERSCHIEDENE/INTEGRIERTE MEDIEN			Kampagne	\$695	
AUSSENWERBUNG	Einzeleinreichung	\$345	Kampagne	\$595	
PRINT	Einzeleinreichung	\$345	Kampagne	\$595	
RADIO	Einzeleinreichung	\$345	Kampagne	\$595	
STUDENTEN	Einzeleinreichung	\$100	Kampagne	\$200	
FERNSEHEN/KINO/PROMOTION	Einzeleinreichung	\$345	Kampagne	\$595	

Für jede gewählte Kategorie ist eine separate Gebühr zu entrichten. Die Bezahlung sollte vorzugsweise über VISA-, MasterCard- oder AMEX-Kreditkarte bzw. per amerikanischem Bankscheck erfolgen, der in US-Dollar ausgestellt und an die International Awards Group zahlbar ist. Es werden keine Rückerstattungen vorgenommen, nachdem mit der Bewertung begonnen wurde. Bei Überweisungen müssen zusätzlich zum Gesamtbetrag weitere \$25 US-Dollar gezahlt werden, um die Bankgebühren abzudecken. Senden Sie die Überweisung an:

**JP Morgan Chase**  
**1 Chase Manhattan Plaza**  
**New York, New York**

**ABA/Bankleitzahl 021000021 oder Swift-Code: CHASUS33**

**Zur weiteren Gutschrift an**

**International Awards Group, LLC**

**Kontonummer 707 5599 10**

Senden Sie eine Bestätigung der Banküberweisung per Kurier oder Einschreiben an unsere Niederlassung in New York, damit wir Ihre Zahlung mit Ihrer/Ihren Einreichung/en abgleichen können. Falls Sie sich online bewerben, geben Sie bitte unsere Rechnungsnummer (die Sie auf Ihrer ausdrucksbaren Quittung finden) auf Ihrer Banküberweisung an.

**Hinweis: Alle Einreichungen, die unter Verwendung von Offline-Einreichungsformularen eingendet werden, unterliegen einer zusätzlichen Gebühr von 20 % der Einreichungskosten.**

## **5. KATEGORIEN**

Sie können dieselbe Werbung oder Kampagne in mehreren Kategorien einreichen, um Ihre Gewinnchancen zu erhöhen; es wird jedoch für jede Einreichung eine separate Gebühr pro Kategorie erhoben. Wenn Sie Ihre Arbeit offline einreichen, ist für jede einzelne Kategorie eine separate Kopie des eingereichten Mediums erforderlich. Wenn Sie sich nicht sicher sind, welche Kategorie Sie wählen sollen, wählen Sie „Sonstige“. Die Jury wird Ihnen dann eine Kategorie zuweisen.

## **6. KAMPAGNEN**

*Kampagnen* (ein Medium) dürfen aus **höchstens** drei Teilen (z.B. 3 Radiowerbungen, 3 Fernsehwerbungen) bestehen. Es ist nur ein Einreichungsformular pro Kampagne erforderlich, allerdings müssen alle Teile klar beschriftet sein. Reichen Sie alle Teile der Kampagne soweit möglich auf einem einzigen Medium ein (d. h. auf einer DVD mit 2 Sekunden schwarzem Bildschirm bzw. Stille zwischen den einzelnen Spots).

*Integrierte Kampagnen* (verschiedene Medien) dürfen aus **höchstens** 6 Teilen insgesamt und höchstens 2 Teilen je Medium bestehen (z.B. 2 Radiowerbungen, 2 Fernsehwerbungen, 2 Printwerbungen).

## **7. AUSZEICHNUNGEN**

Die Finalisten werden Mitte April bekannt gegeben. Die Haupt-, Gold-, Silber- und Bronzemedallengewinner werden in New York bei den New York Festivals of Advertising Awards vom 21. bis 23. Mai 2009 bekannt gegeben. Es werden Pressemitteilungen an internationale Pressedienste sowie den Handel gesendet. Alle Gewinner werden auf der New York Festivals-Website veröffentlicht. Preisgekrönte Fernseh- und Kinowerbungen erscheinen auf den Winners-Reel-DVDs des Jahres 2009, in Fernsehsendungen über Werbespots mit einer Zuschauerzahl von 130 Millionen, ebenso wie in unserer Exclusive-Vereinbarung über Bordprogramme mit großen, internationalen Fluggesellschaften für bis zu 800 Millionen Zuschauer. Alle preisgekrönten Print-, Design- und Außenwerbungen werden in Band 17 des New York Festivals Annual of Advertising veröffentlicht, dem größten kommerziellen Jahresbericht dieser Art.

## **8. AUSZEICHNUNG DER VEREINTEN NATIONEN (UNDPI)**

In Zusammenarbeit mit dem Department of Public Information der Vereinten Nationen etablierte New York Festivals 1990 die UNDPi-Auszeichnung, um Werbung für gemeinnützige Zwecke zu ehren, welche die Ziele und Ideale der Vereinten Nationen am besten veranschaulicht. Einreichungen von Werbung für gemeinnütziges (**nur für die Kategorien Fernseh-, Print- und Radiowerbung**), die Finalistenstatus erreichen, qualifizieren sich automatisch für die prestigeträchtigen Auszeichnungen. Die Vereinten Nationen berufen einen Blue-Ribbon-Ausschuss ein, der die Gold-, Silber-, Bronze- und

Finalistengewinner der UN-Auszeichnungen bestimmt. Zu den globalen Anliegen, die für die Vereinten Nationen von besonderem Interesse sind, gehören Frieden und Sicherheit, Förderung der Frauenrechte, soziale Entwicklung, Gesundheitsprobleme, darunter HIV/AIDS, Menschenrechte, Kriminalität und Gewalt, Analphabetismus, nachhaltige Entwicklung und Armut.

## 9. EXPOSÉ

Für alle Einreichungen ist ein kurzes Exposé erforderlich. Das Exposé sollte in drei Teile (von jeweils 1 oder 2 Sätzen) unterteilt sein: Ziel, Konzept und Zielpublikum.

## 10. ÜBERSETZUNG

Wenn Ihre Einreichung nicht in englischer Sprache gehalten ist, MÜSSEN Sie eine Übersetzung oder ein detailliertes Exposé in dem entsprechenden Feld auf unserer Website liefern. Wenn Ihre Einreichung per Post oder Kurier nicht in englischer Sprache verfasst ist, müssen Sie eine Übersetzung als Textdatei auf CD beifügen. Die Übersetzung sollte nicht länger als ein bis zwei Absätze sein.

**Fernseh-/Kinowerbung:** Soweit möglich, sollte die Übersetzung in Form von Untertiteln geliefert werden. Die Untertitel sollten leicht lesbar und wenn möglich in Weiß auf schwarzem Hintergrund gehalten sein.

**Print-/Außenwerbung:** Liefern Sie den Text Ihrer Einreichung selbst dann, wenn er schon in Englisch ist.

**Websites:** Übersetzen Sie nur die relevanten Menüabschnitte, Überschriften und Texte.

## 11. NAMEN DER BETEILIGTEN

Auf den Trophäen, Urkunden, in unserem Jahrbuch und auf unserer Website erscheinen die Namen der Beteiligten, die bei der Einreichung angegeben wurden. Auf den Trophäen erscheint nur der Name des einreichenden Unternehmens, der Markenname sowie der Titel der Einreichung. Die Urkunden führen die **ersten vier Namen** sowie die entsprechenden Stellenbezeichnungen auf. Im Jahrbuch können **zusätzlich acht Namen** mit Stellenbezeichnungen und im Präsentationsabschnitt unserer Website können insgesamt **15 Namen** aufgeführt werden. Bitte verwenden Sie branchenübliche Stellenbezeichnungen, soweit möglich.

## 12. ONLINE-EINREICHUNGSFORMULAR

**WICHTIG:** Bevor Sie mit der Online-Einreichung beginnen, stellen Sie sicher, dass Sie sich richtig angemeldet haben, damit keine Daten verloren gehen. Sie sind angemeldet, wenn Sie Ihren Namen in schwarz am oberen linken Rand der Seite sehen. Für jede Einzelseinreichung oder Kampagne muss ein separates Einreichungsformular ausgefüllt werden. Beim Checkout wird automatisch ein ausdrückbarer Beleg über den Gesamtbetrag für Ihre Einreichungen generiert. Dieser Beleg enthält eine Rechnung über den fälligen Gesamtbetrag, Versandanweisungen sowie alle notwendigen Kennungsetiketten für die einzelnen Einreichungen. Stellen Sie sicher, dass Sie alle Arbeiten eingereicht haben, bevor Sie zum Checkout gehen. Wenn Sie angegeben haben, dass Sie Ihre Einreichung(en) online hochladen, erhalten Sie, nachdem Sie sich von der Website abgemeldet haben, innerhalb einer Stunde nach der Abmeldung eine E-Mail mit detaillierten Anweisungen. Antworten Sie einfach auf diese E-Mail(s) und hängen Sie die Medien an, die Sie einreichen möchten. Wenn Ihre Dateien zu groß ist, um per E-Mail gesendet zu werden, schicken Sie sie an unsere FTP-Adresse:

- 1) Legen Sie auf Ihrem Computer ein Verzeichnis mit dem Namen Ihrer Firma gefolgt von "NYFA" an
- 2) Benennen Sie ihre Dateien um und verwenden Sie dabei die sechsstellige Nummer (beginnt normalerweise mit einer 3).
- 3) Legen Sie Ihre Datei(en) in dem oben genannten Verzeichnis ab.
- 3) Loggen Sie sich mit einem FTP-Programm (KEINEM Web-Browser) bei unserem FTP-Server <ftp://newyorkfestivals.tv> ein:

Username: nyfupload@newyorkfestivals.tv

Password: nyfe7632

4) Kopieren Sie Ihr Verzeichnis auf unsere FTP-Site

**WICHTIG:** Wenn Sie sich online anmelden und Ihre Einreichungen per Post oder Kurier schicken, müssen Sie die folgenden drei Dinge tun, bevor Sie Ihre Einreichungen verpacken:

A. Sobald Sie die E-Mail erhalten, die Ihnen gleich nach dem Checkout zugesendet wird, sollten Sie sofort zu dem darin enthaltenen Link mit dem ausdrückbaren Beleg über Ihre Einreichung(en) gehen. Machen Sie zusätzliche Kopien.

B. Schneiden Sie die Kennungsetiketten für die Einreichungen aus, die Sie in der unteren Hälfte des Belegs finden, und bringen Sie diese auf den entsprechenden Einreichungen an. Bringen Sie das Adresstikett auf dem zu verschickenden Paket an. **WICHTIG:** Diese Etiketten enthalten notwendige, spezifische Codeinformationen zu den einzelnen Einreichungen und **MÜSSEN** angebracht werden.

C. Eine Kopie des Beleges, den Sie nach dem Checkout erhalten haben, legen sie dem Versandkarton bei, zusammen mit Ihren Einreichungen. Machen Sie zusätzliche Kopien, wenn notwendig. Hinweis: Alle Versandkosten, Versicherungsgebühren, Zoll- und Bearbeitungsgebühren für die einzelnen Einreichungen müssen vom Einsender im Voraus bezahlt werden. Wir können keine Verantwortung für die Zollabfertigung übernehmen. Sie werden per E-Mail benachrichtigt, sobald Ihre Einreichung bearbeitet wurde. Senden Sie die etikettierten Materialien sowie die computergenerierte Rechnung und jegliche fälligen Gebühren an:

New York Festivals  
260 West 39th Street, 10th Floor  
New York, NY 10018, USA  
Tel.: 212.643.4800  
Fax: 212.643.0170

### **13. EINZELHEITEN ZUR EINREICHUNG**

#### **TEXTFORMATIERUNG:**

Alle Einreichungen **MÜSSEN** den folgenden Textformatierungs-Standards entsprechen. Diese ermöglichen uns eine bessere Beurteilung und Präsentation Ihrer Arbeit:

#### **Titel der Einreichung und Format des Markennamens:**

Für den Titel und den Markennamen muss die korrekte Groß- und Kleinschreibung verwendet werden (der erste Buchstabe jedes Wortes ist jeweils groß zu schreiben). Kampagnen müssen entweder einen einzigen Kampagnennamen tragen oder die Titel der einzelnen Werbungen müssen durch Schrägstriche getrennt werden.

Beispiel für eine Einzeleinreichung:

Titel der Einreichung

Beispiel für eine Kampagne:

Titel 1 / Titel 2 / Titel 3

Beispiel für eine Kampagne mit einem Gesamttitel:

Kampagnentitel: Titel 1 / Titel 2

#### **URL-Format Kunden- / Markennamen:**

Reichen Sie **AUSSCHLIEßLICH** die Web-Adressen von Kunden oder Marken ein.

URL-Beispiel:

[www.newyorkfestivals.com](http://www.newyorkfestivals.com)

#### **Format der Übersetzung / des Exposés:**

Benutzen Sie für den Text die korrekte Groß- und Kleinschreibung für Sätze (der erste Buchstabe jedes Satzes wird groß geschrieben). Benutzen Sie nicht ausschließlich Groß- oder Kleinbuchstaben.

Beispiel: „Diese Einreichung wurde kreiert, um einen Film zu promoten. Sie wurde auf der ganzen Welt

eingesetzt.“

### **Format der Namen und Stellenbezeichnungen:**

Die Namen und Stellenbezeichnungen der Beteiligten müssen in der korrekten Groß- und Kleinschreibung angegeben werden (der erste Buchstabe ist jeweils groß zu schreiben). Benutzen Sie nicht ausschließlich GROSSBUCHSTABEN oder kleinbuchstaben. Benutzen Sie keine Kommas, um Vor- und Nachnamen oder Stellenbezeichnungen zu trennen. Kürzen Sie die Stellenbezeichnungen nicht unnötigerweise ab. Wenn Sie mehrere Namen oder Stellenbezeichnungen anführen, trennen Sie diese bitte durch Schrägstriche, wie unten gezeigt:

Beispiel:

Daniel Müller, Creative Director

Beispiel:

Daniel Müller / Daniela Müller, Creative Directors

Beispiel:

Daniela Müller, Creative Director / Art Director

### **TECHNISCHE RICHTLINIEN**

Bitte halten Sie sich bei der Einsendung Ihrer Einreichungen an die folgenden Spezifikationen.

#### **ONLINE EINGESANDTE EINREICHUNGEN:**

##### **Audio-Upload:**

Standard MP3-Format. Stereo oder mono, 44,1 kHz, 16 bits, MPEG layer 3 audio, 160 kbps.

##### **Bild-Upload:**

JPEG-Dateiformat, maximale Qualität, 72 dpi Auflösung in RGB-Farben. **JPEGs in CMYK-Format werden NICHT akzeptiert.** Die Abmessungen des JPEGs sollten etwa 2000 Pixel mal 3400 Pixel betragen (Hoch- oder Querformat).

##### **Video-Upload:**

Video-Einsendungen können auf DVD (NTSC oder PAL) oder .MOV auf CD eingesendet werden. Alle Einsendungen müssen auf einer einzigen DVD oder CD eingesendet werden, soweit möglich. Wenn Sie eine DVD einsenden, die von Ihnen gebrannt wurde, entfernen Sie bitte alle Regions- und Sicherheitsverschlüsselungen.. Stellen Sie sicher, dass die Dateistruktur dem Standard DVD-5-Format entspricht (alle VOB-Dateien zugänglich).

Alle Videos, die hochgeladen werden, müssen im QuickTime MOV-Format sein und die folgenden Spezifikationen für NTSC bzw. PAL besitzen.

**NTSC-Video:** H.264 Kompression: 29,97/30 fps, Auto-Keyframes, Auto-Datenrate, 360/320 x 240 Pixel. Audio: Stereo, 44,1 kHz, 16 Bit, MPEG-4/AAC.

**PAL-Video:** H.264 Kompression: 25 fps, Auto-Keyframes, Auto-Datenrate, 360/320 x 288 Pixel. Audio: Stereo, 44,1 kHz, 16 Bit, MPEG-4/AAC.

##### **Websites und Online-Werbung:**

Geben Sie die Internetadresse (URL) und gegebenenfalls den Benutzernamen und das Kennwort an, die für den Zugriff auf die Website benötigt werden. Sie können eine Einstiegsseite mit Links zu den Bestandteilen einrichten, die bewertet werden sollen.

**WICHTIG:** Alle angegebenen URLs müssen vom Zeitpunkt Ihrer Einreichung bis Mai 2008 aktiviert sein, damit sie online bewertet werden können.

##### **Upload von unterstützenden Unterlagen:**

Alle unterstützenden Unterlagen für Websites und interaktive Einreichungen müssen im PDF-Format eingesendet werden. Es darf nur eine PDF-Datei eingesendet werden, diese kann jedoch mehrere Abschnitte enthalten. Dateien, die in einem anderen Format als PDF eingesendet werden, werden nicht berücksichtigt.

## **14. OFFLINE-EINREICHUNGSFORMULARE**

### **IN PAPIERFORM**

Hinweis: Für Einreichungen, die unter Verwendung von Offline-Einreichungsformularen auf Papier aus dem PDF-Bewerbungs-kit eingesendet werden, wird eine zusätzliche Gebühr von 20% der Einreichungskosten für die Eingabe der Daten in unser System erhoben. Dies gilt nur für OFFLINE-BEWERBUNGEN IN PAPIERFORM und betrifft nicht Bewerber, die ihre Daten Online einsenden und Ihr Werbematerial per Post an uns schicken.

Wenn Sie Ihre Einreichung unter Verwendung herkömmlicher Papierformulare einsenden möchten, können Sie die Einreichungsformulare benutzen, die auf den letzten Seiten dieses Dokuments zu finden sind. Sie finden dort drei Formulare: ein Registrierungsformular und ein zweiteiliges Einreichungsformular. Es ist nur ein Registrierungsformular je Unternehmen erforderlich, es muss jedoch für jede einzelne Einreichung ein separates Einreichungsformular ausgefüllt werden. Wenn Sie eine einzelne Einreichung für mehrere Kategorien einsenden, müssen Sie für jede ausgewählte Kategorie ein separates Einreichungsformular ausfüllen. Alle Versandkosten, Versicherungs-, Zoll- und Bearbeitungsgebühren für die einzelnen Einreichungen müssen vom Einsender im Voraus bezahlt werden. Wir können keine Verantwortung für die Zollabfertigung übernehmen. Sie werden per E-Mail benachrichtigt, sobald Ihre Einreichung bearbeitet wurde. Senden Sie alle erforderlichen Formulare in einem einzelnen Versandkarton, gemeinsam mit Ihrer Zahlung und Ihren Einreichungen an:

New York Festivals  
260 West 39th Street, 10th Floor  
New York, NY 10018, USA  
Tel.: 212.643.4800  
Fax: 212.643.0170

## **15. EINREICHUNGEN PER POST ODER KURIER :**

### **Audioformate:**

Die Einreichungen müssen digital (MP3) auf CD eingesendet werden, und jeder Werbung muss eine Ansage vorausgehen, die den Namen des einreichenden Unternehmens, den Werbekunden, den Titel und die Länge der Einreichung nennt.

### **Print-/Außenformate:**

Die Einreichungen müssen im JPEG-Dateiformat (72 dpi, maximale Qualität, RGB-Farben, 2000 Pixel mal 3400 Pixel) auf CD eingesendet werden. Einzeleinreichungen sollten in einen Umschlag gesteckt werden, der mit den Kennungsetiketten für die Einreichung versehen ist (falls Sie sich online anmelden). Falls Sie eine Kampagne einsenden, ist eine separate Kopie jeder einzelnen Werbung erforderlich. Stecken Sie jeden Teil der Einreichung, eine Kopie des Einreichungsformulars oder der ausgedruckten Rechnung sowie die Übersetzung (gilt nur für Einreichungen, die nicht in englischer Sprache gehalten sind) in einen separaten Umschlag und beschriften Sie diesen klar und deutlich mit dem Namen des Unternehmens, der Kategorie und dem Titel der Einreichung.

### **Videoformate:**

Video-Einsendungen können auf DVD (NTSC oder PAL) oder .MOV auf CD eingesendet werden. Alle Einsendungen müssen auf einer einzigen DVD oder CD eingesendet werden, soweit möglich. Wenn Sie eine DVD einsenden, die von Ihnen gebrannt wurde, entfernen Sie bitte alle Regions- und Sicherheitsverschlüsselungen.. Stellen Sie sicher, dass die Dateistruktur dem Standard DVD-5-Format entspricht (alle VOB-Dateien zugänglich).

Einreichungen in Digibeta oder Beta SP können nur gegen einen Aufpreis von \$200 eingereicht werden.

New York Festivals empfiehlt den Bewerbern dringend, die folgenden Formate NICHT AUSSCHLIEßLICH IN DIGITALER FORM EINZUSENDEN: Promotionwerbung / Direktwerbung / Spezialwerbung / Verpackungsdesign / Firmenliteratur / Firmenidentität.

Senden Sie ein Exemplar der Einreichung ein, wie es im Originalformat zu sehen wäre, außerdem ein digitales Bild als Backup.

#### **16. AUSSTELLUNG UND COPYRIGHT :**

Sämtliche eingereichten Kopien werden Eigentum der International Awards Group, LLC und der mit ihnen verbundenen Preisverleihungsfirmen, AME Awards, The Global Awards, Midas Awards und den New York Festivals (im Folgenden gemeinsam bezeichnet als IAG) für zusätzliche Präsentationen vor Schulungs- und Fortbildungsstätten, Handelsgruppen, Werbefachleuten und dem Publikum im Allgemeinen und werden nicht mehr zurückgesendet.

Der Einsender gibt IAG insbesondere das Recht, diese Einsendungen weltweit ohne jede Nutzungs- oder Lizenzgebühr bei Preisverleihungsveranstaltungen, bei von der IAG gesponserten Aufführungen in der ganzen Welt oder bei allen anderen öffentlichen oder privaten Vorstellungen, ob kostenlos oder gegen Gebühr, zu zeigen oder vorzuführen, ganz nach Gutdünken von IAG oder seiner Bevollmächtigten, ohne jede Entschädigung an den Einsender.

Der Einsender gibt IAG das Nutzungsrecht in ebendiesem Sinne für alle Markennamen, Animationen, Tiere und verkäuflichen Waren, die in diesen Einsendungen gezeigt werden. IAG kann diese Einsendungen oder lizenzierten Einsendungen oder die Wiedergabe von Einsendungen für immer ohne jede Zeitbeschränkung verwenden, ohne Entschädigung an den Einsender oder Kunden des Einsenders, auf nicht-exklusiver Basis auf der ganzen Welt, und für Fernsehsendungen, Radiosendungen, Videoaufzeichnungen, Internet, DVDs, Ausstellungen, Jahresberichten und jede andere Publikation verwenden, einschließlich, jedoch ohne Beschränkung auf TV-, Radio- oder Internet-Präsentationen, in denen IAG-Sieger vorgestellt werden.

Der Einsender ist im Besitz oder beschafft sich die notwendigen Lizenzrechte aller Musik, die in den Einsendungen enthalten ist. Der Einsender hält IAG und die damit verbundenen Firmen, Beauftragten und Lizenznehmer schadlos gegen alle Ansprüche der an der Einsendung Beteiligten oder gegen jedwede sonstigen Ansprüche, die sich aus der Veröffentlichung seiner Einsendung ergeben, oder von Ansprüchen Dritter gegen IAG, die mit ihr verbundenen Firmen und Lizenznehmer, die sich aus dem Inhalt der Einsendung und dem geistigen Eigentum darin ergeben. Die Person, die die Einsendung(en) einreicht, bescheinigt hiermit, dass er oder sie autorisiert ist, die hier geforderten Rechte zu gewähren.

©2009 International Awards Group LLC

Für weitere Fragen besuchen Sie unsere FAQ-Seite unter [www.newyorkfestivals.com](http://www.newyorkfestivals.com), oder e-mailen Sie uns an [info@newyorkfestivals.com](mailto:info@newyorkfestivals.com)

2009 NYF Internationale Preisverleihung für Werbung

- \* Avant-Garde-Wettbewerb
- \* Kunst & Technik-Wettbewerb
- \* Werbematerial-Wettbewerb
- \* Design-Wettbewerb
- \* Digital- und Interaktiv-Wettbewerb

- \* Wettbewerb verschiedener Medien
- \* Wettbewerb Außenwerbung
- \* Print-Wettbewerb
- \* Radio-Wettbewerb
- \* Studenten-Wettbewerb
- \* TV-/Kino-Wettbewerb

#### AVANT-GARDE-WETTBEWERB

- AG01: Milieu
- AG02: Legale Graffiti/Wandmalerei
- AG03: Videoprojektionen
- AG04: Produktplatzierung
- AG05: Werbung beim Sport
- AG06: Örtlich platzierte Medien
- AG07: Innovativer Einsatz von Medien
- AG08: Mundpropaganda
- AG09: Straßenteams
- AG10: Event/Nightlife Marketing
- AG11: Motion/Mobiles Marketing
- AG12: Pop-up Lounge

#### KUNST & TECHNIK-WETTBEWERB

Nur für Einzelspots; keine Kampagnen

#### DESIGN (Originalformat + JPG)

Man sagt, Design ist die neue Art der Werbung. Design fällt deshalb mehr denn je zuvor ins Gewicht. Ganz zu schweigen von den Menschen, die gutes Design kreieren.

- EXD01: Ausstattung
- EXD02: Copywriting
- EXD03: Bildbearbeitung
- EXD04: Fotografie
- EXD05: Typografie

#### PRINT-WERBUNG (JPG)

Es beginnt mit einem weißen Blatt Papier. Und es endet mit etwas, das der Kunst ähnelt.

- EXP10: Ausstattung
- EXP11: Copywriting
- EXP12: Humor
- EXP13: Bildbearbeitung
- EXP14: Fotografie
- EXP15: Typografie

#### AUSSENWERBUNG (JPG)

Gedruckte Werbung in Großformat. Außenwerbung wird von allen wahrgenommen. Und alle Welt spricht von erfolgreichen Werbeplakaten.

EXO20: Ausstattung

EXO21: Copywriting

EXO22: Humor

EXO23: Bildbearbeitung

EXO24: Fotografie

EXO25: Typografie

RADIO (MP3)

Im Wettbewerb mit den weltbesten Radioprogrammen ist hervorragende Leistung keine Option sondern Notwendigkeit.

EXR30: Ansagermoderation

EXR31: Copywriting

EXR32: Humor

EXR33: Neue Arrangements beliebter Melodien

EXR34: Originalmusik

EXR35: Soundverwendung

TV/KINO (MOV)

Im Wettbewerb mit den weltbesten Filmen und Fernsehprogrammen ist herausragende Leistung keine Option, sondern Notwendigkeit.

EXT40: Animation: Cel

EXT41: Animation: Computer

EXT42: Ausstattung

EXT43: Kinematographie

EXT44: Copywriting

EXT45: Regie

EXT46: Schnitt

EXT47: Humor

EXT48: Neue Arrangements beliebter Melodien

EXT49: Originalmusik

EXT50: Darbietung

EXT51: Sounddesign

EXT52: Spezialeffekte

INTERAKTIV (Kunst/Technik)

EXI60: Animation

EXI61: Ausstattung

EXI62: Copywriting

EXI63: Humor

EXI64: Navigation

EXI65: Komplexe Medien

EXI66: Sounddesign

## **WERBEMATERIAL-WETTBEWERB (ORIGINALFORMAT + JPG)**

### **DIREKTWERBUNG (NICHT ZUM HOCHLADEN)**

Jemandem seine Arbeit direkt zuzusenden ist eine Erfahrung von Mensch zu Mensch. (Wenn man dafür aber einen Preis gewinnt, dann ist das eher Gruppenarbeit)

- CDM01: B2B-Produkte
- CDM02: B2B-Dienstleistungen
- CDM03: Verbraucherprodukte
- CDM04: Verbraucherdienstleistungen
- CDM05: Gemeinnützige Mitteilungen
- CDM06: Einzelhandelsgeschäft
- CDM07: Eigenwerbung gegenüber Verbrauchern
- CDM08: Eigenwerbung gegenüber Handel
- CDM00: Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

### **DIREKTANTWORT (NICHT ZUM HOCHLADEN)**

Wenn Leute tatsächlich auf eine Werbung reagieren, dann bezeugt dies deren Effektivität. Wenn Sie diesen Preis gewinnen, haben Sie Ihre Effektivität bereits bewiesen.

- CDR11: Verbraucherprodukte
- CDR12: Verbraucherdienstleistungen
- CDR13: Einzelhandelsläden
- CDR14: Eigenwerbung gegenüber Verbrauchern
- CDR15: Eigenwerbung gegenüber Handel
- CDR00: Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

### **PROMOTION-MARKETING (NICHT ZUM HOCHLADEN)**

Verkaufspromotion ist Theater um eine Marke. Wir vergeben Preise an die, die rauschenden Beifall erhalten.

- CPM21: Bekanntmachung/Einladungskarten
- CPM22: Jahresbericht
- CPM23: B2B-Promotionen
- CPM24: Kalender
- CPM25: Katalog/Broschüre/Flugblatt
- CPM26: Verbraucherpromotion
- CPM27: Display/Unterstützung am Ort des Einkaufs
- CPM28: Guerilla-Werbung
- CPM29: Imageverbesserung
- CPM30: Reklameaufdrucke
- CPM00: Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

### **SPEZIALWERBUNG (Werbegeschenke; NICHT ZUM HOCHLADEN)**

Wenn Sie einen Preis in unserer Spezialkategorie gewinnen, dann sind Sie etwas ganz Besonderes. Denn Sie haben in dieser ungewöhnlichen Kategorie etwas Neues gemacht und ihr Aufmerksamkeit verschafft.

- CSA35: Verbraucher
- CSA36: Interne Verwendung
- CSA37: B2B
- CSA00: Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

## DIGITALER & INTERAKTIVER WETTBEWERB

### PRODUKT & DIENSTLEISTUNG

Die Qualität von Werbung zeigt sich im Vergleich mit anderen Produkten in derselben Kategorie.

- IA01: Bekleidung
- IA02: Automobilprodukte und -dienstleistungen
- IA03: Kraftfahrzeuge
- IA04: Alkoholische Getränke
- IA05: Alkoholfreie Getränke
- IA06: Gewerbliche Ausrüstung und Dienstleistungen
- IA07: Konfekt/Snacks
- IA08: Firmenimage/-informationen/Personalrekrutierung
- IA09: Kosmetika/Schönheitsartikel/Toilettenartikel
- IA10: Bildungseinrichtungen
- IA11: Unterhaltungswerbung
- IA12: Finanzdienstleistungen
- IA13: Nahrungsmittel
- IA14: Gesundheit Produkte
- IA15: Haushaltsgeräte/Möbel
- IA16: Haushaltsprodukte/-dienstleistungen
- IA17: Medienwerbesendung
- IA18: Medienprintwerbung
- IA19: Private Produkte/Freizeitprodukte
- IA20: Professionelle Dienstleistungen
- IA21: Freizeit-/Sportartikel und -dienstleistungen
- IA22: Restaurants
- IA23: Einzelhandelsläden
- IA24: Telekommunikationsdienste
- IA25: Transport/Reise/Tourismus
- IA00: Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

### GEMEINNÜTZIGE MITTEILUNGEN

Nennen Sie es Karma. Wenn Sie anderen etwas Gutes tun, bekommen Sie vielleicht sogar einen Preis dafür.

- IA30: Politische/Soziale Bildung
- IA31: Umweltthemen
- IA32: Gesundheit und Hygiene
- IA33: Philanthropische Aufrufe
- IA34: Werbung für Frieden und Menschenrechte

### SPEZIALKATEGORIEN

Wenn Sie einen Preis in unserer Spezialkategorie gewinnen, dann sind Sie etwas ganz Besonderes. Denn Sie haben in dieser ungewöhnlichen Kategorie etwas Neues gemacht und ihr Aufmerksamkeit verschafft.

- IA40: Beste Nutzung des Mediums/Mikrosite
- IA41: Beste Nutzung des Mediums/Online-Werbung
- IA42: Beste Nutzung des Mediums/Website
- IA43: Homosexuellen-/Lesben-Werbung
- IA44: Olympische Themen/Sponsoring
- IA45: Politische Werbung

## ONLINE-WERBUNG

Spezialisierung lohnt sich. Wenn Sie in einer bestimmten Art der Online-Medien herausragen, dann haben wir einen Preis für Sie bereit.

- IA46 Einfache Banner (nur Links, keine komplexen Medien)
- IA47 Komplexe Medienbanner
- IA48 Pop-up / unter Anzeigen
- IA49 Mehr als Banner (interstitiell, Push-Technologie, etc.)
- IA50 Interaktive Übertragungen / Streaming Werbung
- IA51 Email Marketing / Newsletter
- IA52 Online-Werbekampagnen
- IA53 Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)
- IA54 Interaktive Tools (Widgets, Screensaver, etc.)
- IA55 Webisode

## MOBILFUNK

Wer sich in den Mobilbereich vorwagt, braucht Voraussicht und die Bereitschaft, Neuland zu erobern. In diesem Bereich erteilen wir Preise für die besten Einsendungen auf dem Gebiet.

- IA60 Bluetooth-Werbung
- IA61 Anwendungsinterne Werbung
- IA62 Mobiltelefonwerbung in B2B
- IA63 Mobiltelefonwerbung beim Kunden
- IA64 Virales Marketing Mobiltelefon
- IA65 Mobisode
- IA66 SMS (Short Message System)

## WERBESPIELE/VIRALES MARKETING

Viele Spiele werden aus reinem Vergnügen entwickelt. Aber Ihres muss dazu noch ein Werbeträger für Ihre Produkt sein. Ist es gut genug, einen Preis zu gewinnen?

- IA70 Werbung & Promotion
- IA71 Business to Business
- IA72 Business to Consumer
- IA73 Schulung/Non-Profit
- IA74 Training

## DESIGN-WETTBEWERB (ORIGINALFORMAT + JPG)

### FIRMENIDENTITÄT (nicht mehr als 3 Teile pro Kampagne, NICHT ZUM HOCHLADEN)

Corporate Identity bestimmt den Ton bei allem was die Firma betrifft. Genügt Ihnen der Dank des Firmenchefs oder möchten Sie auch noch Beifall aus den eigenen Reihen?

- DCI01 Markenerkennung
- DCI02 Kalender
- DCI03 Katalog/Broschüre/Pamphlet
- DCI04 Kiosks/Eingangstür
- DCI05 Logos
- DCI06 Produkt/Markenetikett
- DCI07 Einzelhandel
- DCI08 Einkaufstaschen

DCI09 Briefpapier  
DCI00 Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

#### VERPACKUNGSDESIGN (NICHT ZUM HOCHLADEN)

Man sagt, Design ist die neue Art der Werbung. Designverpackung fällt deshalb mehr denn je zuvor ins Gewicht. Ganz zu schweigen von den Menschen, die gutes Design kreieren.

DPD10 Bekleidung  
DPD11 Kraftfahrzeuge  
DPD12 Alkoholische Getränke  
DPD13 Alkoholfreie Getränke  
DPD14 Gewerbliche Ausrüstung und Dienstleistungen  
DPD15 Kosmetik  
DPD16 Unterhaltung/Freizeit  
DPD17 Nahrungsmittel  
DPD18 Haushaltswaren  
DPD19 Pharmazeutika  
DPD20 Einzelhandel: Eigene Marke  
DPD00 Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

#### ONLINE-DESIGN

Websites müssen funktional sein. Sie müssen auch attraktiv sein. Dieser Preis ist für diejenigen, die unsere Online-Erfahrung durch exzellentes Design verbessert haben.

DOL25 Banner  
DOL26 Corporate Image/ID  
DOL27 Markenimageverbesserung/Promotion  
DOL28 Direktantwort  
DOL29 Event Promotionen  
DOL30 Home Page  
DOL31 Jump Page  
DOL32 Produktwerbung  
DOL33 Öffentlicher Dienst/Non-Profit  
DOL34 Website Design insgesamt  
DOL00 Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

#### WETTBEWERB VERSCHIEDENER MEDIEN

(Senden Sie nicht mehr als zwei Teile pro Medium ein)

#### PRODUKT & DIENSTLEISTUNG

Die Qualität von Werbung zeigt sich im Vergleich mit anderen Produkten derselben Kategorie.

IM01: Bekleidung  
IM02: Automobilprodukte und -dienstleistungen  
IM03: Kraftfahrzeuge  
IM04: Alkoholische Getränke  
IM05: Alkoholfreie Getränke  
IM06: Gewerbliche Ausrüstung und Dienstleistungen  
IM07: Konfekt/Snacks  
IM08: Firmenimage/-informationen/Personalrekrutierung  
IM09: Kosmetika/Schönheitsartikel/Toilettenartikel  
IM10: Bildungseinrichtungen  
IM11: Unterhaltungswerbung

IM12: Finanzdienstleistungen  
IM13: Nahrungsmittel  
IM14: Gesundheit Produkte  
IM15: Haushaltsgeräte/Möbel  
IM16: Haushaltsprodukte/-dienstleistungen  
IM17: Medienwerbesendung  
IM18: Medienprintwerbung  
IM19: Private Produkte/Freizeitprodukte  
IM20: Professionelle Dienstleistungen  
IM21: Freizeit-/Sportartikel und -dienstleistungen  
IM22: Restaurants  
IM23: Einzelhandelsläden  
IM24: Telekommunikationsdienste  
IM25: Transport/Reise/Tourismus  
IM00: Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

### GEMEINNÜTZIGE MITTEILUNGEN

Nennen Sie es Karma. Wenn Sie anderen etwas Gutes tun, bekommen Sie vielleicht sogar einen Preis dafür.

IM30: Politische/Soziale Bildung  
IM31: Umweltthemen  
IM32: Gesundheit und Hygiene  
IM33: Philanthropische Aufrufe  
IM34: Werbung für Frieden und Menschenrechte

### AUßENWERBUNG (JPG) \*

für einzelne Werbungen oder Kampagnen (nicht mehr als 3 Teile pro Kampagne)

### PRODUKT & DIENSTLEISTUNG

Großartige Außenwerbung zeichnet sich im Vergleich mit anderen in derselben Kategorie aus.

OA01: Bekleidung  
OA02: Automobilprodukte und -dienstleistungen  
OA03: Kraftfahrzeuge  
OA04: Alkoholische Getränke  
OA05: Alkoholfreie Getränke  
OA06: Gewerbliche Ausrüstung und Dienstleistungen  
OA07: Konfekt/Snacks  
OA08: Firmenimage/-informationen/Personalrekrutierung  
OA09: Kosmetika/Schönheitsartikel/Toilettenartikel  
OA10: Bildungseinrichtungen  
OA11: Unterhaltungswerbung  
OA12: Finanzdienstleistungen  
OA13: Nahrungsmittel  
OA14: Gesundheit Produkte  
OA15: Haushaltsgeräte/Möbel  
OA16: Haushaltsprodukte/-dienstleistungen  
OA17: Medienwerbesendung  
OA18: Medienprintwerbung  
OA19: Private Produkte/Freizeitprodukte  
OA20: Professionelle Dienstleistungen

- OA21: Freizeit-/Sportartikel und -dienstleistungen
- OA22: Restaurants (Fast Food etc.)
- OA23: Einzelhandelsläden
- OA24: Telekommunikationsdienste
- OA25: Transport/Reise/Tourismus
- OA00: Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

## GEMEINNÜTZIGE MITTEILUNGEN

Nennen Sie es Karma. Wenn Sie anderen etwas Gutes tun, bekommen Sie vielleicht sogar einen Preis dafür.

- OA30: Politische/Soziale Bildung
- OA31: Umweltthemen
- OA32: Gesundheit und Hygiene
- OA33: Philanthropische Aufrufe
- OA34: Werbung für Frieden und Menschenrechte

## SPEZIALKATEGORIEN

Wenn Sie einen Preis in unserer Spezialkategorie gewinnen, dann sind Sie etwas ganz Besonderes. Denn Sie haben in dieser ungewöhnlichen Kategorie etwas Neues gemacht und ihr Aufmerksamkeit verschafft.

- OA40: Beste Nutzung des Mediums/Plakate
- OA41: Beste Nutzung des Mediums/Buswartehäuschen
- OA42: Beste Nutzung des Mediums/Flottengrafiken
- OA43: Beste Nutzung des Mediums/Poster
- OA44: Beste Nutzung des Mediums/Transit
- OA45: Homosexuellen-/Lesben-Werbung
- OA46: Olympische Themen/Sponsoring
- OA47: Politische Werbung
- OA48: Vordruckte Beilage

## PRINT-WETTBEWERB (JPG)

für einzelne Werbungen oder Kampagnen (nicht mehr als 3 Teile pro Kampagne)

## PRODUKT & DIENSTLEISTUNG

Großartige Print-Werbung zeichnet sich im Vergleich mit anderen in derselben Kategorie aus.

- PA01: Bekleidung
- PA02: Automobilprodukte und -dienstleistungen
- PA03: Kraftfahrzeuge
- PA04: Alkoholische Getränke
- PA05: Alkoholfreie Getränke
- PA06: Gewerbliche Ausrüstung und Dienstleistungen
- PA07: Konfekt/Snacks
- PA08: Firmenimage/-informationen/Personalrekrutierung

PA09: Kosmetika/Schönheitsartikel/Toilettenartikel

PA10: Bildungseinrichtungen

PA11: Unterhaltungswerbung

PA12: Finanzdienstleistungen

PA13: Nahrungsmittel

PA14: Gesundheit Produkte

PA15: Haushaltsgeräte/Möbel

PA16: Haushaltsprodukte/-dienstleistungen

PA17: Medienwerbesendung

PA18: Medienprintwerbung

PA19: Private Produkte/Freizeitprodukte

PA20: Professionelle Dienstleistungen

PA21: Freizeit-/Sportartikel und -dienstleistungen

PA22: Restaurants

PA23: Einzelhandelsläden

PA24: Telekommunikationsdienste

PA25: Transport/Reise/Tourismus

PA00: Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

## GEMEINNÜTZIGE MITTEILUNGEN

Nennen Sie es Karma. Wenn Sie anderen etwas Gutes tun, bekommen Sie vielleicht sogar einen Preis dafür.

PA30: Politische/Soziale Bildung

PA31: Umweltthemen

PA32: Gesundheit und Hygiene

PA33: Philanthropische Aufrufe

PA34: Werbung für Frieden und Menschenrechte

## SPEZIALKATEGORIEN

Wenn Sie einen Preis in unserer Spezialkategorie gewinnen, dann sind Sie etwas ganz Besonderes. Denn Sie haben es geschafft, etwas Einzigartiges noch einzigartiger zu machen.

PA40: Beste Nutzung des Mediums/Zeitung

PA41: Beste Nutzung des Mediums/Zeitschrift

PA42: Homosexuellen-/Lesben-Werbung

PA43: Olympische Themen/Sponsoring

PA44: Politische Werbung

PA45: Vordruckte Beilage

## RADIOWETTBEWERB (MP3) \*

für einzelne Werbungen oder Kampagnen (nicht mehr als 3 Teile pro Kampagne)

## PRODUKT & DIENSTLEISTUNG

Großartige Radiowerbung zeichnet sich im Vergleich mit anderen in derselben Kategorie aus.

RA01: Bekleidung

RA02: Automobilprodukte und -dienstleistungen

RA03: Kraftfahrzeuge

RA04: Alkoholische Getränke

RA05: Nichtalkoholische Getränke  
RA06: Gewerbliche Ausrüstung und Dienstleistungen  
RA07: Konfekt/Snacks  
RA08: Firmenimage/-informationen/Personalrekrutierung  
RA09: Kosmetika/Schönheitsartikel/Toilettenartikel  
RA10: Bildungseinrichtungen  
RA11: Unterhaltungswerbung  
RA12: Finanzdienstleistungen  
RA13: Nahrungsmittel  
RA14: Gesundheit Produkte  
RA15: Haushaltsgeräte/Möbel  
RA16: Haushaltsprodukte/-dienstleistungen  
RA17: Medienwerbesendung  
RA18: Medienprintwerbung  
RA19: Private Produkte/Freizeitprodukte  
RA20: Professionelle Dienstleistungen  
RA21: Freizeit-/Sportartikel und -dienstleistungen  
RA22: Restaurants  
RA23: Einzelhandelsläden  
RA24: Telekommunikationsdienste  
RA25: Transport/Reise/Tourismus  
RA00: Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

#### GEMEINNÜTZIGE MITTEILUNGEN

Nennen Sie es Karma. Wenn Sie anderen etwas Gutes tun, bekommen Sie vielleicht sogar einen Preis dafür.

RA30: Politische/Soziale Bildung  
RA31: Umweltthemen  
RA32: Gesundheit und Hygiene  
RA33: Philanthropische Aufrufe  
RA34: Werbung für Frieden und Menschenrechte

#### SPEZIALKATEGORIEN

Wenn Sie einen Preis in unserer Spezialkategorie gewinnen, dann sind Sie etwas ganz Besonderes. Denn Sie haben sich in einer Kategorie hervorgetan, die oft übersehen wird.

RA40 Beste Nutzung des Mediums  
RA41: Direktantwort  
RA42: Homosexuellen-/Lesben-Werbung  
RA43: Olympische Themen/Sponsoring  
RA44: Politische Werbung  
RA45: Vom Sender produziert

#### STUDENTENWETTBEWERB

##### WERBEIDEEN (Originalformat + JPG)

SDM01: Direktwerbung  
SPM02: Werbewirksames Marketing

##### DESIGN – IDEEN (Originalformat + JPG)

SCI05: Firmenidentität  
SPD06: Verpackungsdesign  
SOL07: Online-Design

## AUSSENWERBUNG – IDEEN (JPG)

SOA10: Produkt

SOA11: Dienstleistung

SOA12: Unterhaltung

## PRINT-WERBUNG – IDEEN (JPG)

SPA15: Zeitschrift

SPA16: Zeitung

## RADIOWERBUNG - IDEEN (MP3)

SRA20: Produkt

SRA21: Dienstleistung

SRA22: Unterhaltung

## FERNSEHWERBUNG – IDEEN (MOV)

STA25: Produkt

STA26: Dienstleistung

STA27: Unterhaltung

## KUNST & Technik– IDEEN (Format siehe entsprechendes Medium)

SXD30: Design

SXO31: Außenwerbung

SXP32: Print

SXR33: Radio

SXT34: Fernsehen/Kino

## VERSCHIEDENE MEDIEN – IDEEN (nicht mehr als zwei Teile pro Medium)

SMM40: Integrierte/verschiedene Medien

## INTERAKTIVE – IDEEN (Alle digitalen Formate)

SIA45: Microsite

SIA46: Online-Werbung

SIA47: Website

## TV-/KINOWETTBEWERB (MOV) \*

für einzelne Werbungen oder Kampagnen (nicht mehr als 3 Teile pro Kampagne)

**HINWEIS: EINZELNE SPOTS. DIE LÄNGER ALS 120 SEKUNDEN DAUERN, MÜSSEN IN KATEGORIE TA48 EINGEREICHT WERDEN.**

## PRODUKT & DIENSTLEISTUNG

Der Wert einer Werbung zeigt sich im Vergleich mit anderen in derselben Kategorie.

TA01: Bekleidung

TA02: Automobilprodukte und -dienstleistungen

TA03: Kraftfahrzeuge

TA04: Alkoholische Getränke

TA05: Alkoholfreie Getränke

TA06: Gewerbliche Ausrüstung und Dienstleistungen

TA07: Konfekt/Snacks

TA08: Firmenimage/-informationen/Personalrekrutierung

TA09: Kosmetika/Schönheitsartikel/Toilettenartikel  
TA10: Bildungseinrichtungen  
TA11: Unterhaltungswerbung  
TA12: Finanzdienstleistungen  
TA13: Nahrungsmittel  
TA14: Gesundheit Produkte  
TA15: Haushaltsgeräte/Möbel  
TA16: Haushaltsprodukte/-dienstleistungen  
TA17: Medienwerbesendung  
TA18: Medienprintwerbung  
TA19: Private Produkte/Freizeitprodukte  
TA20: Professionelle Dienstleistungen  
TA21: Freizeit-/Sportartikel und -dienstleistungen  
TA22: Restaurants  
TA23: Einzelhandelsläden  
TA24: Telekommunikationsdienste  
TA25: Transport/Reise/Tourismus  
TA00: Sonstiges (NYF wählt eine Kategorie aus)

#### GEMEINNÜTZIGE MITTEILUNGEN

Nennen Sie es Karma. Wenn Sie anderen etwas Gutes tun, bekommen Sie vielleicht sogar einen Preis dafür.

TA30: Politische/Soziale Bildung  
TA31: Umweltthemen  
TA32: Gesundheit und Hygiene  
TA33: Philanthropische Aufrufe  
TA34: Werbung für Frieden und Menschenrechte

#### SPECIAL CATEGORIES

Wenn Sie einen Preis in unserer Spezialkategorie gewinnen, dann sind Sie etwas ganz Besonderes. Denn Sie haben in dieser ungewöhnlichen Kategorie etwas Neues gemacht und ihr Aufmerksamkeit verschafft.

TA40: Beste Nutzung des Mediums/Kino  
TA41: Beste Nutzung des Mediums/Fernsehen  
TA42: Beste Nutzung des Mediums/Handys  
TA43: Homosexuellen-/Lesben-Werbung  
TA44: Low Budget (unter \$35,000)  
TA45: Kino-Trailer  
TA46: Olympische Themen/Sponsoring  
TA47: Politische Werbung  
TA48: Spots die länger als 120 Sekunden dauern