



© Panthermedia.net/Emashurov

Werbung

Ein Hörfunkspot wird die Welt nicht retten – oder doch? Die Einreichungen zum Werbewunder Radio laufen.

Mehr Wunder braucht die Welt

Bis zum 13. April beim Werbewunder Radio bewerben und die Welt retten.

WIEN. 2017 war ein bewegtes Jahr, erinnert man sich nur an den Dieselskandal, entdeckte Steueroasen, Glyphosat oder den Dauerbrenner Donald Trump – 2018 hilft uns nur noch ein Wunder oder eben der perfekte Hörfunkspot. Die ORF-Enterprise, die RMS Austria, der Creativ Club Austria und das Marx Tonkombinat suchen wieder die besten Ideen, um für das Werbewunder Radio zu werben.

10.000 Euro Preisgeld

Die Werbewunder Radio-Kampagnen der letzten Jahre sind vielfach ausgezeichnete Klassiker, und auch heuer wird nach einer kreativ herausragenden Kampagne gesucht, die mit hörbar dichter Schaltung realisiert wird. Die Gewinner können nicht nur mit einem Hörfunkspot die

Welt retten, sondern ihnen winken als Draufgabe auch 10.000 € Preisgeld. Die Initiatoren reichen außerdem das Gewinnerkonzept auch bei heimischen Kreativawards ein und tragen die Einreichgebühren.

Einzelpersonen & Teams

Interessenten können sich bis spätestens 13. April per E-Mail mit ihrem Lebenslauf, einem Motivationsschreiben und der Antwort auf die Frage „Was ist das Werbewunder Radio?“ an einreichung@radio-aktiv.at für die Teilnahme am Wettbewerb bewerben.

Zugelassen sind sowohl Einzelpersonen als auch Teams bis zu drei Personen aus allen Bereichen der Kommunikationsindustrie sowie Studenten der entsprechenden Ausbildungs-

stätten. Für alle Bewerber gilt ein Alterslimit von 28 Jahren. Nachwuchsförderung wird beim Werbewunder groß geschrieben, daher erhält auf jeden Fall mindestens ein Bewerber bzw. ein Bewerber-Team aus den Einreichern der Ausbildungsstätten rund um Kommunikation die Chance, am Wettbewerb teilzunehmen.

Nach der Bewerbung erfolgt eine Selektion durch eine Experten-Jury mit Vertretern der ORF-Enterprise, der RMS Austria, des Creativ Club Austria und des Marx Tonkombinats. Die gewählten Teilnehmer haben dann im Rahmen des Screenings die Möglichkeit, die Jury in drei Minuten und ohne technische Hilfsmittel zu überzeugen, um zum Briefing eingeladen zu werden. Ab dem Briefing haben sie

zwei Wochen Zeit, um das Radioformat zu entwickeln. Dieses muss mit mindestens drei Sujets serienfähig sein und als ausgetextetes Manuskript präsentiert werden. Dazu muss ein Mood als MP3 aufgenommen werden. Die Radio-Idee muss in den üblichen Spotlängen innerhalb eines Werbeblocks einsetzbar sein. Gesetzliche Werbeverbote und lizenzrechtliche Aspekte sind strikt einzuhalten.

Abschlagshonorar

Als Preisgeld winken dem Sieger ein Förderpreis für kreative Radiowerbung in der Höhe von 10.000 €. Jene Teams, die zu Briefing und Präsentation eingeladen waren, sich aber nicht durchsetzen konnten, erhalten ein Abschlagshonorar von je 1.000 €.

Die produzierte Kampagne geht dann voraussichtlich im Juli on air. (gs/red)

Der Zeitplan**Anmeldeschluss Bewerbung**

13. April

Screening Termin 8. Mai

Briefing der Finalisten KW 20 (14.–18. Mai)

Präsentation 28. Mai

On air ab Juli