



## 31. Corporate Media – The European Masterclass 2019 - Online-Anmeldung

**Jurierungsgrundlagen:** Auszüge zu „Maßstäben und Bewertungsmethodik“

**Termine:** 1. Jurierungslinie 29.-31.08.2019 - 2. Jurierungslinie 27.-29.09.2019 Termine Online-Jury 16.10.2019

Corporate Media – The European Masterclass ist der TÜV und Wettbewerb der Meister und des Meister-Nachwuchses. Die Online-Anmeldung ist freigeschaltet. Die Bewertung wird von Wirtschaft und Medienwirtschaft als "Meisterprüfung" und als Instrument des Mediencontrollings im Sinne der Qualitätssicherung nach höchsten europäischen Maßstäben verstanden. Daten und Teilnahmebedingungen: <http://www.corporate-media-masteraward.com/?id=44&lang=de>. Alle Beiträge, Konzepte und Tools werden mit objektivierten unterschiedlichen Bewertungsbögen beurteilt. Jeder Juror muss mindesten 10 Jahre in seinem Fachgebiet verantwortlich tätig gewesen sein und den hohen Kompetenzanforderungen genügen. Jede Jury wird von einem Experten betreut. Er prüft Briefingverständnis, Ablauf, Organisationsfragen, nimmt ausgefüllte Jurybögen entgegen und kontrolliert prüft die Ergebniskorrektheit. Im medialen Bereich liegen die Schwerpunkte bei Zielsetzung, Konzept, Kommunikationswirkung (siehe neue Formel  $Kw = I - O$ , Beschreibung letzte Seite) und Nutzen sowie Kreativität und Handwerk. Alle Beiträge erhalten eine Qualitätsanalyse und werden ohne Rankingergebnis leistungsbewertet beurkundet – u.a. auf Basis von Soll-Ist-Zielvergleichen.

Die über alle Jury-Mitglieder ermittelte Leistungsbewertungen werden mit einer "Auszeichnung für hohen Standard" (über 290 erreichte Leistungskennziffer), die sehr guten Leistungen mit dem "Award of Master" (ab 370 Punkte) oder mit dem "Master of Excellence" (ab 425 Punkte) ausgezeichnet, Innovationen, Konzepte, Tools müssen 230 (Master) 265 (Excellence) überschreiten. Konzept- und Inovationsanmeldungen unterliegen i. d. Regel persönlichen Briefingpräsentationen. Auszeichnungen werden öffentlich gemacht. Für die Masterauszeichnung erhält der Einreicher den Zusatz „Member of the European Masterclass“ oder „Member of the European Junior Masterclass“; diese beziehen sich auf die Lösung und das Jahr der Auszeichnung. Einreichungen in der Juniorclass erhalten eine 20- bzw. 40-Punkte-Gutschrift. Veranstalter und Jury können beste Lösungen gesondert würdigen.

Die Einzelbestleistungen, die die Schirmherren auszeichnen, werden durch die höchste Punktzahl nach Jurierung nach Einzelkriterien ermittelt. Hierfür wird der "Award of Master – Member of the European Masterclass" an die verantwortliche Person vergeben. Die Vergabe des Master of Communication und des Award of Masters für herausragende Leistungen zur Marktqualifizierung vergibt der Veranstalter für über Jahre erfolgte Leistungsspitzen bzw. spezielle Leistungs- und Lebenswerke. Die Jurymethodik schließt eine Diskussion nach Briefing bzw. Präsentation über die Bewertungsfindung prinzipiell aus. Einmal erhobene und registrierte Jury-Ergebnisse werden nicht mehr korrigiert. Der Aspekt „Glaubwürdigkeit“ wird hoch bewertet. Erkennbare Fake News-Umsetzungen erhalten keine Masterauszeichnungen.

Kategorien	Film-, WEB-TV, CD-/DVD-Medien (linear/interaktiv), PPT, Internet-/ Intranet- und eContent-lösungen, Podcast, Apps, Softwaretools	mediengestützte Kommunikations-, Absatz- oder Qualifizierungskonzepte und Innovationen, App-Konzepte	Tools, Systeme und Hardware-Lösungen; IuK-Techniken, Corporate Presentation Europe
max. Punktzahl	500	325	500
Auszeichnung für hohen Standard	ab 290 ab 250 (Junior)	ab 170 ab 150 (Junior)	ab 290 ab 250 (Junior)
Award of Master	ab 370 ab 330 (Junior)	ab 230 ab 210 (Junior)	ab 350 ab 310 (Junior)
Master of Excellence	ab 425 ab 385 (Junior)	ab 265 ab 245 (Junior)	ab 425 ab 385 (Junior)

Einreicher mit Bewertungsergebnissen unterhalb der Auszeichnungsgrenze erhalten eine Teilnahmebestätigung. Aufgrund des hohen Wettbewerbsniveaus entsprechen auch viele dieser Beiträge allgemeinen Qualitätsansprüchen. Die Punktaufteilung ist nur für diesen Wettbewerb bindend. Die Juroren haben das Recht, die Struktur um +/- 10 Punkte zu verändern. Den Fachjurus sitzt ein Jury-Mitglied vor. Die Juroren sind in ihrer Jury-Arbeit autonom. Veranstalter, Mitträger oder Sponsoren haben kein Bewertungs- oder Stimmrecht. Eine Jury besteht aus fünf Experten plus max. fünf „Springer“. Die Annahme eines Beitrages wird nur hinsichtlich der notwendigen Briefinginformationen geprüft. Leistungs- und Trendentwicklungen werden dokumentiert und kommuniziert. Es gelten für die in der Ausschreibung abrufbaren Prüfentgelte.

**THE EUROPEAN MASTERCLASS COMMUNITY  
 FOR MEMBERS OF THE EUROPEAN MASTERCLASS**

**9 + 3 KATEGORIEN PURPOSE INFORMATION  
 BILD-, NETZ- UND MOBILE KOMMUNIKATION IN  
 01 CORPORATE MEDIA (Clustersegment)  
 02 PUBLIC MEDIA (Clustersegment)  
 03 SCIENCE MEDIA (Clustersegment)**

Film-, Video-, TV- Multimedia- und Netzlösungen in Form linearer oder interaktiver Versionen auf DVD, CD-R, Flash-Speicher bzw. Internet und Jurypräsentation werden für folgende Kategorien angenommen:

1. Verkaufsförderung, Direktmarketing, Special-Interest-Video, Point-of-Sales, Produktpräsentation, Event-Veranstaltungen, Video im Messeinsatz
2. Public Relations, Unternehmenspräsentation und -information, Point-of-Information
3. Corporate TV, Teleshopping, Direct Response TV (DRTV), Video-News-Release (VNR), Werbung, Productplacement, TV- und Videosponsoring
4. Corporate Conferencing, Mitarbeiterinformation, Inhouse-Lösungen
5. mediengestützte Markenstrategien, virales und bakterielles Marketing, Jugendmarketing
6. Public Information, How-to-do?, allgemeine Lernprogramme
7. Technischer Kundendienst, Wartung/Service
8. Training, Aus- und Weiterbildung, Unterrichts- und Wissenschaftsfilm
9. Wirtschaftsfilm, Feature, Dokumentation
- A. Specials, Internet-/Intranetlösungen, Corporate Apps, Social Media, Information on Demand, Animationen, HD
- B. Mobile-Content, Tools und Programme für Mobile Communication
- C. Video- und Audio-Podcast, Web-TV

Anmeldemuster zur Kategoriekennzeichnung **Beispiel:**  
**N** stets für Junior-Master. Beispiel **01-2-A** 1. Ziffer = **Clustersegment** Corporate Media, 2. Ziffer = **Kategorie** für PR, 3. Buchstabe = **mediale Spezialität** Corporate Apps.

**2 KATEGORIEN FÜR INNOVATIONSPREISE**

1. **Film-, Netz- oder Datengestützte Medien- und Kommunikationskonzepte und App-Lösungen** für alle Marketing- und Weiterbildungsmaßnahmen und Informationsbereiche aller Clustersegmente (nach den Kriterien Realisierung der Gesamtlösung, Wirtschaftlichkeit, Wirkung, Plausibilität, Barrierefreiheit, Akzeptanz und Erfolg).
2. **Tools, System- oder Hardware-Lösungen der Bild- und Datenkommunikation**, der mobilen Kommunikation, der Bildbearbeitungs-, Produktions- sowie Präsentationstechnik (nach den Kriterien technische Innovation, Kosten/Nutzen, Anwenderfreundlichkeit).  
 Anmeldung bitte mit Clusterkennzeichnung 01 - 03.

**6 KATEGORIEN FÜR  
 CORPORATE PRESENTATION EUROPE**

1. Conferencing, Businessmeetings
2. Events/Bühnenbild
3. POI Point of Information
4. POS Point of Sales
5. Training & Education, Qualifizierung
6. Tools

Zugelassen sind Tools, Systeme, Lösungen und software-basierte Präsentationsprogramme auf Träger oder als Jury-Präsentation.  
 Anmeldung bitte mit Clusterkennzeichnung 01 - 03.

Zeigen Sie Ihr Bestes, setzen Sie Maßstäbe.  
**You're welcome Master.**



**GEBÜHREN – TERMINE**

Bis acht Tage vor Anmeldeschluss beträgt die Teilnahmegebühr für den 1. Beitrag im Video-Wettbewerb € 390,- für jeden weiteren Beitrag € 330,- (zzgl. 19 % MwSt.). Die Teilnahmegebühr für jede Anmeldung zu Corporate Presentation Europe, zum Innovationspreis und jede Jury-Präsentation beträgt € 590,- (zzgl. 19 % MwSt.). Anmeldungen für den Nachwuchspreis kosten € 200,- je Beitrag (zzgl. MwSt.) Ausbildungsbestätigung erforderlich. Die Mehrwertsteuer müssen wir auch von Einreichern aus EU-Ländern erheben sowie einen einmaligen Zuschlag von € 15,- für Auslandsbankspesen. Die Zahlung ist mit der Teilnahmeanmeldung bzw. Rechnung fällig. Die Versandkosten und eventuell anfallende Zollgebühren der Ein- und Rücksendung gehen zu Lasten des Einsenders.

Die handgefertigte, gravierte Masterauszeichnung kann zum Preis von € 160,- in der Erst- und Duplikatsversion bestellt werden. Die Master-Sonderauszeichnung und alle Auszeichnungsurkunden in der Erfassung sind kostenfrei. Urkundenduplikate kosten € 40,- (alle Preise zzgl. Porto, Verpackung und MwSt. im Inland).

Die Rücksendung der Medien übernimmt der Veranstalter nur auf Wunsch ohne Haftung für Verlust oder Beschädigung. Zahlungen sind innerhalb 10 Tagen zu richten an die Medienreport Verlags-GmbH, Waiblingen, für »Corporate Media 2010«, BW-Bank Baden Württembergische Bank, Konto Nr. 5346130, BLZ 600 501 01, UST-ID: DE 147324946, BW-Bank, BIC-Code: SOLADEV333 – IBAN DE5360050101000536413 Zur Teilnahme am Wettbewerb werden alle Einsendungen zugelassen, die bis zum 28. August 2019 oder 27. September 2019 (Datum des Poststempels) eingehen und deren Annahme zum Wettbewerb nach Prüfung der Vollständigkeit bestätigt wurde. Es empfiehlt sich eine frühzeitige Einsendung vorzusehen, falls Nachfragen notwendig sind. Die öffentliche Präsentation der Beiträge findet im Rahmen der MasterGallery statt. Alle Einreicher haben zum MasterMonitoring und zur Preisverleihung freien Zutritt.

**MASTERROLLEN**

Folgende Masterrollen der Bestleistungen sind mit Inhaltsbeschreibungen auf VHS zu beziehen:

Masterrolle '89,	142 Min.,	15 Beiträge	€ 140,-
Masterrolle '90,	177 Min.,	16 Beiträge	€ 156,-
Masterrolle '91,	197 Min.,	17 Beiträge	€ 175,-
Masterrolle '92,	420 Min.,	39 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '93,	415 Min.,	36 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '94,	425 Min.,	35 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '95,	400 Min.,	35 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '96,	262 Min.,	25 Beiträge	€ 262,-
Masterrolle '97,	375 Min.,	35 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '98,	360 Min.,	36 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '99,	240 Min.,	23 Beiträge	€ 262,-
Masterrolle '00,	470 Min.,	36 Beiträge	€ 326,-
MasterMonitoring 2002/03 CD	20 Beiträge		€ 348,-
MasterMonitoring 2003/04 CD	18 Beiträge		€ 348,-
MasterMonitoring 2004/05 CD	25 Beiträge		€ 348,-
Master-DVD	110 Min.,	15 Beiträge	€ 128,-
CD-Masterpackages 1997 – 2004,			Preis auf Anfrage.

**Auszug Preisträger Corporate Media 2018**

MAN Truck Modification: Knoir-Bremse Imagefilm: Mr. Gardener: Catchys TV-Spot: Rosenstraße: Rosenstraße (Konzept): Dem Graf droht Eigenbedarf:	Auszeichnung mit einem <b>Master of Excellence</b> Auszeichnung mit einem <b>Master of Excellence</b> Auszeichnung mit einem <b>Award of Master</b> Auszeichnung <b>Urkunde für hohen Standard</b>	Naumann Film Naumann Film Naumann Film Naumann Film hue/Contrast Film hue/Contrast Film I. Lazi
--	--	---

Medienreport Verlags-GmbH, Hegnacher Str. 30  
 D-71336 Waiblingen, Tel. ++49(0)7151-23331  
 Fax ++49(0)7151-23338, [www.medienreport.de](http://www.medienreport.de),  
[masterinfo@corporate-media-masteraward.de](mailto:masterinfo@corporate-media-masteraward.de)  
[www.corporate-media-masteraward.com](http://www.corporate-media-masteraward.com)

## Jury- und Veranstalterrichtlinien für die Auszeichnung von Bestleistungen und Sonderleistungen

Diese Auszeichnungen werden ebenfalls in der European Masterclass Community geführt als Member of the European Masterclass

❖ <b>Konzept/Drehbuch</b>	Summe aus Rubrik 2.1	(max. 45 Punkte)
❖ <b>Kreativleistung</b>	Summe aus Rubrik 2.1.-2.4	(max. 160 Punkte)
❖ <b>Regie</b>	Summe aus Rubrik 2.2	(max. 35 Punkte)
❖ <b>Ton/Musik</b>	Summe aus Rubrik 3.3	(max. 25 Punkte)
❖ <b>Bildbearbeitung</b>	Summe aus Rubrik 2.3-2.4	(max. 80 Punkte)
❖ <b>Kameraführung</b>	Summe aus Rubrik 3.1-3.2	(max. 35 Punkte)
❖ <b>Licht</b>	Summe aus Rubrik 3.2	(max. 20 Punkte)
❖ <b>Schnitt</b>	Summe aus Rubrik 2.3	(max. 35 Punkte)
❖ <b>Bildgestaltung</b>	Summe aus Rubrik 2.2-2.4	(max. 115 Punkte)
❖ <b>Internet</b>	Höchste Punktzahl der Einreichungen innerhalb des Medienbereiches	
❖ <b>IFPA-Award (Fake News)</b> Gastveranstaltung von UIPRE	Individual- und Faktenanalyse	Preis der UIPRE, FdM, FAC, Medienreport
❖ <b>Master of Communication Europe (an Auftraggeber)*</b>	Veranstalter- und Jury-Empfehlung nach Bestleistungsauszeichnungen in mindestens vier von fünf Folgejahren	Schirmherr Veranstalter, FAC und European Masterclass Community
❖ <b>Nachwuchs-Leistungen</b>	Jury-Empfehlung	MdM Medienakademie der Medienberater, FAC, FdM
❖ <b>Softwaretools</b>	Höchste Punktzahl der Einreichungen innerhalb des Medienbereiches	Schirmherr Veranstalter, FAC und European Masterclass Community
❖ <b>Corporate Presentation</b>	Höchste Punktzahl und Jury-Empfehlung	
❖ <b>Bestes Medien- und Kommunikationskonzept*</b>	Höchste Punktzahl der Einreichungen in der Kategorie	Schirmherr Veranstalter, FAC und European Masterclass Community
❖ <b>Bestes mediengestützte Markenstrategie</b>	Höchste Punktzahl in entsprechender Kategorie und Jury-Empfehlung	Schirmherr Bundesverband deutscher Film- und AV-Produzenten e.V.
❖ <b>Beste Corporate TV-Lösung</b>	Höchste Punktzahl in entsprechender Kategorie und Jury-Empfehlung	Schirmherr Fachvereinigung der Medienberater FdM
❖ <b>Beste UHD-TV-Lösung</b>	Höchste Punktzahl und Jury-Empfehlung	
❖ <b>Beste Public-Information Lösung*</b>	Höchste Punktzahl der Einreichungen in der Kategorie	Schirmherr Veranstalter, FAC und European Masterclass Community
❖ <b>Humor</b>	Jury-Empfehlung	
❖ <b>Tools, System- und Hardwarelösungen</b>	Höchste Punktzahl der Einreichungen in der Kategorie	Schirmherr Veranstalter, FAC und European Masterclass Community
❖ <b>Spezielle Leistungen</b>	Jury-Empfehlung	Jury, FdM, MdM
❖ <b>Beste Podcast-Lösung</b>	Höchste Punktzahl der Einreichungen in der Kategorie	
❖ <b>Master für herausragende Marktqualifizierung*</b>	Veranstalter-Empfehlung	Schirmherr Medienreport, FdM, FAC und European Masterclass Community

Alle Auszeichnungen werden als Urkunden-Auszeichnung unentgeltlich und als Duplikate und Displays entgeltlich vergeben. Diese \*Schirmherren-Auszeichnungen werden unentgeltlich vergeben. Die Auszeichnungsvergabe ist freibleibend. Die Juries können in Abstimmung mit dem Veranstalter eine beurkundete Auszeichnung aussprechen. [masterinfo@corporate-media-masteraward.com](mailto:masterinfo@corporate-media-masteraward.com)

© Medienreport, Medienreport Verlags-GmbH und Fördergemeinschaft FAC, D-71336 Waiblingen, Hegnacher Str. 30, ++ (0)7151-23331, Fax 23338, [www.corporate-media-masteraward.com](http://www.corporate-media-masteraward.com). MasterDinner/Preisverleihung 13.12.2019. **Deadline:** Online-Anmeldeschluss ein Tag vor Jurierungsbeginn. Für Innovationen, Konzepte, Tools, Hardware vier Tage vor Jurierung. Änderungen vorbehalten.

Corporate Media und Corporate Presentation Europe

**Mediengestützte Kommunikations-, Business-,  
Bildungs-, App- und eGovernment-Konzepte**



Beitrag:

Eingangsnummer:

Juror:

Bitte Punktzahl einkreisen und ins Feld „Punkte“ übertragen, Summe addieren!

Beurteilungskriterien	schlecht		durchschnittl.		gut		sehr gut		hervorragend		Punkte
<b>1. Gesamtlösung/Konzeption</b> maximal 33 Punkte											
1.1. Ist die Gesamtlösung im Vergleich zu bisherigen Medieneinsätzen, Projekten oder Konzepten geeignet, Kommunikations- oder Anwendungsziele wirtschaftlicher, wirkungsvoller, glaubwürdiger, zeitsparender zu erreichen?	1	2	4	5	7	8	11	12	14		
	3		6		9	10	13		15		
1.2. Wie schlüssig sind die Elemente von Konzept, Steuerung, Medium, Hardware, Medienverbund, Distribution, Vernetzung, Bedienerfreundlichkeit, miteinander verbunden? Wie erfolgreich wurde die Gesamtzielsetzung erreicht?	1		3	4	6	7	8	9	10		
	2		5								
1.3. Wie wird der Innovationsgrad, die Idee bzw. die Kommunikationsleistung der Gesamtlösung bewertet?	1	2	3	4	5	6	7		8		
Zwischensumme 1											

<b>2. Akzeptanz</b>											
Sind das Konzept, die Hardware, die Medien, das Programm- oder App-Design, die Begleitmaßnahmen so geeignet, dass sie Akzeptanzschwellen abbauen und damit Marketing-, Kommunikations-, Bildungs- oder Konzeptziele vom Anwender und/oder Auftraggeber schneller ökonomischer, wirkungsvoller, leichter erreichbar machen?	1	2	4	5	7	8	10	11	12		
	3		6		9						
Zwischensumme 2											

<b>3. Wirtschaftlichkeit</b>											
Wie werden die Kosten und Zusatzkosten der Massnahmen des Konzeptes oder der komplexen Lösungen unter ökonomisch-funktionalen Nutzen-Aspekten beurteilt? (z.B. Rechnen sich spezielle Geräte-, System- und/oder Medien-Lösungen? Werden andere Nutzungsformen erschlossen? Ist Crossmedialität gegeben? Beschleunigt oder verringert sich der Bearbeitungs- und Verwaltungsaufwand? Werden deutliche Rationalisierungs- oder Effizienzsteigerungen bzgl. Mitarbeiterereinsatz, Arbeitsleistungen, Lern- oder Verkaufserfolgen erzielt? Liegt ein günstiges Kosten/Nutzenverhältnis vor? Verbessern sich die Infrastruktur-, Betriebs- oder Folgekosten z.B. für Distribution, Wartung, Service etc.?)	1	2	4	5	7	8	10		12		
	3		6		9		11				
Zwischensumme 3											

<b>4. Erfolg</b>											
Wie werden die Einsatzmöglichkeiten des Konzeptes in Hinblick auf Zielereichung und Einsatzerfolge bewertet? Welche Realisierungs- und Durchsetzungschancen hat das Konzept? In welchem Maße ist das Konzept aktualisierungsfähig, standardisierungsfähig, zukunftssicher?	1		2		4		6		8		
			3		5		7				
Zwischensumme 4											

Gesamtsumme max. 65 Punkte (325 Punkte : 5)

© Medienreport Verlags-GmbH – Jury-Bogen 1.doc 31.05.2019

**Multimedia-, online- oder filmgestützte Kommunikations-, Business- und Bildungskonzepte**

Beitrag:

Eingangsnummer:

Juror:

Bitte Punktzahl einkreisen und ins Feld „Punkte“ übertragen, Summe addieren!

<b>Beurteilungskriterien</b>	schlecht		durchschnittl.		gut		sehr gut		hervorragend	Punkte
<b>1. Gesamtlösung/Konzeption</b>										
1.1. Ist die Gesamtlösung im Vergleich zu bisherigen Medieneinsätzen, Projekten oder Konzepten geeignet, Kommunikations- oder Anwendungsziele wirtschaftlicher, wirkungsvoller, zeitsparender, glaubwürdiger zu erreichen?	1	2	4	5	7	8	11	12	14	
	3		6		9	10	13		15	
1.2. Wie schlüssig sind die Elemente von Konzept, Steuerung, Medium, Hardware, Medienverbund, Distribution, Vernetzung, Bedienerfreundlichkeit, miteinander verbunden? Wie erfolgreich wurde die Gesamtzielsetzung erreicht?	1		3	4	6	7	8	9	10	
	2		5							
1.3. Wie wird der Innovationsgrad, die Idee bzw. die Kommunikationsleistung der Gesamtlösung bewertet?	1	2	3	4	5	6	7		8	
Zwischensumme 1										

<b>2. Akzeptanz</b>										
Sind das Konzept, die Hardware, die mediale Umsetzung, die App-Struktur, die Begleitmaßnahmen so geeignet, daß sie Akzeptanzschwellen abbauen und damit Marketing-, Kommunikations-, Bildungs- oder Konzeptziele vom Anwender und/oder Auftraggeber schneller ökonomischer, wirkungsvoller, leichter erreichbar machen?	1	2	4	5	7	8	10	11	12	
	3		6		9					
Zwischensumme 2										

<b>3. Wirtschaftlichkeit</b>										
Wie werden die Kosten und Zusatzkosten der Maßnahmen des Konzeptes oder der komplexen Lösungen unter marktgerechten- und Nutzen-Aspekten beurteilt? (z.B. rechnen sich spezielle Geräte-, System- und/oder Medien-Lösungen; ist die Lösung für crossmediale Nutzungen geeignet, hat die Lern-, Kommunikations- oder Werbewirkung ein günstiges Kosten/Nutzenverhältnis; reduziert sich der Aufwand für zusätzliche Mitarbeiter, Medien oder Distributionskosten; erhöhen sich Kauf- oder Imagekontakte; steigen Lernerfolge; verringert sich der Serviceaufwand)?	1	2	4	5	7	8	10		12	
	3		6		9		11			
Zwischensumme 3										

<b>4. Erfolg</b>										
Wie werden die Einsatzmöglichkeiten, die Distribuierung der Medien (problemlose Vervielfältigung, Versand, Aktualisierung, Standardisierung), das (vernetzte) Medienverbundprojekt bzw. die gesamte Maßnahme hinsichtlich ihrer Konzeptziele und Einsatzerfolge bewertet?	1		2		4		6		8	
			3		5		7			
Zwischensumme 4										

Gesamtsumme max. 65 Punkte (325 Punkte : 5 = Schnitt)

© Medienreport Verlags-GmbH JurybeB01/word 31.05.2019



**Tools, Systeme, Medien- und IuK-Techniken, Hardware, Presentation- und Medienlösungen**

Beitrag:

Eingangsnummer:

Juror:

Bitte Punktzahl einkreisen und ins Feld „Punkte“ übertragen, Summe addieren!

Beurteilungskriterien	schlecht		durchschnittlich		gut		sehr gut		hervorragend		Punkte
<b>1. Technische Innovation, Produkt- oder Toolidee</b>											
1.1. Wie sind die Tools, Systeme oder technische Komponenten der Lösung entwickelt, eingesetzt, integriert, verbunden? Wie sind bestehende und neue Elemente zu einer neuen zukunftssicheren Lösung zusammengefasst?	1		3	4	6	7	9	10		12	
	2			5		8		11		13	
1.2. Wie sind das Systemdesign, das Produktdesign, das technische Konzept, die Funktionen, die Standardisierung unter Innovationsaspekten und Marktbedürfnissen zu bewerten?	1		3	4	6	7		9		11	
	2			5		8		10		12	
1.3. Wie ist die Integrations- oder Verbundfähigkeit oder Kompatibilität zu anderen notwendigen Tools/Systemen/Geräten für Anwendung, Medienproduktion, Medienpräsentation oder Mediendistribution?	1			3		5		7		9	
	2			4		6		8		10	
Zwischensumme 1											

<b>2. Kosten/Nutzen</b>											
2.1. Erleichtert/verbessert die neue Lösung in seinem Einsatzbereich oder seiner Funktion Arbeitsabläufe oder Anwendungen gegenüber früheren Techniken oder Lösungen?	1	2		3	4	6	7		9		11
					5		8		10		12
2.2. Ist das Tool, die System- oder die Hardware-Lösung einfach und ohne überdurchschnittliche Zusatzinvestitionen integrierbar/einsatzbar?	1			2		4		6		8	
					3		5		7		
2.3. Entsprechen Konzept, Technik und/oder Features den Nutzererwartungen bzw. dem Bedarf der Anwender/Käufer? Lassen sich qualitative, zeitliche und/oder ökonomische Vorteile durch die Nutzung erzielen?	1		2	3	5	6		8		10	
				4		7		9			
2.4. Wie werden Kostenaufwand und Betriebskosten unter Nutzen-Aspekten und im Marktvergleich beurteilt?	1		2	3	5	6		8		10	
				4		7		9			
Zwischensumme 2											

<b>3. Handhabung</b>											
3.1. Den richtigen Einsatzbereich sowie Anwendung und Zielgruppe vorausgesetzt: ist die Bedienung/Nutzung einfach, unkompliziert, schnell zu lernen, fehlerfrei zu handhaben?	1			3		6		9		11	
	2			4		7		10		12	
				5		8					
3.2. Gibt es persönliche oder schriftliche Einweisungen, Gebrauchsbeschreibungen, Anleitungen, Manuals, Seminare, Support, und in welcher Qualität?	1			2		4		6		8	
					3	5		7			
3.3. Gewährleisten Konstruktion, Features, Design und/oder Kennzeichnung der Bedienelemente eine einfache, sichere Handhabung?	1			2		3		4		5	
Zwischensumme 3											

Gesamtsumme max. 100 Punkte (500 Punkte : 5)

Interaktive Medien, Onlinelösungen, Toolanwendungen, Datenbanken und Verkaufsmedien

Beitrag:

Eingangsnummer:

Juror:

Bitte Punktzahl einkreisen und in das Feld „Punkte“ übertragen, Summe addieren!

Beurteilungskriterien	schlecht	durchschnittl.	gut	sehr gut	hervorragend	Punkte
<b>1. Konzept und Kommunikationsleistung</b> maximal 51 Punkte						
1.1. Zielsetzung: In welchem Ausmaß erreicht das Programm, das Medium, die Netzlösung, die Appstruktur ihre geplante Zielsetzung? Wurde es trägeradäquat aufbereitet? Wird zur Aktivität/zum Dialog animiert? Erreicht der Nutzer sein Informations- oder Handlungsziel?	1 2 3	4 5 6	7 8 9	10 11 12	13	
1.2. Zielgruppe: Entsprechen Programmierung, Bild und Sprache dem Verständnis der definierten Zielgruppe? Deckt sich die Darstellung mit der Erlebniswelt und Akzeptanz der Zielgruppe? Wird die Zielgruppe angemessen angesprochen? Ist der Nutzen für Zielgruppe erkennbar?	1 2 3	4 5 6	7 8 9	10 11 12	13	
1.3. Wirksamkeit: Erreichen der Medienträger und seine spezifische Nutzungsmöglichkeit sowie der spezielle didaktische Aufbau des Programms die Kommunikations- und Informationsziele wirksam?	1 2	3 4 5	6 7 8	9 10	11 12	
1.4. Handhabung: Ist die Lösung durch einfache Bedienung im Mensch-Maschine-Dialog interaktiv wirksam gestaltet? Sind Programme, Technik und Tools einfach handhabbar? Ist ein barrierefreier Zugang realisiert? Ist das Programm rückstandslos deinstallierbar, läuft es ggfs. ohne Festplatte vom Träger/Server? Sind Netzausdrucke einfach möglich? Sind Zusatztools einfach zu integrieren; Wird der Nutzer von Fehlbedienungen geschützt? Ist das Programm stabil?	1 2	3 4 5	6 7 8	9 10 11	12 13	
Zwischensumme 1						
<b>2. Kreative Elemente</b> maximal 32 Punkte						
2.1. Konzeption: Wie ist das Maß der Verständlichkeit und Klarheit? Liegen Schrift-, Grafik- oder/und Sprachebene in Einklang mit Form, Inhalt und visueller Akzeptanz? Sind CI, Botschaft und Programmelemente schlüssig miteinander vernetzt? Werden userbezogene Dialoge, Formulare und Hilfestellungen angeboten?	1	2 3	4 5	6 7 8	9	
2.2. Design: In welchem Maße hat die Artdirection alle Gestaltungselemente im Hinblick auf die Zielsetzung integriert? Werden dramaturgisch-emotionale Elemente, Erfolgserlebnisse, positives Feedback vermittelt? Sind Links, Dialog- oder animative Aufforderungen oder Verzweigungen ohne Verirrungen nachvollziehbar aufgebaut? Sind Ein- und Ausstieg schlüssig?	1	2 3	4	5 6	7	
2.3. Strukturierung: In welchem Maße haben Segmentierung, Verzweigung, Schnitt, Dialogführung etc. zur Strukturierung und Effektivität beigetragen (Rhythmus, Bildauswahl, Programmlogik, Navigation)?	1	2 3	4 5	6 7 8	9	
2.4. Gestaltungselemente: Tragen geeignete Gestaltungselemente zur Programmqualität bei, wie beispielsweise: Programmierung            Bildbearbeitung            AV-Teil Didaktische Strukturierung    Trick/Animation            Musik-/Tonwahl Piktogramme/Grafik            Spezialeffekte            Licht/3D Personalisierung            Grafisches Design            Story Ist damit die Kommunikationsqualität verbessert worden?	1	2 3	4	5 6	7	
Zwischensumme 2						
<b>3. Produktionselemente</b> maximal 17 Punkte						
3.1. Bildgestaltung: In welchem Maße waren Realbilder, Schriften, Banner, Grafiken, Animationen etc. effektiv eingesetzt? War die Bildführung bei Bewegtbildern/ Filmteilen dramaturgisch korrekt?	1	2	3 4	5	--	
3.2. Licht: Wurden Licht, Farben und Schattierungen gezielt eingesetzt? Waren Vordergrund und Hintergrund korrekt (ausgeleuchtet)? Hat die Lichtführung / Farbwahl zur szenischen Dreidimensionalität beigetragen? Wurden Buttons o.ä. durch Licht/Schatten erhöht?	1	2	3	4	--	
3.3. bei Ton-Einsatz: War die Tonmischung (Musik, Sprache, Geräusche) stimmig und im Verhältnis zum Bildteil angebracht? bei Browser-Einsatz: Wurden Typografie und Zeichensysteme korrekt angezeigt (z.B. Umlaute, etc.) Wurden Tabellen und Formularfelder richtig wiedergegeben?	1	2	3 4	5	--	
3.4. In welchem Maße trugen die wiederkehrenden Bildelemente, Logos, Signets, Darsteller (oder Off-Sprecher) zur Effektivität des Programms bei? Im übertragenen Sinn: Passten Leitfiguren, visuelle Hauptelemente, Logos oder Symbole zum CI?	0	1	2	3	--	
Zwischensumme 3						

Gesamtsumme max. 100 Punkte (500 Punkte : 5 = Schnitt)

© Medienreport Verlags-GmbH – jurybe02/word 31.05.2019

**Corporate Programme (Film, Podcasts, Corporate, Education, Public und IP-TV, Web-TV)**

Beitrag

Eingangsnummer:

Juror-Nr:

Bitte Punktzahl einkreisen und im Feld „Punkte“ übertragen, Summe addieren!

Beurteilungskriterien	schlecht	durchschnittlich	gut	sehr gut	hervorragend	Punkte
<b>1. Konzept und Kommunikationsleistung</b> maximal 51 Punkte						
1.1. Zielsetzung: In welchem Ausmaß erreicht das Programm seine geplante Zielsetzung? Sind Botschaft und Unternehmen glaubwürdig?	1 2 3	4 5 6	7 8 9	10 11 12	13	
1.2. Zielgruppe: Entsprechen Bild und Sprache dem Verständnis der definierten Zielgruppe? Deckt sich die Darstellung mit der Erlebniswelt und Akzeptanz der Zielgruppe? Wird die Zielgruppe angemessen angesprochen?	1 2 3	4 5 6	7 8 9	10 11 12	13	
1.3. Strukturierung: Sind Kommunikations- bzw. Lernziele wahrnehmungsgerecht umgesetzt? Ist der Inhalt in sich schlüssig? Ist der Ablauf logisch und verständlich? Ist das Programm klar strukturiert?	1 2	3 4 5	6 7 8	9 10	11 12	
1.4. Behandlung des Inhalts: In welchem Grad ist die Behandlung des Inhalts effektiv? Wurden angemessene Strukturen, Methoden, Techniken genutzt, um die Aussagen hervorzuheben? Wurden medien-gerechte Produktionsverfahren für den Medienträger verwendet?	1 2	3 4 5	6 7 8	9 10 11	12 13	
Zwischensumme 1						

<b>2. Kreative Elemente</b> maximal 32 Punkte						
2.1. Drehbuch: Wie ist das Maß der Verständlichkeit und Klarheit? Liegt die Sprach- und Bildebene in Einklang mit Form, Inhalt, Zielen und Betrachterakzeptanz? Werden Spezialtechniken für spezielles Opening, Mitte, Ende zur Wirkungssteigerung eingesetzt? Bei Nicht-Verwendung traditioneller Erzähltechniken: Ist dieses angebracht? Wie wird die Story, der Aufhänger, der rote Faden beurteilt?	1	2 3	4 5	6 7 8	9	
2.2. Regie: In welchem Maße hat die Regie alle Gestaltungselemente im Hinblick auf die Zielsetzung integriert?	1	2 3	4	5 6	7	
2.3. Schnitt: In welchem Maße hat die Schnitt-Technik oder Strukturierung zur Effektivität beigetragen (Rhythmus, Bildauswahl, Fluss)?	1	2 3	4	5 6	7	
2.4. Gestaltungselemente: Tragen geeignete Gestaltungselemente zur Programmqualität bei, wie beispielsweise: Musikauswahl Bilddesign Didaktische Strukturierung Spezialeffekte Darstellerauswahl Grafische Datendarstellung Grafik Animation Licht Trick Segmentierung/Adressierung z.B. bei DVD Wurde die Zielerreichung des Programms durch diese Elemente erleichtert? Wurde mit diesen Elementen die Kommunikationsqualität verbessert? Werden Tricks/Effekte sinnvoll eingesetzt?	1	2 3	4 5	6 7 8	9	
Zwischensumme 2						

<b>3. Produktionselemente</b> maximal 17 Punkte						
3.1. Kamera bzw. Bilddesign: In welchem Maße war die Kameraführung/Bilddesign effektiv eingesetzt? War das Bild ruhig, die Bewegung gleichmäßig, die Belichtung korrekt? Zoomfahrten oder richtige Fahrten? Waren die Kameraführung/Bilddesign angemessen?	1	2	3 4	5	--	
3.2. Licht: In welchem Maße unterstützte das Licht den Film/das Bild? Wie war das Verhältnis von Vordergrund, Hintergrund zur Ausleuchtung? War die Beleuchtung durchgehend angemessen? (Gilt in übertragenem Sinn für Licht in der Computeranimation oder im Trick).	1	2	3	4	--	
3.3. Ton: Waren die Verhältnisse von Musik, Sprache und Geräuschen zueinander angebracht? Falls vorhanden, waren Sound- und Musikeffekte sinnvoll und effektiv? Passten Bild- und Tonebene zusammen? Hat eine besondere Bearbeitung von Ton, Geräusch, Musik, Mischung oder Schnitt die Effektivität das Programm verbessert?	1	2	3 4	5	--	
3.4. In welchem Maße trugen die Darsteller (Professionelle/Amateure), Sprecher oder Off-Sprecher zur Effektivität des Programmes bei? Im übertragenen Sinn: Passten Leitfiguren, Logos, visuelle Hauptelemente oder Symbole?	0	1	2	3	--	
Zwischensumme 3						

Gesamtsumme max. 100 Punkte (500 Punkte : 5 0 Schnitt)

© Medienreport Verlags-GmbH – Jurybe02/word 31.05.2019

Please use the online-registration or the form for  
CORPORATE MEDIA PUBLIC MEDIA SCIENCE MEDIA  
IN PURPOSE INFORMATION EUROPE



Spätester Anmelde-, Post- oder Servereingang siehe Ausschreibung:  
<http://www.corporate-media-masteraward.com/?id=44&lang=de>

**MEDIENREPORT VERLAGS-GMBH**  
**CORPORATE MEDIA – EUROPEAN MASTER**  
**HEGNACHER STRASSE 30**

**D-71336 WAIBLINGEN**  
**masterinfo@corporate-media-masteraward.com**

FIRMA: \_\_\_\_\_  
 ABTEILUNG: \_\_\_\_\_  
 NAME: \_\_\_\_\_  
 STRASSE: \_\_\_\_\_  
 PLZ/ORT: \_\_\_\_\_  
 TELEFON: \_\_\_\_\_  
 FAX/MAIL: \_\_\_\_\_  
 ANSPRECHPARTNER: \_\_\_\_\_

**KATEGORIEN CORPORATE MEDIA, FILME, CD- & NETZLÖSUNGEN**  
**KATEGORIEN CORPORATE PRESENTATION (POWER POINT u.ä.)**

- Wir reichen für die Kategorie \_\_\_\_\_ ein:
- DVD
  - S-VHS-Kopie
  - CD-ROM
  - Flashspeicher
  - Internet, sonstiger Träger\*
  - Serverversand
- \*für komplexe Lösungen Jury-Präsentation erforderlich.  
 Rücksendungen der Träger nur auf Wunsch.
- Wir möchten einen Jurypräsentationstermin
  - Der Beitrag darf für Wettbewerbspräsentationen (MasterGallery) und für eine Masterrolle/Master-Package oder das MasterMonitoring kostenfrei vom Veranstalter genutzt werden. Haben Sie alle Daten für die Jury ausgefüllt?
  - Beitrag auf/für HDTV-Basis
  - Anmeldung Nachwuchspreis

Titel/Netzadresse: \_\_\_\_\_ Länge/min.: \_\_\_\_\_  
 Produktionstool: \_\_\_\_\_ Distributionsmedium: \_\_\_\_\_ Auflage: \_\_\_\_\_  
 Auftraggeber: \_\_\_\_\_ Einsatz seit: \_\_\_\_\_  
 Produzent: \_\_\_\_\_ Postproduktion: \_\_\_\_\_  
 Autor: \_\_\_\_\_ Konzept: \_\_\_\_\_ Regie: \_\_\_\_\_  
 Programmdesign: \_\_\_\_\_ Programmierung/Didaktik: \_\_\_\_\_  
 Art-Design/Grafik: \_\_\_\_\_ Kamera: \_\_\_\_\_ Ton/Musik: \_\_\_\_\_  
 Anwendungsgebiet/Einsatz: \_\_\_\_\_  
 Zielgruppe: \_\_\_\_\_  
 Zielsetzung/Konzept: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Inhaltsangabe: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Einsatzdaten/-erfahrungen/Kosten (ca): \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

- Hinweis: Onlineanmeldung unter [www.corporate-media-masteraward.com](http://www.corporate-media-masteraward.com)
- Konzept
  - Träger
  - Prints
  - Treatment
  - Drehbuch
  - Informationen sind beigelegt
  - Wir haben die Teilnahmebedingungen gelesen und sind berechtigt, das Programm zum Wettbewerb einzureichen
  - Wir stellen im Falle einer Film-Masterauszeichnung einen netzgeeigneten Auszug.
  - Teilnahmegebühr ist angewiesen
  - Bitte Rechnung
  - Wir bestellen hiermit im Fall einer Masterauszeichnung das handgefertigte Masterdisplay zum Preis von € 160,- zzgl. MwSt. Die erste Urkunde ist kostenfrei.
  - Ausbildungsbestätigung für Nachwuchspreis liegt bei.

Ort: \_\_\_\_\_ Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

bitte abtrennen

Please use the online-registration or the form for  
CORPORATE MEDIA PUBLIC MEDIA SCIENCE MEDIA  
IN PURPOSE INFORMATION EUROPE



Spätester Anmelde-, Post- oder Servereingang siehe Ausschreibung:  
<http://www.corporate-media-masteraward.com/?id=44&lang=de>

**MEDIENREPORT VERLAGS-GMBH**  
**CORPORATE MEDIA – EUROPEAN MASTER**  
**HEGNACHER STRASSE 30**

**D-71336 WAIBLINGEN**  
**masterinfo@corporate-media-masteraward.com**

FIRMA: \_\_\_\_\_  
 ABTEILUNG: \_\_\_\_\_  
 NAME: \_\_\_\_\_  
 STRASSE: \_\_\_\_\_  
 PLZ/ORT: \_\_\_\_\_  
 TELEFON: \_\_\_\_\_  
 FAX/MAIL: \_\_\_\_\_  
 ANSPRECHPARTNER: \_\_\_\_\_

**KATEGORIEN**  
**KONZEPTE UND INNOVATIONEN, TOOLS, SYSTEME, HARDWARE**

Anmeldung für folgende Kategorie (In der Regel wird Jury- und Präsentationstermin vereinbart):

- Film-, Netz-, App- und/oder rechnergestütztes Kommunikations-, Business- oder Medienkonzept (Anwendungen z. B. in Marketing, Training, mobile Communication, Internet, Presentation)\*

- Tools, Systeme oder Hardware-Lösungen für Bildkommunikation, Medienpräsentation, -produktion und -distribution\*

- Wir möchten den Präsentationstermin am Jurierungsort 1. Termin oder
- am Jurierungsort 2. Termin vereinbaren

Bezeichnung: \_\_\_\_\_ Eigenprodukt: \_\_\_\_\_

Anwendungsgebiet/Einsatz: \_\_\_\_\_

Zielgruppe: \_\_\_\_\_

Zielsetzung: \_\_\_\_\_

Konzeptionist/Entwickler: \_\_\_\_\_

Realisation (Firma): \_\_\_\_\_

Konzept-/Produktbeschreibung: \_\_\_\_\_

Anwendung/Nutzung: \_\_\_\_\_

(\*bitte mit bewertungsfähigen Unterlagen ergänzen)

Einsatzdaten/-erfahrungen/Kosten (ca.): \_\_\_\_\_

Hinweis: Onlineanmeldung unter [www.corporate-media-masteraward.com](http://www.corporate-media-masteraward.com)

- Das Medien-/Kommunikationskonzept wird Jury präsentiert
- das Gerät/Tool wird Jury präsentiert
- Stick bzw. Testgeräte, CD-R/DVD, S-VHS liegen bei
- Wir haben die Teilnahmebedingungen gelesen und sind berechtigt, den Beitrag zum Wettbewerb einzureichen. Er wird bei einer MasterGallery oder Wettbewerbspräsentation kostenfrei präsentiert Bitte Jury-Informationen 6-fach beilegen
- Teilnahmegebühr ist angewiesen
- Bitte Rechnung
- Wir bestellen hiermit im Fall einer Masterauszeichnung das handgefertigte Masterdisplay zum Preis von € 160,- zzgl. Mwst. Die erste Urkunde ist kostenfrei.

Ort: \_\_\_\_\_ Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

## Formel für Kommunikationswirkung (Public Media, Science Media, Corporate Media)

$$Kw = I (- \Sigma CDs) - O (- \Sigma PsAs)$$

### **Auswahl $\Sigma$ CDs\* (entsprechen $\Sigma$ PS/As):**

Wahrnehmungspsychologische Standards<sup>2</sup> sind Grundlagen und Ableitungen zur Kommunikationswirkung (auch Lernwirkung)

- Codierung & Design
- Struktur, Methodik & Didaktik
- interaktive Optionen
- mediale Konditionierungen
- situative Voraussetzungen und Sozialisationsumgebung
- Zeit (mediales Zeitvolumen und rezeptive Zeitadressierung)
- Distributionskanäle & medientechnische Voraussetzungen

**Kommunikationswirkung (auch Lernwirkung) ideal =**  
100 Informations-Input = 100 Perzeptions-/Apperzeptions-Output

**Kommunikationswirkung =**

**Intput (- Summe Codierungs-/Designstörungen\*) - Output (- Summe Perzeptionsstörungen /Apperzeptionsstörungen)**

© alle Rechte R. G. Lehmann (FdM) Medienreport - 1976/2019 - [medienreport@medienreport.de](mailto:medienreport@medienreport.de) - [www-fdm-ev.de](http://www-fdm-ev.de)  
(<sup>2</sup> „Wahrnehmungspsychologie“ nach Prof. E. Bruce Goldstein, Prof. Karl R. Gegenfurtner, Stand 2019)

## **Juryszenen** (Fotos: © Medienreport RGL)

