



## 30. Corporate Media – The European Masterclass 2018

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

**Termine:** 1. Jurierungslinie 30.-31.08.2018 - 2. Jurierungslinie 27.-28.09.2018 Seminaris - Nachtermine

Corporate Media – The European Masterclass ist der Wettbewerb der Meister und des Meister-Nachwuchses. Die Bewertung wird von Wirtschaft und Medienwirtschaft als "Meisterprüfung" und als Instrument des Mediencontrollings im Sinne der Qualitätssicherung nach höchsten europäischen Maßstäben verstanden. 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 einer Person betreut, die für Einspielungen, Ablauf, Technik, Organisationsfragen und Abnahme der ausgefüllten Jurybögen zuständig ist. Im medialen Bereich liegen die Schwerpunkte bei Zielsetzung, Konzept, Kommunikationswirkung und Nutzen sowie Kreativität und Handwerk. Es gibt kein Rankingergebnis, sondern immer nur geprüfte, individuelle Leistungsbe-wertungen – u.a. auf Basis von Zielvergleichen. Für bestimmte Beiträge besteht Präsentationspflicht. Alle Einreicher erhalten pro Beitrag als Feedback die individuelle objektivierte Qualitätsanalyse persönlich.

Die über alle Jury-Mitglieder ermittelten guten Leistungen werden mit einer "Auszeichnung für hohen Standard", die sehr guten Leistungen mit dem "Award of Master" oder mit dem "Master of Excellence" ausgezeichnet, sofern die Punktzahl 370/425 bzw. 230/265 überschritten wird. Diese 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 die beste App-Lösung 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 Bewertungsfundung prinzipiell aus. Einmal erhobene und registrierte Jury-Ergebnisse werden nicht mehr korrigiert. Auch 2018 wird der Aspekt „Glaubwürdigkeit“ bewertet. Erkennbare Fake News-Umsetzungen erhalten keine Masterauszeichnungen.

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

Einreicher mit Bewertungsergebnissen unterhalb der Auszeichnungsgrenze erhalten eine Teilnahme-bestätigung. Aufgrund des hohen Wettbewerbsniveaus entsprechen auch viele dieser Beiträge allgemeinen Qualitätsansprüchen. Die Punkteaufteilung ist nur für diesen Wettbewerb bindend. Die Juroren haben das Recht, die Struktur um +/- 10 Punkte zu verändern. Den verschiedenen Fachjurys sitzt ein Jury-Mitglied vor. Die Juroren sind in ihrer Jury-Arbeit autonom. Veranstalter, Mitträger oder Sponsoren haben kein Bewer-tungs- oder Stimmrecht. Eine Jury besteht aus 5 plus max. 2 Mitglieder. Die Annahme eines Beitrages wird nur hinsichtlich der notwendigen Briefinginfor-mationen geprüft. Leistungs- und Tendentwicklungen werden dokumentiert und kommuniziert. Es gelten in der Ausschreibung 2016 abrufbaren Prüfentgelte.

## 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

Diese \*Schirmherren-Auszeichnungen werden unentgeltlich vergeben. Die anderen Auszeichnungen werden als Urkunden-Auszeichnung unentgeltlich und als Display entgeltlich vergeben. Die Auszeichnungsvergabe ist freibleibend. Die Jurys können in Abstimmung mit dem Veranstalter eine beurkundete Auszeichnung aussprechen. 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. MasterDinner/Preisverleihung 08.12.2018. **Deadline:** Anmeldungen zwei Tage 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	durch-schnittl.	gut	sehr gut	hervor-ragend	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 3	2 6	4 9	5 10	11 12	14 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 2	3 5	4	6 7	8 9	10
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 3	2 6	4 9	5 8	10 11	12
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. Mitarbeitereinsatz, 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 3	2 6	4 9	5 8	10 11	12
Zwischensumme 3						

<b>4. Erfolg</b>						
Wie werden die Einsatzmöglichkeiten der 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	
Zwischensumme 4						

Gesamtsumme max. 65 Punkte (325 Punkte : 5)

© Medienreport Verlags-GmbH 18.08.04-2018 – Jury-Bogen 1.doc

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

Beitrag:

Eingangsnummer:

Juror:

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

Beurteilungskriterien	schlecht	durch-schnittl.	gut	sehr gut	hervor-ragend	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 3	2 6	4 9	5 10	8 11	12 14
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 2	3 5	4	6 7	8 9	10
1.3. Wie wird der Innovationsgrad, die Idee bzw. die Kommunikationsleistung der Gesamtlösung bewertet?	1 2	3 4	5 6	6 7	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 3	2 6	4 9	5 8	10 11	12
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 3	2 6	4 9	5 8	10 11	12
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 hinsichtliche ihrer Konzeptziele und Ersatzerfolge bewertet?	1	2	4	6	8	
Zwischensumme 4						

Gesamtsumme max. 65 Punkte (325 Punkte : 5)

© Medienreport Verlags-GmbH 18/8/02-2018JurybeB01/word

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

Beitrag:

Eingangsnummer:

Juror:

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

<b>Beurteilungskriterien</b>	schlecht	durch-schnittlich	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 2	3 4 5	6 7 8	9 10 11	12 13	
1.2. Wie sind das Systemdesign, das Produktdesign, das technische Konzept, die Funktionen, die Standardisierung unter Innovationsaspekten und Marktbedürfnissen zu bewerten?	1 2	3 4 5	6 7 8	9 10	11 12	
1.3. Wie ist die Integrations- oder Verbundfähigkeit oder Kompatibilität zu anderen notwendigen Tools/Systemen/Geräten für Anwendung, Medienproduktion, Medienpräsentation oder Mediendistribution?	1 2	3 4	5 6	7 8	9 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 5	6 7 8	9 10	11 12	
2.2. Ist das Tool, die System- oder die Hardware-Lösung einfach und ohne überdurchschnittliche Zusatzinvestitionen integrierbar/einsetzbar?	1	2 3	4 5	6 7	8 9	
2.3. Entsprachen Konzept, Technik und/oder Features den Nutzenerwartungen bzw. dem Bedarf der Anwender/Käufer? Lassen sich qualitative, zeitliche und/oder ökonomische Vorteile durch die Nutzung erzielen?	1	2 3 4	5 6 7	8 9	10 11	
2.4. Wie werden Kostenaufwand und Betriebskosten unter Nutzen-Aspekten und im Marktvergleich beurteilt?	1 2	3 4	5 6 7	8 9	10 11	
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 2	3 4 5	6 7 8	9 10	11 12	
3.2. Gibt es persönliche oder schriftliche Einweisungen, Gebrauchsbeschreibungen, Anleitungen, Manuals, Seminare, Support, und in welcher Qualität?	1	2 3	4 5	6 7	8 9	
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)

© Medienreport Verlags-GmbH 18/8/04-2018-jurybe02/word

**Interaktive Medien, Onlinelösungen, Toolanwendungen, Datenbanken und Verkaufsmedien**

## Beitrag:

## Eingangsnummer:

## Juror:

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

Gesamtsumme max. 100 Punkte (500 Punkte : 5)

© Medienreport Verlags-GmbH 18/8/04-2018– jurybe02/word

**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!

<b>Beurteilungskriterien</b>	schlecht	durch-schnittlich	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 3	2 6	4 5	7 9	8 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 3	2 6	4 5	7 9	8 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	2 3	3 4 5	6 7	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 mediengerechte Produktionsverfahren für den Medienträger verwendet?	1 2	3 5	4	6 7	9 10	11 12
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 des Programms 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)

© Medienreport Verlags-GmbH 18/04-2018– Jurybe02/word

**PROGRAMM**  
**DVD/CD-ROM**  
**FILM**  
**TV**  
**INTERNET**

**SCHWEIZ**

**ÖSTERREICH**

**DEUTSCHLAND**

**EUROPA**

bitte abtrennen

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

Spätester Anmelde-/Medien-Post- oder Servereingang 26.09.2018  
oder Postabgabe Hotel Seminaris Bad Boll  
oder dezentrale Bewertung: 6 DVDs oder Serverabruf 15.10.2018



**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\*    Serversversand

\*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 € 150,- zzgl. Mwst. Die erste Urkunde ist kostenfrei.

Ausbildungsbestätigung für Nachwuchspreis liegt bei.

Ort:

Datum:

Unterschrift:

INNOVATION  
KONZEpte  
TOOLS  
SYSTEME  
HARDWARE

SCHWEIZ

ÖSTERREICH

DEUTSCHLAND

EUROPA

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

Spätester Anmeldeeingang 26.09.2018 Präsentation ab 22.09.2018  
Anmeldeformular auch für terminungebundenes objektiviertes Konzept-,  
Projekt- und Individual- und Qualitätscontrolling. Gebühren und  
Prüfexperten auf Anfrage. Netzlösungen bis 15.10.2018

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

D-71336 WAIBLINGEN  
[masterinfo@corporate-media-masteraward.com](mailto: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\*

We 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 € 150,- zzgl. Mwst.

Die erste Urkunde ist kostenfrei.

Ort: \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_

