



effie AWARD

GERMANY





Herzlich Willkommen beim Effie 2019!

Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen durchlebt derzeit einen Wandel, der auch vor unserem wichtigsten Aushängeschild, dem GWA Effie nicht Halt macht. So wie immer mehr Agenturen der verschiedensten Gattungen unserem Verband beitreten, richten wir nun auch unseren Wettbewerb um die effektivsten Kommunikationsmaßnahmen der vergangenen 18 Monate so aus, dass er das gesamte Angebotsportfolio moderner Kommunikationsagenturen vollumfänglich abbildet.



Deswegen gibt es ab diesem Jahr zwei Kategorie-Arten: Sie können Ihre Arbeiten zum einen in die bekannten Ziel-Kategorien wie Produkt-einführungen (New New) oder Aktivierungsmaßnahmen einreichen. Neu ist ab sofort, dass Sie sich auch um Effies in Disziplinen wie Design, UX oder Media Innovation bewerben können. Voraussetzung für eine erfolgreiche Teilnahme ist natürlich auch hier der Nachweis, dass Ihre Agenturleistung maßgeblich zur Erreichung der vom Kunden vorgegebenen Ziele beigetragen hat.



Wie auch schon im Vorjahr vereint der Effie weiterhin die Bereiche B2B, B2C und Health unter einem Dach – mit einer für jeden Bereich nach Expertise sorgfältig ausgewählten Jury. Wir würden uns freuen, Ihre Agentur im Juni auf der Liste der Einreicher wiederzufinden und Sie am 14. November bei der Effie Gala in Frankfurt begrüßen zu dürfen.

Bis dahin wünschen wir Ihnen viel Erfolg beim Effie 2019!

Ihre
Larissa Pohl, Jörg Dambacher und Roger Stenz

Ansprechpartnerin im GWA

Nadine Ludwig
Tel. 069 - 25 60 08 - 13
effie@gwa.de

Einreichung in drei Bereichen B2C, B2B & Health möglich.

Es gibt zwei Kategorie-Arten, zum einen die Ziel-Kategorien und zum anderen die Disziplin-Kategorien – Sie können ein- und denselben Case in jeder Kategorie-Art maximal einmal einreichen (es sind also maximal zwei Einreichungen möglich).

Ziel-Kategorien

1. Activation

Aktivierung rund um ein zeitlich begrenztes Angebot – ob nun Promotion, Aktionswoche oder Wahlkampagne. Die Ergebnisse fokussieren auf die Marktleistung in Form von Käufen (schnell realisierbarer Absatz), Teilnahme oder Wählerstimmen.

2. Brand Experience & Partnerships

Marken-Erfahrung jenseits des traditionellen Marketings, also zum Beispiel digitale oder physische Marken-Plattformen (z. B. auch Messen), Services/Applikationen, Räume, Events, welche die Markenwahrnehmung positiv verändern. Erfolgreiche Cases zeigen, dass die Nutzung solcher Angebote einen positiven Einfluss auf die anbietende Marke hat.

Erfolgreiche Markenplattformen, die in Zusammenarbeit mit einer anderen Marke entstanden sind. Vom Sponsoring bis zum Gemeinschaftsprodukt. Dabei wird entweder eine dauerhafte Kommunikationsleistung erzielt oder es wird ein neuer Service/eine Produktkategorie etabliert.

3. Brand Image

Markenkampagnen, die nicht unmittelbar Vertriebs-Ziele und den schnell realisierbaren Absatz im Fokus haben, die stattdessen die Markenbekanntheit, die Profilierung und das Image erhalten, verteidigen oder pflegen sollen.

4. Comeback

Wiederbelebung von Marke oder Produkt nach Kommunikations-Abstinenz, Krise oder Neuausrichtung innerhalb des Teilnahmeberechtigungszeitraums). Diese Maßnahmen zur "Wiederbelebung" müssen in den vergangenen 24 Monaten vor Start der diesjährigen Einreichung begonnen haben.

5. David versus Goliath

Der kleine Marktteilnehmer im direkten Wettbewerb mit den Branchenriesen: lokal gegen national oder regional gegen global.

Erfolgreiche Cases setzen ihren Kunden in Relation zum scheinbar übermächtigen Wettbewerb. Sie vergleichen sich in ihrem Absatzgebiet und zeigen auf, wo und wie es ihnen gelingt, mittels einer differenzierten Marketingkommunikation einen Unterschied zu machen. Sowohl Absatz-, als auch Kommunikationsleistungen dienen der Beschreibung des Cases.

6. Doing Good

Soziale, gesellschaftliche oder kulturelle Aktivitäten von Marken oder Organisationen ohne kommerzielle Absichten. Der Fokus liegt in der angestrebten Bewusstseinsveränderung oder Mobilisierung von Menschen, sich zu engagieren.

7. Evergreen

Die nachhaltig erfolgreiche kontinuierliche Entwicklung und Pflege einer Marke über einen längeren Zeitraum (Minimum die letzten fünf Jahre vor Start der diesjährigen Einreichung). Die einreichende Agentur muss seit mindestens fünf Jahren vor Start der diesjährigen Einreichung auf diesem Etat arbeiten und darf Erfolgsnachweise nur aus dem Zeitraum der eigenen Etat-Betreuung heranziehen. Bitte beachten: Nach Gewinn eines Gold-, Silber- oder Bronze Effie Award (B2C, B2B, Health) gilt eine fünfjährige Einreichungssperre für diesen Case für diese Kategorie.

8. Highlight

Die sogenannten Einzelmeister, ein Format wie ein Video oder ein Plakat oder ein Post, der allein stehend viel bewirkt hat und nicht unbedingt eingebettet war in eine Kampagne.

9. New New

Die Neueinführung einer Marke, eines Produktes/Modells oder Services. Es muss deutlich werden, dass der Erfolg auch auf Marketing-Kommunikation beruht.

10. Transformation

Kommunikation als Träger und Treiber von Veränderungen zu Anlässen wie Fusion zweier Firmen, Kulturwandel, Internationalisierung, Änderung von Geschäftsmodellen oder generelle Neuausrichtung eines Unternehmens oder auch einer Marke. Im Gegensatz zur Kategorie Comeback muss hier kein Turnaround bewiesen werden.

Disziplin-Kategorien

1. Content Marketing

Plattformen, die Inhalte in regelmäßiger Form editieren, um Endnutzer zum wiederholten und vertieften Austausch mit dem werbetreibenden Unternehmen zu motivieren. Erfolgreiche Cases zeigen, dass der Konsum der Inhalte regelmäßig und dauerhaft ist, in einem wirtschaftlichen Verhältnis steht und die Marken-(Produkt)-wahrnehmung positiv beeinflusst. Influencer als Content Creators.

2. Design

Brand- und Corporate-Design, auch Packaging.

Zusammenhang zwischen wirtschaftlichem Erfolg und Design-Aspekten herausarbeiten: Nutzer-Erlebnisse in der Filiale oder online, Customer Journey, Veränderungen an der Usability, Ausdruck der Markenpersönlichkeit.

3. CRM / Loyalty Program

Langfristige Kundenbindungsaktivitäten, die Loyalität und Kundenwert steigern.

4. Media Innovation

Inszenierungen von neuen Ideen, die für die Zielgruppe relevant sind. Media Innovationen können einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg der Kommunikation beitragen, z. B. in den Bereichen Social Media, Content Marketing, Smart TV, Apps, Gaming, Digital Out of Home, Native Advertising, Influencer Marketing, Virtual/Augmented Reality oder auch Lösungen mit neuen Technologien wie KI sind möglich.

Innovative Inszenierungen, die sich durch einen hohen und messbaren Beitrag zur Gesamt-Performance der Kampagne in der Zielgruppe auszeichnen.

5. Media Performance

Wirkungsvolle und konvergente Orchestrierung der für die Zielgruppe/n relevanten Kanäle und Plattformen, mit konsistentem und relevantem Content. Damit trägt Media wesentlich zu Effektivität von Markenauftritten bei: von der Strategie über die Idee bis hin zur Aussteuerung nach markenrelevanten KPIs. Kommunikationslösungen, die sich über innovative Konzepte und einen hohen Aktivierungsgrad in der Zielgruppe auszeichnen.

6. PR

Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Investor Relations, Krisenkommunikation.

7. User Experience

Den Zusammenhang zwischen wirtschaftlichem Erfolg und Design-Aspekten herausarbeiten. Also wie gut das Design den User/Kunden auf der Seite hält und ihn durch deren Inhalte bzw. durch die Site hin zum CTA allgemein führt. z. B.: Nutzer-Erlebnisse in der Filiale oder online, Customer Journey, Veränderungen an der Usability, Ausdruck der Markenpersönlichkeit.

8. Employer Branding & Recruiting

Employer Branding hilft einem Unternehmen dabei, sein Image nachhaltig positiv zu etablieren und so als attraktiver Arbeitgeber aufzutreten, auch interne Kommunikationsmaßnahmen tragen dazu bei.

Ihre Einreichung

Alle Marketingmaßnahmen, die in Deutschland zwischen dem 1. November 2017 und dem 1. Mai 2019 durchgeführt wurden, sind teilnahmeberechtigt.

Eine Einreichung zum Effie umfasst folgendes (verpflichtend einzureichen):

CASE-BESCHREIBUNG gliedert sich in vier Abschnitte, für die die Jurys jeweils Punkte vergeben.

Abschnitt 1: HERAUSFORDERUNG, KONTEXT & ZIELE

Abschnitt 2: INSIGHTS & STRATEGIE

Abschnitt 3: DIE IDEE ZUM LEBEN ERWECKEN

Abschnitt 4: ERGEBNISSE

MEDIA-ANHANG Angaben zu bespielten Medien, zum Media-Budget

CREATIVE-REEL Zeigen Sie hier Ihre kreative Leistung. Bitte ausreichend Beispiele der kreativen Arbeiten und Elemente der Kommunikation zeigen, die in direktem Zusammenhang mit Ihren strategischen Zielen und Ergebnissen stehen. Die gezeigten Maßnahmen müssen so im Markt gelaufen sein. Maximal 2 Minuten, maximale Dateigröße 280 MB, .mp4-Format. KEINE ERGEBNISSE zeigen, keine vertraulichen Informationen.

KREATIONSBEISPIELE (2 bis max. 6) Ergänzen das Creative-Reel. Manche Kreation ist besser in Form von Stills zu zeigen oder soll explizit hervorgehoben werden. jpg-Format, maximale Dateigröße insgesamt 20 MB.

Effie-Index

Als deutscher Effie-Gewinner erhalten Sie Punkte für das internationale Ranking von Effie Worldwide und damit eine weit über den deutschen Markt hinausreichende Öffentlichkeit.

Deadlines & Gebühren

Bei Einreichung des Cases zur **1. Deadline, Donnerstag, 9. Mai, 23:59 Uhr**

pro Case
GWA Mitglieder: 895,00 Euro
Nicht Mitglieder: 1.295,00 Euro

Bei Einreichung des Cases zur **2. Deadline, Dienstag, 28. Mai, 23:59 Uhr**

pro Case
GWA Mitglieder: 950,00 Euro
Nicht Mitglieder: 1.350,00 Euro

Bei Einreichung des Cases zur **3. Deadline, Donnerstag, 6. Juni, 23:59 Uhr**

pro Case
GWA Mitglieder: 1.050,00 Euro
Nicht Mitglieder: 1.450,00 Euro

Bei Einreichung des Cases zur **Final-Deadline, Donnerstag, 13. Juni, 18:00 Uhr**

pro Case
GWA Mitglieder: 1.195,00 Euro
Nicht Mitglieder: 1.595,00 Euro

Alle Gebühren verstehen sich zzgl. MwSt.

Neu beim Effie? Dann gibt es Rabatt!

Wenn Ihre Agentur/Ihr Unternehmen für die Effie-Wettbewerbe in den Jahren 2016, 2017 und 2018 keine Arbeiten als 1. oder 2. Haupteinreicher eingereicht hat, haben Sie Anspruch auf einen Rabatt in Höhe von 200,- EURO auf den Netto-Betrag (Deadlines & Gebühren bitte beachten) auf jeden von Ihnen eingereichten Case. Die Anträge auf Ermäßigung für neue Einreicher sind vor der Einreichung Ihres Beitrags zu stellen. Die Rabatte für neue Einreicher können bis einen Tag (12. Juni) vor der finalen Deadline (13. Juni) per Mail angefordert werden:

Um den Promo-Rabattcode für neue Einreicher zu erhalten, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Namen und dem Standort Ihrer Agentur an: effie@gwa.de mit der Betreffzeile: **NEU_EFFIE-RABATT**.

Jetzt einreichen unter: www.gwa.de/GWAEffie