

Reglement

Swiss Out of Home Award 2024

1. Zweck

Der Wettbewerb «Swiss Out of Home Award» zeichnet klassische und innovative Aussenwerbekampagnen aus, die im öffentlichen Raum in der Schweiz zu sehen waren.

2. Trägerin des Wettbewerbs

Trägerin des Wettbewerbs ist der AWS. Der AWS bzw. die von der AWS beauftragte Arbeits- Projektgruppe ist für die Vorbereitung, Durchführung und für die Kommunikation der Ergebnisse des Wettbewerbs verantwortlich. Sie pflegt dazu entsprechende Kontakte zu den Branchenverbänden der Werbung, der Werbefachpresse und zu den Medien.

3. Bedingungen für die Zulassung

Zugelassen zum Wettbewerb sind die klassischen Plakatformate F4, F200, F400, F12, F24 sowie BigPoster, Spezialumsetzungen (3D, öffentlicher Verkehr, Promotion etc.) und Spots, abgespielt auf digitalen Screens welche eine Mindestgrösse von 55" aufweisen.

Der Aushang muss mindestens an 10 offiziell buchbaren Flächen zu sehen sein und einen Mediawert von Minimum Netto CHF 2'500 aufweisen (ausgenommen BigPoster).

Sämtliche Werbemittel sind zugelassen, welche von einer Agentur, einem Grafiker oder einer konzeptionell zuständigen Firma in der Schweiz oder im Fürstentum Lichtenstein kreiert wurden. Werbemittel, die zwar im Ausland konzipiert wurden, dies aber ausdrücklich und exklusiv für die Schweiz, können ebenfalls eingereicht werden.

Alle Aussenwerbekampagnen müssen in der Schweiz oder im Fürstentum Lichtenstein öffentlich ausgehängt beziehungsweise ausgestrahlt worden sein.

Eine identische analoge oder digitale Kampagne kann nur in einer Kategorie eingereicht werden.

4. Termine

Zum Wettbewerb können Aussenwerbekampagnen eingereicht werden, die von Juli bis Juni des auszuzeichnenden Jahrganges im öffentlichen Raum zu sehen waren. Der Anmeldeschluss ist jeweils der 31. Mai (Änderungen werden kommuniziert). Die Ergebnisse des Wettbewerbes werden im Herbst desselben Jahres bekanntgegeben.

5. Anmeldung / Wettbewerbsbedingungen

Die Anmeldung muss mit dem dafür vorgesehenen Formular erfolgen. Die Werbemittel müssen in elektronischer Form übermittelt und die dafür vorgeschriebenen Daten eingehalten werden. Die Anmeldung erfolgt via Anmeldetool unter www.woohw.ch. Die Zustellung der erforderlichen Daten hat an die angegebenen Adressen zu erfolgen.

Mit der Anmeldung zum Wettbewerb anerkennen die Teilnehmenden die in diesem Reglement festgeschriebenen Bedingungen. Einsprachen gegen die Entscheidungen der Jury sind nicht möglich.

6. Kategorien

Bei der Anmeldung der Aussenwerbekampagne zum Wettbewerb muss die Kategorie bezeichnet werden, in welcher das Werbemittel durch die Jury zu beurteilen ist.

Die Trägerin des Wettbewerbs prüft, ob die Kampagne in der richtigen Kategorie eingereicht wurde und behält sich, nach Rücksprache mit dem / der Teilnehmenden, einen Kategorienwechsel vor. Der endgültige Entscheid über die Kategorienzuteilung liegt bei der Jury.

Klassische Plakate

- «Commercial National»

Plakatkampagnen von nationaler, breitenwirksamer Ausstrahlung mit Grossaushängen in mindestens zehn Kantonen und/oder den fünf grössten Städten (Basel, Bern, Genf, Lausanne, Zürich). Die Plakate müssen in irgendeiner Form über Firmen, Produkte, Dienstleistungen oder Veranstaltungen informieren.

Auf Nachfrage des Veranstalters ist ein Aushangsnachweis nachzureichen. Damit soll sichergestellt werden, dass die Vorgabe «nationale Ausstrahlung» welche den nationalen Werbeimpact der Kampagne belegen soll, eingehalten wird. Im Zweifelsfall entscheidet der Jury-Präsident, ob die Kampagne unter «Commercial National» oder «Commercial Local and Regional» bewertet wird.

- «Commercial Local and Regional»

Plakataushänge mit lokaler und/oder regionaler Bedeutung. Die Plakate müssen in irgendeiner Form über Firmen, Produkte, Dienstleistungen oder Veranstaltungen informieren. Auf Nachfrage des Veranstalters ist ein Aushangsnachweis nachzureichen.

- «Public Service»

Plakate von Wohlfahrtsunternehmen, Politik und öffentlich-rechtlichen Institutionen.

- «Culture»

Plakate für kulturelle Institutionen oder Anlässe wie zum Beispiel Theater, Museen, Ausstellungen oder Festivals. Auf Nachfrage des Veranstalters ist ein Aushangsnachweis nachzureichen.

- «Out of Home Innovations»

Neue Ideen und Umsetzungen im Bereich der kommerziellen Aussenwerbung.

Digital

- «Digital Out of Home»

Digitale Werbemittel mit Bewegung Bild/Text. Abgespielt auf mind. 55 Zoll.

7. Beurteilungskriterien

Die Jury beurteilt nach folgenden Kriterien:

- Originalität der Idee
- Neuartigkeit
- Innovation
- Plakative Umsetzung der Botschaft
- Kommunikative Nachhaltigkeit
- Grafische und gestalterische Ausführung
- Typografie

8. Jury

Die Jury setzt sich, inklusive dem Jurypräsidenten, aus etwa 14 Jurymitgliedern zusammen. Alle Jurymitglieder haben vorzugsweise in ihrer beruflichen Tätigkeit einen direkten Bezug zur Aussenwerbung. Der Jurypräsident und die Trägerin des Wettbewerbes wechseln regelmässig bestehende Jurymitglieder durch Neue aus. Die Liste der Jurymitglieder wird mit der Ausschreibung des Wettbewerbs publiziert.

Die Verhandlungen der Jury finden unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt. An die Jurierung können Medienvertreter eingeladen werden. Diese und die Mitglieder der Jury haben über die Ergebnisse bis zu deren Veröffentlichung Verschwiegenheit zu bewahren.

9. Auszeichnungen

Die Jury erstellt eine Shortlist. Wie viele Sujets pro Kategorie in die Shortlist aufgenommen werden, wird von der Jury nach Sichtung der eingereichten Kreationen festgelegt.

Es werden die Auszeichnungen Gold, Silber und Bronze für folgende Kategorien vergeben:

- «Commercial National»
- «Commercial Local and Regional»
- «Public Service»
- «Culture»
- «Out of Home Innovations»
- «Digital Out of Home»

Für alle Kategorien wird die Art der Preisvergabe sowie deren Anzahl, am Jurytag bestimmt.

Der Award «Campaign of the Year» wird aus allen Goldgewinnern des Wettbewerbs verliehen.

Die Jury und die Trägerin des «Swiss Out of Home Award» behält sich vor, Sonderauszeichnungen zu vergeben, sowie Kategorien zusammen zu führen.

Die Gewinnerkampagnen und ausgewählte nominierte Kampagnen werden in die Sammlung des Museums für Gestaltung Zürich aufgenommen. Mit der Teilnahme am Swiss Out of Home Award erklärt sich die Agentur und/oder das Grafikbüro damit einverstanden und überträgt dem Museum die Nutzungsrechte am jeweiligen Sujet für Ausstellungen (museumseigene und Leihgaben), Veröffentlichungen (wie Publikationen und Webseiten) sowie zu Dokumentationszwecken. Sie gewährleistet zudem, dass keinerlei Rechte Dritter die Übertragung der Nutzungsrechte an der Gewinnerkampagne in irgendeiner Art einschränken. Soweit registerrechtliche Vorgaben bestehen (z.B. Marken-, Design- oder Patentrechte), verpflichten sich die Teilnehmenden, alle Schritte zu unternehmen, damit das Museum für Gestaltung die ausgezeichnete Kampagne für die oben genannten Nutzungsrechte vollumfänglich nutzen kann. Die Überlassung der Nutzungsrechte erfolgt ausschliesslich und ist zeitlich und örtlich unbeschränkt. Die Urheberpersönlichkeitsrechte gemäss den Art. 9 Abs. 1, 11 und 15 Urhebergesetz (URG) verbleiben bei der Urheberschaft.

10. Preisverleihung

Die Preisverleihung findet im Rahmen des WOOHW!-Event's statt.

11. Kommunikation

Der AWS sorgt für eine angemessene Kommunikation in der Fach- und Tagespresse. Die Ergebnisse des Wettbewerbs werden dokumentiert und auf der WOOHW! Website publiziert.

Die Trägerin des Wettbewerbs ist berechtigt, über alle eingereichten Kampagnen in Text und Bild zu kommunizieren (u.a. auch am WOOHW!-Event), unabhängig ob die betreffende Kampagne eine Auszeichnung erhalten hat oder nicht.

12. Kosten

Die Teilnahme am Wettbewerb ist kostenlos. Der AWS übernimmt sämtliche Kosten für die Planung, Organisation und Durchführung des Wettbewerbs. Bei einer Nomination werden die Agenturen aufgefordert, maximal 5 Exemplare des nominierten Plakats auf eigene Kosten für den Anlass WOOHW!-Event sowie für allfällige Ausstellungen des AWS und zur Dokumentation dem Museum für Gestaltung zur Verfügung zu stellen.