



Information für alle Studierenden!

Willkommen in der Jury des BULLSEYE Creative Contest!

Liebe Studierende,

es gibt diverse Kreativ-Wettbewerbe mit hochkarätig besetzten Juries. Beim BULLSEYE Creative Contest sind die Studierenden der in der Konferenz-der-Akademien zusammengeschlossenen Akademien die Jury – **also Sie!**

Im Frühjahr 2007 wurde die Idee geboren, im September 2007 auf der letzten Zusammenkunft der Konferenz der Akademien wurde der BULLSEYE Creative Contest von den anwesenden Akademieleitern einstimmig verabschiedet. Inzwischen sind alle notwendigen Arbeiten, u.a. die Programmierung der Internetseite mit allen Administrations- und Jury-Tools, abgeschlossen und eine Testphase mit einer Gruppe Studenten der Frankfurter Akademie verlief erfolgreich.

Die Positionierung des Kreativ-Wettbewerbs ist unique und wird u.a. dazu beitragen, dass alle in der Konferenz der Akademien aktiven Akademien und damit auch alle Studierenden und Absolventen, in der Fachöffentlichkeit mehr und nachhaltiger präsent sind und dies in dem Kompetenzfeld Marketing-Kommunikation.

Die wesentlichen Eckpunkte:

- Der BULLSEYE Creative Contest ist der erste und einzige Kreativwettbewerb, bei dem sich der Marketing- und Werbnachwuchs aus den Metropolen Deutschlands die Arbeiten der Profis vornimmt und bewertet.
- Gleichzeitig ist es der Kreativwettbewerb, der mit dafür sorgt, dass sich die Studierenden permanent mit aktueller Marketing-Kommunikation auseinandersetzen.
- Es ist der Kreativwettbewerb, bei dem mehrere hundert Jury-Mitglieder aus ganz Deutschland (bezogen auf die Gruppe der 20- bis 35-jährigen, der „Young-Urban-Professionals“) für repräsentative Ergebnisse sorgen.
- Der BULLSEYE Creative Contest ist ein „ongoing“ Kreativ-Wettbewerb mit monatlichen Ranglisten. Einmal im Jahr (alle 12 Monate) gehen die BULLSEYE Awards an die Teilnehmer, die über 12 Monate die besten Platzierungen in den monatlichen Ranglisten hatten.
- Last but not least: Ein Teil der Einsendegebühren kommt allen Studierenden zugute, z.B. für die Anschaffung von Fachbüchern, die Vergabe von Stipendien o.ä.

Die nächsten Schritte:

Die Jurierung startet offiziell am **15. Januar 2008** (nach den Weihnachts-/Winterferien). Die erste Auswahl an Anzeigen, TV- und Radiospots wurde von Dozenten der Akademie in Frankfurt getroffen. Danach liegt es in den Händen der Agenturen und Werbungtreibenden, welche Kampagnen Sie bewerten können.

Ihre LogIn-Daten für die Jurierung

Ihre persönlichen LogIn-Daten haben Sie mit der e-mail erhalten (Ihre e-mail-Adresse wurde von Ihrer Akademieleitung an das Organisationsbüro gegeben). Bitte vervollständigen Sie Ihr persönliches Profil (das ist kein „must“, aber hilft bei zukünftigen Aktivitäten. **Wichtig:** Bitte sorgen Sie selbst dafür, dass Ihre e-mail-Adresse immer aktuell ist, damit Ihr LogIn aktiv bleibt.

Werben Sie für den BULLSEYE Creative Contest

Sie sollten in Ihrer Firma für „Ihren Kreativwettbewerb“ werben und so dazu beitragen, dass viele Werbekampagnen an dem kreativen Wettstreit teilnehmen. Alle Details zum Wettbewerb, zu den Regeln und die Möglichkeit der Online-Einsendung finden Sie auf der Internetseite **www.bullseye-award.de**.

Mit Ihrer Aktivität als Jury-Mitglied tun Sie etwas für sich und Ihre Akademie!

Je mehr Einsendungen zum BULLSEYE CREATIVE CONTEST eingehen, desto mehr Geld steht den Akademien für Lehrmittel, Stipendien oder Veranstaltungen zur Verfügung. Die Verteilung der Mittel aus den Einsendegebühren werden nach einem Aktivitätsschlüssel auf die beteiligten Akademien aufgeteilt. D.h., je aktiver Sie und Ihre Kommilitonen mitmachen, desto besser ist das Ranking Ihrer Akademie.

Soweit, so gut. Sollten Sie Fragen und Anregungen haben, steht Ihnen Ihre Akademieleitung oder das Organisationsbüro gerne zur Verfügung.

Mike Barowski

Organisationsbüro BULLSEYE Creative Contest
(im Auftrag der Konferenz der Akademien e.V.)
e-mail: **helpdesk@bullseye-award.de**



Information für alle Studierenden!

Anmerkungen zur Jury-Tätigkeit

Es ist eine Sache eine Werbekampagne oder ein Motiv einfach als „Wow“ oder einfach als „Panne“ zu bewerten, aber es ist etwas anderes, in einer Jury kritisch, aber professionell und fair eine Beurteilung abzugeben.

Deshalb hier einige Anmerkungen für Ihre Jury-Tätigkeit:

1. Jurieren Sie mit 50% Bauch und 50% Kopf!

D.h., lassen Sie sich sowohl vom eigenen Empfinden als auch von der Ratio leiten. Bedenken Sie immer, dass Sie bei den meisten zu beurteilenden Motiven nicht die Zielgruppe sind. Das Beurteilungssystem erfordert per der einzelnen Beurteilungskriterien, dass Sie kritisch hinterfragen.

2. Nutzen Sie die Bewertungsbandbreite.

Es mag sein, dass eine Anzeige bei dem Kriterium „*Sieht/Hört man gerne wieder*“ nur 5 Punkte verdient, aber bei dem Kriterium „*Hat eine klare Botschaft*“ durchaus 25 Punkte erhalten sollte. Deshalb (siehe Punkt 1.) nicht nur mit dem Bauch, sondern auch mit Kopf bewerten!

Kriterium	0	5	10	15	25
Sieht / Hört man gerne wieder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ein Auftritt, über den man gerne spricht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gutes Beispiel für Kommunikation in der Branche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hat eine klasse Idee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Passt zur Marke und zum Marken-Image	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ragt aus der Masse heraus, hohe Eigenständigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hat eine klare Botschaft (Benefit/Marken-Aussage)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Das Bewertungssystem

Das zweistufige Bewertungssystem gibt Ihnen klare Kriterien vor und macht damit die Juryarbeit relativ einfach (Einloggen - Motiv auswählen - Punkte anklicken).

In der **ersten Stufe** geht es um „Overall“-Aspekte, in der **zweiten Stufe** wird es etwas spezifischer je nach dem, ob es eine Consumer-Anzeige, ein Radio- oder TV-Spot oder ein Plakat ist.

Print B to B	0	5	10	15	25
Gelungene Zielgruppenadressierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klare Produkt-/Markenbotschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Headline und Text sind interessant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aufmerksamkeitsstarke Gestaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Print consumer	0	5	10	15	25
Sympathischer Markenauftritt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
klare Kommunikation des Nutzens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Headline und Text sind gelungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
starke Gestaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Bewertet ist bewertet!

Beachten Sie, dass es bewußt keine Korrekturmöglichkeit gibt - d.h. wenn Sie alle Kriterien bewertet haben und die Bewertung abschließen, werden Sie das Werbemotiv nicht mehr sehen. Auch deshalb sollten Sie sehr bewußt bewerten (siehe die Punkte 1. und 2.)!

5. Hin und wieder, ganz per Zufall ...

... werden Sie nach dem Abschließen Ihrer Bewertung um eine kurze Stellungnahme zu dem gerade bewerteten Motiv und Ihrer Bewertung gebeten. Bitte geben Sie dann ein professionelles Statement ab, das zeigt, das Sie sich ernsthaft mit Marketing und Kommunikation beschäftigen.

6. Last but not least:

Ihre Jury-Arbeit und die sich daraus ergebenden Rankings sind auch ein Spiegelbild der Professionalität der Akademien. Denn der BULLSEYE CREATIVE CONTEST ist auch ein Instrument, das die Bekanntheit und das Ansehen der beteiligten Akademien fördern soll und damit auch Ihre Weiterbildung und Ihren Abschluß wertvoller macht.

Dies wird aber nur erreicht, wenn Sie Ihre Jury-Arbeit kontinuierlich und mit der notwendigen Ernsthaftigkeit tun.

Noch Fragen? Anregungen?

Einfach eine e-mail an helpdesk@bullseye-award.de schicken. Danke.