



Reglement 2018

Swiss Poster Award

1. Zweck

Der Wettbewerb «Swiss Poster 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 die APG|SGA. Die APG|SGA 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 Plakate der Formate F4, F200, F400, F12, F24 sowie Big Poster, Spezialumsetzungen und Spots, abgespielt auf ePanel und eBoard, 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.

4. Termine

Zum Wettbewerb können Aussenwerbekampagnen eingereicht werden, die von Januar bis Dezember des auszuzeichnenden Jahrganges im öffentlichen Raum zu sehen waren. Der Anmeldeschluss ist jeweils der 30. November. Die Ergebnisse des Wettbewerbes werden im Frühjahr des folgenden Jahres bekannt gegeben.

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.swissposteraward.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. Der endgültige Entscheid über die Kategorienezuteilung liegt bei der Jury.

Plakate

- «Commercial National»
Plakatkampagnen von nationaler Ausstrahlung mit Aushängen 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.
- «Commercial Local and Regional»
Plakataushänge mit lokaler und/oder regionaler Bedeutung. Die Plakate müssen in irgendeiner Form über Firmen, Produkte, Dienstleistungen oder Veranstaltungen informieren.
- «Public Service»
Plakate von Wohlfahrtsunternehmen, Politik und öffentlich-rechtlichen Institutionen.
- «Culture»
Plakate für kulturelle Institutionen oder Anlässe wie zum Beispiel Theater, Museen oder Festivals.
- «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. 70 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 20 Jurymitgliedern zusammen. Alle Jurymitglieder haben vorzugsweise in ihrer beruflichen Tätigkeit einen direkten Bezug zur Werbung. 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 «Poster of the Year» wird aus allen Goldgewinnern des Wettbewerbs verliehen.

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

10. Preisverleihung

Die Preisverleihung findet alljährlich im Rahmen der «APG|SGA Poster Night» statt.

11. Kommunikation

Die APG|SGA sorgt für eine angemessene Kommunikation in der Fach- und Tagespresse. Die Ergebnisse des Wettbewerbs werden dokumentiert und auf der APG|SGA Website publiziert.

12. Kosten

Die Teilnahme am Wettbewerb ist kostenlos. Die APG|SGA übernimmt sämtliche Kosten für die Planung, Organisation und Durchführung des Wettbewerbs. Bei einer Nomination werden die Agenturen aufgefordert, maximal 15 Exemplare des nominierten Plakats auf eigene Kosten für den Anlass «APG|SGA Poster Night» sowie für allfällige Ausstellungen der APG|SGA und zur Dokumentation dem Museum für Gestaltung zur Verfügung zu stellen.