

38. Corporate Media – The European Masterclass 2026 - Online-Anmeldung freigeschaltet

Auszüge zu „Jurierungsgrundlagen, Printvorlage Anmeldung, Daten, Maßstäben und Bewertungsmethodik“ – Jahresleitthema/annual theme: „humane fables – KI let it be“ Termine: 1. Jurierungslinie 26.09.2026, 2. Jurierungslinie 27.10.2026, Nachtermin Online-Jury 16.12.2026 Start after the EMC European Masterclass-Format 2026/27 with the annual theme: Onlineregistration 38. Corporate Media 2026 is open

Corporate Media – The European Masterclass ist die Prüfplattform der europäischen Meister und des Meister-Nachwuchses. Jeder Beitrag erhält eine individuelle Qualitätsbewertung ohne Ranking mit Bewertung der Kommunikationsleistung bzw. mit bewertetem Soll-Ist-Vergleich. Entsprechend ist die Zielbeschreibung und ggfs. seiner Abweichungen von Bewertung. Die Online-Anmeldung ist freigeschaltet. Wer mit der Print-Ausschreibung und die Proceedings arbeiten mag und die Kategorien sucht, benutzt die hier vorgelegten Ausschreibedaten und Teilnahmebedingungen. Zugelassen sind alle Beiträge mit Einsatz bzw. Fertigstellung nach dem 01.01.2025 bis heute sowie Lösungen im Pre-Teststadium. Änderungen bleiben vorbehalten.

Die Jahre 2022 - 2026 der Krisenkommunikation von Corona, Ukraine, Iran und die politischen Entwicklungen, gebieten auch heute weltweit in besonderer Weise, nun in die Elemente der personellen Kommunikation zu investieren. Weil Corporate Media mit "Public - und Science Media" seit seinem Start auch immer eine Prüfplattform für Top-Themen war, bildet sie wie keine andere Institution die Kultur von Wirtschaftskommunikation ab. Das bleibt Zukunftsaufgabe und ist kein Plagiatorengeschäft oder das Geschäft von You Tube, Vimeo und anderen, sondern die Verwendung in eigenen Netzplattformen. Wir sind für Sie gerüstet! – auch weil wir seit einigen Jahren einen Teil der Bewertungen mit unseren erfahrenen nominierten Jury-Experten unter Koordination eines Jury-Sprechers ein Stück als „Home-Office“-Version durchführen. Eine mediale Normalisierung von Kommunikationskultur ist mit und nach KI-Einschätzungen und den Folgen, dass ganze Berufsgruppen weiter ersetzt werden, auch mit EU-Regeln nicht erwartbar. Der europäische Meisterwettbewerb Corporate Media war und ist in vielerlei Hinsicht stets und stetig neuen Entwicklungen ausgesetzt! Die weltweite aber europäisch akzentuierte Leitveranstaltung „Corporate Media“ mit „Public und Science Media“ bleibt nach Jahrzehnten bekannter örtlicher objektivierter Jurierungsformen die erste und erfahrenste europäische Online-Meisterprüfung, die herausragende und beste Erfahrungen der Online-Jurierung hat.

Nach den konzentrierten renommiertesten Bewertungstreffen hat Corporate Media seit 2017 zusätzlich Online-Jurierungen angeboten und mit jeweiligen Jury-Sprechern und Medienexperten unter Beibehaltung der objektivierten Qualitätslevel gemanagt. Die Bewertung bleibt für Wirtschaft und Medienwirtschaft eine exklusive individuelle und objektivierte "Meisterprüfung" und ein Instrument des Mediencontrollings im Sinne der Qualitäts- und Kultursicherung nach höchsten europäischen Maßstäben. Kommunikationswirkung ist von grundlegender Bedeutung. Ganze Markt-, Kommunikations- und Qualifizierungsprozesse wurden ausgesetzt oder werden leider noch zu oft mangelhaft und häufig schnell und inkompetent herbeigeschustert. Mehr denn je sind erfolgreiche medial-gestützte Kommunikationsstrukturen fern jeder populistischen Oberflächlichkeit gefragt. Beste Bildauflösungen ersetzen keine Geschichten. Alle hier zur Prüfung gemeldeten Beiträge, Konzepte und Tools werden mit objektivierten unterschiedlichen Bewertungsbögen beurteilt. Jeder Juror genügt höchsten Kompetenzanforderungen. Im medialen Bereich liegen die Schwerpunkte bei Zielsetzung, Konzept, Kommunikationswirkung und handwerklicher Kreativität. Alle Beiträge erhalten ihre Qualitätsanalyse mit individueller vertraulicher Bewertung als Jury-Summenbogen. Ihre Lösungen müssen (seit 38 Jahren) nur Kommunikationsleistung und definierten Nutzen erfüllen oder übertreffen. Das ist Ihr und unser Maßstab.

Konzept- und Innovationsanmeldungen unterliegen i. d. Regel persönlichen Briefingpräsentationen. Diese Prüfmethode ist seit den Corona-Jahren entweder bei ausführlicheren Briefings oder durch aufwendige Individualprüfungen vor Ort möglich. Corporate Media hat dafür Sorge getragen, komplexe Innovationen und Konzepte auf den Sonderbögen "Konzepte" mit erweiterten Briefingangaben zur Online-Prüfung anzumelden. Für die Masterauszeichnung erhält der Einreicher, wenn er die geprüften Leistungen übertrifft, den Zusatz „Member of the European Masterclass“ oder „Member of the European Junior Masterclass“. Dass Corporate Media bisher auch in Pre-Test-Bewertungen tätig war, deren Lösungen dann erst finanziert oder aber auch eingestellt wurden, ist eine Besonderheit dieser Meisterprüfung. Einzelbestleistungen werden durch die höchste Punktzahl nach Jurierung nach Einzelkriterien ermittelt und an die/den Verantwortlichen vergeben. Die Vergabe des Master of Communication und des Award of Masters für herausragende Leistungen zur Marktqualifizierung setzt über Jahre erfolgte Leistungsspitzen bzw. spezielle Leistungs- und Lebenswerke und substantielle Hinweise voraus. Sie unterliegt derzeit keiner örtlichen Präsentation mit umfassenden Qualifizierungsthemen. Die Jurymethodik schließt Diskussionen zur Bewertungsfindung prinzipiell aus. Einmal erhobene und registrierte Jury-Ergebnisse werden nicht mehr korrigiert. Erkennbare Fake News-Umsetzungen erhalten bei Erkennung keine Masterauszeichnungen.

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

Master of Excellence	ab 425 ab 385 (Junior)	ab 265 ab 245 (Junior)	ab 425 ab 385 (Junior)
---------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

© Rolf G. Lehmann 04-2026 – Juryleitung, Medienreport Verlags-GmbH, www.corporate-media-masteraward.com, T. 07151-23331, www.medienreport.de.

**THE EUROPEAN MASTERCLASS COMMUNITY
 FOR MEMBERS OF THE EUROPEAN MASTERCLASS**

**9 + 3 KATEGORIEN PURPOSE INFORMATION
 BILD-, NETZ- UND MOBILE KOMMUNIKATION IN
 01 CORPORATE MEDIA (Clustersegment)
 02 PUBLIC MEDIA (Clustersegment)
 03 SCIENCE MEDIA (Clustersegment)**

Film-, Video-, TV- Multimedia- und Netzlösungen in Form linear oder interaktiver Versionen auf DVD, CD-R, Flash-Speicher bzw. Internet und Jurypräsentation werden für folgende Kategorien angenommen:

1. Verkaufsförderung, Direktmarketing, Special-Interest-Video, Point-of-Sales, Produktpräsentation, Event-Veranstaltungen, Video im Messeeinsatz
2. Public Relations, Unternehmenspräsentation und -information, Point-of-Information
3. Corporate TV, Teleshopping, Direct Response TV (DRTV), Video-News-Release (VNR), Werbung, Productplacement, TV- und Videosponsoring
4. Corporate Conferencing, Mitarbeiterinformation, Inhouse-Lösungen
5. mediengestützte Markenstrategien, virales und bakterielles Marketing, Jugendmarketing
6. Public Information, How-to-do?, allgemeine Lernprogramme
7. Technischer Kundendienst, Wartung/Service
8. Training, Aus- und Weiterbildung, Unterrichts- und Wissenschaftsfilme
9. Wirtschaftsfilm, Feature, Dokumentation
- A. Specials, Internet-/Intranetlösungen, Corporate Apps, Social Media, Information on Demand, Animationen, HD
- B. Mobile-Content, Tools und Programme für Mobile Communication
- C. Video- und Audio-Podcast, Web-TV

Anmeldemuster zur Kategoriekennzeichnung **Beispiel:**
N stets für Junior-Master. Beispiel **01-2-A** 1. Ziffer = **Clustersegment** Corporate Media, 2. Ziffer = **Kategorie** für PR, 3. Buchstabe = **mediale Spezialisierung** Corporate Apps.

2 KATEGORIEN FÜR INNOVATIONSPREISE

1. **Film-, Netz- oder Datengestützte Medien- und Kommunikationskonzepte und App-Lösungen** für alle Marketing- und Weiterbildungsmaßnahmen und Informationsbereiche aller Clustersegmente (nach den Kriterien Realisierung der Gesamtlösung, Wirtschaftlichkeit, Wirkung, Plausibilität, Barrierefreiheit, Akzeptanz und Erfolg).
2. **Tools, System- oder Hardware-Lösungen der Bild- und Datenkommunikation**, der mobilen Kommunikation, der Bildbearbeitungs-, Produktions- sowie Präsentationstechnik (nach den Kriterien technische Innovation, Kosten/Nutzen, Anwenderfreundlichkeit).
 Anmeldung bitte mit Clusterkennzeichnung 01 - 03.

**6 KATEGORIEN FÜR
 CORPORATE PRESENTATION EUROPE**

1. Conferencing, Businessmeetings
 2. Events/Bühnenbild
 3. POI Point of Information
 4. POS Point of Sales
 5. Training & Education, Qualifizierung
 6. Tools
- Zugelassen sind Tools, Systeme, Lösungen und software-basierte Präsentationsprogramme auf Träger oder als Jury-Präsentation.
 Anmeldung bitte mit Clusterkennzeichnung 01 - 03.

Zeigen Sie Ihr Bestes, setzen Sie Maßstäbe.
You're welcome Master.



GEBÜHREN - TERMINE

Bis acht Tage vor Anmeldeschluss beträgt die Teilnahmegebühr für den 1. Beitrag im Video-Wettbewerb € 400,- für jeden weiteren Beitrag € 350,- (zzgl. 19 % MwSt.). Die Teilnahmegebühr für jede Anmeldung zu Corporate Presentation Europe, zum Innovationspreis und jede Jury-Präsentation beträgt ab € 690,- (zzgl. 19 % MwSt.). Anmeldungen für den Nachwuchspreis kosten € 250,- je Beitrag (zzgl. MwSt.) Ausbildungsbestätigung erforderlich. Die Mehrwertsteuer müssen wir auch von Einreichern aus EU-Ländern erheben sowie einen einmaligen Zuschlag von € 15,- für Auslandsbankspesen. Die Zahlung ist mit der Teilnahmeanmeldung bzw. Rechnung fällig. Die Versandkosten und eventuell anfallende Zollgebühren der Ein- und Rücksendung gehen zu Lasten des Einsenders.

Die handgefertigte, gravierte Masterauszeichnung kann zum Preis von € 160,- in der Erst- und Duplikatsversion bestellt werden. Die Master-Sonderauszeichnung und alle Auszeichnungsurkunden in der Erstfassung sind kostenfrei. Urkundenduplikate kosten € 40,- (alle Preise zzgl. Porto, Verpackung und MwSt. im Inland).

Die Rücksendung der Medien übernimmt der Veranstalter nur auf Wunsch ohne Haftung für Verlust oder Beschädigung. Zahlungen sind innerhalb 10 Tagen zu richten an die Medienreport Verlags-GmbH, Waiblingen, für »Corporate Media 2020«, BW-Bank Baden Württembergische Bank, Konto Nr. 5346130, BLZ 600 501 01, UST-ID: DE 147324946, BW-Bank, BIC-Code: SOLAEST600 – IBAN DE5360050101000536413 Zur Teilnahme am Wettbewerb werden alle Einsendungen zugelassen, die bis zum 25.11.2022 oder online bis 16.12.2022 (Datum des Poststempels) eingehen und deren Annahme zum Wettbewerb nach Prüfung der Vollständigkeit bestätigt wurde. Es empfiehlt sich eine frühzeitige Einsendung vorzusehen, falls Nachfragen notwendig sind. Die öffentliche Präsentation der Beiträge findet im Rahmen der MasterGallery statt. Alle Einreicher haben zum MasterMonitoring und zur Preisverleihung freien Zutritt.

MASTERROLLEN

Folgende Masterrollen der Bestleistungen sind mit Inhaltsbeschreibungen auf VHS zu beziehen:

Masterrolle '89,	142 Min.,	15 Beiträge	€ 140,-
Masterrolle '90,	177 Min.,	16 Beiträge	€ 156,-
Masterrolle '91,	197 Min.,	17 Beiträge	€ 175,-
Masterrolle '92,	420 Min.,	39 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '93,	415 Min.,	36 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '94,	425 Min.,	35 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '95,	400 Min.,	35 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '96,	262 Min.,	25 Beiträge	€ 262,-
Masterrolle '97,	375 Min.,	35 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '98,	360 Min.,	36 Beiträge	€ 326,-
Masterrolle '99,	240 Min.,	23 Beiträge	€ 262,-
Masterrolle '00,	470 Min.,	36 Beiträge	€ 326,-
MasterMonitoring 2002/03 CD	20 Beiträge		€ 348,-
MasterMonitoring 2003/04 CD	18 Beiträge		€ 348,-
MasterMonitoring 2004/05 CD	25 Beiträge		€ 348,-
Master-DVD	110 Min.,	15 Beiträge	€ 128,-
CD-Masterpackages 1997 - 2004.			Preis auf Anfrage.

Auszug Preisträger Corporate Media 2018 (Preisträger 2019 siehe Netz)

MAN Truck Modification:	Auszeichnung mit einem Master of Excellence	Naumann Film
Knorr-Bremse Imagefilm:	Auszeichnung mit einem Master of Excellence	Naumann Film
Mr. Gardener:	Auszeichnung mit einem Award of Master	Naumann Film
Catchys TV-Spot:	Auszeichnung mit einem Award of Master	Naumann Film
Rosenstraße:	Auszeichnung mit einem Award of Master	hue/Contrast Film
Rosenstraße (Konzept):	Auszeichnung mit einem Award of Master	hue/Contrast Film
Dem Graf droht Eigenbedarf:	Auszeichnung Urkunde für hohen Standard	I. Lazi

Medienreport Verlags-GmbH, Hegnacher Str. 30
 D-71336 Waiblingen, Tel. ++49(0)7151-2 33 31
 Fax ++49(0)7151-2 33 38, www.medienreport.de,
masterinfo@corporate-media-masteraward.de
www.corporate-media-masteraward.com

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

❖ Konzept/Drehbuch	Summe aus Rubrik 2.1	(max. 45 Punkte)
❖ Kreativleistung	Summe aus Rubrik 2.1.-2.4	(max. 160 Punkte)
❖ Regie	Summe aus Rubrik 2.2	(max. 35 Punkte)
❖ Ton/Musik	Summe aus Rubrik 3.3	(max. 25 Punkte)
❖ Bildbearbeitung	Summe aus Rubrik 2.3-2.4	(max. 80 Punkte)
❖ Kameraführung	Summe aus Rubrik 3.1-3.2	(max. 35 Punkte)
❖ Licht	Summe aus Rubrik 3.2	(max. 20 Punkte)
❖ Schnitt	Summe aus Rubrik 2.3	(max. 35 Punkte)
❖ Bildgestaltung	Summe aus Rubrik 2.2-2.4	(max. 115 Punkte)
❖ Internet	Höchste Punktzahl der Einreichungen innerhalb des Medienbereiches	
❖ IFPA-Award (Fake News) Gastveranstaltung von UIPRE	Individual- und Faktenanalyse	Preis der UIPRE, FdM, FAC, Medienreport
❖ Master of Communication Europe (an Auftraggeber)*	Veranstalter- und Jury-Empfehlung nach Bestleistungsauszeichnungen in mindestens vier von fünf Folgejahren	Schirmherr Veranstalter, FAC und European Masterclass Community
❖ Nachwuchs-Leistungen	Jury-Empfehlung	MdM Medienakademie der Medienberater, FAC, FdM
❖ Softwaretools	Höchste Punktzahl der Einreichungen innerhalb des Medienbereiches	Schirmherr Veranstalter, FAC und European Masterclass Community
❖ Corporate Presentation	Höchste Punktzahl und Jury-Empfehlung	
❖ Bestes Medien- und Kommunikationskonzept*	Höchste Punktzahl der Einreichungen in der Kategorie	Schirmherr Veranstalter, FAC und European Masterclass Community
❖ Bestes mediengestützte Markenstrategie	Höchste Punktzahl in entsprechender Kategorie und Jury-Empfehlung	Schirmherr Bundesverband deutscher Film- und AV-Produzenten e.V. - NN
❖ Beste Corporate TV-Lösung	Höchste Punktzahl in entsprechender Kategorie und Jury-Empfehlung	Schirmherr Fachvereinigung der Medienberater FdM
❖ Beste UHD-TV-Lösung	Höchste Punktzahl und Jury-Empfehlung	
❖ Beste Public-Information Lösung*	Höchste Punktzahl der Einreichungen in der Kategorie	Schirmherr Veranstalter, FAC und European Masterclass Community
❖ Humor	Jury-Empfehlung	
❖ Tools, System- und Hardwarelösungen	Höchste Punktzahl der Einreichungen in der Kategorie	Schirmherr Veranstalter, FAC und European Masterclass Community
❖ Spezielle Leistungen	Jury-Empfehlung	Jury, FdM, MdM
❖ Beste Podcast-Lösung	Höchste Punktzahl der Einreichungen in der Kategorie	
❖ Master für herausragende Marktqualifizierung*	Veranstalter-Empfehlung	Schirmherr Medienreport, FdM, FAC und European Masterclass Community

Alle Auszeichnungen werden als Urkunden-Auszeichnung unentgeltlich und als Duplikate und Displays entgeltlich vergeben. Diese *Schirmherren-Auszeichnungen werden unentgeltlich vergeben. Die Auszeichnungsvergabe ist freibleibend. Die Jurys und FAC-Mitträger können in Abstimmung mit dem Veranstalter eine beurkundete Auszeichnung aussprechen. Die Endkontrolle und Freigabe der Qualitätszertifizierungen erfolgt durch den Jury-Sprecher. © Medienreport, Medienreport Verlags-GmbH und Fördergemeinschaft FAC, D-71336 Waiblingen, Hegnacher Str. 30, +49 (0)7151-23331, Fax 23338, www.corporate-media-masteraward.com, www.medienreport.de. Preisverleihung 29.01.2027. **Deadline:** Online-Anmeldeschluss (Eingang) ein Tag vor Jurierungsbeginn. Für Innovationen, Konzepte, Tools, Hardware zwei Tage vor Online-Jurierung. Änderungen vorbehalten.



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

Beitrag:

Eingangsnummer:

Juror:

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

Beurteilungskriterien	schlecht	durchschnittlich	gut	sehr gut	hervorragend	Punkte
1. Technische Innovation, Produkt- oder Toolidee						
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						

2. Kosten/Nutzen						
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/einsatzbar?	1	2 3	4 5	6 7	8	
2.3. Entsprechen 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	
2.4. Wie werden Kostenaufwand und Betriebskosten unter Nutzen-Aspekten und im Marktvergleich beurteilt?	1	2 3 4	5 6 7	8 9	10	
Zwischensumme 2						

3. Handhabung						
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	
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 – jurybe02/word 25.05.2022-2026						



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

Beitrag:

Eingangsnummer:

Juror:

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

Beurteilungskriterien	schlecht	durchschnittl.	gut	sehr gut	hervorragend	Punkte
1. Konzept und Kommunikationsleistung maximal 51 Punkte						
1.1. Zielsetzung: In welchem Ausmaß erreicht das Programm, das Medium, die Netzlösung, die Appstruktur ihre geplante Zielsetzung? Wurde es trägeradäquat aufbereitet? Wird zur Aktivität/zum Dialog animiert? Erreicht der Nutzer sein Informations- oder Handlungsziel?	1 2 3	4 5 6	7 8 9	10 11 12	13	
1.2. Zielgruppe: Entsprechen Programmierung, Bild und Sprache dem Verständnis der definierten Zielgruppe? Deckt sich die Darstellung mit der Erlebniswelt und Akzeptanz der Zielgruppe? Wird die Zielgruppe angemessen angesprochen? Ist der Nutzen für Zielgruppe erkennbar?	1 2 3	4 5 6	7 8 9	10 11 12	13	
1.3. Wirksamkeit: Erreichen der Medienträger und seine spezifische Nutzungsmöglichkeit sowie der spezielle didaktische Aufbau des Programms die Kommunikations- und Informationsziele wirksam?	1 2	3 4 5	6 7 8	9 10	11 12	
1.4. Handhabung: Ist die Lösung durch einfache Bedienung im Mensch-Maschine-Dialog interaktiv wirksam gestaltet? Sind Programme, Technik und Tools einfach handhabbar? Ist ein barrierefreier Zugang realisiert? Ist das Programm rückstandslos deinstallierbar, läuft es ggfs. ohne Festplatte vom Träger/Server? Sind Netzausdrucke einfach möglich? Sind Zusatztools einfach zu integrieren; Wird der Nutzer von Fehlbedienungen geschützt? Ist das Programm stabil?	1 2	3 4 5	6 7 8	9 10 11	12 13	
Zwischensumme 1						
2. Kreative Elemente maximal 32 Punkte						
2.1. Konzeption: Wie ist das Maß der Verständlichkeit und Klarheit? Liegen Schrift-, Grafik- oder/und Sprachebene in Einklang mit Form, Inhalt und visueller Akzeptanz? Sind CI, Botschaft und Programmelemente schlüssig miteinander vernetzt? Werden userbezogene Dialoge, Formulare und Hilfestellungen angeboten?	1	2 3	4 5	6 7 8	9	
2.2. Design: In welchem Maße hat die Artdirection alle Gestaltungselemente im Hinblick auf die Zielsetzung integriert? Werden dramaturgisch-emotionale Elemente, Erfolgserlebnisse, positives Feedback vermittelt? Sind Links, Dialog- oder animative Aufforderungen oder Verzweigungen ohne Verirrungen nachvollziehbar aufgebaut? Sind Ein- und Ausstieg schlüssig?	1	2 3	4	5 6	7	
2.3. Strukturierung: In welchem Maße haben Segmentierung, Verzweigung, Schnitt, Dialogführung etc. zur Strukturierung und Effektivität beigetragen (Rhythmus, Bildauswahl, Programmlogik, Navigation)?	1	2 3	4 5	6 7 8	9	
2.4. Gestaltungselemente: Tragen geeignete Gestaltungselemente zur Programmqualität bei, wie beispielsweise: Programmierung Bildbearbeitung AV-Teil Didaktische Strukturierung Trick/Animation Musik-/Tonwahl Piktogramme/Grafik Spezialeffekte Licht/3D Personalisierung Grafisches Design Story Ist damit die Kommunikationsqualität verbessert worden?	1	2 3	4	5 6	7	
Zwischensumme 2						
3. Produktionselemente maximal 17 Punkte						
3.1. Bildgestaltung: In welchem Maße waren Realbilder, Schriften, Banner, Grafiken, Animationen etc. effektiv eingesetzt? War die Bildführung bei Bewegtbildern/ Filmteilen dramaturgisch korrekt?	1	2	3 4	5	--	
3.2. Licht: Wurden Licht, Farben und Schattierungen gezielt eingesetzt? Waren Vordergrund und Hintergrund korrekt (ausgeleuchtet)? Hat die Lichtführung / Farbwahl zur szenischen Dreidimensionalität beigetragen? Wurden Buttons o.ä. durch Licht/Schatten erhöht?	1	2	3	4	--	
3.3. bei Ton-Einsatz: War Tonmischung (Musik, Sprache, Geräusche) stimmig und im Verhältnis zum Bildteil angebracht? bei Browser-Einsatz: Wurden Typografie und Zeichensysteme korrekt angezeigt (z.B. Umlaute) Wurden Tabellen und Formularfelder richtig wiedergegeben?	1	2	3 4	5	--	
3.4. In welchem Maße trugen die wiederkehrenden Bildelemente, Logos, Signets, Darsteller (oder Off-Sprecher) zur Effektivität des Programms bei? Im übertragenen Sinn: Passten Leitfiguren, visuelle Hauptelemente, Logos oder Symbole zum CI?	0	1	2	3	--	
Zwischensumme 3						
Gesamtsumme max. 100 Punkte (500 Punkte : 5 = Schnitt)						



Corporate Programme (Film, Podcasts, Corporate, Education, Public und IP-TV, Web-TV)

Beitrag

Eingangsnr.:

Juror-Nr.:

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

Beurteilungskriterien	schlecht	durchschnittlich	gut	sehr gut	hervorragend	Punkte
1. Konzept und Kommunikationsleistung maximal 51 Punkte						
1.1. Zielsetzung: In welchem Ausmaß erreicht das Programm seine geplante Zielsetzung? Sind Botschaft und Unternehmen glaubwürdig?	1 2 3	4 5 6	7 8 9	10 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 2 3	4 5 6	7 8 9	10 11 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	3 4 5	6 7 8	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 medien-gerechte Produktionsverfahren für den Medienträger verwendet?	1 2	3 4 5	6 7 8	9 10 11	12 13	
Zwischensumme 1						

2. Kreative Elemente	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							

3. Produktionselemente	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 Tönebene zusammen? Hat eine besondere Bearbeitung von Ton, Geräusch, Musik, Mischung oder Schnitt die Effektivität das Programm verbessert?	1	2	3 4	5	--		
3.4. In welchem Maße trugen die Darsteller (Professionelle/Amateure), Sprecher oder Off-Sprecher zur Effektivität des Programms bei? Im übertragenen Sinn: Passten Leitfiguren, Logos, visuelle Hauptelemente oder Symbole?	0	1	2	3	--		
Zwischensumme 3							

Gesamtsumme max. 100 Punkte (500 Punkte : 5 0 Schnitt) © Medienreport Verlags-GmbH – Jurybe02/word 25.05.2022-2026							
--	--	--	--	--	--	--	--

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



Spätester Anmelde-, Post- oder Servereingang siehe Ausschreibung:
<http://www.corporate-media-masteraward.com/?id=44&lang=de>

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: Der Beitrag darf für Wettbewerbspräsentationen (MasterGallery) und für eine Masterrolle/Master-Package oder das MasterMonitoring kostenfrei vom Veranstalter genutzt werden.
 DVD S-VHS-Kopie CD-ROM Flashspeicher
 Internet, sonstiger Träger* Serverversand
 *für komplexe Lösungen Jury-Präsentation erforderlich.
 Rücksendungen der Träger nur auf Wunsch.
 Wir möchten einen Jurypräsentationstermin 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

Konzept Träger Prints Treatment Teilnahmegebühr ist angewiesen
 Drehbuch Informationen sind beigelegt Bitte Rechnung
 Wir haben die Teilnahmebedingungen gelesen und sind berechtigt, das Programm zum Wettbewerb einzureichen Wir bestellen hiermit im Fall einer Masterauszeichnung das handgefertigte Masterdisplay zum Preis von € 160,- zzgl. MwSt. Die erste Urkunde ist kostenfrei.
 Wir stellen im Falle einer Film-Masterauszeichnung einen netzgeeigneten Auszug. Ausbildungsbestätigung für Nachwuchspreis liegt bei.

Ort: _____ Datum: _____ Unterschrift: _____

bitte abtrennen

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

new media, film, tv, tools
corporatemedia
distinction
of masters



Spätester Anmelde-, Post- oder Servereingang siehe Ausschreibung:
<http://www.corporate-media-masteraward.com/?id=44&lang=de>

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
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*

- Wir 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

- 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 € 160,- zzgl. Mwst. Die erste Urkunde ist kostenfrei.

Ort: Datum: Unterschrift:

Formel für Kommunikationswirkung (Public Media, Science Media, Corporate Media)

$$Kw = I (- \Sigma CDs) - O (- \Sigma PsAs)$$

Auswahl Σ CDs* (entsprechen Σ PS/As):

Wahrnehmungspsychologische Standards² sind Grundlagen und Ableitungen zur Kommunikationswirkung (auch Lernwirkung)

- Codierung & Design
- Struktur, Methodik & Didaktik
- interaktive Optionen
- mediale Konditionierungen
- situative Voraussetzungen und Sozialisationsumgebung
- Zeit (mediales Zeitvolumen und rezeptive Zeitadressierung)
- Distributionskanäle & medientechnische Voraussetzungen

Kommunikationswirkung (auch Lernwirkung) **ideal** =

100 Informations-Input = 100 Perceptions-/Apperzeptions-Output

Kommunikationswirkung =

Input (- Summe **Codierungs-/Designstörungen*) - **Output** (- Summe **Perzeptionsstörungen /Apperzeptionsstörungen)****

© alle Rechte R. G. Lehmann (FdM) Medienreport - 1976/2019 - medienreport@medienreport.de - www-fdm-ev.de
(² „Wahrnehmungspsychologie“ nach Prof. E. Bruce Goldstein, Prof. Karl R. Gegenfurtner, Stand 2019)

Juryszenen (Fotos: © Medienreport RGL 2020)

