

THE WINNER IS ...

Die Gewinner des Social Spot & Short Award 2010

von Armin Schnell, Grünwald, und Christoph Mecking, Berlin



Engagement gezeigt. Unter diesem Claim haben Stiftung&Sponsoring und Stiftungs-TV Institutionen des Dritten Sektors aufgerufen, ihre Social Spots und Kurzfilme einzureichen. Stiftungs-TV, der Nachrichten- und Informationskanal des Dritten Sektors im Internet, und Stiftung&Sponsoring, das Fachmagazin für Nonprofit-Management und -Marketing wollen so verstärkt die Synergien von Online- und Offline-Medien nutzen. Auch die Gewinner des Social Spot & Short Award profitieren davon durch die Veröffentlichung und Ausstrahlung der eigenen Spots und Filme.

Die Jury des Social Spot & Short Award 2010 hat zur Bewertung der eingereichten Social Spots und Kurzfilme drei Kriterien zur Begutachtung herangezogen: Inhalt, Emotionalität und Themenbezug. Zu bewerten war, welcher Spot die Botschaften und Inhalte der Organisation bzw. das Kampagnenziel glaubhaft transportiert und ob der Spot vor allem die gewünschte emotionale Wirkung beim Zuschauer erreicht.

SICHTBARES ENGAGEMENT IST GLAUBHAFT

Die Gewinner der Kategorie Social Spots dürfen sich über ein Mediavolumen von insgesamt 22.500 € freuen.

- ❶ Sieger Action Medeor setzte eine witzige, kreative Idee in „Alles Taliban“ um, rief „by the way“ dazu auf, sich nicht durch Vorurteile leiten zu lassen. Über diesen Appell an die Menschlichkeit sollte zu Spenden für die Opfer der Flutkatastrophe in Pakistan aufgerufen werden (Ausstrahlung im Mediawert von 10.000 €).
- ❷ Eiko Theermann hat für den theoretischen Teil seiner Bachelor-Thesis über „Wirkung und Konzeption von Social-Spots“ recherchiert und seine Erkenntnisse praktisch umgesetzt, indem er die Risiken der offenen Selbstdarstellung Jugendlicher insbesondere innerhalb von Internetnetzwerken zielgruppenspezifisch darstellte. Für „The naked man“ erhält er den zweiten Preis (Ausstrahlung im Mediawert von 7.500 €).
- ❸ Der Allianz Seltener Chronischer Erkrankungen gebührt für „Waisenkind der Medizin“ der dritte Platz. Sie zeigt auf, dass Patienten, die an seltenen Krankheiten leiden, benachteiligt sind, da es für die Erstellung einer richtigen Diagnose oft an Aufmerksamkeit fehlt (Ausstrahlung im Mediawert von 5.000 €).

In der Kategorie Kurzfilm wurden zwei Gewinner mit einem Mediavolumen von insgesamt 17.500 € ausgezeichnet; die anderen eingereichten Arbeiten dieser Kategorie erfüllten die gestellten Anforderungen nicht.

- ❶ Die Siegerin Deutsche Stiftung Denkmalschutz macht mit ihrem „Imagetrailer“ darauf aufmerksam, Kulturdenkmäler und damit auch die verbundenen höchstpersönlichen Erinnerungen zu erhalten und zu pflegen (Ausstrahlung im Mediawert von 10.000 €).
- ❷ Die Eva Luise und Horst Köhler Stiftung erhält den zweiten Preis für Ihren „Forschungsfilm“. Der Film sensibilisiert für seltene Krankheiten und zeigt sehr authentisch, wie einschneidend das Leben für Betroffene und ihre Angehörigen ist, da oft keine Diagnose oder gar Therapie möglich ist. Notwendig ist es, die Forschung im Bereich der seltenen Krankheiten zu fördern (Ausstrahlung im Mediawert von 7.500 €).

KURZ & KNAPP

Bewegte Bilder [Schwerpunktthema in S&S 1/2010], ob in Spots oder Kurzfilmen, zeigen, dass es gerade für Stiftungen gleich welcher Größe viele Chancen gibt, auf sich und die Stiftungsziele aufmerksam zu machen. Stiftung&Sponsoring und Stiftungs-TV bieten eine Plattform für den Dritten Sektor, die neue Kommunikationswege ermöglicht und das breite, doch häufig „unsichtbare“ Engagement abbildet. Die erneute Auslobung des Preises in 2011 ist vorgesehen. ■

ZUM THEMA

im Internet

www.stiftungs-tv.de

in Stiftung&Sponsoring

Braun, Jerome: Stiftungs-TV: Engagement wird sichtbar, S&S 6/2009, S. 8

Braun, Jerome / Lotter, Dennis: Stiftungskommunikation 2.0: Was Stiftungen von Barack Obamas Wahlkampf lernen können, S&S 2/2009, S. 20-23

Braun, Jerome / Mecking, Christoph: The winner is... Der Social Spot Award 2009 ist verliehen, S&S 4/2009, S. 18-19

Armin Schnell ist Geschäftsführer der Stiftungs-TV GmbH, armin.schnell@stiftungs-tv.de, Dr. Christoph Mecking ist Chefredakteur des Fachmagazins Stiftung&Sponsoring, c.mecking@stiftungs-sponsoring.de; beide waren Mitglied in der Jury

