

PRESSEMEDDELSE – 17. august 2015

Sidste frist for tilmeldinger til Prix Radio 2015

Siden 15. juni har det været muligt at indsende bidrag til årets Prix Radio. Der er allerede kommet mange spændende bidrag og nu er det ved at være sidste chance.

24. august ved midnat er absolut sidste deadline. Herefter samles de mange fagjuryer for at vurdere de indkomne bidrag.

Årets radiopriser - Prix Radio - afvikles som sædvanligt i forbindelse med årets Radiodays, der i år holdes fredag 18. september i VEGA.

I de forskellige jury'er sidder en perlerække af landets bedste radiofolk og andre professionelle.

De indsendte bidrag i kategorien Årets dokumentar og Årets Feature skal f.eks. bedømmes af Christoffer Gulbrandsen, Kristian Leth, Jesper Dein, Anna Lea Landsted og Leif Lønsmann.

Årets Radioprogram er tilsvarende i kyndige hænder hos Iben Maria Zeuthen, Anders Breinholt, Patrick Damsted, Morten Resen og Ole Mølgaard.

Alle juryerne kan findes på www.prixradio.dk

Ønsker man at nominere sig selv, sin kollega eller sin konkurrent gøres det via websitet www.prixradio.dk, hvor man også kan læse mere om kriterier, deadlines og juryernes arbejde.

Den samlede oversigt over Radiodays program, tilmelding til konferencen og øvrig info kan findes på www.radiodays.dk, der opdateres løbende frem mod konferencen.

Kontakt:

Marianne Bugge Zederkof, +45 20765099 for generelle spørgsmål eller

Mads Zangenberg +45 25617394 fra Eventually for tekniske spørgsmål vedrørende indsendelse til Prix Radio.

Prix Kategori	
Årets lokal eller regionalstation	Prisen tildeles en lokal el. regionalstation, som i særlig grad har løftet opgaven med at være en samlede kraft i sendeområdet. En radiostation der kan udvise godt kendskab og en stærk forbindelse til lytterne, både i form af servicefunktioner og relationsopbyggende events. Årets lokal el. regionalstation udmærker sig ved at være dagsordensættende, samt præsentere både øjenhøjde og overblik.
Årets dokumentar	I denne kategori kan indstilles journalistiske, researchede radiodokumentarer i den undersøgende/klassisk informerende genre. Det kan være serier eller enkeltstående dokumentarer og varigheden er ikke afgørende. I denne kategori kan klassiske reportager også indstilles. Der lægges vægt på optage/klippe kvalitet, komposition og ikke mindst fortælle-mæssige greb, der løfter programmet radiofonisk. Bringer dokumentaren nyt materiale frem? Er historien væsentlig og vedkommende. Derudover er der (selvfølgelig) fokus på det journalistiske grundarbejde og researchen bag.
Årets Feature	I denne kategori deltager enkeltstående/serier af radioprogrammer, der udfordrer og udnytter radiomediet til det yderste. Det er programmer, hvor der er arbejdet målrettet med lyduniverser og dramaturgi – og som har en klar og fascinerende fortælling. Der er ikke krav til varighed. Juryen ser på kreativiteten i lydarbejde – måden at gribe fortællingen/temaet an og vægter dynamik, anslag og gennemslagskraft højt. Er det MUST-HEAR radio? Det skal det være i denne kategori.
Årets Morgenflade	Morgenflade er en radios forside. Det er for mange det første møde med omverdenen. Morgenfladen er uanset radioens format starten på hverdagen. Den gode morgenflade sikrer med stemning og funktion som fx nyheder eller trafik, at radioen er det mest relevante medie i de tidlige timer. Prisen uddeles til den morgenflade, der på sikker - og gerne nyskabende - vis formår at få et fast tag i lytterne og få dem sikkert fra seng til job om morgenen.
Årets Satire	Årets satire går til ét satireprogram, et fast indslag eller en fast fiktionel karakter i et radioprogram eller flade. Årets satirevinder gør på humoristisk og/eller karikerende vis grin med nyheder, personer, karaktertræk, medier, gener – og gør os alle sammen klogere på os selv og på hinanden. Prisen uddeles til den radiostation, det satireteam eller den udsendelse, der på fremragende vis har formået at lave det bedste - og gerne - nyskabende satire på dansk radio i årets løb.
Årets Talent	Prisen for årets talent går til et særligt radiotalent, som slog igennem i årets løb. En lovende stjerne på radiohimlen, som med sin personlighed, formidlingsevne og engagerede arbejde med radiomediet har formået at gøre sig særligt positivt bemærket. Prisen kan gå til både værter, reportere, kommentatorer og andre, der udkommer i eller i forbindelse med en radiokanal eller podcast.
Årets nyskabelse	Prisen tildeles til en nomineret, et program, en event eller noget helt tredje som innovativt og lytterorienteret beriger dansk radio i form af f.eks. nye programformater, nye radiostationer, og nytænkende aspekter af radio. Alt sammen til glæde for lytterne.
Årets reklame el. promotion for program	Prisen går til det spot, der bedst muligt engagerer lytteren og klarest kommunikerer produktets værdi for brugeren og hvordan brugeren opnår denne. Når man spørger de danske radiolyttere er spots og reklamer i bedste fald et nødvendigt onde. Derfor lægges der særlig vægt på radiosspots, der i sig selv er god radio, der udnytter mediets styrker, så afbrydelsen bliver relevant underholdning. Det er kunsten at fortælle godt på 30 sekunder med et bundet budskab. Juryen skal lægge alle aspekter herunder opbygning, tekstning, speak, flow, musik, klip mv. til grund for bedømmelsen.
Årets livereporter	Prisen gives for den bedste livereportage på en dagsaktuel historier. Det er således evnen til at formidle præcist, underholdende og interessant under alle tænkelige forhold, der belønnes.

Årets nyheds- / Aktualitets-program	Prisen uddeles til det program, der er årets bedste inden for nyheder, aktualitet og sport. Programmet formår at sammensætte en god variation af ovennævnte indhold i relevante og skarpe vinkler og rammer. Programmet skal orientere, det skal være relevant og det må gerne overraske i form og indhold.
Årets event	Prisen tildeles eventen, der med dets form involverer lytterne, og inviterer dem indenfor i radioens verden. Prisen uddeles til den radiostation, der har skabt årets mest spændende og eventuelt nytænkende event. Eventen kan være produceret til prismodtageren selv eller i samarbejde med en kunde, en organisation eller øvrige 3. parter.
Årets radioprogram	Prisen tildeles et radioprogram, der hæver sig over de andre med et klart koncept, der rammer rent ind i målgruppen. Værten/værterne er professionelle, dedikerede, vil noget med programmet og inddrager meget gerne lytterne undervejs. Årets radioprogram skiller sig derudover ud fra mængden med et ekstraordinært godt flow og et særligt skarpt/relevant/interessant/nyskabende/humoristisk/satirisk indhold
Årets øjeblik	Her ønsker juryen at hædre et unikt og magisk radioøjeblik, som sætter følelser i gang hos lytteren. Der er tale om en kreativ kategori for geniale interviewteknikker, replikker, stunts e.l. Kategorien begrænses til "et øjeblik" og bidragene kan ikke overstige 5 minutter.
Årets musikprogram	Prisen for Årets Musikprogram gives til et radioprogram eller podcast, der uanset genre har musikformidling som sit overordnede fokus og som i årets løb har været med til at udvikle genren - enten ved at introducere nye og originale måder at formidle musik på eller på anden måde have skilt sig ud som et særligt godt tilbud til den musikinteresserede lytter.
Årets Interview	I nomineringen lægges der vægt på interviewteknik, underholdningsværdi og aktualitet. Interviewet er 'den gode samtale', som oplyser og underholder lytterne. Det handler om at stille det gode spørgsmål, det rigtige spørgsmål, det kritiske spørgsmål. Det er kort sagt samtalen, man ikke glemmer, når man har hørt den.
Årets Kampagne	Prisen gives til den samlede radiokampagne der bruger mediets styrker bedst. Kendetegnende for den gode radiokampagne er en god vægtning af eksponering af budskab og styrkelse af image gennem fx sponsorater, promotions eller events i samarbejde med radioen. Samt et godt samspil med andre medier. Den gode radiokampagne er et partnerskab mellem annoncør og radiobrand. Den gode radiokampagne er tydelig i sit budskab og engagerende over for lytterne. Den gode radiokampagne er med moderne gloser den stærke kombination af paid og earned media på radio.
Årets podcast/On-demand	Juryen skal i særlig grad lægge vægt på at indholdet er produceret og afviklet på en måde, der tilgodeser de særlige omstændigheder, der gør sig gældende ved on demand indhold. Indholdet skal være født til on demand og altså tænkt som digital first, men må gerne også være afviklet som broadcast.