

EMPFEHLUNGEN ZU EINREICHUNGEN IN DEN DIGITALEN KATEGORIEN

- Vermitteln Sie der Jury schnell und knackig, warum Ihre Einreichung einen COMPRIX gewinnen sollte. Warum ist gerade Ihre Einreichung kreativer als der Wettbewerb?
- Empfehlungen zur Struktur Ihrer Einreichung
 - Ziel: Was war das Ziel der Kampagne?
Was war das Briefing?
 - Kreation: Was war die kreative Kernidee?
Wo ist der überraschende Moment?
Was macht die Kampagne besonders?
 - Umsetzung: Was ist entstanden?
Was waren die Endprodukte? Gerne Links auf die konkreten Endergebnisse.
- Fassen Sie sich kurz. Je nachdem, ob Sie Ihre Einreichung durch einen Film oder ein PDF unterstützen wollen, sollte der folgende Umfang nicht überschritten werden:
 - Film: max. 150 sec
 - PDF: max. 6 Seiten
- Fokussieren Sie die Einreichung auf Ihre kreative Arbeit und nicht auf die Selbstdarstellung der Agentur oder des Kunden.
- Wenn Sie Ähnliches in vergangenen Jahren oder in diesem Jahr in anderen Kategorien eingereicht haben: machen Sie die Abgrenzung klar.
 - Beispiel 1: Eine bestehende – und bereits im letzten Jahr eingereichte Website – wurde grundlegend überarbeitet. Bitte machen Sie klar was die relevanten, kreativen Neuerungen sind.
 - Beispiel 2: Sie reichen eine Kampagne in zwei Digitalkategorien ein. Bei einer der beiden Einreichungen geht es Ihnen jedoch nur um den digitalen Sales-Folder. Bitte erwähnen Sie die Abgrenzung bei Ihrer Einreichung.