

Bitte alle Arbeiten digital unter
award.comprix.com einreichen.

EINLADUNG ZUM 30. WETTBEWERB 2022

JETZT EINREICHEN! +++ JETZT EINREICHEN! +++ JETZT EINREICHEN! +++ JETZT EINREICHEN! +++ JETZT EINREICHEN!

ACHTUNG: Unbedingt die
neue Struktur der
Kategorien beachten!



Kreative Healthcare-Kommunikation

NEUE Bereiche – NEUE Kategorien

Zur 30. Auflage hat sich der COMPRIX noch einmal gehäutet und passt sich dem Zeitgeist an. Mit einem großen Schritt. Denn künftig gibt es nur noch zwei Bereiche:

PM

PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE

Hier können Werbemittel und Kampagnen für verschreibungspflichtige Medikamente und für Medizinprodukte der Klassen III und IIb* eingereicht werden.

HW

HEALTH OTC & WELLNESS

Hier können Werbemittel und Kampagnen für alle nicht verschreibungspflichtigen Arzneimittel, Medizinprodukte der Klassen I und IIa*, Health- & Wellnessprodukte und -projekte eingereicht werden.

Die Kommunikation in den beiden Bereichen richtet sich jeweils an **unterschiedliche Zielgruppen:**

HCP

An **Healthcare Professionals (HCP)**, dazu zählen wir Ärzte, Zahnärzte, Tierärzte und Apotheker in Krankenhäusern und im niedergelassenen Bereich, die zugehörigen Teams und die Außendienste der Industrie.

CON

An **Consumer (CON)**, also an alle Menschen, die nicht in ihrer beruflichen Funktion angesprochen werden, sondern als Verbraucher, z. B. Patienten sowie deren Angehörige, Betroffene, an Gesundheitsthemen Interessierte etc.

Darunter fächern sich dann die **unterschiedlichen Kategorien** auf.

* Einteilung der Medizinprodukte anhand von europäischen Richtlinien

	Klassen	Beispiele
Sehr hohes Risiko	III	Hüft- und Kniegelenkimplantate, Herzkatheter, Brustimplantate
Hohes Risiko	IIb	Intrakularlinsen, Kondome, Röntgengeräte, Infusionspumpen
Mittleres Risiko	IIa	Zahnfüllungen, Röntgenfilme, Hörgeräte, Ultraschallgeräte
Geringes Risiko	I, I steril, mit Messfunktion	Medical Apps, Lesebrillen, Rollstühle, Mullbinden, Fieberthermometer

Quelle / weitere Informationen: <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/themen/gesundheitswesen/medizinprodukte.html>



NEU: Digital integriert!

Digitale Integration beim COMPRIX 2022

Da es heute nahezu keine Kampagnen mehr ohne digitale Aktivitäten gibt, hat sich der COMPRIX-Beirat entschieden, die Digital-Jury aufzulösen und digitale Arbeiten/Elemente in die zwei neu definierten Bereiche zu integrieren. Bitte schauen Sie sich die neue Struktur des COMPRIX in Ruhe an. Sie werden sehen, dass sich für alle Arbeiten eine geeignete Kategorie findet.

Bei Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung (info@comprix.de, Tel: 04621 39 29 900).

Leitfragen

Diese fünf Fragen leiten Sie durch die neue Kategoriestructur. Sie helfen Ihnen bei der Zuordnung Ihrer Einreichung.

- 1** Gehört meine Arbeit in den Bereich **PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE? (PM)**
- 2** Gehört meine Arbeit in den Bereich **HEALTH OTC & WELLNESS? (HW)**
- 3** Wendet sich meine Kommunikation an **Healthcare Professionals? (HCP)**
- 4** Wendet sich meine Kommunikation an **Consumer? (CON)**
- 5** In welche **Kategorie** gehört meine Arbeit?

Einreichungsprozess

- 1** Jede Arbeit wird online über **award.comprix.com** eingereicht.
- 2** Bitte melden Sie sich dafür als Einreicher zunächst auf der COMPRIX-Award-Plattform an.
- 3** Wir prüfen Ihre Anmeldung und senden Ihnen dann Ihre Zugangsinformationen via E-Mail zu.
- 4** Danach können Sie dort Ihre Einreichungen anlegen, zusammenstellen, bearbeiten und schließlich final und verbindlich einreichen.
- 5** Die Einreichung in den verschiedenen Kategorien erfolgt weiterhin via Film, webbasierter Präsentation und/oder via Boards. Den Druck der Boards, die Sie als Druck-PDF übermitteln, übernimmt der COMPRIX für Sie. Kosten je Board 30 €.
Es werden keine selbstproduzierten Pappen angenommen!
- 6** Weitere Details zu den einzureichenden Formaten finden Sie ab Seite 12.
- 7** Eine Step-to-Step-Anleitung zum Einreichungsprozess erhalten Sie auf der Plattform.

Pharma Rx & Medizinprodukte

Zielgruppe: Healthcare Professionals (HCP)

In diesem Bereich können Werbemittel und Kampagnen für verschreibungspflichtige Medikamente und für Medizinprodukte der Klassen III und IIb eingereicht werden, die sich an HCPs richten. Diese müssen im Jahr 2021 oder in 2022 bis zum Einsendeschluss nachweislich veröffentlicht worden sein.

PM

HUMANMEDIZIN

HCP 1

Fachanzeige / Key-Visual

Hier können Fachanzeigen und digitale Key-Visuals aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden. Stammen diese Arbeiten aus einer Serie, darf hier nur eines der Motive eingereicht werden.

HCP 2

Anzeigen- bzw. Key-Visual-Strecke

In dieser Kategorie können Fachanzeigen- und Key-Visual-Strecken (mind. 2 Motive) eingereicht werden.

HCP 3

Integrierte Kampagne neu

Es müssen mindestens 3 Werbemittel eingereicht werden, die eine kreative Kampagnenidee verdeutlichen. Alle möglichen Kanäle sind erwünscht, z. B. Anzeige(n), Banner, Website, Außendienstmaterial, Patienteninformation, wissenschaftliche Werbemittel, e-Detailing, CME-Schulung, Post-Mailings, Apps, Videoformate etc. Es können auch entsprechende Case-Filme eingereicht werden.

HCP 4

Integrierte Kampagne laufend

Es gelten die gleichen Kriterien wie bei PM HCP 3. Allerdings muss die Kampagne gegenüber den Vorjahren **erkennbar weiterentwickelt** worden sein. Um diese Weiterentwicklung sichtbar zu machen, **müssen zum Vergleich Arbeiten aus der Zeit vor 2021 gezeigt und entsprechend markiert** werden.

HCP 5

Awareness-Kampagne & Patienten-Support-Programme (PSP)

Hier kann an HCPs gerichtete Kommunikation zur Aufklärung und Unterstützung von Patienten eingereicht werden.

HCP 6

Post-Mailing

Hier können postalische Mailings aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden.

HCP 7

Digital-Learning

In dieser Kategorie können alle digitalen Schulungsmaterialien, z. B. e-Learnings, CME-Schulungen, Podcasts etc., eingereicht werden.

HCP 8

Website

Es können alle Websites, die sich an HCPs richten, eingereicht werden.

HCP 9

Mobile Applikation (App)

Hier können alle Apps und/oder die Kommunikation zu den Apps eingereicht werden.

HCP 10

Digitale Medien

Hier können alle digitalen Medien, z. B. Newsletter, Banner, Native Advertising, Videoformate etc., eingereicht werden.

PM DENTAL- / ORAL-CARE

HCP 11 Dental- / Oral-Care

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden, die sich an Zahnärzte, Zahntechniker oder zahnmedizinisches Fachpersonal wenden – auch Filme und rein digitale Kommunikation.

PM TIERMEDIZIN

HCP 12 Tiermedizin

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden, die sich an Tierärzte oder ihre Praxis-Teams wenden, auch Filme und rein digitale Kommunikation.

PM APOTHEKE

HCP 13 Apotheke

Alle Werbeaktionen oder Kampagnen mit der Zielgruppe Apotheke oder deren Personal aus dem Jahr 2021/22 zu Rx-Arzneimitteln oder zu Medizinprodukten der Klassen III und IIb können hier eingereicht werden: z. B. Anzeige(n), Motivationsaktionen, Post-Mailings, e-Detailer, e-Learnings, PTA-Plattformen etc.

PM AUSSENDIENST-UNTERSTÜTZUNG

HCP 14 Außendienst-Unterstützung

Hier können alle Werbemittel, die dem Außendienst helfen, Produktkampagnen zu den HCPs zu tragen, eingereicht werden, z. B. (digitale) Schulungsprogramme, e-Detailings, Motivationsprogramme etc.

PM EVENTS

HCP 15 Events

In dieser Kategorie können alle Event-Projekte, die sich an HCPs richten, eingereicht werden, z. B. Kongresse, Produkteinführungen, Pressekonferenzen, egal ob digital, hybrid oder in Präsenz.

PM FREIE KATEGORIE

HCP 16 Freie Kategorie

In dieser Kategorie können alle Werbemittel eingereicht werden, die den anderen Kategorien aus dem Bereich „Pharma Rx & Medizinprodukte“, Zielgruppe HCP, nicht klar zuzuordnen sind. Das können z. B. Werbemittel aus folgenden Bereichen sein: Packungsdesign, Corporate Design, Kreative Mediaidee etc. **Das Einreichen eines Projektes in einer Freien Kategorie schließt eine zusätzliche Einreichung dieses Projektes in einer anderen Kategorie des Awards aus.**

Pharma Rx & Medizinprodukte

Zielgruppe: Consumer (CON)

In diesem Bereich können Werbemittel und Kampagnen für verschreibungspflichtige Medikamente und für Medizinprodukte der Klassen III und IIb eingereicht werden, die sich direkt an Consumer richten. Sie müssen im Jahr 2021 oder in 2022 bis zum Einsendeschluss nachweislich veröffentlicht worden sein.

PM

Rx AWARENESS

CON 1

Awareness

Hier können alle Direct-to-Consumer-Awareness-Kampagnen für eine Indikation eingereicht werden, hinter der Rx-Arzneimittel stehen. Es handelt sich hierbei um Kampagnen, die ohne Markennennung zur mittelbaren Bewerbung von verschreibungspflichtigen Arzneimitteln entwickelt wurden, z. B. Anzeigen, Plakate, TV-Spots, Radio-Spots, Broschüren sowie digitale Elemente wie Websites, Mobile Apps, Digital-Learning, Podcasts, Banner, Newsletter, Native Advertising etc.

PM

Rx PATIENTEN-SUPPORT-PROGRAMME (PSP)

CON 2

PSP-Programme

In dieser Kategorie können alle PSP-Programme eingereicht werden, die im Rahmen einer Verordnung in den Arztpraxen an die Patienten gegeben werden oder in die sich die Patienten unter Angabe der Chargennummer einloggen können.

PM

DENTAL- / ORAL-CARE

CON 3

Dental- / Oral-Care

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden, die sich direkt an die Betroffenen wenden, gerne auch TV, Film, Radio und digitale Kommunikation.

PM

FREIE KATEGORIE

CON 4

Freie Kategorie

In dieser Kategorie können alle Werbemittel eingereicht werden, die den anderen Kategorien aus dem Bereich „Pharma Rx & Medizinprodukte“ Zielgruppe Consumer, nicht klar zuzuordnen sind. Darunter fallen auch Projekte aus dem Bereich Guerilla-Marketing. **Das Einreichen eines Projektes in einer Freien Kategorie schließt eine zusätzliche Einreichung dieses Projektes in einer anderen Kategorie des Awards aus.**

Health OTC & Wellness

Zielgruppe: Healthcare Professionals (HCP)

In diesem Bereich können Werbemittel und Kampagnen für alle nicht verschreibungspflichtigen Arzneimittel, Medizinprodukte der Klassen I und IIa, Health- & Wellnessprodukte und -projekte eingereicht werden, die sich direkt an HCPs richten. Diese müssen im Jahr 2021 oder in 2022 bis zum Einsendeschluss nachweislich veröffentlicht worden sein.

HW

HUMANMEDIZIN

HCP 1

OTC Apothekekampagne

Hier können Kampagnen für OTC-Arzneimittel aus dem Jahr 2021/22 mit der Zielgruppe Apotheke oder deren Personal eingereicht werden. Es müssen mindestens 2 Einzelelemente eingereicht werden: z. B. Anzeige(n), e-Detailings, Motivationsaktionen, Mailings, Außendienstfolder, Incentives etc.

HCP 2

OTC Arztkampagne

Hier können Kampagnen für OTC-Arzneimittel aus dem Jahr 2021/22 mit der Zielgruppe Ärzte eingereicht werden. Es müssen mindestens 2 Einzelelemente eingereicht werden, z. B. Anzeige(n), e-Detailings, Motivationsaktionen, Mailings, Außendienstfolder, Incentives etc.

HW

MEDIZINPRODUKTE

HCP 3

Medizinprodukte

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen für CE-zertifizierte Medizinprodukte der Kategorien I und IIa aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden, die sich an HCPs wenden, gerne auch TV, Film, Funk und digitale Kommunikation. In diese Kategorie gehören z. B. Hörgeräte, Zahnspangen, Rollstühle, Fieberthermometer, Verbandsmaterial etc.

HW

DiGA

HCP 4

Digitale Gesundheitsanwendung (DiGA)

Hier können alle DiGAs und/oder die Kommunikation zu DiGAs eingereicht werden.

HW

DENTAL- / ORAL-CARE

HCP 5

Dental- / Oral-Care

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden, die sich an Zahnärzte, Zahntechniker oder zahnmedizinisches Fachpersonal wenden, gerne auch Film und rein digitale Kommunikation.

HW

TIERMEDIZIN

HCP 6

Tiermedizin

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 zu frei verkäuflichen Tierarzneien oder zu Produkten um die Tiergesundheit eingereicht werden, die sich an HCPs wenden, gerne auch TV, Film, Radio und digitale Kommunikation.

HW

DIÄTETISCHE LEBENSMITTEL / NAHRUNGSERGÄNZUNG

HCP 7

Diätetische Lebensmittel / Nahrungsergänzung

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 zu diätetischen Lebensmitteln und Präparaten zur Nahrungsergänzung eingereicht werden, die sich an HCPs wenden, gerne auch TV, Film, Radio und digitale Kommunikation.

HW

APOTHEKENKOSMETIK

HCP 8

Apothekenkosmetik

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 zum Thema Apothekenkosmetik eingereicht werden, die sich an HCPs wenden, gerne auch TV, Film, Radio und digitale Kommunikation.

HW

FREIE KATEGORIE

HCP 9

Freie Kategorie

In dieser Kategorie können alle Werbemittel eingereicht werden, die den anderen Kategorien aus dem Bereich „Health OTC & Wellness“ Zielgruppe HCP, nicht klar zuzuordnen sind. Darunter fallen auch Projekte aus dem Bereich Guerilla-Marketing. **Das Einreichen eines Projektes in einer Freien Kategorie schließt eine zusätzliche Einreichung dieses Projektes in einer anderen Kategorie des Awards aus.**

Health OTC & Wellness

Zielgruppe: Consumer (CON)

In diesem Bereich können Werbemittel und Kampagnen für alle nicht verschreibungspflichtigen Arzneimittel, Medizinprodukte der Klassen I und IIa, Health- & Wellnessprodukte und Projekte eingereicht werden, die sich direkt an Consumer richten. Diese müssen im Jahr 2021 oder in 2022 bis zum Einsendeschluss nachweislich veröffentlicht worden sein.

HW HUMANMEDIZIN

Es können alle Arbeiten zu zugelassenen, apothekenpflichtigen und frei verkäuflichen Arzneimitteln eingereicht werden.

CON 1 OTC Anzeige / Key-Visual

Hier können Anzeigen und digitale Key-Visuals aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden. Stammen diese Arbeiten aus einer Serie, darf hier nur eines der Motive eingereicht werden.

CON 2 OTC Anzeigen- bzw. Key-Visual-Strecke

In dieser Kategorie können Fachanzeigen- und Key-Visual-Strecken (mind. 2 Motive) eingereicht werden.

CON 3 OTC Integrierte Kampagne neu

Es müssen mindestens 3 Werbemittel eingereicht werden, die eine kreative Kampagnenidee verdeutlichen. Alle möglichen Kanäle sind erwünscht, z.B. Anzeige(n), POS-Werbemittel wie Displays, Deko-Elemente, HV-Aufsteller, Poster, Broschüren, Banner, Websites, Außendienstmaterial, e-Detailings, Post-Mailings, Apps, Videoformate etc. Es können auch entsprechende Case-Filme eingereicht werden.

CON 4 OTC Integrierte Kampagne laufend

Es gelten die gleichen Kriterien wie bei HW CON 3. Allerdings muss die Kampagne gegenüber den Vorjahren **erkennbar weiterentwickelt** worden sein. Um diese Weiterentwicklung sichtbar zu machen, **müssen zum Vergleich Arbeiten aus der Zeit vor 2021 gezeigt und entsprechend markiert** werden.

CON 5 OTC Großflächenplakat / Citylightposter

Hier können alle 18/1-Plakate oder Citylightposter aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden.

CON 6 OTC TV- und Internet-Spots

Hier können alle TV- und Internet-Spots aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden.

CON 7 OTC Radio-Spots

Hier können alle Radiospots aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden.

CON 8 OTC Digitale Medien

Hier können alle digitalen Medien, z.B. Newsletter, Banner, Native Advertising etc., eingereicht werden.

HW MEDIZINPRODUKTE

CON 9 Medizinprodukte

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen für CE-zertifizierte Medizinprodukte der Kategorien I und IIa aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden, die sich direkt an Betroffene wenden, gerne auch TV, Film, Radio und digitale Kommunikation. In diese Kategorie gehören z.B. Hörgeräte, Zahnspangen, Rollstühle, Fieberthermometer, Verbandsmaterial etc.

HW DiGA

CON 10 Digitale Gesundheitsanwendung (DiGA)

Hier können alle DiGAs und/oder die Kommunikation zu DiGAs eingereicht werden.

HW DENTAL- / ORAL-CARE

CON 11 Dental- / Oral-Care

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 eingereicht werden, die sich direkt an Betroffene wenden, gerne auch Film, Radio und rein digitale Kommunikation.

HW TIERMEDIZIN

CON 12 Tiermedizin

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 zu frei verkäuflichen Tierarzneien oder zu Produkten um die Tiergesundheit eingereicht werden, die sich direkt an Betroffene wenden, gerne auch mit digitalen Elementen oder rein digitale Kommunikation.

HW DIÄTETISCHE LEBENSMITTEL / NAHRUNGSERGÄNZUNG

CON 13 Diätetische Lebensmittel / Nahrungsergänzung

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 zu diätetischen Lebensmitteln und Präparaten zur Nahrungsergänzung eingereicht werden, die sich direkt an Consumer wenden. Gerne auch TV, Film, Radio und digitale Kommunikation.

HW APOTHEKENKOSMETIK

CON 14 Apothekenkosmetik

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 zum Thema Apothekenkosmetik eingereicht werden, die sich direkt an Consumer wenden. Gerne auch TV, Film, Funk und digitale Kommunikation.

HW PATIENTENINFORMATIONSKAMPAGNE VON ORGANISATIONEN

CON 15 Patienteninformationskampagne von Organisationen

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 von Organisationen eingereicht werden, die Healthcare zum Thema haben und die sich direkt an Betroffene wenden, gerne auch TV, Film, Radio und digitale Kommunikation.

HW SOZIALE KAMPAGNE

CON 16 Soziale Kampagne

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen aus dem Jahr 2021/22 zu sozialen Healthcare-Themen eingereicht werden. Die Kampagnen müssen nachweislich in relevantem Umfang geschaltet worden sein. Alle möglichen Kanäle sind erwünscht, z. B. Anzeige(n), Banner, Websites, Apps, Videoformate, Poster, Plakate, TV-Spots, digitale Projekte etc.

HW IMAGEWERBUNG

CON 17 Imagewerbung

Hier können alle Imagekampagnen aus dem Healthcare-Bereich eingereicht werden, die in nachweislich relevantem Umfang veröffentlicht worden sind – unabhängig davon, ob es sich um Imagewerbung für Firmen, Verlage, Institutionen, Dienstleister oder Produkte handelt. Es können Arbeiten aus allen Kanälen (Print, TV, Radio, Digital) eingereicht werden. **Ausdrücklich ausgeschlossen sind Kampagnen/Eigendarstellungen für Werbeunternehmen (z. B. Agenturen).**

HW FREIE KATEGORIE

CON 18 Freie Kategorie

In dieser Kategorie können alle Werbemittel eingereicht werden, die den anderen Kategorien aus dem Bereich „Health OTC & Wellness“ Zielgruppe Consumer, nicht klar zuzuordnen sind. Darunter fallen auch Projekte aus dem Bereich Guerilla-Marketing. **Das Einreichen eines Projektes in einer Freien Kategorie schließt eine zusätzliche Einreichung dieses Projektes in einer anderen Kategorie des Awards aus.**



Einsendefrist & Teilnahmegebühren

- 1** Für Einreichungen, die **bis einschließlich 04. April 2022** auf der COMPRIX-Website hochgeladen werden, beträgt die Teilnahmegebühr je Einreichung **270 €** zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.
- 2** Für Einreichungen, die **vom 05. April bis einschließlich 09. Mai 2022** hochgeladen werden, beträgt die Teilnahmegebühr je Einreichung **340 €** zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.
- 3** Für Einreichungen, die **vom 10. Mai bis zum Einsendeschluss am 30. Mai 2022** hochgeladen werden, beträgt die Teilnahmegebühr je Einreichung **390 €** zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Es können **weitere Kosten** für Boards (30 € pro Stück) und COMPRIX-Jahrbuch (680 € pro Seite) entstehen. Weitere Details finden Sie auf den folgenden Seiten.

Teilnehmer, die mehrere Projekte einreichen möchten, können dies gerne sukzessive tun. Das heißt, bereits fertiggestellte Einreichungen können bis zum 04. April 2022 oder bis zum 09. Mai 2022 hochgeladen werden und eventuelle „Nachzügler-Projekte“ dann bis zum 30. Mai 2022.

Alle Einreichungen sind über folgenden Link hochzuladen: **award.comprix.com**

Veranstalter ist die COMPRIX GbR

Die Beiräte des COMPRIX:



Michael Bollessen
(Berlin-Chemie)



Thomas Bruchhäuser
(movendi)



Dr. Giuseppe Gianni
(BRAND HEALTH)



Markus Hanauer
(Spirit Link)



Marek Hetmann
(Deutscher Ärzteverlag)



Winfried Krenz
(Schmittgall HEALTH)



Dr. Hendrik Pugge
(Springer Medizin)



Mike Rogers
(Serviceplan Health & Life)



Karsten Rzepka
(PEIX Healthcare Communication)



Thomas Schmidt-Bieber
(Schmidt-Bieber Communication)



Roger Stenz
(Scholz & Friends Health)



Christoph Witte
(PINK CARROTS Communications)

Teilnahmebedingungen

Teilnahmeberechtigt sind alle im Healthcare-Markt tätigen Unternehmen und Agenturen des deutschsprachigen Raumes. Das können Firmen der Branchen Pharmazie, Medizintechnik, Dental oder sonstiger Anbietergruppen (z. B. Verlage, Functional Food) sein. Der Teilnehmer versichert, dass die eingesandten Arbeiten keine vertraulichen Informationen (auch von Dritten) enthalten.

Zum Wettbewerb sind Arbeiten zugelassen, die im Jahr **2021 oder in 2022 bis zum Einsendeschluss des Awards** in Deutschland, Österreich oder der Schweiz nachweislich in relevantem Umfang veröffentlicht und verbreitet wurden. Ausdrücklich ausgeschlossen für alle Kategorien sind Kampagnen / Eigendarstellungen für Werbeunternehmen (z. B. Agenturen).

Jegliche Einreichung (Board / Film / Sound) muss frei sein von Agenturbranding / Agenturlogo. Die vom COMPRIX produzierten Boards Ihrer Einreichungen werden bei der Jury-sitzung und bei der Festausstellung (falls Ihre Einreichung zu den Finalisten oder den Gewinnern gehört) ausgestellt. Die Boards verbleiben beim COMPRIX.

Kriterien

Bewertet werden die eingesandten Arbeiten nach folgenden Kriterien:

- **Umsetzung einer klaren Positionierung**
- **Originalität und Aufmerksamkeitswert**
- **Verständlichkeit; Qualität der Gestaltung**
- **Emotionalität und Sympathie**

In der Kategorie Kampagne wird außerdem die Durchgängigkeit der Werbeidee im Sinne von integrierter Kommunikation bewertet. Im Bereich Direktmarketing ist die Schaffung von Dialoganreizen ein zusätzliches Bewertungskriterium. In den Kategorien „laufend“ wird die kreative Weiterentwicklung einer Kampagne bewertet.

Der COMPRIX ist ein Preis für kreative Healthcare-Kommunikation. Im Vordergrund steht daher die Kreativität der Idee. Dennoch müssen die eingereichten Arbeiten auch in nachweislich relevantem Umfang in den Medien umgesetzt worden sein. Die Jury behält sich daher vor, Arbeiten vom Award auszuschließen, die nicht in nachweislich relevantem Umfang geschaltet worden sind oder sogar nur eigens zur Teilnahme an dem Award entwickelt wurden (sog. Fake-Einreichungen). In Zweifelsfragen wird die Jury die Relevanz der medialen Umsetzung prüfen und bei Nichterfüllung der Bedingungen Arbeiten nachträglich (nach der Jurierung) vom Award ausschließen.

Die Entscheidung der Jury erfolgt unter Ausschluss des Rechtsweges. Die Wettbewerbsteilnehmer erkennen durch ihre Teilnahme die hier genannten Wettbewerbsbedingungen an.

Preise

In jeder Kategorie können für jeden Einzelbereich ein oder mehrere Gold-Awards vergeben werden oder auch kein Gold-Award. Die Vergabe von Sonderauszeichnungen behält sich die Jury vor. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Preisverleihung

Die Preisverleihung findet am 16. September 2022 statt.

Alle Teilnehmer, die in die Endausscheidung kommen, werden vor der Preisvergabe rechtzeitig informiert. Die Gewinner werden jedoch nicht vor der Preisverleihung bekannt gegeben.

Alle Teilnehmer des Wettbewerbs können an der Abendveranstaltung teilnehmen. Einzelheiten zur Preisverleihung werden rechtzeitig unter www.comprix.de veröffentlicht oder können beim Veranstalter erfragt werden.

Veröffentlichung, Rechteeinräumung und -versicherung

Die Teilnehmer erklären sich ausdrücklich mit der Veröffentlichung ihrer Arbeiten auf der COMPRIX-Website, während der Preisverleihung und im Rahmen eines Dokumentationsbandes (COMPRIX-Jahrbuch) einverstanden, wenn diese mit einem Gold-Award ausgezeichnet oder als Finalist nominiert worden sind.

Der Kostenanteil des Einreichers für das COMPRIX-Jahrbuch beträgt 680 € je publizierte Buchseite zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer (Finalist: 1 Seite 4c, Gold-Award: 2 Seiten 4c).

Der Teilnehmer räumt dem Veranstalter für diese Veröffentlichungen das nicht-exklusive, unbefristete, räumlich unbeschränkte Nutzungsrecht für alle etwaigen nach Urheber-, Geschmacksmuster-, Gebrauchsmuster-, Marken- und/oder aus einem anderen Schutzrecht schutzfähigen, eingesandten Arbeiten ein. Dies beinhaltet auch das Recht, die Arbeiten für diese Veröffentlichungen hinsichtlich Format und Abspiellänge abzuändern und sie im Original oder hierfür in abgeänderter Form zu nutzen, insbesondere zu vervielfältigen, zu veröffentlichen, zu verarbeiten, vorzuführen, zu übertragen und sie zum Betrieb auf bzw. mit Datenverarbeitungsanlagen und Datenverarbeitungsgeräten zu nutzen.

Der Teilnehmer versichert, berechtigt zu sein, die genannten Rechte einzuräumen und dass keine Rechte Dritter dem entgegenstehen. Soweit in den eingereichten Arbeiten Werke Dritter – auch auszugsweise – integriert sind, versichert er, dass auch Gestattungen dieser Dritten vorliegen und wird geeignete Nachweise hierüber auf Anforderung beibringen.



Einreichungsbedingungen

Boards

Alle Seiten eines PDFs / Einreichung müssen dieselbe Ausrichtung haben. Alle Seiten im Hochformat oder alle Seiten im Querformat. Eine Einreichung mit gemischten Ausrichtungen wird nicht akzeptiert.

Boards Hochformat

- Druckfähiges PDF, 500 x 700 mm + umlaufend 3 mm Beschnitt, ohne Schnittmarken
- Auflösung: 200–300 dpi, Druck in 4c – keine Sonderfarben, ISO Coated v2
- An den unteren Rand Ihres Motiv fügen Sie bitte einen 15 mm hohen Weißraum ein (Motiv: 500 x 685 mm +15 mm Weißraum) und notieren dort folgende Informationen in schwarzer Schrift Arial Bold, 20 pt, linksbündig:
Kategorie und Anzahl der Boards wie hier im Beispiel dargestellt: PM HCP 3 / Board 1 von 5
- Die maximale Anzahl an Boards beträgt 1 oder 5 Stück (je nach Kategorie),
befinden sich mehr Seiten im PDF werden diese nicht mit produziert.

Boards Querformat

- Druckfähiges PDF, 700 x 500 mm + umlaufend 3 mm Beschnitt, ohne Schnittmarken
- Auflösung: 200–300 dpi, Druck in 4c – keine Sonderfarben, ISO Coated v2
- An den rechten Rand Ihres Motiv fügen Sie bitte einen 15 mm hohen Weißraum ein (Motiv: 685 mm +15 mm Weißraum x 500 mm) und notieren dort folgende Informationen in schwarzer Schrift Arial Bold, 20 pt, oben:
Kategorie und Anzahl der Boards wie hier im Beispiel dargestellt: PM HCP 3 / Board 1 von 5
- Die maximale Anzahl an Boards beträgt 1 oder 5 Stück (je nach Kategorie),
befinden sich mehr Seiten im PDF werden diese nicht mit produziert.

Boards mit QR-Code

Gemischte Einreichungen Print & Digital

Bei Einreichungen, die sowohl Print- als auch digitale / Online-Elemente beinhalten, gelten besondere Vorgaben:

- Die Einreichung erfolgt mittels Boards und digitalen Assets
- Auf einem Board muss das digitale Asset bildlich, z. B. via Screenshot, dargestellt sein und ein QR-Code zum digitalen Element in der Größe von 5 x 5 cm in der linken unteren Ecke eingefügt werden

Ergänzende Materialien (3D)

Sie können optional ergänzendes Material wie Give-aways, Mailing-Material, Aufsteller etc. an uns senden. Bitte legen Sie die Bestätigungs-E-Mail den Materialien direkt bei.

Die Unterlagen müssen bis spätestens **01. Juni 2022** bei folgender Adresse eintreffen:

Deutscher Ärzteverlag
COMPRIX z. Hd. Mario Mans
Dieselstraße 2
50859 Köln

Ihre Materialien verbleiben beim COMPRIX.

Case-Film und Film-Spots

- Casefilm mit einer maximalen Dauer von 3 min, Spots bitte in Originallänge.
- Format mp4, H264 Codec, Full HD, Auflösung 1.920x1.080 px, 10.000 kbit/s Datenrate

Radio-Spots

- Reichen Sie bitte die Spots in Originallänge und als wav.-File ein.

Digitale Assets

- Bitte stellen Sie alle Information zu Ihren digitalen Assets online zur Verfügung. Dies kann eine Website, ein Film, ein PPT oder ein PDF oder eine Kombination daraus über das eingereichte Projekt sein.
- Diese Elemente müssen zur Ansicht, NICHT als DOWNLOAD, bereitgestellt werden.
- Tragen Sie Ihre URL / Link (und optional auch Benutzername und Passwort), die zu den Elementen Ihrer Einreichung führen, in die entsprechenden Felder ein. Die Links müssen ab Einreichung bis zum 16. September 2022 zur Verfügung stehen.
- Bei gemischten Einreichungen (Print und digital) muss auf einem Board das digitale Asset bildlich dargestellt werden, sowie ein QR-Code eingefügt werden (5 x 5 cm unten links).

COMPRIX-Visual

Zur Darstellung der Gewinner und Finalisten (bei der Preisverleihung und ggf. Online-Ausstellung) benötigen wir ein Keyvisual-Motiv Ihrer Einreichung – Ihr COMPRIX-Visual:

- 1 Motiv, 300 dpi, JPG, RGB, 210 x 297 mm, Hoch- oder Querformat

KATEGO-RIE	KATEGORIENAME	Boards	Boards mit QR-Code	Ergänzende Materialien (3D)
PM HCP 1	Fachanzeige / Key-Visual	1		
PM HCP 2	Anzeigen- bzw. Key-Visual-Strecke	max. 5		
PM HCP 3	Integrierte Kampagne neu	max. 5	optional	optional
PM HCP 4	Integrierte Kampagne laufend	max. 5	optional	optional
PM HCP 5	Awareness-Kampagne & Patienten-Support-Programm (PSP)	max. 5	optional	optional
PM HCP 6	Post-Mailing	max. 5		optional
PM HCP 7	Digital-Learning			
PM HCP 8	Website			
PM HCP 9	Mobile Applikation (App)			
PM HCP 10	Digitale Medien			
PM HCP 11	Dental- / Oral-Care	max. 5	optional	optional
PM HCP 12	Tiermedizin	max. 5	optional	optional
PM HCP 13	Apotheke	max. 5	optional	optional
PM HCP 14	Außendienst-Unterstützung	max. 5	optional	optional
PM HCP 15	Events			
PM HCP 16	Freie Kategorie	max. 5	optional	optional
PM CON 1	Rx Awareness	max. 5	optional	optional
PM CON 2	Rx PSP-Programme	max. 5	optional	optional
PM CON 3	Dental- / Oral-Care	max. 5	optional	optional
PM CON 4	Freie Kategorie	max. 5	optional	optional

KATEGO-RIE	KATEGORIENAME	Boards	Boards mit QR-Code	Ergänzende Materialien
HW HCP 1	OTC Apothekerkampagne	max. 5	optional	optional
HW HCP 2	OTC Arztkampagne	max. 5	optional	optional
HW HCP 3	Medizinprodukte	max. 5	optional	optional
HW HCP 4	Digitale Gesundheitsanwendung (DiGA)			
HW HCP 5	Dental-/Oral Care	max. 5	optional	optional
HW HCP 6	Tiermedizin	max. 5	optional	optional
HW HCP 7	Diätetische Lebensmittel/Nahrungsergänzung	max. 5	optional	optional
HW HCP 8	Apothekenkosmetik	max. 5	optional	optional
HW HCP 9	Freie Kategorie	max. 5	optional	optional
HW CON 1	OTC Anzeige / Key-Visual	1		
HW CON 2	OTC Anzeigen- bzw. Key-Visual-Strecke	max. 5		
HW CON 3	OTC Integrierte Kampagne neu	max. 5	optional	optional
HW CON 4	OTC Integrierte Kampagne laufend	max. 5	optional	optional
HW CON 5	OTC Großflächenplakat / Citylightposter	max. 5		
HW CON 6	OTC TV- und Internet-Spots			
HW CON 7	OTC Radio-Spots			
HW CON 8	OTC Digitale Medien			
HW CON 9	Medizinprodukte	max. 5	optional	optional
HW CON 10	Digitale Gesundheitsanwendung (DiGA)			
HW CON 11	Dental- / Oral-Care	max. 5	optional	optional
HW CON 12	Tiermedizin	max. 5	optional	optional
HW CON 13	Diätetische Lebensmittel / Nahrungsergänzung	max. 5	optional	optional
HW CON 14	Apothekenkosmetik	max. 5	optional	optional
HW CON 15	Patienteninformationskampagnen von Organisationen	max. 5	optional	optional
HW CON 16	Soziale Kampagne	max. 5	optional	optional
HW CON 17	Imagewerbung	max. 5	optional	optional
HW CON 18	Freie Kategorie	max. 5	optional	optional



PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE

Jury-Präsident (nicht stimmberechtigt)
Winfried Krenz (Schmittgall HEALTH)

Verlage

Marek Hetmann (Deutscher Ärzteverlag)
Dr. Hendrik Pugge (Springer Medizin Verlag)

Industrie

Fabian Bayer (Lilly Deutschland)
Michael Bollessen (Berlin-Chemie)
Anna Bruns (Dentsply Sirona)
Manuel Correa Larnaudie (Novo Nordisk Pharma)
Daria Hebgen (Roche Pharma)
Hanno Waldhauser (CSL Behring)
Susann Weber (AstraZeneca)
Martin Wider (Ottobock)
Jan Zimmermann (Shionogi)

Agenturen

Sabine Baur (Havas Life Bird & Schulte)
Florian Bernsdorf (Serviceplan Health & Life)
Bärbel Biwald (BOOSTing Communications)
Gunther Brodhecker (Schmittgall HEALTH)
Burghard Drews (antwerpes)
Stefanie Dürnberger (DDB Health)
Alfred Ernst (BRAND HEALTH)
Channie Hansen (greyhealth group)
Patrick Held (PEIX Health Group)
Anika Preiser (Spirit Link)
Sabine Raab (Schmidt-Bieber Communication)
Roger Stenz (Scholz & Friends Health)
Dr. Natascha Terp (2strom – Die Healthcare Agentur)
Swea von Mende (von Mende Marketing)
Stefanie Wolter (PINK CARROTS Communications)

Redaktion

Wolfgang Dame (Pharma Relations)
Hanna Sachse (PM Report)

HEALTH OTC & WELLNESS

Jury-Präsident (nicht stimmberechtigt)
Mike Rogers (Serviceplan Health & Life)

Verlage

Marion Bornemann (Springer Medizin Verlag)
Udo Radzio (Burda Community Network)
Elmar Tentesch (Media Impact)

Industrie

Julia Bauer (Hexal)
Andreas Drexler (MCM Klosterfrau)
Kathrin Leim (Engelhard Arzneimittel)
Dr. Christoph Sandmann (Heel)
Vanessa Tscholl (LINDA)

Agenturen

Patrick Ackmann (WEFRA LIFE)
Thomas Auerswald (McCann Worldgroup)
Nicole Bode (PEIX Health Group)
Christoph Bohlender (MENSCH Kreativagentur)
Karen Gallist (Schmittgall HEALTH)
Dr. Giuseppe Gianni (BRAND HEALTH)
Sven Hartmann (Serviceplan Health & Life)
Jens-Christian Jensen (Digitas Pixelpark)
Hans-Henning Lorenz (WHITECROSS)
Georgios Manolidis (cyperfection)
Uwe Marquardt (Scholz & Friends Health)
Andreas Moser (CAKE Health, Österreich)
Sebastian Rothgerber (PINK CARROTS Communications)
David Salinas (ISGRO Gesundheitskommunikation)
Olaf Tegtmeier (Pfadfinder Kommunikation)
Johannes Vogl (TLGG)

Redaktion

Anna Jäger (Healthcare Marketing)

In Zusammenarbeit mit: Vera Richter und Mario Mans

UNTERSTÜTZT VON



VITALIS PR



COMPRIX GbR, Dieselstraße 2, 50859 Köln
Kontakt: Vera Richter, **Telefon** 04621 39 29 900
info@comprix.de, www.comprix.de

Gesellschafter: Medipress Verlags-GmbH, Schmidt-Bieber Communication, Schmittgall Werbeagentur GmbH,
Springer Medizin Verlag, Sitz: Köln, UST-IdNr: DE220382067