



Kreative Healthcare-Kommunikation

Presse-Information

COMPRIX 2023 gestartet

**Healthcare-Kreativ-Wettbewerb auch im 31. Jahr „State of the Art“
+++ Konsequente duale Struktur +++ 2 Bereiche +++ 2 Zielgruppen
+++ 2 Jurys +++ 48 Kategorien +++ Digital voll integriert +++
YOUNG COMPRIX für Nachwuchstalente +++ Jetzt einreichen!**

Köln, 15. Februar 2023. Healthcare-Kommunikation ist das „Kerngeschäft“ des COMPRIX, des wichtigsten Kreativ-Wettbewerbs im deutschsprachigen Gesundheitsmarkt. Der COMPRIX geht am 15. Februar 2023 erneut an den Start und ruft Unternehmen, Agenturen, Auftraggeber, Verlage und Berater dazu auf, sich dem Wettbewerb – bis spätestens 17. April – zu stellen: mit ihren besten und kreativsten Werbemitteln und Kampagnen, Anzeigen, Radio- und TV-Spots, Online-, Multimedia- und weiteren Kommunikations-Maßnahmen, die in den Jahren 2022 und 2023 bis zum Einsendeschluss veröffentlicht wurden. Die Besten und Kreativsten der Finalisten werden dann am 1. September 2023 bei der Gala zur Preisverleihung in Köln mit den begehrten COMPRIX GOLD AWARDS ausgezeichnet.

2023 setzt der COMPRIX seine im Vorjahr erstmals erfolgreich praktizierte schlanke und duale Struktur mit den Bereichen „PM“ und „HW“ sowie der vollständigen Integration digitaler Kommunikation und zwei Jurys mit ihren Präsidenten Winfried Krenz und Mike Rogers und insgesamt 53 Juroren fort.

Kreativen Nachwuchstalenten stellt der YOUNG COMPRIX 2023 die Frage „ARE YOU SICK ENOUGH FOR HEALTHY IDEAS?“. Der Wettbewerb will damit dieses Jahr besonders Studierende (auch im dualen Studium) und Auszubildende motivieren, ihre exzellenten und kreativen Arbeiten und Kampagnen – als maximal 3-minütigen Film – auf der COMPRIX Award-Plattform „award.comprix.com“ hochzuladen und damit ihre Chance zu nutzen, einen oder mehrere COMPRIX GOLD AWARDS zu gewinnen. Bei der Bewertung der Einreichungen zum YOUNG COMPRIX steht die Kreativität der Idee im Vordergrund. Eine Orientierung an den für den COMPRIX vorgegebenen Kategorien ist dafür nicht erforderlich. YOUNG COMPRIX Gewinner werden zur Preisverleihung am 1. September 2023 zu einem Wochenende für zwei Personen nach Köln eingeladen.



Duale Struktur mit den Bereichen „PM“ und „CON“

Im PM-Bereich „PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE“ können Kampagnen und Werbemittel für verschreibungspflichtige Arzneimittel und für Medizinprodukte (der Klassen III und IIb) eingereicht werden. Der HW-Bereich „HEALTH OTC & WELLNESS“ steht offen für Kampagnen und Werbemittel für alle nicht verschreibungspflichtigen Arzneimittel, Medizinprodukte (der Klassen I und IIa), Health- und Wellness-Produkte und -Projekte. In diesen beiden Bereichen wird dann jeweils unterschieden, ob sich die Kommunikation an Healthcare Professionals (HCP) richtet oder an Consumer (CON). Darunter finden sich dann die einzelnen Einreichungs-Kategorien: 21 für HCP in PM & HW und 27 für CON in PM & HW – insgesamt 48 an der Zahl.

PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE (PM) für HCP und CON

Für PM/HCP sind das: Humanmedizin, Dental-/Oral-Care, Tiermedizin, Apotheke, Außendienst-Motivation, Events, Imagewerbung und Freie Kategorie. Für PM/CON sind es: Rx Awareness, Rx-Patienten-Support-Programme (PSP), Dental-/Oral-Care und Freie Kategorie.

HEALTH OTC & WELLNESS (HW) für HCP und CON

Für HW/HCP sind das: Humanmedizin, Medizinprodukte, DiGA, Dental-/Oral-Care, Tiermedizin, Diätetische Lebensmittel/Nahrungsergänzung und Apothekenkosmetik und Freie Kategorie. Für HW/CON sind es: OTC-Humanmedizin, Medizinprodukte, DiGA, Dental-/Oral-Care, Tiermedizin, Diätetische Lebensmittel/Nahrungsergänzung, Apothekenkosmetik, Patienteninformationskampagne von Organisationen, Soziale Kampagne, Imagewerbung und Freie Kategorie.

Fünf Leitfragen führen zur richtigen Kategorie

Der COMPRIX bietet **fünf Leitfragen** an, die es Einreichenden für den 2023er Wettbewerb erleichtert, sich in dieser Struktur optimal orientieren zu können. Und wenn dann immer noch Fragen offen sein sollten, stehen die Veranstalter per E-Mail (info@comprix.de) und telefonisch (04621-3929900) gerne mit Rat und Tat zur Verfügung. So kann sicher für jedes kreative Projekt der Healthcare-Kommunikation aus 2022 und 2023 eine passende COMPRIX-Kategorie gefunden werden.



Kreative Healthcare-Kommunikation

Seite 3 / ...

Einreichungen, Gebühren und Fristen

Der Einreichungsprozess erfolgt ausschließlich online und digital über **award.comprix.com**. Für Einreichungen **vom 15. Februar bis einschließlich 10. März 2023** beträgt die Teilnahmegebühr je Einreichung 270 Euro (zzgl. MWSt.), **vom 11. März bis einschließlich 27. März 2023** sind es 340 Euro (zzgl. MWSt.) und **vom 28. März bis zum Einsendeschluss am 17. April 2023** beläuft sich die Gebühr auf 390 Euro (zzgl. MWSt.). Wer mehrere Projekte einreichen möchte, kann dies **auch sukzessive** zu den verschiedenen Terminen und Gebühren und **bis spätestens am 17. April 2023** tun.

* * *

Statements der COMPRIX Jury-Vorsitzenden zum 31. COMPRIX 2023

Winfried Krenz: „Mit der neuen dualen Struktur hat der 30. COMPRIX im vergangenen Jahr sehr positive Erfahrungen gemacht und eine gute Vorlage für den 2023er Wettbewerb geliefert. Es ist uns gelungen, den größten Healthcare-Kreativ-Award im deutschsprachigen Raum noch präziser an die zeitgemäße Healthcare-Kommunikation anzupassen, so dass alle Einreichenden ihre Arbeiten jetzt besser denn je in der richtigen Kategorie platzieren können – in nur zwei Bereichen für jeweils zwei Zielgruppen – bei zugleich vollständiger Integration digitaler Elemente bzw. Kampagnen. Das Ganze erscheint dennoch komplex, ich bin mir aber sicher, dass alle Teilnehmenden – erfahrene und neue – sich problemlos in dem neuen Format zurechtfinden. Ich freue mich schon sehr auf all die kreativen Einreichungen und auf die Jurysitzungen im Sommer. Besonders freuen würde ich mich, wenn wir 2023 auch beim YOUNG COMPRIX möglichst viele junge Bewerbungen bewerten und prämiieren können.“

Winfried Krenz, *Vorsitzender der PM-Jury des COMPRIX 2023*
Schmittgall HEALTH

Mike Rogers: „Digital ist international längst ein fester Bestandteil einer jeden Healthcare-Kommunikation. Und das spiegelt sich auch beim COMPRIX in der Bewertung der eingereichten Arbeiten wider. Dass der COMPRIX nun Digital vollständig integriert hat, war so gesehen ein unabdingbarer und logischer Schritt. Mit der neuen integrierten dualen und digitalen Struktur ist der COMPRIX absolut State-of-the-Art. Wir haben mehr Klarheit, und die Einreichungen werden einfacher. Ich bin gespannt wie ein Flitzbogen auf maximale Kreativität, die mich in diesem Jury-Sommer 2023 begeistern wird.“

Mike Rogers, *Vorsitzender der HW-Jury des COMPRIX 2023*
Geschäftsführer Serviceplan Health & Life

... / Seite 4



Kreative Healthcare-Kommunikation

Seite 4 / ...

Über den COMPRIX

Mit dem COMPRIX – dem etabliertesten Preis für kreative Healthcare-Kommunikation, der 2023 zum 31. Mal vergeben wird – werden im deutschsprachigen Healthcare-Markt tätige Unternehmen, Agenturen, Auftraggeber, Verlage und Berater prämiert. Ausgezeichnet werden ihre besten und kreativsten Werbemittel und Kampagnen, Anzeigen, Radio- und TV-Spots, Online-, Multimedia- und anderen Kommunikationsmaßnahmen.

Der Preis für kreative Healthcare-Kommunikation wird ausgerichtet vom COMPRIX-Beirat, dem das Unternehmen Berlin-Chemie, die Verlage Deutscher Ärzteverlag und Springer Medizin sowie die Agenturen BOOSTing Communication, BRAND HEALTH, movendi, PEIX Healthcare Communication, PINK CARROTS Communications, Schmidt-Bieber Communication, Schmittgall HEALTH, Scholz & Friends Health, Serviceplan Health & Life und Spirit Link angehören.

* * *

Kontakt: Vera Richter, COMPRIX Geschäftsstelle, Dieselstraße 2, 50859 Köln
Telefon: 04621-39299-00 / Fax: -01, E-Mail: richter@comprix.de

Redaktion: Michael Martell, VITALIS PR, Frankfurt am Main