

Bitte alle Arbeiten digital unter
award.comprix.com einreichen

EINLADUNG ZUM 31.- WETTBEWERB 2023

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

ACHTUNG: Bitte immer die
richtige Kategorie
auswählen!



Kreative Healthcare-Kommunikation

ZWEI Bereiche – 48 Kategorien

Zur 30. Auflage 2022 hatte sich der COMPRIX eine neue Struktur gegeben, die beibehalten wird. Es bleibt bei nur noch zwei Bereichen mit unterschiedlichen Zielgruppen:

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:**



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.



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.

Bitte achten Sie darauf, dass Ihre Arbeiten in den richtigen Bereichen und den richtigen Kategorien eingereicht werden! Bei Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

(info@comprix.de, Tel.: 04621 3929 900)

*** Einteilung der Medizinprodukte anhand von europäischen Richtlinien.**

	Klassen	Beispiele
Sehr hohes Risiko	III	Hüft- und Kniegelenkimplantate, Herzkatheter, Brustimplantate
Hohes Risiko	IIb	Introakularlinsen, 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>



Digital bleibt integriert!

Da es heute nahezu keine Kampagnen mehr ohne digitale Aktivitäten gibt, hat sich der COMPRIX-Beirat bereits im letzten Jahr entschieden, alle digitalen Arbeiten/Elemente in die beiden Bereiche zu integrieren. Bitte schauen Sie sich diese moderne 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 3929 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 oder nutzen Sie Ihren bereits bestehenden Account vom COMPRIX 2022 oder 2021.
- 3** Danach können Sie dort weitere Award-Informationen einsehen und Ihre Einreichungen anlegen, zusammenstellen, bearbeiten, zwischenspeichern und schließlich final und verbindlich einreichen.
- 4** Die Einreichung in den verschiedenen Kategorien erfolgt weiterhin via Film, webbasierter Präsentation und/oder via Boards. Für die Jury-Sitzung werden nur noch die Boards ausgedruckt, die es auf die Shortlist geschafft haben. Kosten je Board 30 €. Den Druck der Boards, die Sie als Druck-PDF übermitteln, übernimmt der COMPRIX für Sie. **Es werden keine selbst produzierten Pappen angenommen!**
- 5** Weitere Details zu den einzureichenden Formaten finden Sie ab Seite 12.
- 6** 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 2022 oder in 2023 bis zum Einsendeschluss nachweislich veröffentlicht worden sein.

PM HUMANMEDIZIN

HCP 1 Fachanzeige/Key-Visual

Hier können Fachanzeigen und digitale Key-Visuals aus dem Jahr 2022/23 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 2022 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 2022/23 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 e-Detailings, 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 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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-MOTIVATION

HCP 14 Außendienst-Motivation

Hier können alle Aktivitäten und Werbemittel, die den Außendienst motivieren, Produktkampagnen zu den HCPs zu tragen, eingereicht werden, z. B. (digitale) AD-Schulungsprogramme, Motivationsprogramme etc. Arbeiten dieser Kategorie können zusätzlich nur als Baustein einer integrierten Kampagne eingereicht werden.

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 IMAGEWERBUNG

HCP 16 Imagewerbung

Hier können alle Imagekampagnen aus dem Healthcare-Bereich eingereicht werden, die sich gezielt an HCPs richten und 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 Print und Digital eingereicht werden. **Ausdrücklich ausgeschlossen sind Kampagnen/Eigendarstellungen für Werbeunternehmen (z. B. Agenturen).**

PM FREIE KATEGORIE

HCP 17 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 2022 oder in 2023 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 2022/23 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 2022 oder in 2023 bis zum Einsendeschluss nachweislich veröffentlicht worden sein.

HW HUMANMEDIZIN

HCP 1 OTC Apothekerkampagne

Hier können Kampagnen für OTC-Arzneimittel aus dem Jahr 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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 2022 oder in 2023 bis zum Einsendeschluss nachweislich veröffentlicht worden sein.

HW OTC 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 2022/23 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 2022 gezeigt und entsprechend markiert** werden.

CON 5 OTC Großflächenplakat/Citylightposter

Hier können alle 18/1-Plakate oder Citylightposter aus dem Jahr 2022/23 eingereicht werden.

CON 6 OTC TV- und Internet-Spots

Hier können alle TV- und Internet-Spots aus dem Jahr 2022/23 eingereicht werden.

CON 7 OTC Radio-Spots

Hier können alle Radiospots aus dem Jahr 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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 2022/23 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. **Das Einreichen eines Projektes in der Kategorie Soziale Kampagne schließt eine zusätzliche Einreichung dieses Projektes in einer anderen Kategorie des Awards aus.**

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. Imagewerbung, die sich speziell an HCPs richtet, bitte in der Kategorie PM HCP 16 einreichen. **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.**



Timing & Teilnahmegebühren

- 1** Für Einreichungen, die **bis einschließlich 10. März 2023** auf der COMPRIX-Website hochgeladen werden, beträgt die Teilnahmegebühr je Einreichung **270 €** zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.
- 2** Für Einreichungen, die **vom 11. März bis einschließlich 27. März 2023** hochgeladen werden, beträgt die Teilnahmegebühr je Einreichung **340 €** zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.
- 3** Für Einreichungen, die **vom 28. März bis zum Einsendeschluss am 17. April 2023** 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 10. März 2023 oder bis zum 27. März 2023 hochgeladen werden und eventuelle „Nachzügler-Projekte“ dann bis zum 17. April 2023.

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

Nach Abschluss der Einreichungszeit beginnt die Jurierungsphase:

In der 1. Jurierungsrunde sichten und bewerten die Jurys alle Einreichungen mittels eines digitalen Voting-Tools und entscheiden darüber, welche der Einreichungen auf die Shortlist kommen und damit zu den Finalisten 2023 zählen.

In der 2. Jurierungsrunde sichten und bewerten die Jurys in Präsenzmeetings mit Ausstellung alle Shortlist-Projekte und befinden über die Award-Gewinner.

Die Shortlist wird im Juni 2023 bekanntgegeben. Die Award-Gewinner werden im Rahmen der Preisverleihung am 1. September 2023 in Köln bekanntgegeben.

Im Anschluss folgt die Produktion des COMPRIX-Jahrbuchs 2023. In diesem Dokumentationsband des Jahrgangs 2023 stellen alle Finalisten und Gewinner ihre Projekte vor (siehe auch S. 11).

Veranstalter ist die COMPRIX GbR

Die Beiräte des COMPRIX:

- **Dr. Dörthe Besse** (BOOSTing Communication)
- **Michael Bollessen** (Berlin-Chemie)
- **Thomas Bruchhäuser** (movendi)
- **Dr. Giuseppe Gianni** (BRAND HEALTH)
- **Markus Hanauer** (Spirit Link)
- **Marek Hetmann** (Deutscher Ärzteverlag)
- **Dr. Hendrik Puge** (Springer Medizin)
- **Mike Rogers** (Serviceplan Health & Life)
- **Karsten Rzepka** (PEIX Healthcare Communication)
- **Thomas Schmidt-Bieber** (Schmidt-Bieber Communication)
- **Florian Schmittgall** (Schmittgall HEALTH)
- **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 **2022 oder in 2023 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 (Texte/Board/Film/Sound) muss frei sein von Agenturnamen/Agenturbranding/Agenturlogo. Die vom COMPRIX produzierten Boards Ihrer Einreichungen werden bei der Jurysitzung 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 1. September 2023 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, Rechteinräumung 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 Gestaltungen dieser Dritten vorliegen und wird geeignete Nachweise hierüber auf Anforderung beibringen.



Einreichungsmaterialien

Damit Ihr Projekt beim COMPRIX teilnehmen und von den Jurys bewertet werden kann, benötigen wir von Ihnen folgende Materialien und Informationen:

- Kurzbeschreibung von Projekt, Ziel und Zielgruppe. Diese Kurztexte (je 250 Zeichen inkl. Leerzeichen) geben Sie direkt online in der Einreichungsplattform ein.
- Ein COMPRIX-Visual (Beschreibung siehe unten)
- Eine Darstellung Ihres Projektes, die es den Jurys leicht macht, das Besondere und Kreative Ihres Projektes zu erkennen und zu verstehen.
- Je nach Kategorie können Sie dafür Boards und/oder Case-Filme und/oder digitale Assets und/oder Original-Spots und/oder Original-Materialien einreichen. (Beschreibung siehe unten)
- Jegliche Einreichung (Texte, Board, Film, Sound) muss frei sein von Agenturnamen/Agenturbranding/Agenturlogo.

COMPRIX-Visual

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

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

Achtung,
Update!

Boards

Sie können je nach Kategorie bis zu 4 Boards gestalten, um den Jurys Ihr Projekt zu präsentieren. Nach der ersten digitalen Jurierungsrunde werden diejenigen Boards für die Jury-Sitzung ausgedruckt, die es auf die Shortlist geschafft haben. Den Druck der Boards, die Sie als Druck-PDF übermitteln, übernimmt der COMPRIX für Sie. Kosten je Board 30 € zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Alle Seiten eines PDFs pro 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 Motivs 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 4
- Die maximale Anzahl an Boards beträgt **1 oder 4 Stück** (je nach Kategorie), **befinden sich mehr Seiten im PDF, werden diese nicht mitproduziert.**

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 Motivs 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 4
- Die maximale Anzahl an Boards beträgt **1 oder 4 Stück** (je nach Kategorie), **befinden sich mehr Seiten im PDF, werden diese nicht mitproduziert.**

Achtung,
Update!

Case-Film

Sie können Ihr Projekt den Jurys in einem Case-Film präsentieren.

- Maximale Dauer: 2 min (120 sec)
- Bitte zwei Dateiformate einreichen:
 - Format mp4, H264 Codec, Full HD, Auflösung 1.920 x 1.080 px, 10 Mbit/sec**und**
 - Format mp4, H264 Codec, Auflösung 1.280 x 720 px, 6 Mbit/sec

Achtung,
Update!

Film-Spots

Reichen Sie bitte Ihren Film-Spot in Originallänge ein.

- Bitte zwei Dateiformate einreichen:
 - Format mp4, H264 Codec, Full HD, Auflösung 1.920 x 1.080 px, 10 Mbit/sec**und**
 - Format mp4, H264 Codec, Auflösung 1.280 x 720 px, 6 Mbit/sec

Radio-Spots

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

Digitale Assets

Wenn Sie ein digitales Asset einreichen, können Sie alternativ zu Board oder Case-Film alle Informationen zu Ihren digitalen Assets online zur Verfügung stellen. 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 1. September 2023 zur Verfügung stehen.

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 **18. April 2023** bei folgender Adresse eintreffen:

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

Ihre Materialien verbleiben beim COMPRIX.

PM

PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE

KATEGORIE	KATEGORIENAME	Boards	Ergänzende Materialien (3D)
PM HCP 1	Fachanzeige / Key-Visual	1	
PM HCP 2	Anzeigen- bzw. Key-Visual-Strecke	max. 4	
PM HCP 3	Integrierte Kampagne neu	optional, max. 4	optional
PM HCP 4	Integrierte Kampagne laufend	optional, max. 4	optional
PM HCP 5	Awareness-Kampagne & Patienten-Support-Programm (PSP)	optional, max. 4	optional
PM HCP 6	Post-Mailing	max. 4	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	optional, max. 4	optional
PM HCP 12	Tiermedizin	optional, max. 4	optional
PM HCP 13	Apotheke	optional, max. 4	optional
PM HCP 14	Außendienst-Motivation	optional, max. 4	optional
PM HCP 15	Events		
PM HCP 16	Imagewerbung	optional, max. 4	optional
PM HCP 17	Freie Kategorie	optional, max. 4	optional
PM CON 1	Rx Awareness	optional, max. 4	optional
PM CON 2	Rx PSP-Programme	optional, max. 4	optional
PM CON 3	Dental-/ Oral-Care	optional, max. 4	optional
PM CON 4	Freie Kategorie	optional, max. 4	optional

HW

HEALTH OTC & WELLNESS

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



PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE

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

Verlage

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

Industrie

Adel Ahmad Anwar (Lilly Deutschland)
Michael Bollessen (Berlin-Chemie)
Dr. Kim Miriam Dörr (Dentsply Sirona)
Manuel Correa Larnaudie (Novo Nordisk Pharma)
Hanno Waldhauser (CSL Behring)
Susann Weber (AstraZeneca)
Martin Wider (Ottobock)
Jan Zimmermann (Shionogi)

Agenturen

Florian Bernsdorf (Serviceplan Health & Life)
Dr. Dörthe Besse (BOOSTing Communication)
Gunther Brodhecker (Schmittgall HEALTH)
Burghard Drews (antwerpes)
Stefanie Dürnberger (DDB Health)
Marina Ernst (BRAND HEALTH)
Channie Hansen (greyhealth group)
Patrick Held (PEIX Health)
Swea von Mende (von Mende Marketing)
Anika Preiser (Spirit Link)
Yvonne Preller (Health4Brands)
Sabine Raab (Schmidt-Bieber Communication)
Maren Rau (PINK CARROTS Communications)
Roger Stenz (Scholz & Friends Health)
Dr. Natascha Terp (2strom – Die Healthcare Agentur)
Michael Wehnelt (DP-Medsystems)

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)

Industrie

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

Agenturen

Thomas Auerswald (McCann Worldgroup Deutschland)
Petra Berghäuser (PINK CARROTS Communications)
Bärbel Biwald (BOOSTing Communication)
Nicole Bode (PEIX Health)
Christoph Bohlender (MENSCH Kreativagentur)
Natalie Burger (WEFRA LIFE)
Karen Gallist (Schmittgall HEALTH)
Dr. Giuseppe Gianni (BRAND HEALTH)
Jens-Christian Jensen (Digitas Pixelpark)
Mathias Jester-Pfadt (Serviceplan Health & Life)
Hans-Henning Lorenz (WHITECROSS)
Georgios Manolidis (cyperfection)
Uwe Marquardt (Scholz & Friends Health)
Andreas Moser (CAKE Health)
David Salinas (ISGRO Gesundheitskommunikation)
Olaf Tegtmeier (Pfadfinder Kommunikation)

Redaktion

Anna Jäger (Healthcare Marketing)

In Zusammenarbeit mit: Vera Richter und Mario Mans

UNTERSTÜTZT VON



COMPRIX GbR, Dieselstraße 2, 50859 Köln
Kontakt: Vera Richter, **Telefon** 04621 3929 900
info@comprix.de, www.comprix.de

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