

EINLADUNG ZUM 32. WETTBEWERB 2024

JETZT EINREICHEN! +++ award.comprix.com +++ JETZT EINREICHEN! +++ award.comprix.com +++ JETZT EINREICHEN!



Kreative Healthcare-Kommunikation

Der COMPRIX-Award

Der COMPRIX ist der renommierteste Kreativwettbewerb für die Healthcare-Branche im deutschsprachigen Raum. Er zeichnet herausragende Werbekampagnen und Kommunikationsmaßnahmen im Bereich Gesundheit und Medizin aus. Der Wettbewerb wird jährlich veranstaltet und bietet Agenturen, Unternehmen, Institutionen und Organisationen die Möglichkeit, ihre kreativen Ideen und Konzepte zu präsentieren und von einer Fachjury bewerten zu lassen. Es ist eine großartige Gelegenheit, sich mit den Besten der Branche zu messen und im Expertenkreis intensiv auszutauschen.

Die Struktur des COMPRIX-Awards

Die Ausschreibung gliedert sich in **2 Hauptbereiche**:

PM	<p>Produktgruppe 1: PHARMA RX & Medizinprodukte Klasse IIb* und III. Hier können einzelne Werbeaktionen und Kampagnen für verschreibungspflichtige Medikamente und Medizinprodukte eingereicht werden.</p>
HW	<p>Produktgruppe 2: HEALTH OTC & Medizinprodukte Klasse I und IIa* & Wellness. Hier können einzelne Werbeaktionen und Kampagnen für alle nicht verschreibungspflichtigen Arzneimittel, Medizinprodukte, Health- & Wellnessprodukte und -projekte eingereicht werden.</p>

Jeder dieser 2 Hauptbereiche teilt sich in **2 Unterbereiche**:

HCP	<p>Zielgruppe 1: Healthcare Professionals (HCP), dazu zählen Ärzte, Zahnärzte, Tierärzte, Apotheker, die zugehörigen Teams und die Außendienste der Industrie.</p>
CON	<p>Zielgruppe 2: Consumer (CON), das sind alle Menschen, die als Verbraucher wie z. B. Patienten, Angehörige oder Betroffene, an Gesundheitsthemen interessiert sind.</p>

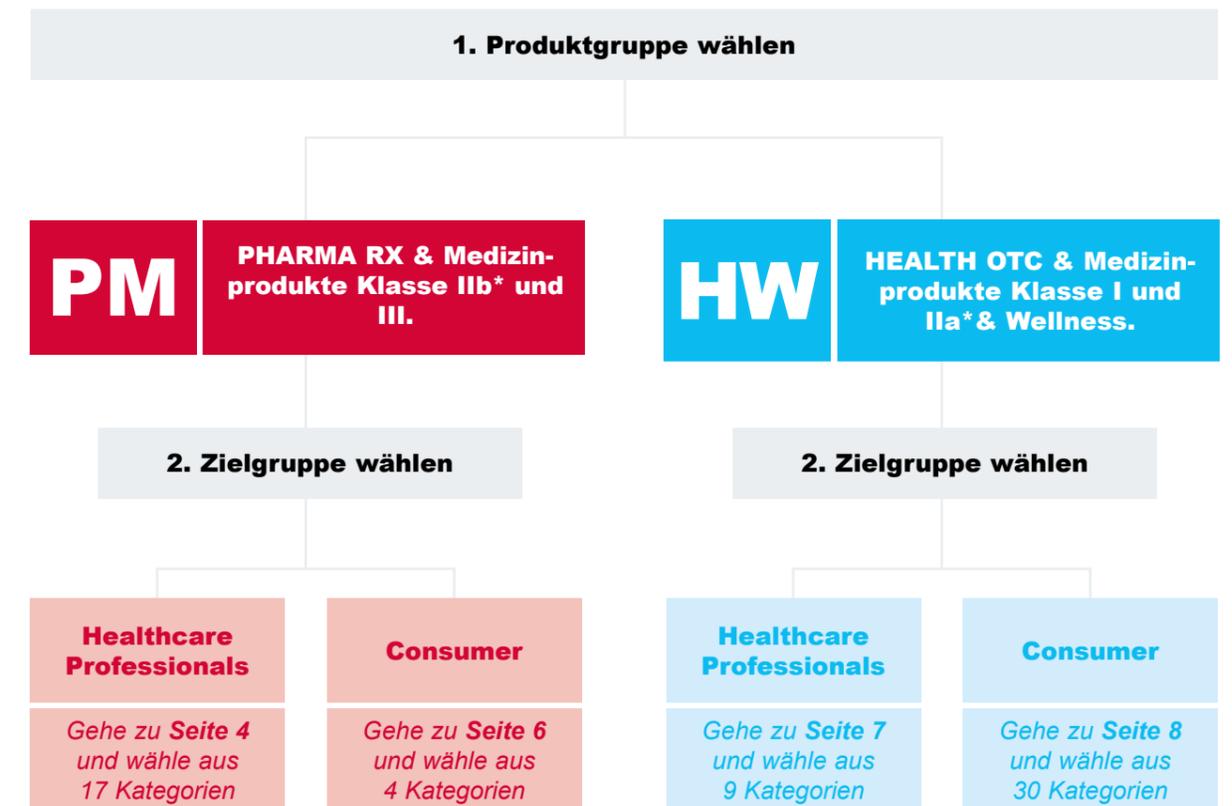
! Zu jedem Unterbereich gibt es unterschiedliche Kategorien, in die eingereicht werden kann. Siehe hierzu die **Seiten 4 bis 10**.

* Medizinprodukte – Einteilung gemäß europäischer Richtlinien

Risiko	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>

Wie finde ich die richtige Kategorie?



Einreichung – ausschließlich digital auf award.comprix.com

- Die Anmeldung und Einreichung erfolgt auf der COMPRIX-Award-Plattform **award.comprix.com**.
- Dort erhalten Sie eine **detaillierte Anleitung zum Einreichungsprozess**.
- Weitere Informationen und Details insbesondere zu den Einreichungsmaterialien und Formaten finden Sie auch ab Seite 12.

Einsendeschluss – Early Birds erhalten Rabatt

- 15. Februar – 05. März 2024 mit einer Teilnahmegebühr von 297 € pro Einreichung (zzgl. MwSt.)
- 06. März – 26. März 2024 mit einer Teilnahmegebühr von 374 € pro Einreichung (zzgl. MwSt.)
- 27. März – 15. April 2024 mit einer Teilnahmegebühr von 429 € pro Einreichung (zzgl. MwSt.)

! Alle Einreichungen müssen im Jahr 2023 oder in 2024 bis zum **Einsendeschluss nachweislich veröffentlicht worden sein**.

? **Fragen zur Einreichung – wir unterstützen Sie gerne**
E-Mail: info@comprix.de | Tel: 04621 3929 900

Produktgruppe

Pharma Rx-Produkte & Medizinprodukte Klasse IIb und III

Zielgruppe

Healthcare Professionals (HCP)

PM HUMANMEDIZIN

HCP 1 Fachanzeige/Keyvisual

Print oder digital, nur 1 Motiv.

HCP 2 Fachanzeige / Keyvisual Strecke

Print oder digital, mindestens 2 Motive einer Serie.

HCP 3 Integrierte Kampagne

Mindestens 3 Werbemittel (z. B. Anzeigen, Banner, Website, Außendienstmaterial, Patienteninformation, wissenschaftliche Werbemittel, e-Detailing, Post-Mailings, Apps, Videoformate etc.). Alle Kanäle und Formate möglich.

HCP 4 Awareness-Kampagne

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen zur Steigerung der Awareness für bestimmte Indikationen bei HCPs, z. B. in Vorbereitung auf Produkt-Launches oder Zulassungserweiterungen. Alle Kanäle und Formate möglich.

HCP 5 Patienten-Support-Programme (PSP)

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen zur Bewerbung von Support-Programmen bei HCPs. Alle Kanäle und Formate möglich.

HCP 6 Post-Mailing

Print-Mailing 1- oder mehr-stufig.

HCP 7 Digital-Learning

Digitale Schulungsmaterialien (z. B. e-Learnings, e-Detailings, Webinare, CME-Schulungen, Podcasts).

HCP 8 Websites

Websites für HCPs jeder Art.

HCP 9 Mobile Applikation (App)

Apps jeder Art und begleitende Kommunikation.

HCP 10 Digitale Medien

Alle digitalen Medien (z. B. Banner, kurze Animations-/Videoformate, Newsletter, Native Advertising, etc.).

PM DENTAL-CARE / ORAL-CARE

HCP 11

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Zahnärzte, Zahntechniker oder zahnmed. Fachpersonal. Alle Kanäle und Formate möglich.

PM TIERMEDIZIN

HCP 12

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Tierärzte oder ihre Praxis-Teams. Alle Kanäle und Formate möglich.

PM APOTHEKE

HCP 13

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Apotheker oder ihre Apotheken-Teams. Alle Kanäle und Formate möglich.

PM AUSSENDIENST-MOTIVATION

HCP 14

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, **speziell** zur Außendienst-Motivation (Schulungs-, Incentive-, Motivationsprogramme, Events). Alle Kanäle und Formate möglich.

PM EVENTS

HCP 15

Alle Event-Projekte für HCPs (z. B. Kongress, Produkteinführungen, Pressekonferenzen). Alle Kanäle und Formate möglich.

PM IMAGEWERBUNG

HCP 16

Imagekampagnen für Firmen, Indikationsbereiche, Verlage, Institutionen oder Dienstleister, die sich gezielt an HCPs richten. Alle Kanäle und Formate möglich. **Ausgeschlossen sind Eigendarstellungen von Agenturen.**

PM FREIE KATEGORIE

HCP 17

Alle Werbeaktionen, die keiner anderen Kategorie zugeordnet werden können (z. B. Packungsdesign, Corporate Design, Kreative Mediaidee etc.). **Hier eingereichte Projekte können in keiner anderen Kategorie eingereicht werden.**

Produktgruppe

Pharma Rx-Produkte & Medizinprodukte Klasse IIb und III

Zielgruppe

Consumer (CON)

PM AWARENESS-MASSNAHMEN

CON 1

Alle Direct-to-Consumer-Awareness-Maßnahmen, hinter denen ein Rx-Arzneimittel steht. Das sind Kampagnen ohne Markennennung zur indirekten Bewerbung von verschreibungspflichtigen Arzneimitteln bei Consumern (z.B. Anzeigen, Banner, Plakate, TV- und Radio-Spots, Videoformate, Podcasts, Broschüren, Websites, Apps, e-Learnings, Newsletter, Native Advertising etc.) Alle Kanäle und Formate möglich.

PM PATIENTEN-SUPPORT-PROGRAMME (PSP)

CON 2

Alle PSP-Programme, die im Rahmen einer Verordnung in Arztpraxen an Patienten gegeben werden oder in die sich Patienten unter Angabe der Chargennummer ihres Medikamentes einloggen können. Alle Kanäle und Formate möglich.

PM DENTAL-CARE / ORAL-CARE

CON 3

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Betroffene. Alle Kanäle und Formate möglich.

PM FREIE KATEGORIE

CON 4

Alle Werbeaktionen an Consumer, die keiner anderen Kategorie zugeordnet werden können (z.B. Guerilla-Marketingaktionen, Packungsdesign, Corporate Design, kreative Mediaidee etc.). **Hier eingereichte Projekte können in keiner anderen Kategorie eingereicht werden.**

Produktgruppe

Health OTC & Medizinprodukte Klasse I und IIa & Wellness

Zielgruppe

Healthcare Professionals (HCP)

HW OTC APOTHEKERKAMPAGNE

HCP 1

Kampagnen für OTC-Arzneimittel (**zugelassene, apothekenpflichtige und frei verkäufliche Arzneimittel**) mit der Zielgruppe Apotheke oder deren Personal. Mindestens 2 Werbemittel (z.B. Anzeige(n), e-Detailings, Motivationsaktionen, Mailings, Außendienstfolder, Incentives etc.). Alle Kanäle und Formate möglich.

HW OTC ARZTKAMPAGNE

HCP 2

Kampagnen für OTC-Arzneimittel (**zugelassene, apothekenpflichtige und frei verkäufliche Arzneimittel**) mit der Zielgruppe Ärzte. Mindestens 2 Werbemittel (z.B. Anzeige(n), e-Detailings, Motivationsaktionen, Mailings, Außendienstfolder, Incentives etc.). Alle Kanäle und Formate möglich.

HW MEDIZINPRODUKTE

HCP 3

Werbeaktionen oder Kampagnen, für CE-zertifizierte Medizinprodukte der Kategorien I und IIa, die sich an HCPs wenden (z. B. Hörgeräte, Zahnspannen, Rollstühle, Fieberthermometer, Verbandsmaterial etc.). Alle Kanäle und Formate möglich.

HW DiGAs

HCP 4

Alle DiGAs (Digitale Gesundheitsanwendung mit CE-Kennzeichnung) und / oder begleitende Kommunikation.

HW DENTAL-CARE / ORAL-CARE

HCP 5

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Zahnärzte, Zahntechniker oder zahnmed. Fachpersonal. Alle Kanäle und Formate möglich.

HW TIERMEDIZIN

HCP 6

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Tierärzte oder ihre Praxis-Teams. Alle Kanäle und Formate möglich.

HW DIÄTETISCHE LEBENSMITTEL / NAHRUNGSERGÄNZUNG

HCP 7

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen zu diätetischen Lebensmitteln und Präparaten zur Nahrungsergänzung, die sich an HCPs wenden. Alle Kanäle und Formate möglich.

HW APOTHEKENKOSMETIK

HCP 8

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen zu Apothekenkosmetik, die sich an HCPs wenden. Alle Kanäle und Formate möglich.

HW FREIE KATEGORIE

HCP 9

Alle Werbeaktionen, die keiner anderen Kategorie zugeordnet werden können (z.B. Packungsdesign, Corporate Design, kreative Mediaidee etc.). **Hier eingereichte Projekte können in keiner anderen Kategorie eingereicht werden.**

Produktgruppe
Health OTC & Medizinprodukte Klasse I und IIa & Wellness

Zielgruppe
 Consumer (CON)

HW OTC-PRODUKTE

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

CON 1 Anzeige / Keyvisual / Großflächenplakat / Citylightposter

Print oder digital, nur 1 Motiv.

CON 2 Anzeige / Keyvisual Strecke

Print oder digital, mindestens 2 Motive einer Serie.

CON 3 Integrierte Kampagne

Mindestens 3 Werbemittel (Anzeige(n), POS-Werbemittel wie Displays, Deko-Elemente, HV-Aufsteller, Poster, Broschüren, Banner, Websites, Außendienstmaterial, e-Detailings, Post-Mailings, Apps, Videoformate etc.). Alle Kanäle und Formate möglich.

CON 4 TV / NET-Spot

CON 5 Radio / NET-Spot

CON 6 Digitale Werbemittel

Alle digitalen Medien (z.B. Banner, kurze Animations-/Videoformate, Newsletter, Native Advertising, etc.).

HW MEDIZINPRODUKTE

Hier können einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen für CE-zertifizierte Medizinprodukte der Kategorien I und IIa eingereicht werden, die sich direkt an Betroffene wenden, z.B. Hörgeräte, Zahnspangen, Rollstühle, Fieberthermometer, Verbandsmaterial etc.

CON 7 Anzeige / Keyvisual / Großflächenplakat / Citylightposter

Print oder digital, nur 1 Motiv.

CON 8 Anzeige / Keyvisual Strecke

Print oder digital, mindestens 2 Motive einer Serie.

CON 9 Integrierte Kampagne

Mindestens 3 Werbemittel (Anzeige(n), POS-Werbemittel wie Displays, Deko-Elemente, HV-Aufsteller, Poster, Broschüren, Banner, Websites, Außendienstmaterial, e-Detailings, Post-Mailings, Apps, Videoformate etc.). Alle Kanäle und Formate möglich.

CON 10 TV / NET-Spot

CON 11 Radio / NET-Spot

CON 12 Digitale Werbemittel

Alle digitalen Medien (z.B. Banner, kurze Animations-/Videoformate, Newsletter, Native Advertising, etc.).

HW DIÄTETISCHE LEBENSMITTEL / NAHRUNGSERGÄNZUNG

CON 13 Anzeige / Keyvisual / Großflächenplakat / Citylightposter

Print oder digital, nur 1 Motiv.

CON 14 Anzeige / Keyvisual Strecke

Print oder digital, mindestens 2 Motive einer Serie.

CON 15 Integrierte Kampagne

Mindestens 3 Werbemittel (Anzeige(n), POS-Werbemittel wie Displays, Deko-Elemente, HV-Aufsteller, Poster, Broschüren, Banner, Websites, Außendienstmaterial, e-Detailings, Post-Mailings, Apps, Videoformate etc.). Alle Kanäle und Formate möglich.

CON 16 TV / NET-Spot

CON 17 Radio / NET-Spot

CON 18 Digitale Werbemittel

Alle digitalen Medien (z.B. Banner, kurze Animations-/Videoformate, Newsletter, Native Advertising, etc.).

HW APOTHEKENKOSMETIK

CON 19 Anzeige / Keyvisual / Großflächenplakat / Citylightposter

Print oder digital, nur 1 Motiv.

CON 20 Anzeige / Keyvisual Strecke

Print oder digital, mindestens 2 Motive einer Serie.

CON 21 Integrierte Kampagne

Mindestens 3 Werbemittel (Anzeige(n), POS-Werbemittel wie Displays, Deko-Elemente, HV-Aufsteller, Poster, Broschüren, Banner, Websites, Außendienstmaterial, e-Detailings, Post-Mailings, Apps, Videoformate etc.). Alle Kanäle und Formate möglich.

CON 22 TV / NET-Spot

CON 23 Radio / NET-Spot

CON 24 Digitale Werbemittel

Alle digitalen Medien (z.B. Banner, kurze Animations-/Videoformate, Newsletter, Native Advertising, etc.).

Produktgruppe

Health OTC & Medizinprodukte Klasse I und IIa & Wellness

Zielgruppe

Consumer (CON)

HW DENTAL-CARE / ORAL-CARE

CON 25

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Betroffene. Alle Kanäle und Formate möglich.

HW TIERMEDIZIN

CON 26

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Consumer. Alle Kanäle und Formate möglich.

HW PATIENTENINFORMATIONSKAMPAGNE VON ORGANISATIONEN

CON 27

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Betroffene. Alle Kanäle und Formate möglich.

HW SOZIALE KAMPAGNE

CON 28

Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen zu sozialen Healthcare-Themen. Alle Kanäle und Formate möglich. **Hier eingereichte Projekte können in keiner anderen Kategorie eingereicht werden.**

HW IMAGEWERBUNG

CON 29

Imagekampagnen für Firmen, Indikationsbereiche, Verlage, Institutionen oder Dienstleister. Imagewerbung, die sich speziell an HCPs richtet, bitte in der Kategorie PM HCP 16 (siehe Seite 5) einreichen. Alle Kanäle und Formate möglich. **Ausgeschlossen sind Eigendarstellungen für Agenturen.**

HW FREIE KATEGORIE

CON 30

Alle Werbeaktionen an Consumer, die keiner anderen Kategorie zugeordnet werden können (z.B. Guerilla-Marketingaktionen, Packungsdesign, Corporate Design, kreative Mediaidee etc.). **Hier eingereichte Projekte können in keiner anderen Kategorie eingereicht werden.**

Der COMPRIX-Beirat

 Dr. Dörthe Besse (BOOSTing Communication)	 Michael Bollessen (Berlin-Chemie)	 Thomas Bruchhäuser (movendi)	 Dr. Giuseppe Gianni (BRAND HEALTH)
 Marek Hetmann (Deutscher Ärzteverlag)	 Heiko Pröger (Spirit Link)	 Dr. Hendrik Pugge (Springer Medizin)	 Mike Rogers (Serviceplan Health & Life)
 Karsten Rzepka (PEIX Health)	 Thomas Schmidt-Bieber (Schmidt-Bieber Communication)	 Florian Schmittgall (Schmittgall HEALTH)	 Corinna Schubert (fischerAppelt)
 Roger Stenz (Scholz & Friends Health)	 Christoph Witte (PINK CARROTS Communications)		



Timing & Teilnahmegebühren

- 1** Für Einreichungen, die **bis einschließlich 05. März 2024** auf der COMPRIX-Website hochgeladen werden, beträgt die Teilnahmegebühr je Einreichung **297 €** zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.
- 2** Für Einreichungen, die **vom 06. März bis einschließlich 26. März 2024** hochgeladen werden, beträgt die Teilnahmegebühr je Einreichung **374 €** zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.
- 3** Für Einreichungen, die **vom 27. März bis zum Einsendeschluss am 15. April 2024** hochgeladen werden, beträgt die Teilnahmegebühr je Einreichung **429 €** zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

Es können **weitere Kosten** für Boards (30 € pro Stück) und COMPRIX-Jahrbuch (690 € 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 5. März 2024 oder bis zum 26. März 2024 hochgeladen werden und eventuelle „Nachzügler-Projekte“ dann bis zum 15. April 2024.

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 2024 zählen.

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

Die Shortlist wird im Juni 2024 bekanntgegeben. Die Award-Gewinner werden im Rahmen der Preisverleihung am 13. September 2024 in Berlin bekanntgegeben.

Im Anschluss folgt die Produktion des COMPRIX-Jahrbuchs 2024. In diesem Dokumentationsband des Jahrgangs 2024 stellen alle Finalisten und Gewinner ihre Projekte vor (siehe auch S. 13).

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 **2023 oder in 2024 bis zum Einsendeschluss des Awards** in Deutschland, Österreich oder der Schweiz nachweislich in relevantem Umfang veröffentlicht wurden. Ausdrücklich ausgeschlossen für alle Kategorien sind Kampagnen/Eigendarstellungen für Werbeunternehmen (z. B. Agenturen).

Jegliche Einreichung (Texte/Board/Film/Web/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.

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 13. September 2024 in Berlin 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 690 € 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 Abspielänge 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.

Die Rechnungsstellung erfolgt ausschließlich digital mittels PDFs.



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 ausgedruckt, die es in die finale Präsenz-Jury-Sitzung 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.

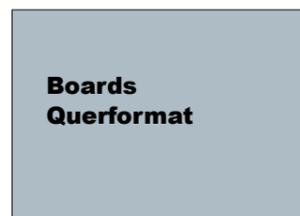
Boards Hochformat

- 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.**



! Bei allen Boards bitte auf korrekte Beschriftung und Platzierung achten!

Achtung, Update!

Case-Film

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

- Maximale Dauer: 2 min (120 sec)
- Format mp4, H264 Codec, Auflösung 1.280 x 720 px, 6 Mbit/sec

Achtung, Update!

TV / NET-Spots

Reichen Sie bitte Ihren Film-Spot in Originallänge ein.

- Format mp4, H264 Codec, Auflösung 1.280 x 720 px, 6 Mbit/sec

Radio / NET-Spots

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

Digitale Assets

Wenn Sie ein digitales Asset einreichen, stellen Sie alle Informationen 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 dürfen keinen Agenturnamen beinhalten und müssen ab Einreichung bis zum 13. September 2024 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 **17. April 2024** bei folgender Adresse eintreffen:

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

Ihre Materialien verbleiben beim COMPRIX.

? Fragen zur Einreichung – wir unterstützen Sie gerne
E-Mail: info@comprix.de | Tel: 04621 3929 900

KATEGORIE	KATEGORIENAME	Boards	Ergänzende Materialien	Case-Film	Film-Spot	Radio-Spot	Digitale Assets	COMPRIX-Visual
Healthcare Professionals								
	HUMANMEDIZIN							
PM HCP 1	Fachanzeige / Keyvisual	1						x
PM HCP 2	Anzeigen- bzw. Keyvisual-Strecke	max. 4						x
PM HCP 3	Integrierte Kampagne	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
PM HCP 4	Awareness-Kampagne	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
PM HCP 5	Patienten-Support-Programme (PSP)	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
PM HCP 6	Post-Mailing	max. 4	optional					x
PM HCP 7	Digital-Learning						x	x
PM HCP 8	Websites						x	x
PM HCP 9	Mobile Applikation (App)						x	x
PM HCP 10	Digitale Medien						x	x
PM HCP 11	DENTAL-CARE / ORAL-CARE	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
PM HCP 12	TIERMEDIZIN	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
PM HCP 13	APOTHEKE	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
PM HCP 14	AUSSENDIENST-MOTIVATION	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
PM HCP 15	EVENTS			x				x
PM HCP 16	IMAGEWERBUNG	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
PM HCP 17	FREIE KATEGORIE	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
Consumer								
PM CON 1	AWARENESS-MASSNAHMEN	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x
PM CON 2	PATIENTEN-SUPPORT-PROGRAMME (PSP)	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
PM CON 3	DENTAL-CARE / ORAL-CARE	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x
PM CON 4	FREIE KATEGORIE	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x

HW HEALTH OTC & WELLNESS

KATEGORIE	KATEGORIENAME	Boards	Ergänzende Materialien	Case-Film	Film-Spot	Radio-Spot	Digitale Assets	COMPRIX-Visual
Healthcare Professionals								
HW HCP 1	OTC APOTHEKERKAMPAGNE	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
HW HCP 2	OTC ARZTKAMPAGNE	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
HW HCP 3	MEDIZINPRODUKTE	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
HW HCP 4	DiGAs	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
HW HCP 5	DENTAL-CARE / ORAL-CARE	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
HW HCP 6	TIERMEDIZIN	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
HW HCP 7	DIÄTETISCHE LEBENSMITTEL/NAHRUNGSERGÄNZUNG	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
HW HCP 8	APOTHEKENKOSMETIK	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
HW HCP 9	FREIE KATEGORIE	optional, max. 4	optional	optional	optional		optional	x
Consumer								
OTC-PRODUKTE								
HW CON 1	Anzeige / Keyvisual/ Großflächenplakat/ Citylightposter	1						x
HW CON 2	Anzeige / Keyvisual Strecke	max. 4						x
HW CON 3	Integrierte Kampagne	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x
HW CON 4	TV/NET-Spot				x			x
HW CON 5	Radio/NET-Spot					x		x
HW CON 6	Digitale Werbemittel						x	x
MEDIZINPRODUKTE								
HW CON 7	Anzeige / Keyvisual/ Großflächenplakat/ Citylightposter	1						x
HW CON 8	Anzeige / Keyvisual Strecke	max. 4						x
HW CON 9	Integrierte Kampagne	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x
HW CON 10	TV/NET-Spot				x			x
HW CON 11	Radio/NET-Spot					x		x
HW CON 12	Digitale Werbemittel						x	x
DIÄTETISCHE LEBENSMITTEL/NAHRUNGSERGÄNZUNG								
HW CON 13	Anzeige / Keyvisual/ Großflächenplakat/ Citylightposter	1						x
HW CON 14	Anzeige / Keyvisual Strecke	max. 4						x
HW CON 15	Integrierte Kampagne	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x
HW CON 16	TV/NET-Spot				x			x
HW CON 17	Radio/NET-Spot					x		x
HW CON 18	Digitale Werbemittel						x	x
APOTHEKENKOSMETIK								
HW CON 19	Anzeige / Keyvisual/ Großflächenplakat/ Citylightposter	1						x
HW CON 20	Anzeige / Keyvisual Strecke	max. 4						x
HW CON 21	Integrierte Kampagne	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x
HW CON 22	TV/NET-Spot				x			x
HW CON 23	Radio/NET-Spot					x		x
HW CON 24	Digitale Werbemittel						x	x
HW CON 25	DENTAL-CARE / ORAL-CARE	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x
HW CON 26	TIERMEDIZIN	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x
HW CON 27	PATIENTENINFORMATIONSKAMPAGNE VON ORGANISATIONEN	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x
HW CON 28	SOZIALE KAMPAGNE	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x
HW CON 29	IMAGEWERBUNG	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x
HW CON 30	FREIE KATEGORIE	optional, max. 4	optional	optional	optional	optional	optional	x



PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE

Jury-Präsidentin (nicht stimmberechtigt)
Dr. Dörthe Besse (BOOSTing Communication)

Verlage

Silja Elfers (Deutscher Ärzteverlag)
Dr. Hendrik Pugge (Springer Medizin)

Industrie

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

Agenturen

Florian Bernsdorf (Serviceplan Health & Life)
Bärbel Biwald (BOOSTing Communication)
Philip Bolland (PEIX Health)
Burghard Drews (antwerpes)
Marina Ernst (BRAND HEALTH)
Heidi Funk (Schmittgall HEALTH)
Channie Hansen (greyhealth group)
Mara Hellmann (fischerAppelt)
Anika Preiser (Spirit Link)
Yvonne Preller (Health4Brands)
Sabine Raab (Schmidt-Bieber Communication)
Thomas Reusch (PINK CARROTS Communications)
Roger Stenz (Scholz & Friends Health)
Dr. Natascha Terp (2strom – Die Healthcare Agentur)
Swea von Mende (von Mende Marketing)
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)
Udo Radzio (BCN | Burda Community Network)
Elmar Tentesch (Media Impact)

Industrie

Volker Karg (LINDA AG)
Timo Kimmel (Sandoz)
Jens-Oliver Koch (MCM Klosterfrau Vertriebsgesellschaft)
Kathrin Leim (Engelhard Arzneimittel)
Dr. Christoph Sandmann (Biologische Heilmittel Heel)

Agenturen

Thomas Auerswald (McCann Worldgroup Deutschland)
Sabine Baur (Havas Life Bird & Schulte)
Nicole Bode (PEIX Health)
Christoph Bohlender (MENSCH Kreativagentur)
Karen Gallist (Schmittgall HEALTH)
Dr. Giuseppe Gianni (BRAND HEALTH)
Matthias 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)
Dolf Schäffel (Digitas Pixelpark)
Tobias Schwaiger (WEFRA LIFE)
Olaf Tegtmeier (Pfadfinder Kommunikation)
Eckhard Weller (PINK CARROTS Communications)

Redaktion

Anna Jäger (Healthcare Marketing)

In Zusammenarbeit mit: Vera Richter und Mario Mans

UNTERSTÜTZT VON



VERANSTALTER



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

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