

Einladung

**Jetzt
einreichen!**

Vom 02.11.2026 bis 12.02.2027.
Early Bird bis 30.11.2026!

**COM
PRIX**



COMPRIX 2027

Der Award für
Pharma- und Healthcare-
Kommunikation

Alle Infos unter
www.comprix.de

Ihre COMPRIX-Teilnahme, ein Gewinn mit Langzeitwirkung

Mit Ihrer Einreichung beim COMPRIX-Wettbewerb beweisen Sie engagierten Einsatz für kreative Exzellenz in der Healthcare-Kommunikation. Dafür geben wir Ihnen eine Bühne, auf der Sie langfristig sichtbar sind. Durch die COMPRIX-Teilnahme werden Sie Teil einer Community, die kreative Healthcare-Kommunikation gezielt nach vorn bringt.

- 1** Ihre Kampagne wird einer hochkarätigen Jury aus Branchenexperten präsentiert. Sie geben sich so die Chance, mit einem Gütesiegel für außergewöhnliche Kreativität ausgezeichnet zu werden – dem COMPRIX-Award.
- 2** Wir erhöhen Ihre Sichtbarkeit in Fachmedien und Ihre Branchenpräsenz. Denn als Gewinner oder Finalist erscheinen Sie auf der COMPRIX-Website, in führenden Branchenmedien und in den sozialen Kanälen des COMPRIX. Ein Boost für Ihre Marke und Ihre kreativen Ideen.
- 3** Sie sind lebendiger Teil unserer exklusiven Award-Zeremonie: Bei der Preisverleihung ehren wir Gewinner und Finalisten. Die Sieger erhalten zwei Trophäen – eine für die Agentur und eine für den Kunden. Zudem präsentieren wir alle prämierten Cases in einer großen Ausstellung – auch dies ein Pluspunkt für Ihre Sichtbarkeit.
- 4** Alle Gewinner und Finalisten erhalten eine Urkunde – ein weiterer offizieller Beleg Ihrer kreativen Spitzenleistung.
- 5** Als Gewinner oder Finalist bekommen Sie ein COMPRIX-Logo für Finalist oder Gewinner für Ihre öffentliche Kommunikation bereitgestellt – ein starkes Zeichen der kreativen Exzellenz und Qualität Ihrer Arbeit.
- 6** Als Gewinner oder Finalist sammeln Sie Punkte für die renommierten Kreativ-Rankings von Pharma Relations und Healthcare Marketing – ein entscheidender Vorteil für die Positionierung Ihrer Agentur in der Branche.
- 7** Ihre ausgezeichneten Arbeiten werden im COMPRIX-Magazin Best of RX bzw. Best of OTC präsentiert. Diese Dokumentationen der COMPRIX-Jahrgänge rücken die Cases ins rechte Licht. Für Sie ist das die Gelegenheit, Ihre Ideen nachhaltig bei den Entscheidern der Branche zu positionieren.

Inhalt

Guideline / Arbeit(en) einreichen	004
Award-Kategorien	006
PM / Produktgruppe 1	006
PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE	
Klasse IIb* und III	
HW / Produktgruppe 2	012
HEALTH OTC & WELLNESS	
Medizinprodukte Klasse I und IIa*	
HD / Alle Produktgruppen	020
HEALTH DESIGN	
Einreichungsmaterialien	022
Case-Film	023
TV / NET-Spots	023
Radio / NET-Spots	023
Digitale Assets	023
COMPRIX-Visual	024
Jury-Boards	025
COMPRIX-Magazin	026
Teilnahmebedingungen	028
Der Beirat	030
Die Jury	031

Guideline / Arbeit(en) einreichen

Key Dates	Einsendeschluss	Teilnahmegebühr
	Einsendezeitraum	
	2. November–30. November 2026	319 €
	1. Dezember 2026–5. Januar 2027	389 €
	6. Januar–12. Februar 2027	449 €
	→ Weitere Details / Timing & Teilnahmegebühren	S. 028

Fragen zur Einreichung?	Wir unterstützen Sie gerne.
E-Mail	info@comprix.de
Tel.	+49 4621 3929-900

Step 01

Produktgruppe* wählen

Die Ausschreibung gliedert sich in 3 Hauptbereiche:

*Medizinprodukte – Einteilung gemäß europäischer Richtlinien.

Produktgruppe 1

PM

PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE Klasse IIb und III

Hier können einzelne Werbeaktionen und Kampagnen für verschreibungspflichtige Medikamente und Medizinprodukte eingereicht werden.

Klasse III*
Sehr hohes Risiko

Klasse IIb
Hohes Risiko

Beispiele

Hüft- und Kniegelenk-
implantate

Herzkatheter

Brustimplantate

Beispiele

Intraokularlinsen

Kondome

Röntgengeräte

Infusionspumpen

Produktgruppe 2

HW

HEALTH OTC & WELLNESS Medizinprodukte Klasse I und IIa

Hier können einzelne Werbeaktionen und Kampagnen für alle nicht verschreibungspflichtigen Arzneimittel, Medizinprodukte, Health- & Wellnessprodukte und -projekte eingereicht werden.

Klasse IIa*
Mittleres Risiko

Klasse I, I
steril, mit Messfunktion*

Beispiele

Zahnfüllungen

Röntgenfilme

Hörgeräte

Ultraschallgeräte

Beispiele

Medical Apps

Lesebrillen

Rollstühle

Mullbinden

Fieberthermometer

Produktgruppe 1 und 2

HD

HEALTH DESIGN PM & HW

Hier können alle Arbeiten (PM / HW / Professionals / Consumer) mit eindeutigem Healthcare-Bezug, die sich durch ihr Design auszeichnen, eingereicht werden.

6 Award-Kategorien

S. 020–021

- Product / Packaging
- Corporate Identity / Markenidentität
- Public Space / Exhibition Design / POS-Design
- Editorial Design
- Illustration
- Freie Kategorie

Step 02

Zielgruppe wählen

Die Hauptbereiche PM und HW teilen sich in 2 Unterbereiche:

Zielgruppe 1

HCP Healthcare Professionals

Dazu zählen Ärzte, Zahnärzte, Tierärzte, Apotheker, die zugehörigen Teams und die Außendienste der Industrie.

→ PM

16 Award-Kategorien

S. 006–009

→ HW

9 Award-Kategorien

S. 012–013

Zielgruppe 2

CON Consumer

Das sind alle Menschen, die als Verbraucher, wie z. B. Patienten, Angehörige oder Betroffene, an Gesundheitsthemen interessiert sind.

→ PM

4 Award-Kategorien

S. 010–011

→ HW

30 Award-Kategorien

S. 014–019

Step 03

Einreichungsspezifikationen checken

Alle Informationen und Details, insbesondere zu den Einreichungsmaterialien und Formaten, finden Sie auf den nebenstehenden Seiten:

→

Teilnahmebedingungen

S. 028

→

Einreichungsmaterialien

S. 022

Step 04

Arbeit online einreichen

Die Anmeldung und Einreichung erfolgt auf der COMPRIX-Award-Plattform:

→

award.comprix.com



Alle Einreichungen müssen im Jahr 2026 oder im Jahr 2027 bis zum Einsendeschluss nachweislich veröffentlicht worden sein.



Produktgruppe

PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE Klasse IIb und III

Zielgruppen

Healthcare Professionals (HCP)

Humanmedizin

Code	Kategorienname	Einreichungsmaterialien	
PM HCP 1	Fachanzeige / Keyvisual Print oder digital, nur 1 Motiv.	Jury-Board COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	1 1 mind. 1
PM HCP 2	Fachanzeigen- / Keyvisual-Strecke Print oder digital, mindestens 2 Motive einer Serie.	Jury-Boards COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	max. 4 1 mind. 1
PM HCP 3	Integrierte Kampagne / Awareness-Kampagne Mindestens 3 Werbemittel (z. B. Anzeigen, Banner, Website, Außendienstmaterial, Patienteninformation, wissenschaftliche Werbemittel, E-Detailings, Post-Mailings, Apps, Videoformate). Alle Kanäle und Formate möglich.	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1
PM HCP 4	Patienten-Support-Programme (PSP) ① Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen zur Bewerbung von Support-Programmen bei HCPs.	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1
PM HCP 5	Post-Mailing Print-Mailing, ein- oder mehrstufig.	Jury-Boards Ergänzende Materialien COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	max. 4 optional 1 mind. 1

PM

Produktgruppe

PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE Klasse IIb und III

Zielgruppen

Healthcare Professionals (HCP)

Code	Kategorienname	Einreichungsmaterialien	
PM HCP 6	Digital-Learning Digitale Schulungsmaterialien (z. B. E-Learnings, E-Detailings, Webinare, CME-Schulungen, Podcasts).	Digitale Assets	mind. 1
		COMPRIX-Visual	1
		COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1
PM HCP 7	Websites Websites für HCPs jeder Art.	Digitale Assets	mind. 1
		COMPRIX-Visual	1
		COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1
PM HCP 8	Mobile Applikation (App) Apps jeder Art und begleitende Kommunikation.	Digitale Assets	mind. 1
		COMPRIX-Visual	1
		COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1
PM HCP 9	Digitale Medien Alle digitalen Medien (z. B. Banner, kurze Animations-/ Videoformate, Newsletter, Native Advertising).	Digitale Assets	mind. 1
		COMPRIX-Visual	1
		COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1

PM

Produktgruppe

PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE Klasse IIb und III

Zielgruppen

Healthcare Professionals (HCP)

Code	Kategorienname		Einreichungsmaterialien	
PM HCP 10	Dental-Care / Oral-Care Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Zahnärzte, Zahntechniker oder zahnmedizinisches Fachpersonal.	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1
PM HCP 11	Tiermedizin Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Tierärzte oder ihre Praxis-Teams.	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1
PM HCP 12	Apotheke Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Apotheker oder ihre Apotheken-Teams.	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1
PM HCP 13	Außendienst-Motivation Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, speziell zur Außendienst-Motivation (Schulungs-, Incentive-, Motivationsprogramme, Events).	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1

PM

Produktgruppe

PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE Klasse IIb und III

Zielgruppen

Healthcare Professionals (HCP)

Code	Kategorienname		Einreichungsmaterialien	
PM HCP 14	Events Alle Event-Projekte für HCPs (z. B. Kongress, Produkt-einführungen, Pressekonferenzen).	①	Case-Film COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1 1 mind. 1
PM HCP 15	Imagewerbung Imagekampagnen für Firmen, Indikationsbereiche, Ver-lage, Institutionen oder Dienstleister, die sich gezielt an HCPs richten. Ausgeschlossen sind Eigendarstellungen von Agenturen.	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1
PM HCP 16	Freie Kategorie Alle Werbeaktionen, die keiner anderen Kategorie zugeordnet werden können. Hier eingereichte Projekte können in keiner anderen Kategorie eingereicht werden.	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1

PM

Produktgruppe

PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE Klasse IIb und III

Zielgruppen
Consumer (CON)

Code	Kategorienname		Einreichungsmaterialien	
PM CON 1	Awareness-Maßnahmen 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).	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Radio-Spot Digital Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional optional 1 mind. 1
PM CON 2	Patienten-Support-Programme (PSP) Alle PSP, die im Rahmen einer Verordnung in Arztpraxen an Patienten gegeben werden oder in die sich Patienten unter Angabe der Chargennummer ihres Medikamentes einloggen können.	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digital Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1

PM

Produktgruppe

PHARMA RX & MEDIZINPRODUKTE
Klasse IIb und IIIZielgruppen
Consumer (CON)

Code	Kategorienname		Einreichungsmaterialien	
PM CON 3	Dental-Care / Oral-Care	①	Jury-Boards	optional, max. 4
	Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Betroffene.		Ergänzende Materialien	optional
			Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Radio-Spot	optional
			Digital Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1
PM CON 4	Freie Kategorie	①	Jury-Boards	optional, max. 4
	Alle Werbeaktionen an Consumer, die keiner anderen Kategorie zugeordnet werden können.		Ergänzende Materialien	optional
	Hier eingereichte Projekte können in keiner anderen Kategorie eingereicht werden.		Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Radio-Spot	optional
			Digital Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1



Produktgruppe

HEALTH OTC & WELLNESS Medizinprodukte Klasse I und IIa

Zielgruppen
Healthcare Professionals (HCP)

Code	Kategorienname		Einreichungsmaterialien	
HW HCP 1	OTC-Apothekerkampagne 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).	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1
HW HCP 2	OTC-Arztkampagne 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).	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1
HW HCP 3	Medizinprodukte Werbeaktionen oder Kampagnen, für CE-zertifizierte Medizinprodukte der Kategorien I und IIa, die sich an HCPs wenden (z. B. Hörgeräte, Zahnspangen, Rollstühle, Fieberthermometer, Verbandsmaterial).	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1
HW HCP 4	DiGA Alle DiGA (Digitale Gesundheitsanwendungen mit CE-Kennzeichnung) und / oder begleitende Kommunikation.		Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1
HW HCP 5	Dental-Care / Oral-Care Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Zahnärzte, Zahntechniker oder zahnmedizinisches Fachpersonal.	①	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot Digitale Assets COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional optional 1 mind. 1



Produktgruppe

HEALTH OTC & WELLNESS Medizinprodukte Klasse I und IIa

Zielgruppen

Healthcare Professionals (HCP)

Code	Kategorienname		Einreichungsmaterialien	
HW HCP 6	Tiermedizin Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Tierärzte oder ihre Praxis-Teams.	①	Jury-Boards	optional, max. 4
			Ergänzende Materialien	optional
			Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Digitale Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1
HW HCP 7	Apothekenübliche Lebensmittel / Ernährungsprodukte* und Gesundheitsprodukte* Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen zu apothekenüblichen Lebensmitteln, Ernährungsprodukten und Gesundheitsprodukten, die sich an HCPs wenden.	①	Jury-Boards	optional, max. 4
			Ergänzende Materialien	optional
			Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Digitale Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1
HW HCP 8	Apothekenkosmetik Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen zu Apothekenkosmetik, die sich an HCPs wenden.	①	Jury-Boards	optional, max. 4
			Ergänzende Materialien	optional
			Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Digitale Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1
HW HCP 9	Freie Kategorie Alle Werbeaktionen, die keiner anderen Kategorie zugeordnet werden können. Hier eingereichte Projekte können in keiner anderen Kategorie eingereicht werden.	①	Jury-Boards	optional, max. 4
			Ergänzende Materialien	optional
			Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Digitale Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1

* Produkte mit einem gesundheitsbezogenen Verwendungszweck.



Produktgruppe

HEALTH OTC & WELLNESS Medizinprodukte Klasse I und IIa

Zielgruppen
Consumer (CON)

OTC-Produkte

Zugelassene, apothekenpflichtige und frei verkäufliche Arzneimittel

Code	Kategorienname	Einreichungsmaterialien
HW CON 1	Anzeige / Keyvisual / Großflächenplakat / City-Light-Poster Print oder digital, nur 1 Motiv.	Jury-Board 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 2	Anzeigen- / Keyvisual-Strecke Print oder digital, mindestens 2 Motive einer Serie.	Jury-Boards max. 4 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 3	Integrierte Kampagne ^① Mindestens 3 Werbemittel (z. B. Anzeige(n), POS-Werbemittel wie Displays, Deko-Elemente, HV-Aufsteller, Poster, Broschüren, Banner, Websites, Außendienstmaterial, E-Detailings, Post-Mailings, Apps, Videoformate).	Jury-Boards optional, max. 4 Ergänzende Materialien optional Case-Film optional Film-Spot optional Radio-Spot optional Digitale Assets optional COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 4	TV / NET-Spot	Film-Spot 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 5	Radio / NET-Spot	Radio-Spot 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 6	Digitale Werbemittel Alle digitalen Medien (z. B. Banner, kurze Animations-/Videoformate, Newsletter, Native Advertising).	Digitale Assets 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1



Produktgruppe

HEALTH OTC & WELLNESS Medizinprodukte Klasse I und IIa

Zielgruppen
Consumer (CON)

Medizinprodukte

CE-zertifizierte Medizinprodukte der Kategorien I und IIa, z. B. Hörgeräte, Zahnspangen, Rollstühle, Fieberthermometer, Verbandsmaterial.

Code	Kategorienname	Einreichungsmaterialien
HW CON 7	Anzeige / Keyvisual / Großflächenplakat / City-Light-Poster Print oder digital, nur 1 Motiv.	Jury-Board 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 8	Anzeigen- / Keyvisual-Strecke Print oder digital, mindestens 2 Motive einer Serie.	Jury-Boards max. 4 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 9	Integrierte Kampagne ^① Mindestens 3 Werbemittel (z. B. Anzeige(n), POS-Werbemittel wie Displays, Deko-Elemente, HV-Aufsteller, Poster, Broschüren, Banner, Websites, Außendienstmaterial, E-Detailings, Post-Mailings, Apps, Videoformate).	Jury-Boards optional, max. 4 Ergänzende Materialien optional Case-Film optional Film-Spot optional Radio-Spot optional Digitale Assets optional COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 10	TV / NET-Spot	Film-Spot 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 11	Radio / NET-Spot	Radio-Spot 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 12	Digitale Werbemittel Alle digitalen Medien (z. B. Banner, kurze Animations-/Videoformate, Newsletter, Native Advertising).	Digitale Assets 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1



Produktgruppe

HEALTH OTC & WELLNESS Medizinprodukte Klasse I und IIa

Zielgruppen
Consumer (CON)

Apothekenübliche Lebensmittel / Ernährungsprodukte und Gesundheitsprodukte

Produkte mit einem gesundheitsbezogenen Verwendungszweck

Code	Kategorienname	Einreichungsmaterialien
HW CON 13	Anzeige / Keyvisual / Großflächenplakat / City-Light-Poster Print oder digital, nur 1 Motiv.	Jury-Board 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 14	Anzeigen- / Keyvisual-Strecke Print oder digital, mindestens 2 Motive einer Serie.	Jury-Boards max. 4 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 15	Integrierte Kampagne ^① Mindestens 3 Werbemittel (z. B. Anzeige(n), POS-Werbemittel wie Displays, Deko-Elemente, HV-Aufsteller, Poster, Broschüren, Banner, Websites, Außendienstmaterial, E-Detailings, Post-Mailings, Apps, Videoformate).	Jury-Boards optional, max. 4 Ergänzende Materialien optional Case-Film optional Film-Spot optional Radio-Spot optional Digitale Assets optional COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 16	TV / NET-Spot	Film-Spot 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 17	Radio / NET-Spot	Radio-Spot 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 18	Digitale Werbemittel Alle digitalen Medien (z. B. Banner, kurze Animations-/Videoformate, Newsletter, Native Advertising).	Digitale Assets 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1



Produktgruppe

HEALTH OTC & WELLNESS Medizinprodukte Klasse I und IIa

Zielgruppen
Consumer (CON)

Apothekenkosmetik

Code	Kategorienname	Einreichungsmaterialien
HW CON 19	Anzeige / Keyvisual / Großflächenplakat / City-Light-Poster Print oder digital, nur 1 Motiv.	Jury-Board 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 20	Anzeigen- / Keyvisual-Strecke Print oder digital, mindestens 2 Motive einer Serie.	Jury-Boards max. 4 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 21	Integrierte Kampagne ^① Mindestens 3 Werbemittel (z. B. Anzeige(n), POS-Werbemittel wie Displays, Deko-Elemente, HV-Aufsteller, Poster, Broschüren, Banner, Websites, Außendienstmaterial, E-Detailings, Post-Mailings, Apps, Videoformate).	Jury-Boards optional, max. 4 Ergänzende Materialien optional Case-Film optional Film-Spot optional Radio-Spot optional Digitale Assets optional COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 22	TV / NET-Spot	Film-Spot 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 23	Radio / NET-Spot	Radio-Spot 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1
HW CON 24	Digitale Werbemittel Alle digitalen Medien (z. B. Banner, kurze Animations-/Videoformate, Newsletter, Native Advertising).	Digitale Assets 1 COMPRIX-Visual 1 COMPRIX-Magazin-Visual mind. 1



Produktgruppe

HEALTH OTC & WELLNESS Medizinprodukte Klasse I und IIa

Zielgruppen
Consumer (CON)

Code	Kategorienname		Einreichungsmaterialien	
HW CON 25	Dental-Care / Oral-Care Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Betroffene.	①	Jury-Boards	optional, max. 4
			Ergänzende Materialien	optional
			Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Radio-Spot	optional
			Digitale Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1
HW CON 26	Tiermedizin Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, gerichtet an Consumer.	①	Jury-Boards	optional, max. 4
			Ergänzende Materialien	optional
			Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Radio-Spot	optional
			Digitale Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1
HW CON 27	Patienteninformationskampagne von Organisationen Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen, mit dem Ziel, Patienten und Angehörige über Erkrankungen und Therapien aufzuklären oder im Umgang damit zu unterstützen.	①	Jury-Boards	optional, max. 4
			Ergänzende Materialien	optional
			Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Radio-Spot	optional
			Digitale Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1



Produktgruppe

HEALTH OTC & WELLNESS Medizinprodukte Klasse I und IIa

Zielgruppen
Consumer (CON)

Code	Kategorienname		Einreichungsmaterialien	
HW CON 28	Soziale Kampagne	①	Jury-Boards	optional, max. 4
	Einzelne Werbeaktionen oder Kampagnen zu sozialen Healthcare-Themen. Hier eingereichte Projekte können in keiner anderen Kategorie eingereicht werden. Pro Organisation ist eine Einreichung möglich.		Ergänzende Materialien	optional
			Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Radio-Spot	optional
			Digitale Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1
HW CON 29	Imagewerbung		Jury-Boards	optional, max. 4
	Imagekampagnen für Firmen, Indikationsbereiche, Verlage, Institutionen oder Dienstleister. Imagewerbung, die sich speziell an HCPs richtet, bitte in der Kategorie PM HCP 15 (siehe Seite 9) einreichen.		Ergänzende Materialien	optional
	Ausgeschlossen sind Eigendarstellungen von Agenturen.		Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Radio-Spot	optional
			Digitale Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1
HW CON 30	Freie Kategorie	①	Jury-Boards	optional, max. 4
	Alle Werbeaktionen an Consumer, die keiner anderen Kategorie zugeordnet werden können.		Ergänzende Materialien	optional
	Hier eingereichte Projekte können in keiner anderen Kategorie eingereicht werden.		Case-Film	optional
			Film-Spot	optional
			Radio-Spot	optional
			Digitale Assets	optional
			COMPRIX-Visual	1
			COMPRIX-Magazin-Visual	mind. 1



HEALTH DESIGN PM & HW

Zielgruppen

Healthcare Professionals (HCP) / Consumer (CON)

Code	Kategorienname	Einreichungsmaterialien	
HD ALL 1	Produkt- und Packaging Design In dieser Kategorie werden ausgezeichnete Leistungen im Bereich Produkt- und Packaging Design für sämtliche Produkte der Kategorien PM und HW prämiert. Die Einsendung mindestens eines Ansichtsexemplares ist erforderlich.	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 mind. 1 optional 1 mind. 1
HD ALL 2	Corporate Identity / Markenidentität Diese Kategorie prämiert ausgezeichnete Leistungen in der Entwicklung von Markenauftritten für Healthcare-Produkte oder Healthcare-Unternehmen. Bewertet werden die Arbeiten unter Designaspekten.	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional 1 mind. 1
HD ALL 3	Public Space / Exhibition Design/ POS Design Diese Kategorie prämiert ausgezeichnete Arbeiten mit einem räumlichen Schwerpunkt im Healthcare-Bereich wie Messe- und Verkaufsstände, Installationen und besondere Ideen am POS. Bewertet werden die Arbeiten unter Designaspekten.	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional 1 mind. 1



HEALTH DESIGN PM & HW

Zielgruppen
Healthcare Professionals (HCP) / Consumer (CON)

Code	Kategorienname	Einreichungsmaterialien	
HD ALL 4	Editorial Design Diese Kategorie prämiiert Editorial Design von Print- und Digitalpublikationen im Healthcare-Bereich wie Magazine, Zeitungen, Bücher, Broschüren und digitale Publikationen. Die Einsendung mindestens eines Ansichtsexemplares ist erforderlich.	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 mind. 1 optional 1 mind. 1
HD ALL 5	Illustration Diese Kategorie prämiiert ausgezeichnete Arbeiten mit einem illustrativen Schwerpunkt im Healthcare-Bereich. Im Fokus der Bewertung steht klar die illustrative Exzellenz.	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional 1 mind. 1
HD ALL 6	Freie Kategorie Diese Kategorie prämiiert Arbeiten mit einem ausgezeichneten Design, die sich keiner der oben genannten Kategorien zuordnen lassen. Hier eingereichte Projekte können in keiner anderen Kategorie eingereicht werden.	Jury-Boards Ergänzende Materialien Case-Film Film-Spot COMPRIX-Visual COMPRIX-Magazin-Visual	optional, max. 4 optional optional optional 1 mind. 1

Einreichungsmaterialien

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

1

Kurzbeschreibungen von Projekt, Ziel und Zielgruppe

Diese Kurztexte (je 250 Zeichen inkl. Leerzeichen) geben Sie direkt online in der Einreichungsplattform ein.

2

Ein 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.

3

Jury-Material / -Boards

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 folgende Seiten).

4

Text und Bild-Material für das COMPRIX-Magazin

Eine Darstellung Ihres Projektes mittels Text und Bildern für das COMPRIX-Magazin (Beschreibung siehe folgende Seiten).

Infos → S. 24

Infos → S. 25

Infos → S. 26

!

Jegliche Einreichung (Texte, Boards, Film, Sound) muss frei sein von Agenturnamen / Agenturbranding / Agenturlogo.

Fragen zur Einreichung?
Wir unterstützen Sie gerne.

E-Mail info@comprix.de
Tel. +49 4621 3929-900

Case-Film

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

Codec	H.264
Auflösung	1.280 px x 720 px, 6 Mbit/s
Maximale Dauer	2 min (120 Sec.)
Dateiformat	mp4



TV / NET-Spots

Reichen Sie bitte Ihren Film-Spot in Originallänge ein.

Codec	H.264
Auflösung	1.280 px x 720 px, 6 Mbit/s
Dateiformat	mp4



Radio / NET-Spots

Reichen Sie bitte Ihren Spot in Originallänge ein.

Dateiformat	wav
-------------	-----

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 15. Juni 2027 zur Verfügung stehen.

Format	URL / Link
--------	------------

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. Für die Health-Design-Kategorien HD ALL 1 und HD ALL 4 ist die Einsendung von Ansichtsexemplaren verpflichtend.

Die Unterlagen müssen bis spätestens 15. Februar 2027 bei folgender Adresse eintreffen:

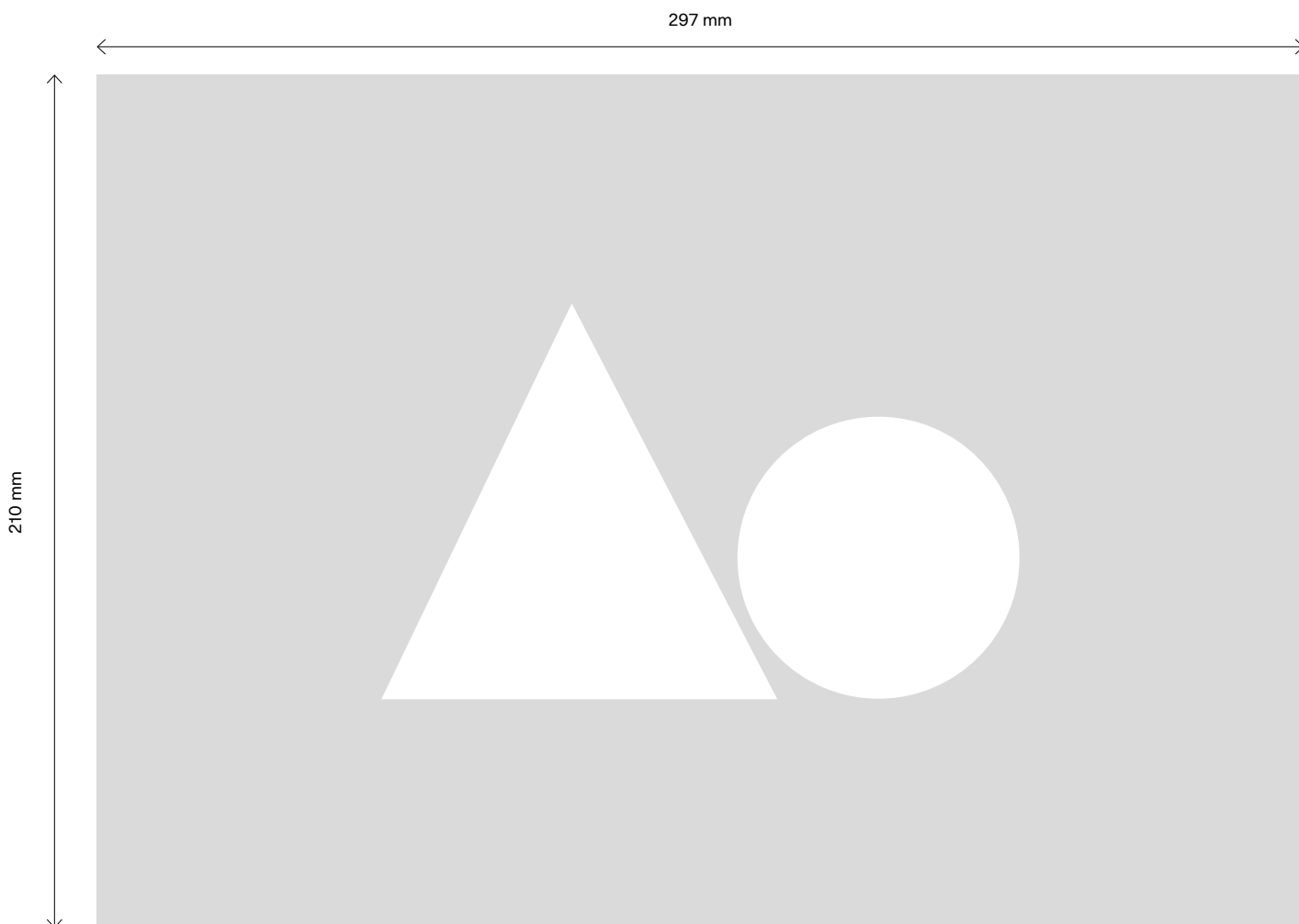
Deutscher Ärzteverlag
COMPRIX z. Hd. Mario Mans
Dieselstraße 2
50859 Köln

Ihre Materialien verbleiben beim COMPRIX.

Einreichungsmaterialien

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.



Spezifikationen

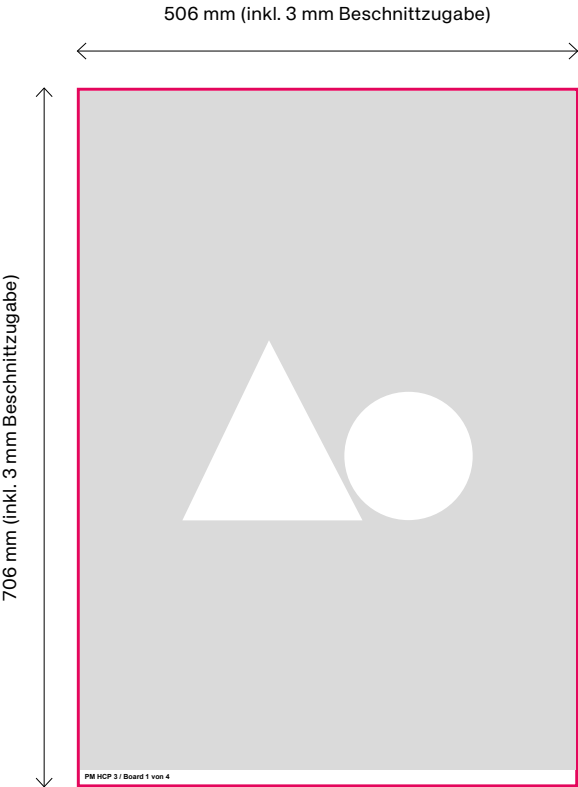
Anzahl	1x
Format	210 mm x 297 mm (Hoch- oder Querformat)
Dateiformat	JPG
Auflösung	300 dpi
Farbprofil	Adobe RGB 1997
Schnittmarken	nein

Einreichungsmaterialien

Jury-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.

Anzahl je Einreichung	Die maximale Anzahl der Boards beträgt 1 oder 4 Stück (je nach Kategorie). Befinden sich mehr Seiten im PDF, werden diese nicht mitproduziert.
Beschriftung	Bei allen Boards bitte auf korrekte Beschriftung und Platzierung achten!
Kosten	Den Druck der Boards, die Sie als Druck-PDF übermitteln, übernimmt der COMPRIX für Sie. Kosten je Board € 30,- zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.
Hochformat oder Querformat	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.



Hochformat

Datenformat	506 mm x 706 mm (inkl. 3 mm Beschnittzugabe)
Endformat	500 mm x 700 mm
Motiv	500 mm x 685 mm
Infostreifen	500 mm x 15 mm
Beschriftung	unten links

Beschriftung	Kategorie + Anzahl (Beispiel: PM HCP 3 / Board 1 von 4) 8 mm Abstand zum Rand, Arial Bold, 20 pt
--------------	--



Querformat

Datenformat	706 mm x 506 mm (inkl. 3 mm Beschnittzugabe)
Endformat	700 mm x 500 mm
Motiv	685 mm x 500 mm
Infostreifen	15 mm x 500 mm
Beschriftung	oben rechts

Datei	druckfähiges PDF (PDF/X-4:2002 / keine Sonderfarben)
Auflösung	300 dpi
Farbprofil	CMYK Coated FOGRA39 / ISO Coated V2
Schnittmarken	nein

Einreichungsmaterialien

COMPRIX-Magazin

Text und Bildmaterial

Zur Darstellung der Gewinner und Finalisten in den COMPRIX-Publikationen, z. B. COMPRIX-Magazin, benötigen wir für jede Ihrer Einreichungen:

- 1** **Eine Projektbeschreibung**
 (max. 1.500 Zeichen inkl. Leerzeichen)
 Erläutern Sie kurz die Kampagne / Idee / Strategie und gehen Sie dann auf die Umsetzung der einzelnen Maßnahmen ein. Auch für diesen Text gilt: Bitte keine Agenturnamen nennen.
- 2** **Mitwirkende**
 Angaben zu den Mitwirkenden und ihren Rollen auf Agenturseite.
- 3** **Verantwortliche**
 Angaben zu den Mitwirkenden auf Kundenseite
- 4** **Visuals**
 Bis zu 12 relevante Visuals
 (Je mehr Visuals Sie pro Case hochladen, umso kleiner werden die Abbildungen im Magazin.)

Anzahl	1 bis max. 12
Format	frei wählbar
Größe	mind. 1920 px breit
Dateiformat	JPG
Auflösung	300 dpi
Farbprofil	CMYK (ISO Coated V2)

Das COMPRIX-Magazin

„Best of“ ist der Titel der Dokumentationsbände des COMPRIX. Die Magazine beinhalten diejenigen Cases eines Jahrgangs, die als Finalist oder Gold-Award-Gewinner prämiert wurden. Für die Bereiche „Pharma Rx & Medizinprodukte“ und „Health OTC & Wellness“ gibt es jeweils eigene Magazine: Best of RX und Best of OTC.

Jede Einreichung, die mit einem Gold-Award ausgezeichnet oder als Finalist nominiert worden ist, wird mit mindestens einer Seite im COMPRIX-Magazin präsentiert (Details siehe S. 28/29). Die Gestaltung der Magazin-Seiten wird komplett vom COMPRIX-Team übernommen. Diese geschieht auf Grundlage der eingereichten Inhalte. Die einreichenden Agenturen haben keinen Einfluss darauf, wie die Gestaltung erfolgt.

Das Magazin legt den Fokus auf die einzelnen Arbeiten und präsentiert Einreichungen einer Kampagne für mehrere Kategorien nicht getrennt voneinander, sondern als zusammenhängende Geschichte. So wird eine Kampagne, die z. B. aus Anzeige, Video, Radiospot und Website besteht, nicht in vier Teilen präsentiert, sondern als eine zusammenhängende Geschichte bzw. Kampagne.

Für die einzureichenden Texte und Bilder bedeutet das: Bitte gestalten Sie diese bei mehreren Einreichungen zu einer Kampagne so, dass diese sowohl allein als auch in Kombination mit den anderen Einreichungen zur gleichen Kampagne erscheinen können.

[illegible][illegible][illegible][illegible]

Teilnahmebedingungen

COMPRIX

Veranstalter ist die COMPRIX GbR, Dieselstraße 2, 50859 Köln. Teilnahmeberechtigt sind alle im Healthcare- und Life-Science-Markt tätigen Player, wie Unternehmen, Agenturen, Institutionen, Trägerschaften etc. des deutschsprachigen Raumes. Das können Organisationen der Branchen Pharmazie, Medizintechnik, Dental, Digital Health, MedTech, Functional Food etc. oder sonstiger Bereiche sein.

Zum Wettbewerb sind Arbeiten zugelassen, die im Jahr 2026 oder im Jahr 2027 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).

Die Teilnahme erfolgt ausschließlich digital, die Einreichung der Arbeiten erfolgt mittels Upload aller erforderlichen Angaben und Materialien in der COMPRIX-Einreichungsplattform.

Der Teilnehmer versichert, dass die so eingesandten Arbeiten keine vertraulichen Informationen (auch von Dritten) enthalten. Der Veranstalter behält sich vor, offensichtlich unrichtige Inhalte, wie z. B. fehlerhafte Firmennamen, Rechtschreibfehler etc., vor der Veröffentlichung zu korrigieren.

Jegliche Einreichung (Texte / Board / Film / Web / Sound) muss frei sein von Agenturnamen / Agenturbranding / Agenturlogo.

Der Jurierungsprozess erfolgt mehrstufig. Für diejenigen Arbeiten, die die finale Jury-Runde erreichen, werden die digital eingereichten Boards vom COMPRIX gedruckt und die Druckkosten dem Einreicher in Rechnung gestellt (siehe Kosten, S. 29). Diese vom COMPRIX produzierten Boards werden bei der Jury-Sitzung und bei der Festausstellung (falls die Einreichung zu den Finalisten oder den Gewinnern gehört) ausgestellt. Die Boards verbleiben beim COMPRIX.

Arbeiten, die mit einem Gold-Award ausgezeichnet oder als Finalist nominiert worden sind, werden in COMPRIX-Publikationen (z. B. COMPRIX-Magazin, COMPRIX-Website) veröffentlicht (siehe auch: Kosten und Veröffentlichung, S. 29).

Im Zuge des Einreichungsprozesses (Upload der Daten) werden dafür bereits alle Daten (Texte, Bilder, Videos etc.) angefordert, die für die Veröffentlichung der Gewinner und Finalisten im COMPRIX-Magazin benötigt werden. Die Gestaltung der einzelnen Seiten des COMPRIX-Magazins wird ausschließlich vom COMPRIX-Team auf Grundlage der eingereichten Inhalte übernommen. Die einreichenden Teilnehmer haben keinen Einfluss darauf, wie die Gestaltung erfolgt. Der Teilnehmer stimmt dieser Gestaltung zu, eine finale Freigabe der Gestaltung durch den Teilnehmer ist nicht mehr erforderlich.

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. Im Bereich Health Design werden Grafik, Typografie, Bildsprache, Originalität, visuelle Aufbereitung und Gesamtkomposition 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 behalten sich die Jury und der Veranstalter vor. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Preisverleihung

Die Preisverleihung findet am 11. Juni 2027 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 mit dem Upload ausdrücklich mit der zeitlich nicht limitierten Veröffentlichung ihrer Arbeiten auf der COMPRIX-Website, während der Preisverleihung und im Rahmen von COMPRIX-Publikationen (z. B. COMPRIX-Magazin) einverstanden, wenn diese mit einem Gold-Award ausgezeichnet oder als Finalist nominiert worden sind.

Der Teilnehmer hat ferner die Möglichkeit einzuwilligen, dass die im Rahmen seiner Teilnahme eingesandten Arbeiten für eine Veröffentlichung in den Social-Media-Präsenzen von COMPRIX genutzt werden dürfen.

Der Teilnehmer räumt dem Veranstalter für diese Veröffentlichungen das nicht exklusive, unbefristete, räumlich unbeschränkte Nutzungsrecht für alle etwaigen nach Urheber-, Geschmacksmuster-, Marken- und / oder aus einem anderen Schutzrecht schutzfähigen eingesandten Arbeiten ein. Dies beinhaltet auch das Recht, die Arbeiten für die genannten 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. Sofern der Teilnehmer bei der Erstellung und/oder Bearbeitung der eingesandten Arbeiten KI-Werkzeuge verwendet hat, versichert er ferner, dass die rechtlich erforderlichen KI-Kennzeichnungen nach der KI-Verordnung (EU) in ausreichender Form in den Arbeiten enthalten sind, um diese zu veröffentlichen.

Datenschutz

Bei der Teilnahme an dem Wettbewerb werden ggf. personenbezogene Daten (Vor- und Nachname, E-Mail-Adressen, Telefonnummern von Mitarbeitern des Teilnehmers) erhoben. Veranstalter und damit Verantwortlicher hierfür ist die COMPRIX GbR, Dieselstraße 2, 50859 Köln, info@comprix.de, www.comprix.de.

Der Veranstalter wird die Angaben zu Personen (Mitarbeitern) des Teilnehmers sowie sonstige personenbezogene Daten des Teilnehmers nur im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen des Datenschutzrechts zum Zweck der Durchführung des Wettbewerbs verwenden. Rechtsgrundlage ist dabei Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. b. DSGVO sowie ggf. die Einwilligung des Teilnehmers nach Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. a. DSGVO. Der Veranstalter weist darauf hin, dass sämtliche personenbezogenen Daten des Teilnehmers ohne Einwilligung weder an Dritte weitergegeben noch diesen zur Nutzung überlassen werden.

Der Veranstalter wird die Informationen nur insoweit speichern, verarbeiten und nutzen, soweit dies für die Durchführung des Wettbewerbs erforderlich ist bzw. eine Einwilligung des Teilnehmers vorliegt. Zwingende gesetzliche Bestimmungen – insbesondere Aufbewahrungsfristen – bleiben unberührt.

In diesem Fall wird die Verarbeitung eingeschränkt. Weitere Details zu dem Veranstalter sowie zu Ihren Betroffenenrechten, die Sie auch gegenüber dem Veranstalter geltend machen können, entnehmen Sie bitte unserer Datenschutzerklärung auf <https://comprix.com/datenschutz/>.

Kosten

Im Rahmen der Award-Teilnahme können folgende Kosten anfallen (alle Angaben zzgl. MwSt.):

Teilnahmegebühren

Die Teilnahmegebühren richten sich nach dem Einreichungsdatum auf der COMPRIX-Einreichungsplattform:

Einreichungsfrist	Gebühr je Einreichung
bis einschließlich 30. November 2026:	319,– €
bis einschließlich 5. Januar 2027:	389,– €
bis einschließlich 12. Februar 2027:	449,– €

Druck der Jury-Boards

Für diejenigen Arbeiten, die die finale Jury-Runde erreichen, werden die digital eingereichten Boards vom COMPRIX gedruckt.

Kostenanteil des Einreichers je Board: 30,– €

Magazin-Seiten

Arbeiten, die mit einem Gold-Award ausgezeichnet oder als Finalist nominiert worden sind, werden im COMPRIX-Magazin veröffentlicht.

Kostenanteil des Einreichers je Seite: 690,– €

Einreichungen in den Kategorien „Integrierte Kampagne“ sowie „Events“ werden auf 2 Seiten dargestellt, Kostenanteil also 1.380,– € (gilt für die Kategorien PM HCP 3, HW CON 3, HW CON 9, HW CON 15, HW CON 21, PM HCP 14). Einreichungen aller anderen Kategorien werden auf einer Seite dargestellt.

Rechnungsstellung

Die Rechnungsstellung erfolgt ausschließlich digital.

Veranstalter

COMPRIX GbR, Dieselstraße 2, 50859 Köln
Kontakt: Vera Richter, Telefon: +49 4621 3929-900
info@comprix.de, www.comprix.de

Gesellschafter: Deutscher Ärzteverlag GmbH, PEIX Health GmbH, Schmittgall Werbeagentur GmbH, Springer Medizin Verlag GmbH, Sitz: Köln, USt-IdNr.: DE220382067

Der Beirat



Dr. Dörthe Besse
Serviceplan BOOSTing Health



Christoph Bohlender
MENSCH Kreativagentur



Thomas Bruchhäuser
movendi



Marek Hetmann
Deutscher Ärzteverlag



Dr. Florian Kirchner
Berlin-Chemie



Heiko Pröger
Spirit Link



Dr. Hendrik Pugge
Springer Medizin



Karsten Rzepka
PEIX Health Group



Florian Schmittgall
Schmittgall HEALTH



Roger Stenz
Scholz & Friends Health



Christoph Witte
PINK CARROTS Communications



Eva Wegmann
fischerAppelt

In Zusammenarbeit mit: Vera Richter und Mario Mans

Michael Wehnelt
dpmed

Franziska Wischmann
fischerAppelt

Manuel Zechner
CAKE

Der Award für kreative Healthcare-Kommunikation

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.