



MAX-AWARD 2024 – Die Kategorien

MAX Green ehrt B2B und B2C Kampagnen, die sich durch ihr Engagement für Nachhaltigkeit und ihr Bestreben auszeichnen, positive Veränderungen für die Umwelt und damit auch für die Gesellschaft herbeizuführen. Die Gewinner dieser Kategorie zeigen, wie Direktmarketing als wirksames Instrument eingesetzt werden kann, um das Bewusstsein für nachhaltige Praktiken zu schärfen, umweltfreundliche Produkte zu fördern und das Verhalten der Zielgruppe zu nachhaltigem Handeln zu inspirieren. Ein weiterer Aspekt sind Kampagnen, die besonders umwelt- und ressourcenschonend durchgeführt wurden und somit Vorbild für ein modernes und verantwortungsbewusstes Direktmarketing sind.

MAX for Good zeichnet B2B- und B2C-Kampagnen aus, die sich für soziale Gerechtigkeit, Gleichberechtigung marginalisierter Gruppen, den Kampf gegen Diskriminierung, das Gemeinwohl, Tierschutz, LGBTQIA+ Rechte, Menschenrechte, die Unterstützung von Obdachlosen, für die Belangen verschiedener NGO und andere wichtige gesellschaftliche Anliegen einsetzen. Hier werden Projekte ausgezeichnet, die durch ihre kreative Kommunikation und ihre Empathie positiven Einfluss auf die Gesellschaft haben, aufklären oder Spenden generieren.

MAX Talent. In dieser Kategorie erhalten Studierende, Auszubildende, Praktikant:innen und Berufsanfänger:innen mit maximal 2 Jahren Berufserfahrung die einzigartige Gelegenheit, ihre Visionen, kreativen Ideen und innovativen Lösungsansätze für das Gemeinwohl zu präsentieren und ihr Talent in der Dialogkommunikation unter Beweis zu stellen. Durch die Bearbeitung eines realen Briefings werden sie dazu ermutigt, ihre Fähigkeiten in einer authentischen Umgebung zu erproben und sich als kreative Kraft für soziale Veränderungen zu beweisen. Für alle Einreichenden steht außerdem in Aussicht, dass ihre Kampagne tatsächlich realisiert wird! Alle Details dazu findet ihr im Briefing – dieses Jahr von **Viva con Agua de Sankt Pauli e. V.**

MAX Experience würdigt Dialog-Cases, die außergewöhnliche Kundenerlebnisse schaffen, auf kreative Weise Emotionen wecken, überraschen, begeistern, berühren und die Kund:innen aktiv einbinden. Diese Kategorie legt den Fokus auf unvergessliche und positive Kundenerfahrungen an jedem Touchpoint der Customer Journey. Dabei können verschiedene Kanäle wie Online, Offline, Mobile oder Veranstaltungen genutzt und/oder kombiniert werden. Eingereicht werden können z. B. B2B- und B2C-Arbeiten aus den Bereichen Events, Messeauftritte, Installationen, Ausstellungen, Spatial Experiences, AR, VR, XR, MR, Live-Events, Gaming- und Mobile-Experiences.

MAX Relation: Hier dreht sich alles um Arbeiten, die die Beziehung zwischen Unternehmen und Kunden aufbauen, stärken und vertiefen. Ausgezeichnet werden B2B- und B2C-Kampagnen, die das Verständnis für die Bedürfnisse und Vorlieben der Kund:innen demonstrieren, personalisierte Ansprachen nutzen und Mehrwerte bieten, um das Vertrauen und die Loyalität der Kund:innen zu gewinnen. Die ausgezeichneten Kampagnen in dieser Kategorie können verschiedene Kanäle und Taktiken einsetzen, wie beispielsweise gezielte E-Mail-Marketingkampagnen, Loyalty-Programme, Gewinnspiele, User Generated Content, Kundenbefragungen oder personalisierte Kommunikation. Sie zeigen innovative Ansätze, um den Kund:innen das Gefühl zu geben, geschätzt und gehört zu werden.

MAX Innovation: Geschaffen für B2B- und B2C-Kampagnen, die durch ihren innovativen Charakter, ihre mutigen Strategien und die Verwendung von Technologie neue Wege beschreiten, sei es durch künstliche Intelligenz, VR, AR, XR, MR, Internet of Things, Big Data, personalisierte Algorithmen oder andere technologische Ansätze. Die Auszeichnung würdigt aber auch Kampagnen, die auf nicht technologische Weise neue Maßstäbe setzen, zum Beispiel durch außergewöhnliches Storytelling, unkonventionelle Ansprache der Zielgruppe oder innovative Druck- und Designkonzepte. Die Jury sucht nach Projekten, die sich durch ihren ungesesehenen Ansatz und ihre Relevanz für die heutige Zeit auszeichnen.

MAX Community: B2B- und B2C-Direktmarketing Maßnahmen, die soziale Interaktion, Engagement und Gemeinschaftsbildung fördern – z. B. über Social-Media-Plattformen, Online-Communities oder andere Kanäle, sind hier genau richtig. Es dreht sich immer darum, eine aktive Teilnahme, Diskussion und Bindung innerhalb der Zielgruppe zu generieren. Die Arbeiten nutzen überzeugendes Storytelling, relevanten Content und kreative Interaktionsmöglichkeiten, um eine lebendige Online-Gemeinschaft aufzubauen. Dazu gehören auch nutzergenerierte Inhalte, Social-Media-Wettbewerbe, Influencer-Marketing, virale Kampagnen oder Community-Events.



MAX Brand: Hier steht die Marke im Fokus! Die passende Kategorie für B2B- und B2C-Kampagnen und -Maßnahmen, die durch kreative Ansätze, innovative Strategien und effektive Umsetzung das Markenbewusstsein erhöhen und das Markenimage positiv beeinflussen. BrandPartnerships können in dieser Kategorie eine wichtige Rolle spielen, da sie dazu beitragen, das Branding und die Wahrnehmung der beteiligten Marken zu stärken. Eingereicht werden können u. a. Kampagnen zu Neueinführungen, Rebranding, Kampagnen zur Markenpflege, Stärkung des Markenimage oder Markenkooperationen.

MAX Activation würdigt B2B- und B2C-Kampagnen, die Empfänger zum Handeln motivieren und direkte Interaktion oder Response hervorrufen. Dies kann beispielsweise den Kauf eines Produkts, die Teilnahme an einer Aktion, das Ausfüllen eines Formulars oder das Teilen von Inhalten in sozialen Medien umfassen. Die ausgezeichneten Kampagnen in dieser Kategorie können verschiedene Strategien, Taktiken und Techniken einsetzen, um die Aktivierung der Zielgruppe zu maximieren. Dazu gehören ansprechende und überzeugende Call-to-Actions, attraktive Angebote, klare Anweisungen und eine nahtlose User-Experience. Sie zeigen, dass Direktmarketing eine effektive Methode ist, um die Zielgruppe zu mobilisieren und zu aktivieren.

MAX Data & Performance ehrt B2B- und B2C-Kampagnen, die durch den intelligenten Einsatz von Daten, Analysen und Performance-Messungen, eine tiefgreifende Kenntnis der Zielgruppe erlangt haben, um maßgeschneiderte und hoch relevante Botschaften zu liefern. Es muss von den Teilnehmenden dargestellt werden, wie Datenanalyse und Performance-Optimierung zu außergewöhnlichen Conversion-Raten, Umsatzsteigerungen und nachhaltigem Geschäftserfolg geführt haben. Die Einreichungen in der Kategorie MAX Data & Performance werden anhand ihrer Datenstrategie, ihrer Effektivität, ihrer Innovationskraft und ihrer Performance-Ergebnisse sorgfältig geprüft.

MAX Media zeichnet Direktmarketingkampagnen aus, die innovative und effektive Nutzung von Medienkanälen demonstrieren. Dazu gehört die kreative Mediaplanung, strategische Kanalnutzung und effiziente Medienausgabe. Diese Kategorie erkennt B2B- und B2C-Kampagnen an, die durch ihre gezielte Platzierung von Werbebotschaften in verschiedenen Medienkanälen eine hohe Reichweite, Sichtbarkeit und Wirkung erzielen. Diese muss in Responsezahlen und eindeutig dialogischer Kommunikation münden. Die ausgezeichneten Kampagnen in dieser Kategorie können verschiedene Medienkanäle nutzen, auch TV, Radio, Print, Online-Werbung, Out-of-Home, Social Media oder Influencer-Marketing. Sie zeigen, wie eine gezielte Mediaplanung, der richtige Medien-Mix und effektive Medienausgaben dazu beitragen können, besonders hohen Direct-Response zu generieren.

MAX Effect: Hier werden B2B- und B2C-Direktmarketingkampagnen ausgezeichnet, die mit herausragender Effizienz und Effektivität punkten können, die mit strategischer Präzision, optimierter Ressourcennutzung und messbaren Ergebnissen, klaren Zielsetzungen, gut definierten KPIs und transparenter Darstellung der Ergebnisse beeindrucken. Einreichungen in dieser Kategorie sollen demonstrieren, wie Direktmarketing als leistungsstarkes Instrument eingesetzt werden kann, um die gesteckten Ziele effizient zu erreichen und beeindruckende Resultate zu liefern. Diese Kategorie ermutigt Unternehmen und Agenturen dazu, ihre Kampagnen so zu gestalten, dass sie herausragende Leistung und messbare Erfolge erzielen, ohne dabei die kreative Exzellenz aus den Augen zu verlieren. In dieser Kategorie können auch Kampagnen eingereicht werden, die bereits in anderen Kategorien im Vorjahr eingereicht und/oder ausgezeichnet wurden. Eingereichte Arbeiten müssen im Zeitraum März 2022 bis Februar 2024 veröffentlicht worden sein.

Sonderkategorie MAX Wild: Diese Wildcard ist eigentlich keine richtige Kategorie, sondern ein ganz besonderes Angebot für kleinere Agenturen und Unternehmen. Hier könnt ihr ohne viel Aufwand und zu einer stark reduzierten Teilnahmegebühr eure B2B und B2C-Direktmarketingkampagnen einreichen. Die Einordnung der Arbeiten in die passende Kategorie erfolgt durch die Jury. Eure Arbeiten nehmen dann am regulären Wettbewerb teil und durchlaufen den ordentlichen Juryprozess. So habt ihr auch ohne Awardefahrung und ohne spezialisiertes Awardmanagement und bei kleinem Budget die besten Chancen auf eine MAX-Award.

ACHTUNG: Die MAX Wild Kategorie richtet sich ganz konkret an kleine Unternehmen, Agenturen und Einzelpersonen. Daher dürfen Teilnehmende, die in regulären Kategorien einreichen, die Sonderkategorie MAX Wild nicht nutzen. Natürlich darf eine Arbeit nur einmal bei MAX Wild eingereicht werden. Du kannst aber mehrere unterschiedliche Arbeiten in der Kategorie Wild Card einreichen.