



## MAX-Award 2022 | Die offiziellen Teilnahmebedingungen

Am MAX-Award 2022 teilnehmen können alle Kommunikations-Maßnahmen, deren Hauptziel es ist, einen direkten Dialog auszulösen:

- 1. Maßnahmen, die gezielt und deutlich auffordern, über einen Responsemechanismus direkt zu reagieren und über einen persönlichen, individuellen Rückkanal (nicht nur einen anonymen Rückkanal) verfügen.**  
(z.B. Informationsanforderung, Interessentengewinnung, Kundengewinnung, MGM, Direktverkauf, Kundenrückgewinnung, Spenden)
- 2. Kundenbindungsmaßnahmen, die eine individualisierte und/oder personalisierte Ansprache haben.**

### Was kann eingereicht werden?

- Kommunikations-Maßnahmen einzelner Kanäle sowie crossmediale Kampagnen
- Kommunikations-Maßnahmen aus den Bereichen B-to-C und B-to-B
- Interne genauso wie externe Kommunikations-Maßnahmen

Es sind alle Arbeiten teilnahmeberechtigt, die im deutschsprachigen Raum entwickelt und eingesetzt wurden. Adaptionen ausländischer Kampagnen ohne spezifische Lokalisierung sind nicht zulässig.

Die eingesandten Kampagnen und Aktionen müssen zwischen dem 01.01.2021 und 31.01.2022 hergestellt und erschienen sein. Außerdem müssen in diesem Zeitraum konkrete Ergebnisse für die Erfolgsbewertung erhoben worden sein.

### Wer kann einreichen?

Am Wettbewerb können sich Agenturen, Firmen oder Einzelpersonen aus dem deutschsprachigen Raum (D-A-CH) beteiligen.

### In welchen Kategorien kann eingereicht werden?

Die Einreichung ist in 10 Kategorien ([s. Award-Website](#)) möglich. Eine Arbeit kann in mehreren Kategorien eingereicht werden.

Durch die Einreichung einer Arbeit in mehrere Kategorien werden die Gewinnchancen erhöht. Am Ende wird pro Kategorie maximal je ein MAX-Award in Gold, Silber und Bronze verliehen.

## **Welche Unterlagen müssen eingereicht werden?**

Die Unterlagen zum Wettbewerb werden online eingereicht. Haptische Werbemittel bzw. Kampagnenelemente müssen zusätzlich als Original-Muster innerhalb der Frist eingereicht werden.

### **WICHTIG:**

Die einreichende Agentur darf auf den eingereichten Unterlagen nicht genannt werden (Ausnahme: Es handelt sich um Agentur-Eigenwerbung und die Agentur ist auf den originalen Werbemitteln erkennbar.).

## **Ihre Einreichung ist erst vollständig, wenn Sie Folgendes umfasst:**

*(Beachten Sie unbedingt die jeweiligen Formatangaben)*

### **1. Formular (Pflicht)**

- Für jede Einreichung ist online ein Formular mit Fragen zur Arbeit zu beantworten. Die Fragen können Sie zur Vorbereitung auf der MAX-Website downloaden. Die Fragen müssen jedoch zwingend online beantwortet werden. Die Beantwortung per E-Mail o.ä. wird nicht angenommen.
- Das Formular "Ergebnisbewertung" wird vertraulich behandelt und ist nur der Jury zugänglich. Nach der Ermittlung der Preisträger werden diese Angaben gelöscht bzw. vernichtet.
- Für Audio-, Video- und digitale Arbeiten muss zusätzlich eine URL eingegeben und/oder ein Film bzw. Soundfile hochgeladen werden, die es der Jury ermöglichen, die Arbeit online zu beurteilen. Nach Möglichkeit ohne Passwortschutz. Bei passwortgeschützten Seiten bitte Benutzernamen und Passwort angeben.

### **2. Film oder Präsentation (Pflicht):**

Die Einreichung eines selbsterklärenden Films oder einer Präsentation über die Einzelmaßnahme/Kampagne ist verpflichtend für alle Einreichungen in allen Kategorien. Diese/r wird im Rahmen des öffentlichen Online-Votings und der Preisverleihung veröffentlicht.

<b>Vorgaben Film:</b>	<b>Vorgaben Präsentation:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seitenverhältnis 16:9</li> <li>• Dateigröße: &lt; 100 mb</li> <li>• Videoformat: mp4</li> <li>• Audioformat: mp3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Format: pdf</li> <li>• Umfang. max. 10 Charts</li> </ul>

### **3. Abbildung der Kampagne (Pflicht):**

Für jede Einreichung ist ein pdf (1 Seite, 16:9) mit einer plakativen und aussagekräftigen Abbildung der Kampagne einzureichen. Die Abbildung wird als Keyvisual beim Online Voting, zur Projektion auf der Preisverleihung sowie für die Presse genutzt.

- Dateiformat: pdf
- Bildgröße: 470 x 290 mm
- Auflösung: 300 dpi
- Dateigröße: max. 6 MB



#### 4. Werbemittel/Muster

- Sofern Ihre Kampagne/Maßnahme haptische Elemente umfasst, muss zwingend für die Bewertung der Jury von jeder Einreichung ein vollständiger Satz der haptischen Werbemittel (Muster) zugesendet werden.
- Reichen Sie eine Arbeit in mehreren Kategorien ein, so ist nicht für jede weitere Einreichung ein zusätzlicher Satz Muster nötig.
- Diese Werbemittel sind per Post und im Originalzustand einzusenden (nicht aufgezogen oder verändert).
- Es besteht kein Anspruch auf Rücksendung der eingereichten Werbemittel/Muster.
- Für die Zusendung der Muster gilt dieselbe Einreichungsfrist wie für die gesamte Einreichung (Datum des Poststempels).
- Geben Sie bei jedem Muster die entsprechende Kampagnen-ID an (s. Übersicht in Ihrem Account bzw. der Bestätigungsmail)
- Senden Sie Ihre Muster per Post an:

Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.  
Frau Bettina Chevalier  
Hahnstraße 70 (Lyoner Stern)  
60528 Frankfurt/Main

#### Allgemeine Hinweise

- Bei Werbeberatern und Werbeagenturen wird bei der Einsendung das Einverständnis ihrer Kunden vorausgesetzt. Die Verantwortung dafür trägt der Einsender. Der DDV ist nicht verpflichtet, die Berechtigung zu überprüfen.
- Bei allen Kampagnen müssen Teile, die von einer anderen Agentur/einem Partner entwickelt wurden, klar deklariert sein.
- Das Formular "Ergebnisbewertung" wird vertraulich behandelt und nach der Ermittlung der Preisträger gelöscht bzw. vernichtet.
- Die eingereichten Unterlagen bleiben Eigentum des DDV und dürfen beliebig in gedruckter, elektronischer und sonstiger Form aufbereitet und veröffentlicht werden.
- Unvollständige Einreichungen, Einreichungen mit nicht nachvollziehbaren Effizienzergebnissen und Einreichungen ohne Responsemechanismus (Ausnahme Kategorie „Customer Relation“) werden nicht zum Wettbewerb zugelassen bzw. werden aus der Jurierung genommen. Eine Erstattung der Einreichungsgebühr ist in diesem Fall nicht möglich.
- Die finale Platzierung (Gold, Silber, Bronze) wird mittels öffentlichem Online-Voting ermittelt und bleibt bis zur Verleihung geheim. Die Awards werden im Rahmen der Preisverleihung übergeben. Im Fall einer Präsenzveranstaltung ausschließlich persönlich, im Fall einer digitalen Preisverleihung per Post.
- Die Entscheidung der Jury bzw. das Ergebnis des öffentlichen Online-Votings ist bindend. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



### **Gebühren/Rechnungsstellung**

- Zu Fragen, die die Gebühren für Einreichung betreffen, wird auf die entsprechenden Rubriken auf der [Award-Website](#) verwiesen.
- Die Rechnungsstellung erfolgt durch den DDV nach Einreichungsschluss. Weicht die Rechnungsadresse von den bei der Einreichung angegebenen Kontaktdaten ab, teilen Sie uns dies bitte rechtzeitig per E-Mail schriftlich an Frau Chevalier (E-Mail: [b.chevalier@ddv.de](mailto:b.chevalier@ddv.de)) mit.
- Die Jury bewertet nur Einreichungen, die vollständig sind und für die die Teilnahmegebühr bis spätestens 12. März 2022 vollständig entrichtet ist.

### **Termine**

**Freitag, 25. Februar 2022: Einreichungsschluss**

**Freitag, 04. März 2022: Ende Verlängerung des Einreichungsschlusses (mit  
Gebührenaufschlag)**

**Freitag, 08. – 25. April 2022: Online-Voting**

**Preisverleihung: Dienstag, 17. Mai 2022**

**Die Termine sind verbindlich. Für postalische Zusendungen (Muster) gilt das Datum des Poststempels. Nach dem 04.03.2022 ist keine weitere Verlängerung mehr möglich!**