deutscher
digital award
edition X

Einreichermanual

Der Deutsche Digital Award zeichnet herausragende Leistungen der digitalen Wirtschaft in 8 Oberkategorien aus.

Jede Oberkategorie besteht aus mehreren Unterkategorien, in denen konkrete Wettbewerbsbeiträge eingereicht werden können. Jede Unterkategorie wird einzeln bewertet und kann von der Jury mit Gold/Silber/Bronze ausgezeichnet werden. Die Gold-Gewinner werden gleichzeitig für die „Best Of"-Auszeichnung des Deutschen Digital Awards nominiert.

Wettbewerbsbeiträge können dabei in mehreren Unterkategorien eingereicht werden und dadurch mehrere Auszeichnungen gewinnen. Jede Unterkategorie wird jedoch von der jeweiligen Fachjury separat geprüft und unterliegt unterschiedlichen Bewertungskriterien, welche im Folgenden aufgeführt sind. Die Jury behält sich vor, Unterkategorien gegebenenfalls zusammenzulegen.

Zusätzlich finden folgende übergeordnete Bewertungskriterien in allen Kategorien Anwendung:

Innovation
Ist die Idee neu? Treibt die Arbeit den digitalen Wandel innerhalb der Kategorie?
Handwerk
Finden die Kernbereiche (Inhalt, Gestaltung, technische Umsetzung, Joy of Use) digitalen Arbeitens Anwendung?
Nutzerzentrierung
Stellt die Arbeit die Bedürfnisse des Nutzers in den Vordergrund und stellt sie einen Mehrwert dar?

Der Deutsche Digital Award wird von der BVDW Services GmbH veranstaltet.

deutscher digital award edition X

INHALT

TIMELINE 4
Einreichungsphasen 4
Gewinnerermittlung 4
KATEGORIEN 5
Kategorie 1: Digital Advertising Formats 6
Kategorie 2: Digital Campaigns 8
Kategorie 3: Social Media 10
Kategorie 4: Digital Audio & Podcast 12
Kategorie 5: Digital Products & Platforms 13
Kategorie 6: Digital Commerce 15
Kategorie 7: Digital Transformation 16
Kategorie 8: Digital for Good 16
TEILNAHME 17
EINREICHUNGSGEBÜHREN 17
Einreichung in mehreren Kategorien 17
ONLINE-EINREICHUNG DER PROJEKTE 19
Registrierung 19
Einreichungsbereich 19
Einreichungsformular 20
Rechnungsversand 22
ANSPRECHPARTNER 24
TEILNAHMEBEDINGUNGEN UND NUTZUNGSRECHTEINRÄUMUNG 25

TIMELINE

Einreichungsphasen

Early-Bird: 06.12. – 31.12.2023: 349,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Standard: 01.01. – 18.02.2024: 449,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Late-Bird: 19.02. – 03.03.2024: 549,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Drifter-Rate: 04.03. – 15.03.2024: 649,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)

Gewinnerermittlung

Jurysitzung: 23. + 24. April 2024
Bekanntgabe Shortlist: Ende April 2024
Bekanntgabe Gewinner: 16. Mai 2024

deutscher digital award edition X

KATEGORIEN

Du arbeitest in einer Agentur, in einem Unternehmen, bist ein Freelancer, ein Werbetreibender, ein Macher, der Kopf der Bande? Worauf wartest Du dann noch? Zeige uns Deine herausragende, innovative, bewegende, noch-nie-dagewesene, technisch umwerfende Arbeit für den deutschen, österreichischen oder Schweizer Markt. Sie bewegt? Sie trifft den Nerv? Sie trifft ins Herz? Sie trifft die Richtigen zum unerwarteten Zeitpunkt. Gut! Und sie ist digital! Noch besser!
Nutz die Chance, die deutschsprachige Digitalwelt auf Dich und Dein Team aufmerksam zu machen.

Zeige uns Deine besten Arbeiten in den folgenden Kategorien:

Digital Advertising Formats	Standards & Special Formats	Video Formats	Microsite	Native Advertising & Content Marketing	Media Innovation & Technology			
Digital Campaigns	Digital Only Campaign	Cross-Media Campaign	Digital Out of Home Campaign	Data-Driven Campaign	Audio Advertising Campaign			
Social Media	Social Media Campaign	Social Media Auftritt	Real Time Content	Community Management	Content Creation & Collaboration	Video Content Formats	Social Media Innovation	
Digital Audio & Podcast	Podcast Single	Podcast Series	Audio Innovation					
Digital Products & Platforms	Website	Content Platform	Digital Product	Native Apps (Mobile / Desktop)	Metaverse (Spaces / Events)	Digital Installations / Events (VR / AR)	Design / UX	Technology & Innovation
Digital Commerce	Retail Media Solutions	Social Commerce & Live-Shopping	Online Shop					
Digital Trans-formation	New Start-up / Innovation	Product & Corporate Trans-formation						
Digital for Good	Campaign	Products & Services						

1. Digital Advertising Formats

1.1. Standard & Special Formats

Zugelassen sind:

- die vom Online Vermarkterkreis (OVK) definierten Standardwerbeformen (Full Banner, Medium Rectangle, Standard Skyscraper, Expandable Skyscraper etc.
- die gemäß Definition des OVK zum Premium Ad Package zählenden Werbeformen (Billboard Ad, Halfpage Ad, Interscroller, Maxi Ad, Sitebar, Understitial etc)
- Display-Werbeformate, die auf Publishern und Plattformen wie Google, YouTube, Facebook, Instagram, Amazon, Snapchat, Tiktok, Twitch, Pinterest entsprechend deren aktuellen Ad-Spezifikationen gebucht werden können.

Bewertungskriterien:

Die Jury präsentiert einzelne Online-Werbemittel, die mit innovativer Umsetzung und/oder spannendem Storytelling eine positive Auseinandersetzung mit Produkten, Marken oder Inhalten erreichen. Dabei wird besonders auf eine hochwertige gestalterische und technische Umsetzung der Werbemittel, deren Innovationscharakter und User Experience unter optimaler Nutzung der vorgegebenen Spezifikationen geachtet.

1.2. Video Formats

Zugelassen sind:

- Ad-Formate, die zu den vom OVK definierten Linear Video Ads bzw. In-Stream-Ads zählen (Pre-Roll, Mid-Roll, Post-Roll)
- Ad-Formate, die zu den vom OVK definierten Non-Linear Video Ads zählen (Overlay Ad, Branded Player, On Air Promotion, Informercial, Presenting, etc.)
- In-Page Video Ads, das sind Standard- oder Sonderwerbeformen, in die Video-Inhalt integriert ist
- Bewegtbild-Werbeformen, die auf Google, YouTube, Facebook, Instagram, Amazon, Snapchat, TikTok, Twitch, Pinterest oder ähnlichen internationalen Plattformen gemäß deren aktuellen Ad-Spezifikationen gebucht werden können

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Videos, die nachgewiesen für den Einsatz im digitalen Advertising entwickelt wurden und die Möglichkeiten von Online-Bewegtbild optimal nutzen. Dazu zählen zum Beispiel die darauf optimierte Playtime, die Dramaturgie der Story und Interaktionsmöglichkeiten.

1.3. Microsite

Zugelassen sind Websites, die innerhalb von Digitalkampagnen als zeitlich befristete Landing- oder Aktions-Sites dienen und im Rahmen der Gesamt-Kampagne die Leads der Ads aufnehmen und zum gewünschten Kampagnenziel konvertieren.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Campaigning-Microsites, die in Storytelling, Interaktion, Gestaltung und Mehrwert für die Nutzer überzeugen und ihren Beitrag für die Konversion leisten. Darüber hinaus berücksichtigt die Jury die inhaltliche und gestalterische Verknüpfung der digitalen Ads mit der Microsite.

1.4. Native Advertising & Content Marketing

Zugelassen sind digitale Werbeformen, die sich inhaltlich und optisch in ein redaktionelles Umfeld, in dem sie platziert werden, einfügen. Dazu zählen Advertorials, branded oder sponsored Content und Native Advertising, jedoch nicht vollständige Content Plattformen außerhalb eines redaktionellen Umfelds. (diese in 5.2. Content Plattformen einreichen).

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert die kreative Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten im Native Advertising und Content Marketing. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auf das passende Storytelling, die passende Gestaltung und den Mehrwert für die Nutzer im Kontext zum redaktionellen Umfeld geachtet. Zugelassen sind digitale Werbeformen, die sich inhaltlich und optisch in das redaktionelle Umfeld, in dem sie platziert werden, einfügen und die transparent als werblicher Inhalt gekennzeichnet sind. Dazu zählen Advertorials, branded oder sponsored Content und Native Advertising. Alleinstehende Content Plattformen sind davon ausgenommen (diese in 5.2. Content Plattformen einreichen).

1.5. Media Innovation & Technology

Zugelassen sind Media-Konzepte & -Kampagnen, die innovative Technologien, wie zum Beispiel AI, verwenden.

Bewertungskriterien:

Die Jury bewertet innovative Media-Konzepte sowie die Nutzung von Technologien und AI für automatisierte dynamisches Inhalte-Erstellung, Storytelling und effiziente Ausspielung von Kampagnen in allen relevanten Kanälen.

2. Digital Campaigns

2.1. Digital Only Campaign

Zugelassen sind digitale Kampagnen, die in einem einzelnen digitalen Kanal wirken oder verschiedene, aufeinander abgestimmte digitale Kanäle nutzen, z.B. Display Advertising, Search und Social Media.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Kampagnen, die das Potenzial einzelner oder das Zusammenspiel verschiedener digitaler Medien optimal nutzen. Neben einer hochwertigen inhaltlichen und gestalterischen Umsetzung ist auch die intelligente Vernetzung mehrerer digitaler Kanäle auszeichnungswürdig, allerdings keine Bedingung für eine Auszeichnung.

2.2. Cross-Media Campaign

Zugelassen sind integrierte Kampagnen, die in Summe mindestens 3 klassische und digitale Kanäle miteinander kombinieren, z.B. TV, OOH oder Print mit digitalen Kanälen wie Display, DOOH, Websites, Social Media.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Kampagnen, die einzelne Medienkanäle nicht nur parallel einsetzen, sondern auf intelligente Art und Weise miteinander vernetzen. Besonders wichtig ist dabei, dass digitale Maßnahmen im Rahmen der integrierten Kampagne eine zentrale Rolle spielen. Das Zusammenspiel der einzelnen Medien sollte in der Einreichung deutlich herausgearbeitet werden.

2.3. Digital Out of Home Campaign

Zugelassen sind alle Maßnahmen digitaler Außenwerbung für Marken oder Produkte: digitale Citylights, große LED-Boards, digitale Screens am POS etc.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert digitale Außenwerbung, die das Medium auf überraschende und ungesehene Weise nutzt. Auszeichnungswürdig sind dabei Arbeiten, die den Nutzer mit einbeziehen und mehr bieten, als nur das Abspielen von Bewegtbildinhalten.

2.4. Data-Driven Campaign

Zugelassen sind digitale Kampagnen, deren Bestandteile oder digitale Einzelformate die Verwendung von Daten als wesentlichen Bestandteil der kreativen Exekution in sich tragen. Einzelformate dieser Kampagnen können Banner, Social Media Ads, Bewegtbildformate, die Kombination aus diesen, aber auch andere digitale Formate wie Microsites oder Digital OOH sein, die durch die Verwendung von Daten einen kreativen Unterschied machen.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert kreative Arbeiten, bei denen die Anwendung oder Interpretation von Daten nachweisbar den Kern der kreativen Idee ausmachen. Dabei sind die Daten entweder Grundlage der Kreation oder variieren und gestalten damit die Kreation während der Laufzeit: Bspw. wird durch die Verwendung von Daten eine Geschichte besonders erzählt, ein Sachverhalt eindrucksvoll visualisiert oder eine Botschaft in Echtzeit überraschend dargestellt.
Als Ausgangspunkt für eine Prämierung kann auch ein starker, aus Daten gewonnener Insight ausreichend sein.

2.5. Audio Advertising Campaign

Zugelassen sind Audio-Kampagnen, die eine oder mehrere Audio-Plattformen, wie z.B. Spotify, Apple Music, Amazon Music oder öffentlich-rechtliche Mediatheken, nutzen.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert kreative digitale Arbeiten im Rahmen von Kampagnen, die Audio-Plattformen, wie z.B. Spotify, Apple Music, Amazon Music oder weitere Mediatheken auf ungesehene und überraschende Art und Weise für Markenkommunikation für sich nutzen.

3. Social Media

3.1. Social Media Campaign

Zugelassen sind zeitlich oder inhaltlich begrenzte Kommunikationskampagnen, die einen oder mehrere Social-Media-Kanäle nutzen.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Social Media Kampagnen, die durch innovative Kraft, ihre kreative Idee, ihre Zielgruppenaffinität sowie die Umsetzung begeistern. Die Kampagnen können auf einem oder mehreren Social-Media-Kanälen wie z.B. Instagram, TikTok, YouTube, Twitch, LinkedIn oder Pinterest stattfinden. Auszeichnungswürdig sind Arbeiten, deren Inhalte perfekt zu den jeweiligen Kanälen passen.

3.2. Social-Media-Auftritt

Zugelassen sind langfristige Kommunikationsauftritte von Unternehmen und Marken in einem oder auf mehreren Social-Media-Kanälen.

Bewertungskriterien:
Die Jury prämiert kreative, unterhaltsame und/oder nutzenstiftende "Always-On"-Betreuung von Social Media Profilen mit kanaladäquaten und nutzergerechten Inhalten, sowie den Dialog mit den Communitys auf den Profilen.

3.3. Real Time Content

Zugelassen sind kurzfristige Reaktionen auf Echtzeitereignisse. Dies können einzelne Posts, Kampagnen oder Aktionen sein.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert originelle Reaktionen auf Echtzeitereignisse in Form einzelner Posts, Kampagnen oder Aktionen, die eine hohe Resonanz in der Community und auf dem jeweiligen Social Kanal auslösen.

3.4. Community Management

Zugelassen sind Maßnahmen im Rahmen von fortlaufendem Community Management (z.B. Kommentierung, Aufgreifen von Themen der Community sowie Outreach Maßnahmen).

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert kreatives, dialogisches, nutzerorientiertes Community Management in Form von Kommentierung, Aufgreifen von Themen der Community sowie Outreach Maßnahmen, d.h. das aktive Kommentieren von Marken außerhalb des eigenen Profils.

3.5. Content Creation & Collaboration

Zugelassen sind kommunikative Maßnahmen von Marken unter Einbeziehung von einzelnen oder mehreren Influencern:innen/Content Creator:innen. Dies können z.B. Posts, Videos oder Artikel sein.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert unterhaltende und involvierende kommunikative Maßnahmen von Marken unter Einbeziehung von einzelnen oder mehreren Influencern:innen/Content Creator:innen. Die entwickelten Inhalte werden wirkungsvoll im Sinne der Marke distribuiert und schaffen einen Wert für die assoziierte Marke. Zusätzliche Voraussetzung für eine Prämierung sollte Glaubwürdigkeit und Passgenauigkeit zu den genutzten Kanälen sein.

3.6. Video Content Formats

Zugelassen sind Bewegtbildformate, die als Einzelformat oder Serie für Social-Media-Kanäle wie z.B. YouTube, Pinterest, Instagram oder TikTok produziert wurden.

Bewertungskriterien:

Die Jury belohnt besonders kreative, unterhaltsame und/oder nutzenstiftende Formate, die als Einzelformat oder als Serie für Social-Media-Kanäle wie z.B. YouTube, Pinterest, Instagram oder TikTok produziert wurden. Unabhängig davon, ob die Inhalte von den Marken selbst oder in Zusammenarbeit mit Influencer:innen/Content Creator:innen erstellt wurden.

3.7. Social Media Innovation

Zugelassen sind alle Social Media Maßnahmen, die einen oder mehrere Kanäle in ungesehener Art nutzen.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert innovative Social Media Maßnahmen, die einen oder mehrere Kanäle in ungesehener Art nutzen, indem sie Features des jeweiligen Kanals inhaltlich oder technologisch für besondere Markenerlebnisse nutzen.

4. Digital Audio & Podcast

4.1. Podcast Single

Zugelassen sind digitale Audio-Produktionen für oder von Marken oder Einzelepisoden im Rahmen von seriellen Podcasts.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert herausragende digitale Audio-Produktionen oder Einzelepisoden im Rahmen von seriellen Podcasts für oder von Marken, die durch ihre innovative Machart hervorstechen. Die einzureichenden Arbeiten können von kleinen, unabhängig erstellten Sendungen bis hin zu bekannten Namen im digitalen Audiobereich reichen und sowohl unterhaltsame als auch nutzenstiftende Inhalte umfassen. Besonders auszeichnungswürdig sind Arbeiten, die digitale kreative Möglichkeiten nutzen, wie z.B. Interaktivität oder Verknüpfung mit anderen digitalen Kanälen.

4.2. Podcast Series

Zugelassen sind serielle digitale Audio-Produktionen oder Podcasts für oder von Marken.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert herausragende serielle digitale Audio-Produktionen oder Podcasts für oder von Marken, die durch ihre innovative Machart hervorstechen. Die einzureichenden Arbeiten können von kleinen, unabhängig erstellten Sendungen bis hin zu bekannten Namen im digitalen Audiobereich reichen und sowohl unterhaltsame als auch nutzenstiftende Inhalte umfassen. Besonders auszeichnungswürdig sind Arbeiten, die digitale kreative Möglichkeiten nutzen, wie z.B. Interaktivität oder Verknüpfung mit anderen digitalen Kanälen.

4.3. Audio Innovation

Zugelassen sind innovative digitale Audio-Maßnahmen.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert innovative digitale Audio-Maßnahmen, die Audio in besonders ungesehener Art nutzen, indem sie inhaltlich und/oder technologisch neue Hörerlebnisse in der Markenkommunikation schaffen.

5. Digital Products & Platforms

5.1. Website

Zugelassen sind langfristige Webauftritte aus sämtlichen Branchen, zum Beispiel Unternehmenswebsites, Portale und Public Service Websites. Es können sowohl rein stationäre, rein mobile als auch responsive Websites eingereicht werden.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Websites, die für Unternehmen, Marken oder Produkte einen für den User überraschenden relevanten, sozialen oder emotionalen Mehrwert bieten.
Zugelassen sind langfristige Webauftritte aus sämtlichen Branchen, zum Beispiel Unternehmenswebsites, Portale und Public Service Websites. Es können sowohl rein stationäre, rein mobile als auch responsive Websites eingereicht werden.

5.2. Content Platform

Zugelassen sind langfristige Plattformen aus sämtlichen Branchen mit einem starken inhaltlichen Fokus. Es können sowohl rein stationäre, rein mobile als auch responsive Websites eingereicht werden.

Bewertungskriterien:

Die Jury zeichnet editoriell ausgerichtete Websites und Plattformen aus, die wiederkehrend und über einen längeren Zeitraum hinweg, sowie in angemessener Tiefe und redaktioneller Qualität, Inhalte publizieren. Die Inhalte können dabei verschiedene Formate (Texte, Videos, Bilder, ggf. auch kleinere Tools oder Anwendungen innerhalb des Angebots) nutzen und sollten im Kontext von langfristigen Marken- und Marketingmaßnahmen stehen.

5.3. Digital Product

Zugelassen sind digitale Produkte aus sämtlichen Branchen. Es können native oder Webanwendungen eingereicht werden.

Bewertungskriterien:

Die Jury zeichnet digitale Produkte aus, die entweder eigenständig oder in Kombination mit physischen Produkten bzw. Dienstleistungen einen Mehrwert bieten. Die digitalen Produkte können sowohl B2C- oder B2B-fokussiert aber auch rein intern nutzbar sein und unter anderem Bereiche wie AI und IoT abdecken.

5.4. Native Apps (Mobile & Desktop)

Zugelassen sind downloadbare Apps für Smartphones, Tablets & Computer auf allen Plattformen (Apple, Android, Windows etc.). Berücksichtigt werden sowohl kampagnenbezogene Anwendungen als auch Services und Tools.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Apps, die für Unternehmen, Marken oder Produkte einen für den User überraschenden relevanten, sozialen oder emotionalen Mehrwert bieten. Besonderer Wert liegt auf der Berücksichtigung der mobilen Spezifika von Apps in konzeptioneller, gestalterischer und technischer Ausgestaltung.

5.5. Metaverse (Spaces & Events)

Zugelassen sind digital-only Maßnahmen, die via VR, AR oder auf dem Bildschirm eine Plattform schaffen, die einen Austausch zwischen den Nutzer:innen ermöglicht.

Bewertungskriterien:

Die Jury zeichnet Arbeiten aus, die „das Metaverse" sinnvoll und geschickt einsetzen. Im Vordergrund steht nicht der reine Technologie-Show-Effekt, sondern ein Nutzererlebnis, das durch den Einsatz dieser Technologien spürbar bereichert wird.

5.6. Digital Installations / Events (VR / AR)

Zugelassen sind Events oder Installationen zur Bewerbung von Marken oder Produkten im realen und digitalen Raum, die einen nachweisbar hohen digitalen Anteil haben und ohne diesen nicht erlebbar wären.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Events oder Installationen zur Bewerbung von Marken oder Produkten im realen und digitalen Raum, die einen nachweisbar hohen digitalen Anteil haben und ohne diesen nicht erlebbar wären.

Die Jury prämiert Events oder Installationen, die eines der folgenden Kriterien erfüllen:

- Die Arbeit ist ohne den digitalen Anteil nicht erlebbar.
- Die Arbeit interagiert mit ihrem Umfeld.
- Die Arbeit kommuniziert die Marken- oder Produktbotschaft auf eine für den User nachvollziehbare und gleichzeitig neuartige Art und Weise.

5.7. Design / UX

Zugelassen sind alle digitalen Plattformen und Produkte, die einen besonderen Fokus auf UX und Design legen.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Lösungen aus, die durch besondere handwerkliche Qualität im Bereich visueller Gestaltung hervorstechen und/oder durch ihren Aufbau, ihre Nutzerführung, ihre Bedienungsfreundlichkeit und ihre Nutzeransprache ein hervorragendes Nutzererlebnis in der Interaktion ermöglichen. Prämierungswürdig sind Plattformen oder Produkte, auf denen sich der Nutzer besonders gut und schnell zurechtfindet, aber auch Anwendungen, die durch eine besondere Architektur oder Features hervorstechen und den Anwender optimal leiten.

5.8. Technology & Innovation

Zugelassen sind alle digitalen Plattformen und Produkte, die Technologie in besonders innovativer Art und Weise einsetzen.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert digitale Plattformen und Produkte, die durch den Einsatz von innovativer Technologie einen USP nachweislich erlebbar machen. Hierzu zählen beispielsweise, aber nicht ausschließlich, die Benutzung von Frontend- oder Cloud-Technologien, die eine optimierte Performance liefern, oder Lösungen, die AR/VR, Web3 oder AI sinnvoll einsetzen.

6. Digital Commerce

6.1. Retail Media Solutions

Zugelassen sind alle digitalen Retail Media Kampagnen und Lösungen, in denen die digitalen Plattformen des Handels für Advertising genutzt werden.

Bewertungskriterien:

Die Jury bewertet die innovative Nutzung der Möglichkeiten von Retail Media durch Kreation und Technik. Dazu gehören neben Ads und Inhalten auch die Nutzung von Retailer-Daten und die Einbettung von Kampagnen in die Plattform der Retailer.

6.2. Social Commerce & Live-Shopping

Zugelassen sind Social Commerce und/oder Live Shopping-Maßnahmen, mit denen digitaler Handel betrieben wird.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert die innovative Nutzung von Social Commerce und/oder Live Shopping Maßnahmen, die hervorstechende Kauferlebnisse kreieren. Die Besonderheit kann dabei durch die reaktionelle Qualität, den Entertainment-Faktor oder durch die technologisch ungesehene Machart begründet sein.

6.3. Online Shop

Zugelassen sind Online Shops aus sämtlichen Branchen und für sämtliche digitalen Kanäle.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Online Shops und Digital Commerce Lösungen, die einen für den User überraschenden relevanten, sozialen oder emotionalen Mehrwert bieten.
Zugelassen sind langfristig laufende Shops aus sämtlichen Branchen. Es können sowohl rein stationäre, rein mobile als auch responsive Websites sowie Apps eingereicht werden.

7. Digital Transformation

7.1. New Start-up / Innovation

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Start-Ups, die auf Basis digitaler Produkte oder Plattformen ein Geschäftsmodell etabliert haben. Entscheidend ist, dass die Idee komplett neu, besonders kreativ und im Kern digital ist. Es werden auch Start-Ups bewertet, die als Non-Profit-Organisation keinen wirtschaftlichen, sondern einen gesellschaftlichen Zweck haben.

7.2. Product & Corporate Transformation

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Transformationsprogramme und -projekte bestehender Unternehmen. Diese können sich sowohl auf Produkte, Geschäftsmodelle als auch das Unternehmen selbst beziehen. Beispiele für auszuzeichnende Arbeiten sind die Erweiterung physischer Produkte um digitale Komponenten, Business Model Erweiterung auf Subscriptions oder Digitalisierung von internen Prozessen, aber auch die Agilisierung von Unternehmen bzw. Unternehmenseinheiten. Alle Arbeiten sollten im Rahmen dieser Bewertung ihre Auszeichnungswürdigkeit leicht und schnell aus sich selbst heraus transportieren können.

8. Digital for Good

Zugelassen in dieser Kategorie sind alle digitalen Arbeiten, die nachweislich einen positiven gesellschaftlichen Beitrag leisten. Dazu zählen Maßnahmen digitaler Markenkommunikation ebenso wie Arbeiten für Non-Profit-Organisationen oder NGOs. Auszeichnungswürdig sind Arbeiten, die auf positive Art eine gesellschaftliche Haltung transportieren, gesellschaftliche Veränderungen anstoßen oder gesellschaftlich relevante Themen aktiv unterstützen.

8.1. Campaign

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert digitale Kampagnen für Marken, Produkte oder Non-Profit-Organisationen/NGOs, die durch kreative kommunikative Leistung ein gesellschaftlich relevantes Thema nachweislich unterstützen, voranbringen oder anstoßen.

8.2. Products & Services

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert digitale Produkte oder Services, die durch kommunikative oder nutzenstiftende Funktionen helfen, ein gesellschaftlich relevantes Thema nachweislich positiv zu unterstützen oder dabei helfen, gesellschaftliche Probleme zu lösen bzw. die gesellschaftliche Teilhabe von benachteiligten Gruppen zu verbessern. Ausprägungen können Apps, E-Commerce- oder Inhalte-Plattformen sein, aber auch der Einsatz innovativer Technologien wie Voice, AR, VR oder AI.

TEILNAHME

Eingereicht werden können alle Arbeiten, die zwischen 01.01.2023 und 31.01.2024 in Deutschland, Österreich oder der Schweiz erstmals veröffentlicht beziehungsweise online geschaltet worden sind. Davor veröffentlichte Arbeiten werden nicht zugelassen.
Ausgenommen von dieser zeitlichen Begrenzung sind Corporate Websites, Digital Commerce und (Corporate) Blogs/Portale/Foren, bei denen der eingereichte Case im Einreichungszeitraum erstmals veröffentlicht beziehungsweise online geschaltet worden ist (zB. umfassender Website-Relaunch oder neue Features auf einer Plattform).

Am Deutschen Digital Award können Werbe-, Design-, Media- und Kommunikationsagenturen, Unternehmen, Institutionen sowie Einzelpersonen (freie Creative Directors, Art Directors, etc.) aus Deutschland, Österreich und der Schweiz mit Arbeiten aus dem Bereich digitale Medien teilnehmen.

EINREICHUNGSGEBÜHREN

Early-Bird: 06.12. – 31.12.2023: 349,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Standard: 01.01. – 18.02.2024: 449,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Late-Bird: 19.02. – 03.03.2024: 549,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Drifter-Rate: 04.03. – 15.03.2024: 649,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)

Vertrauliche Angaben sowie Projektinformationen sind nur der Jury zugänglich – diese ist zum Stillschweigen verpflichtet.

Bitte beachtet, dass alle Einreichungselemente bis spätestens zum Anmeldeschluss online eingetragen sein müssen.

Um vollständige Transparenz zu gewährleisten, möchten wir darauf hinweisen, dass die Einreichungsgebühren in diesem Jahr leicht angepasst wurden. Diese Anpassung erfolgte erstmals seit 2019 und dient dazu, den aktuellen Kostenanstieg auszugleichen.

Gewinnen beim DDA kostet nicht extra.

Einreichung in mehreren Kategorien

Es können unbegrenzt viele Arbeiten eingereicht werden. Allerdings muss jede Einreichung durch den beauftragenden Kunden genehmigt sein.

Du kannst Deine Einreichung in mehreren Kategorien anmelden, wähle dafür zu Beginn die gewünschten Kategorien aus. **Bitte beachtet, dass pro Projekt und für jede ausgewählte Kategorie die Gebühren jeweils anfallen.**
Reichst Du Deinen Case in z.B. 3 Kategorien während der Early-Bird-Phase ein, fallen dafür 3x349,00 EUR = 1.047,00 EUR zzgl. MwSt. an.

Du hast noch Fragen?

Dann findest Du die wichtigsten Antworten hier im Manual und in unseren FAQs auf der Webseite.
Oder nimm einfach Kontakt mit uns auf.

Deine Ansprechpartner bei Fragen sind:
Für inhaltliche Fragen: Noelle Germer, events@bvdw.org, +49-30-2888580-32
Für technische Fragen Alpha Awards, support@submit.to, +43-676-3761495

ONLINE-EINREICHUNG DER PROJEKTE

Registrierung

Die Einreichung zum Deutschen Digital Award erfolgt über das Online-Registrierungsformular auf der Website. **Solltest Du bereits am DDA 2023 teilgenommen haben, musst Du Dich trotzdem neu registrieren.**

Hier kannst Du Dich registrieren

Passwort vergessen

Solltest Du Dein Passwort vergessen, so klicke im Online-Anmeldebereich unter den Eingabefeldern auf „Passwort vergessen". Dein Passwort wird umgehend an Deine hinterlegte E-Mail-Adresse verschickt.

Einreichungsbereich

Kontaktdaten

Hier werden die Daten aufgeführt, die bei der Registrierung eingetragen wurden.

Online-Einreichung

Hier kannst Du Deine Einreichungen anlegen („Neues Projekt"). Die Einreichungsangaben sind folgend aufgeführt, so dass Du die Daten auch offline vorbereiten kannst.

Einreichungsformular

Die Einreichung einer Arbeit erfolgt in sechs Onlineschritten.

Achtung: Erst mit Abschluss des sechsten Schrittes ist Deine Einreichung bei uns endgültig gespeichert.

Zu Deiner Information haben wir den Onlineprozess der Einreichung dargestellt:

Schritt 1 – Titel & Kategorie
Bitte wähle die Kategorie aus, in der Du das Projekt einreichen möchtest und gib hier den Titel ein. Bitte wähle auch hier alle Kategorien aus, in denen Du dieses Projekt noch zusätzlich einreichen willst.

Beachte, dass pro ausgewählter Kategorie die entsprechende Einreichgebühr fällig wird.

Schritt 2 – Wer?
Hier werden alle Angaben über den Auftraggeber und über die ausführende Agentur abgefragt. Sofern Auftraggeber und Agentur identisch sind, benötigen wir die Angaben nur einmal. Falls die Einreichung mit einer Partneragentur oder Arbeitsgemeinschaft umgesetzt wurde, so kann diese hier erwähnt werden (hiervon ausgenommen sind reine externe Dienstleister).

Bitte trage in deinem **Benutzerprofil** unbedingt die korrekten Angaben zu der **Rechnungsadresse** ein. (Die Finanzbehörden verlangen die korrekte Firmierung in der Rechnung, wenn z. B. die Gesellschaftsform Teil des Firmennamens ist.)

Bei Einreichern mit einer Rechnungsadresse in Österreich ist die Angabe von Land und USt.-ID (ATU) notwendig um die Rechnung ohne Mehrwertsteuer für "Reverse Charge" zu generieren.

Bei der Rechnungsadresse in der Schweiz ist die Angabe von Land und VAT Nummer (CHE) notwendig um die Rechnung ohne Mehrwertsteuer für "Reverse Charge" zu generieren.

Beachte bitte, dass nach Absenden der Einreichung keine Änderungen an der Rechnungsadresse möglich sind. Für nachträgliche Änderungen der Rechnungsdaten müssen wir Dir 49,-€ zzgl. MwSt. berechnen.

Schritt 3 – Was?
Bitte gib Deiner Arbeit einen Titel, der auch so im Falle eine Nominierung oder Prämierung publiziert werden soll und beschreibe die Arbeit kurz mit ein paar Worten.

Hast Du Dich bei der Präsentationsform für eine für den Deutschen Digital Award aufbereitete Projekt-Webseite entschieden; oder handelt es sich bei der Einreichung um ein online sichtbares Projekt, kannst Du hier eine Projekt-URL angeben. Falls Zugangsdaten notwendig sind, gib diese bitte hier ebenfalls an. Bis zu drei URLs plus Zugangsdaten können hier angegeben werden.

Hast Du einen Casefilm (.flv, .mp4, .m4v) für die Präsentation der Kampagne für die Jury erstellt, so kannst Du den Link hier eingeben. (Dies ist aber kein „Muss".)

Wenn Du auf der Shortlist stehst, dann benötigen wir für die Webseite und die Award-Verleihung ein Vorschaubild/Screenshot (Dateiformat: .jpg, 1920×1080 px) oder einen Demo-Film/Screencast von 120 Sekunden. Hier ist der Link zum Demo-Film/Screencast einzutragen (falls der Screencast

(.flv, .mp4, .m4v) schon vorhanden ist. Bitte in das Eingabefeld für Demo-Film/Screencast-Links nur jeweils einen Link zu einem Screencast einfügen. Bitte beachte, dass wir über Deinen Case nur auf dem Instagram-Account des Awards berichten, falls wir geeignetes Bildmaterial für eine quadratische Darstellung vorliegen haben.

Wir bitten Dich während des Upload Vorgangs um Geduld. Sobald Deine Datei erfolgreich hochgeladen wurde, wird Dir dies auf der Seite angezeigt.

Bitte die benötigten Plug-Ins (wie Mikrofon, Webcam etc.) und Zugriffsdaten für geschützte Bereiche eintragen. Sollte eine Anmeldung mit E-Mail-Adresse und Passwort (bei z.B. Online-Spielen) benötigt werden, richte diese ein und gib die Daten an.

Wähle hier ebenfalls eine Kategorie in der das Projekt eingereicht wird.

Schritt 4 – Warum?

Uns interessieren die Idee, die Strategie und das Ergebnis bzw. den Erfolg der Maßnahme. Ebenfalls interessiert uns an dieser Stelle der Einsatzzeitraum. Erläutere kurz, warum die Arbeit innovativ ist.

Eingereicht werden können alle Arbeiten, die zwischen 01.01.2023 und 31.01.2024 in Deutschland, Österreich oder der Schweiz erstmals veröffentlicht beziehungsweise online geschaltet worden sind. Davor veröffentlichte Arbeiten werden nicht zugelassen. Ausgenommen von dieser zeitlichen Begrenzung sind Corporate Websites, Digital Commerce und (Corporate) Blogs/Portale/Foren, bei denen der eingereichte Case im Einreichungszeitraum erstmals veröffentlicht beziehungsweise online geschaltet worden ist (zB. umfassender Website-Relaunch oder neue Features auf einer Plattform).

Die Zeichenbegrenzung von 700 Zeichen (mit Leerzeichen) pro beschreibendem Pflichtfeld sollte nicht überschritten werden.

Schritt 5 – File Upload

Hier können Dateien (.pdf / .ppt) hochgeladen werden, die z. B. die Einreichung erklären, bzw. den Kampagnen-Ablauf zeigen.

Jeder Einreichung müssen mindestens drei Screenshots (1920x1080px, 72 dpi, RGB, .jpg/ .gif) angefügt werden, die die Arbeit dokumentieren. Definiere bitte eines dieser drei Screenshots als Vorschaubild und bezeichne die Datei mit „Vorschau.jpg“. Dieses wird der Jury im Bewertungsprozess zuerst angezeigt und für die Publikation der Shortlist und Gewinner auf der Award-Webseite und während der Award-Verleihung verwendet.

Casefilm der Kampagne
Sofern Du uns in Schritt 2 keinen Link zu einem externen Screencast mitgeteilt hast und Du Deine Einreichung mit einem Film erläutern möchtest, kannst Du diesen hier auf unseren Server laden. Die Videodatei sollte nicht größer als 4GB sein. Sofern deine Datei größer sein sollte, empfehlen wir die Datei bei YouTube oder Vimeo hochzuladen und uns in Schritt 2 den Link mitzuteilen.
Damit die Jury den Film online betrachten kann sollte das Dateiformat .mp4 oder .m4v sein. Ein Demo-Film für die Jurierung soll eine maximale Länge von 120 Sekunden nicht überschreiten. Bitte achte beim Konvertieren der Datei auf die Internetfähigkeit. Der Film sollte sich selbstständig puffern und nicht erst nach erfolgtem Ladevorgang abspielbar sein. Sofern Du den Screencast einreichen möchtest, verwenden wir gerne diesen anstelle des Vorschaubildes für die Veröffentlichung der Shortlist und Gewinner auf der Webseite und während der Preisverleihung. Dennoch ist die Einreichung der drei Screenshots verpflichtend für Deine Einreichung.

Ebenfalls kannst Du uns auf diesem Wege alle notwendigen Erklärungen als PDF- oder PPT-Datei zukommen lassen. Bildmaterial oder Dateien, welche zur Erläuterung der Arbeit notwendig sind, lädst Du hier ebenfalls hoch.

Schritt 6 – Überprüfung und Abschluss
Überprüfe noch einmal all Deine Dateneingaben und bestätige diese mit der Anerkenntnis der Teilnahmebedingungen und Nutzungsrechteinräumung.

Mit dem Button "Einreichung zahlungspflichtig absenden" meldest Du Deine Einreichung abschließend und verbindlich beim Wettbewerb an und sie ist in unserer Datenbank eingetragen und kann auch nicht mehr bearbeitet werden.

Du erhältst umgehend eine Bestätigungsmail mit einem Link zum Überprüfen der Projektdaten. Die Rechnungsstellung erfolgt zeitnah nach der jeweiligen Einreichungsphase per PDF/E-Mail.

Vor dem verbindlichen Abschicken kannst du deine Einreichung bis zum Ende der jeweiligen Einreichungsphase in Deinem persönlichen Teilnehmerbereich aktualisieren.

Einreichung in mehreren Kategorien

Du kannst Deine Einreichung in mehreren Kategorien anmelden, wähle dafür zu Beginn die gewünschten Kategorien aus. **Bitte beachtet, dass pro Projekt und für jede ausgewählte Kategorie die Gebühren jeweils anfallen.**
Reichst Du Deinen Case in z.B. 3 Kategorien während der Early-Bird-Phase ein, fallen dafür 3x349,00 EUR = 1.047,00 EUR zzgl. MwSt. an.

Rechnungsversand

Die Rechnungsstellung erfolgt zeitnah nach Ende der jeweiligen Phase, in der eingereicht wurde. Die Rechnung wird per E-Mail an die von Dir angegebene E-Mail-Adresse geschickt. Beachte bitte, dass nach Absenden der Einreichung keine Änderungen an der Rechnungsadresse möglich sind. Für nachträgliche Änderungen der Rechnungsdaten müssen wir Dir 49,-€ zzgl. MwSt. berechnen.

deutscher digital award edition X

CHECKLISTE FÜR ONLINE-EINREICHUNG

Schritt 1: **TITEL & KATEGORIE**

- ☐ Eintrag Titel*
- ☐ Auswahl Kategorie und ggf. Auswahl Zusatzkategorie/n

Schritt 2: **WER**

- ☐ Auftraggeber / Kunde* (inkl. Ansprechpartner, Kontaktdaten und Anschrift)
- ☐ Einreicher/ Agentur* (inkl. Ansprechpartner, Kontaktdaten und Anschrift)
- ☐ Rechnungsadresse* (unter Benutzerdaten eingeben)

Schritt 3: **WAS**

- ☐ Projekttitel*
- ☐ Warum hat diese Arbeit Deiner Meinung nach einen Award verdient?*
- ☐ Projekt-URL's
- ☐ Casefilm

Schritt 4: **WARUM**

- ☐ Einsatzzeitraum*
- ☐ Idee, Strategie & Ergebnis*
- ☐ Was macht die Arbeit innovativ?*
- ☐ Hast Du Bemerkungen o.ä. zu Deiner Einreichung?

Schritt 5: **FILE UPLOAD**

- ☐ Upload Vorschaubild*
- ☐ Upload drei Screenshots*
- ☐ ggf. Upload Präsentation
- ☐ ggf. Upload Erläuterungen
- ☐ Social Media Information
- ☐ Bestätigung Teilnahmebedingungen*
- ☐ Kenntnisnahme der Datenschutzerklärung*

Schritt 6: **ÜBERPRÜFUNG & ABSCHLUSS**

- ☐ Daten der Einreichung überprüfen
- ☐ Einreichung zahlungspflichtig absenden*

* Pflichtfeld

ANSPRECHPARTNER

Einreichungsbetreuung:

Bei inhaltlichen Fragen:
Noelle Germer
Tel.: +49-30-2888580-32
E-Mail: events@bvdw.org
www.bvdw.org

Bei technischen Fragen
Alpha Awards
Tel.: +43-676-3761495
E-Mail: support@submit.to

Sponsoring:

Daniel Schuster
Tel.: +49 (0) 30 2888580-31
E-Mail: schuster@bvdw.org
www.bvdw.org

Presse:

Timo Weigl
Leiter Kommunikation & Politik
Tel.: +49 (0) 30 2888580-38
E-Mail: presse@deutscherdigitalaward.de
www.bvdw.org

WIR FREUEN UNS AUF DEINE TEILNAHME AM DEUTSCHEN DIGITAL AWARD!

deutscher digital award edition X

TEILNAHMEBEDINGUNGEN UND NUTZUNGSRECHTEINRÄUMUNG

Diese Teilnahmebedingungen und Nutzungsrechteinräumung gelten für die Teilnahme am Deutschen Digital Award der BVDW Services GmbH, Schumannstraße 2, 10117 Berlin (Veranstalter):

1. Teilnahmebedingungen

a) Die Teilnahme am DDA ist kostenpflichtig. Gebühren fallen jeweils pro Projekt und für jede ausgewählte Kategorie an:

Early-Bird: 06.12. – 31.12.2023: 349,00 Euro zzgl. MwSt.
Standard: 01.01. – 18.02.2024: 449,00 Euro zzgl. MwSt.
Late-Bird:19.02. – 03.03.2024: 549,00 Euro zzgl. MwSt.
Drifter-Rate: 04.03. – 15.03.2024: 649,00 Euro zzgl. MwSt.

b) Im Falle einer Stornierung der Einreichung erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von 50% pro Projekt und für jede ausgewählte Kategorie.
c) Können Einreicher nicht an der Preisverleihung teilnehmen und im Falle eines Gewinns den Award nicht persönlich entgegennehmen, werden 49,00 EUR zzgl. MwSt. pro Pokal für den Versand berechnet.
d) Zusätzliche Trophäen können kostenpflichtig nach der Verleihung bestellt werden (Lieferzeit bis zu acht Wochen nach Bestellung). Die Kosten je Zusatz-Trophäe betragen 300,00 Euro zzgl. MwSt. plus Versandkosten in Höhe von 49,00 EUR zzgl. MwSt.
e) Die Beiträge müssen im Rahmen digitaler Geschäftsbereiche entstanden sein. Alle Einreichungen müssen im Rahmen eines Kundenauftrags oder in irgendeiner Form der Eigenwerbung realisiert worden sein.
f) Das Einverständnis der Auftraggeber beziehungsweise des Kunden zur Teilnahme (muss dem Einreicher/der einreichenden Agentur) vorliegen. Die Verantwortung hierfür trägt der Einreicher. Der Veranstalter des Deutschen Digital Award ist nicht verpflichtet, dies nachzuprüfen.
g) Alle angegebenen Inhalte müssen zur eingereichten Arbeit/Kampagne gehören. Mehrere Arbeiten/Kampagnen müssen einzeln angemeldet werden. Keine doppelten Einreichungen derselben Kampagne durch verschiedene Einreicher. Wenn eine Einreichung von mehreren Agenturen erstellt worden ist, so kann keine getrennte, beziehungsweise doppelte Einreichung erfolgen. Eine gemeinsame Einreichung mit Nennung der Partneragentur(en) ist erwünscht und kann im Anmeldeformular angegeben werden.
h) Integrierte Kampagnen müssen den Juroren in ihren einzelnen Bestandteilen online zur Sichtung bereitgestellt werden. Die konzeptionellen Zusammenhänge und der Ablauf der Anwendung müssen vollständig dargestellt werden. Eine Beschreibung reicht in diesem Fall nicht aus. Die Dokumentation durch Screenshots oder einen Demo-Film/Screencast ist möglich. Die klassischen Elemente der integrierten Kampagne müssen digital aufbereitet werden - physische Einreichungen sind nicht zulässig.
i) Der Veranstalter behält sich vor, ohne Rücksprache mit dem Einreicher, eine Kategorienänderung der jeweiligen Kampagne vorzunehmen. Integrierte digitale Kampagnen können auch in ihren digitalen Bestandteilen in den einzelnen Kategorien eingereicht werden.
j) Die veröffentlichte Arbeit ist mit mindestens drei Screenshots (Dateiformat: .jpg, 1920×1080 px) zu belegen. Von diesen drei Screenshots ist eines als Vorschaubild zu benennen. Dies ist Voraussetzung für die Teilnahme. Die Bereitstellung eines Demo-Films/Screencast (max. 120 Sekunden) bei der Einreichung ist nicht Voraussetzung für die Teilnahme, kann jedoch im Einreichungsformular eingefügt werden.
k) Der Einreicher muss die Arbeiten auf dem eigenen Webserver bereitstellen und die entsprechende URL und gegebenenfalls die benötigten Zugangsdaten (Benutzername, Passwörter) als auch zur Sichtung benötigte Plug-Ins im Bewerbungsformular eintragen. Eine Bereitstellung von außergewöhnlichem technischem Zubehör trägt der Einreicher.
l) Die eingereichten Arbeiten müssen unter der angegebenen URL (Pflichtfeld) abrufbar sein und in ihrer geschalteten Umgebung (speziell bei Banner-Kampagnen) dargestellt werden.
m) Der Einreicher muss gewährleisten, dass sich die Jurymitglieder die Einreichungen online ansehen können, um sie zu bewerten.
n) Die Fachjury bewertet nur vollständig ausgefüllte Einreichungen. Die Entscheidung der Jury ist bindend. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Du erhältst umgehend eine Bestätigungsmail mit einem Link zum Überprüfen der Projektdaten. Die Rechnungsstellung

erfolgt zeitnah nach der jeweiligen Einreichungsphase per PDF/E-Mail. Sammelrechnungen sind nicht vorgesehen

o) Der Einreicher erklärt sich bereit an beiden Tagen der Jurysitzung am 23. und 24. April 2024 der Jury telefonisch für etwaige Fragen, die zu den eingereichten Projekten aufkommen könnten, zur Verfügung zu stehen.

p) Der Einreicher erklärt sich bereit, in jedem Fall den Projektverantwortlichen zur Preisverleihung zu entsenden.

q) Die via Internet bereitgestellten Einreichungen müssen durchgängig ab dem Tag der Einreichung bis Ende Mai 2024 online zur Verfügung stehen. Jeder Einreicher trägt die alleinige Verantwortung dafür, dass die Einreichung/en vollständig und rechtzeitig online eingetragen ist/sind. Der Einreicher erkennt mit seiner Zustimmung (durch die Aktivierung der Tick-Box im Rahmen des Uploads und durch das Speichern der eingereichten Arbeit) die Teilnahmebedingungen und Nutzungsrechteinräumung an und bestätigt gleichzeitig die Richtigkeit seiner Angaben. Der Veranstalter trägt keine Haftung für fehlerhafte beziehungsweise nicht lauffähige Einreichungen.

Der Nachweis des Eingangs der Einreichung obliegt dem Absender. Die eingereichten Arbeiten verbleiben zu Dokumentationszwecken bei dem Veranstalter – dieser Verwendung der Beiträge stimmt der Einreicher zu.

Ausschlusskriterien:

Beiträge, die religiöse Gefühle sowie einzelne Moralvorstellungen oder das Urheberrecht verletzen, können von der Teilnahme ausgeschlossen werden. Einreichungen, auf die Juroren nicht zugreifen können (Server-Ausfallzeit, falsche Passwörter, defekte Links etc.), können nicht in Betracht gezogen werden.

Der Einreicher trägt hierfür die Verantwortung; die Haftung oder Prüfung obliegt nicht dem Veranstalter. Der Einreicher akzeptiert und bestätigt mit Teilnahme am Deutschen Digital Award die Einhaltung der Teilnahmebedingungen. Nur wettbewerbskonforme Einreichungen nehmen an der Bewertung teil.

2. Nutzungsrechtseinräumung

Damit die BVDW Services GmbH, Schumannstr. 2, 10117 Berlin (Veranstalter) die Filme und Screenshots auch auf den Webseiten, auf sozialen Netzwerken, vor allem Instagram, und während der Award-Verleihung präsentieren kann, ist eine entsprechende Nutzungsrechtseinräumung nötig. Der Einreicher erkennt mit seiner Zustimmung (durch die Aktivierung der Option Box im Rahmen des Uploads und durch das Speichern der eingereichten Arbeit) die Teilnahmebedingungen und Nutzungsrechteinräumung an und bestätigt gleichzeitig die Richtigkeit seiner Angaben.

a) Zum Zwecke der Präsentation werden an den Veranstalter widerruflich und unentgeltlich sämtliche, räumlich, zeitlich und örtlich unbeschränkte, nicht-ausschließlichen Nutzungsrechte an den zur Verfügung gestellten Einreichungsfilmen und Bildmaterialien wie folgt übertragen:
   1) das Recht, die Einreichungsfilme für sämtliche Verwertungen in digitalen Medien, insbesondere über die Online-Plattformen „YouTube“ und „Vimeo“ zu vervielfältigen, zu verbreiten und zur öffentlichen Vorführung, Funksendung oder öffentlichen Zugänglichmachung zu benutzen. Dazu zählt insbesondere das Recht zur Speicherung (Archivierung), in elektronischen Datenbanken zur öffentlichen Zugänglichmachung zum individuellen Abruf und zur Wiedergabe auf dem Bildschirm bei Dritten (Online-Nutzung).
   2) das Recht, die Einreichungsfilme oder deren Bearbeitungen und Vervielfältigungen zum Zwecke der Präsentation in allen Medien und zur Eigenwerbung, insbesondere auf und für den Online-Auftritt unter www.deutscherdigitalaward.de zu nutzen. Dieses Recht soll ebenfalls mit dem Veranstalter verbundenen Unternehmen für deren Eigenwerbung insbesondere zur Bewerbung der Zusammenarbeit zustehen. Für eine solche Verwertung erhält der Nutzungsrechtsinhaber ebenfalls keine Vergütung.
   3) das Recht, sämtliche die vorstehend übertragenen Nutzungsrechte an den Einreichungsfilmen ganz oder teilweise auf Dritte (YouTube, Vimeo, Instagram oder andere Plattformen) zum Zwecke der Auswertung zu übertragen. Dazu zählt insbesondere die Einräumung der öffentlichen Zugänglichmachung. Entscheidung darüber, zu welchen Bedingungen die Einbringungsfilme an Dritte weitergegeben werden, trifft ausschließlich der Veranstalter.

4) der BVDW darf die eingeräumten Rechte in gleichem Umfang an sämtliche Sponsoren des Deutschen Digital Award 2024 sowie im Rahmen der AGB von Dritten (YouTube, Vimeo, Instagram oder andere Plattformen) weiter übertragen. Eine Weiterübertragung durch die Sponsoren an weitere Dritte ist nicht gestattet.

b) Mit der Bereitstellung der Filme an den Veranstalter versichern Sie, dass ihm sämtliche, mit diesem Vertrag an den Veranstalter übertragenen Nutzungsrechte aufgrund Ihrer Eigenschaft als Filmurheber, Filmhersteller oder wegen eines entsprechenden Leistungsschutzes an den Einreichungsfilmen zustehen und über diese frei verfügen dürfen. Sie versichern, dass die eingebrachten Filme frei von Rechten Dritter sind, insbesondere eventuell notwendige Einwilligungen Dritter (ausübende Künstler, Drehbuch- und Nutzungsrechtsinhaber, Regisseure) vorliegen und eventuelle GEMA-Gebühren entrichtet wurden.

c) Für den Fall der Inanspruchnahme wegen vermeintlicher oder tatsächlicher Rechtsverletzungen und/oder Verletzung von Rechten Dritter wegen der Nutzung oder Auswertung der Einreichungsfilme sowie von sämtlichen sich hieraus ergebenen Ansprüchen seitens Dritter stellen Sie den Veranstalter frei und verpflichten sich, alle etwaigen Kosten, die dem Veranstalter durch die Inanspruchnahme Dritter entstehen, zu ersetzen. Zu den erstattungsfähigen Kosten zählen insbesondere die Kosten einer angemessenen Rechtsverteidigung, die der Veranstalter zur Abwehr von Ansprüchen Dritter entstehen. Der Nutzungsrechtsinhaber ist darüber hinaus verpflichtet, dem Veranstalter bei der Verteidigung gegen Ansprüche Dritter, die auf der Verletzung von Urheber- oder Leistungschutzrechten beruhen, aktiv zu unterstützen.

d) Der Veranstalter ist nicht verpflichtet, die Einreichungsfilme gegen Verlust oder Beschädigung zu versichern. Der Veranstalter übernimmt insbesondere keine Haftung für Verlust oder Beschädigung des Bildmaterials im Risiko- und Verantwortungsbereich ihrer Kunden oder weiterer Dritter, denen sie das Material zur Sichtung und Auswahl, zur Nutzung oder zur weiteren Verwertung überlässt. Weder die Kunden noch andere Dritte sind Erfüllungsgehilfen von dem Veranstalter.

e) Bei leichter Fahrlässigkeit haftet der Veranstalter nur bei Verletzung vertragswesentlicher Pflichten, mithin solcher Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages ermöglichen und auf deren Einhaltung der Nutzungsrechtsinhaber regelmäßig vertrauen darf (Kardinalpflichten). Der Veranstalter haftet bei leichter Fahrlässigkeit, ferner bei Personenschäden und nach Maßgabe des Produkthaftungsgesetzes. Im Übrigen ist die vorvertragliche, vertragliche und außervertragliche Haftung vom Veranstalter auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit beschränkt, wobei die Haftungsbegrenzung auch im Falle des Verschuldens eines Erfüllungsgehilfen des Betreibers gilt.

f) Der Veranstalter haftet nicht für Schäden, die der Nutzungsrechtsinhaber durch zumutbare Maßnahmen, insbesondere eigene Programm- und Datensicherung, hätte verhindern können. Ebenso wenig haftet der Veranstalter für Schäden, die entstehen, weil der Internet-Zugangs-Provider seine Leistungen (Zugang zum Internet) nicht wie geschuldet erbringt.

g) Die Einräumung der oben genannten Nutzungsrechte kann jederzeit durch Zusendung eines schriftlichen Kündigungsschreibens widerrufen werden. In diesem Falle ist der Veranstalter die Verwertung der Filme jedoch noch bis zum Ablauf von dreißig Tagen ab Zugang des Kündigungsschreibens gestattet. Nach Ablauf von dreißig Tagen werden die elektronisch gespeicherten (archivierten) Filme dann aus der Datenbank gelöscht, bzw. wird deren Löschung bei YouTube/Vimeo veranlasst.

h) Der Einreicher erklärt sich einverstanden, dass gegebenenfalls alle auf der Shortlist nominierten Arbeiten und auch die mit Award prämierten Arbeiten per Vorschaubild/Screenshot oder Demo-Film/Screencast (max. 120 Sekunden) publiziert werden (z.B. auf der Award-Webseite und während der Award-Verleihung). Der Einreicher räumt dem Veranstalter hierzu die erforderlichen Nutzungsrechte ein. Im Falle einer Nominierung und
Auszeichnung mit audiovisuellen Bestandteilen verpflichtet sich der Einreicher, jegliche aus der Veröffentlichung, Verbreitung und öffentlichen Zugänglichmachung entstehenden GEMA-Gebühren zu tragen oder GEMA-freie Musik zu verwenden.

Stand: Dezember 2023