



deutscher
digital award
2025

Einreichermanual

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.

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.....	12
Kategorie 6: Digital Commerce.....	17
Kategorie 7: Digital Transformation.....	18
Kategorie 8: Digital for Good.....	19
TEILNAHME.....	20
EINREICHUNGSGEBÜHREN.....	20
Einreichung in mehreren Kategorien.....	20
Rechnungsversand.....	21
ONLINE-EINREICHUNG DER PROJEKTE.....	21
Registrierung.....	21
Einreichungsbereich.....	21
Einreicheremaske.....	22
ANSPRECHPARTNER.....	25
TEILNAHMEBEDINGUNGEN UND NUTZUNGSRECHTEINRÄUMUNG.....	26

TIMELINE

Einreichungsphasen

Early-Bird:	03.12. – 31.12.2024:	349,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Standard:	01.01. – 24.02.2025:	449,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Late-Bird:	25.02. – 03.03.2025:	549,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Drifter-Rate:	04.03. – 10.03.2025:	649,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)

Gewinnerermittlung

Jurysitzung: 9. + 10. April 2025
Bekanntgabe Shortlist: Mitte April 2025
Bekanntgabe Gewinner: 15. Mai 2025

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! Nutze 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	Standard & Special Display Formats	Video Ad Formats	Online Film	Campaigning-Microsite	Native Advertising & Content Marketing	Media Innovation & Technology	Audio Advertising Campaign	
Digital Campaigns	Digital Only Campaign	Cross-Media Campaign	Digital Out of Home Campaign	Data-Driven Campaign				
Social Media	Social Media Campaign	Social Media Auftritt	Real Time Content	Community Management	Content Creation & Collaboration	Social Short Video	Social Media Innovation	
Digital Audio & Podcast	Podcast	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 Transformation	New Start-up / Innovation	Product & Corporate Transformation						
Digital for Good	Campaign	Products & Services						

1. Digital Advertising Formats

1.1. Standard & Special Display Formats

Zugelassen sind:

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

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert einzelne Online-Werbemittel, die durch innovative Umsetzung und/oder spannendes Storytelling eine positive Auseinandersetzung mit Produkten, Marken oder Inhalten fördern. Besonders geachtet wird dabei auf eine hochwertige gestalterische und technische Umsetzung der Werbemittel sowie deren Innovationscharakter, beispielsweise durch kreative Nutzung redaktioneller Kontexte und optimale Nutzung der vorgegebenen Spezifikationen.

1.2. Video Ad Formats

Zugelassen sind Bewegtbild Ad Formate, die in verschiedenen Formen und Kanälen eingesetzt werden – ob Einzelproduktion oder Serie – und die durch innovative Kreativität und technische Exzellenz auffallen und ein unverwechselbares Markenerlebnis schaffen, darunter:

- **Linear Video Ads** (In-Stream Ads) wie Pre-Roll, Mid-Roll und Post-Roll, die den Standards des OVK (Online-Vermarkterkreis) entsprechen.
- **Non-Linear Video Ads**, z. B. Overlay Ads, Branded Player, On-Air-Promotion, Infomercials, Presenting, die ebenfalls den OVK-Standards folgen.
- **In-Page Video Ads**, also Video-Content, der in Standard- oder Sonderwerbeformen integriert ist.
- **Bewegtbild-Werbeformate auf Plattformen (Social Ads)** wie z.B. TikToks, Reels oder YT Shorts sowie Bewegtbild-Ad-Formate auf anderen Social Channels wie z.B. Twitch, Pinterest, Snapchat etc.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert innovative Video-Werbeformate, die nachgewiesen für den Einsatz im digitalen Advertising entwickelt wurden und die kreativen Möglichkeiten von Online-Bewegtbild optimal nutzen. Dazu zählen zum Beispiel die Kreativität und Formatinnovation (ungewöhnliche Gestaltung, neuartige Erzählformen und/oder Integration von Interaktiven Elementen), das plattformspezifische Storytelling, die technische Exzellenz, die Markenidentität und Zielgruppenansprache sowie die Wirkung und Messbarkeit.

1.3. Online Film

Zugelassen sind längere Online-Video-Formate, die ein narratives oder dokumentarisches Storytelling verfolgen und als eigenständige Inhalte konzipiert sind, z.B. Filme mit einer Länge über 60 Sekunden, die ein intensives Markenerlebnis bieten und eine tief ergehende Geschichte erzählen. Hierzu gehören Imagefilme, Branded Documentaries, Werbefilme mit einem narrativen Ansatz oder Video-Serien, die sich nicht primär an den Spezifikationen eines Werbeformats orientieren, sondern Raum für eine detaillierte und immersive Erzählweise bieten.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Online Filme, die in erster Linie und nachweislich für den Einsatz im digitalen Advertising entwickelt wurden und durch filmische Exzellenz und innovatives Storytelling/Dramaturgie herausstechen. Darüber hinaus fließen die Markenintegration und Authentizität, Zielgruppenansprache und Relevanz sowie die Wirkung und Nachhaltigkeit in die Bewertung ein.

1.4. Campaigning-Microsite

Zugelassen sind Websites, die innerhalb von Digitalkampagnen als 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 den Bereichen Storytelling, Interaktion, Gestaltung und Nutzwert überzeugen und einen Beitrag zur Conversion leisten. Darüber hinaus berücksichtigt die Jury die inhaltliche und gestalterische Verknüpfung der digitalen Ads mit der Microsite.

1.5. Native Advertising & Content Marketing

Zugelassen sind digitale Werbeformen, die sich inhaltlich und optisch in ein redaktionelles Umfeld einfügen, in dem sie platziert werden. Dazu zählen Advertorials, branded oder sponsored Content und Native Advertising.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert die kreative Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten im Native Advertising und Content Marketing. Dabei liegt ein besonderes Augenmerk auf passendem Storytelling, der passenden Gestaltung und dem Mehrwert für die User im Kontext des redaktionellen Umfelds. Zugelassen sind digitale Werbeformen, die sich inhaltlich und optisch in das redaktionelle Umfeld einfügen, in dem sie platziert werden, und die transparent als werblicher Inhalt gekennzeichnet sind. Dazu zählen Advertorials, branded oder sponsored Content und Native Advertising. Alleinstehende Content Plattformen sind davon ausgenommen.

1.6. Media Innovation & Technology

Zugelassen sind Media-Projekte, die durch wegweisende technologische Lösungen und innovative Media-Strategien neue Möglichkeiten der digitalen Markenkommunikation eröffnen. Das heißt Media-Projekte, die durch kreative Technologie-Anwendungen, datenbasierte Strategien und/oder innovative Mediatools das Potenzial digitaler Kommunikation erweitern und die Interaktion zwischen Marke und Zielgruppe auf neue Ebenen heben. Dies umfasst beispielsweise KI-gestützte Kampagnen, AR-/VR-Anwendungen, innovative Data-Driven Advertising-Lösungen, dynamische Cross-Channel-Plattformen &-Kampagnen und personalisierte Medienansätze.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Projekte, die sich mit Innovationskraft und dem Einsatz von technologischen Neuheiten auszeichnen. Neben der kreativen Nutzung von Technologien (z.B. Nutzung von KI, Datenanalysen, etc. die den Mehrwert für die Marke und Zielgruppe maximiert), der Zielgruppenwirkung und -relevanz und der Usability, werden die messbare Wirkung und der (Kampagnen-)Erfolg in die Jury-Bewertung einfließen.

1.7. 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 Spotify, Apple Music, Amazon Music oder andere Mediatheken auf überraschende und neuartige Weise für Markenkommunikation nutzen.

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 digitaler Medien oder das Zusammenspiel mehrerer digitaler Kanäle optimal nutzen. Neben einer hochwertigen inhaltlichen und gestalterischen Umsetzung ist auch die intelligente Vernetzung mehrerer digitaler Kanäle auszeichnungswürdig, jedoch keine Voraussetzung für eine Auszeichnung.

2.2. Cross-Media Campaign

Zugelassen sind integrierte Kampagnen, die in Summe mindestens drei 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 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 sein.

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 neuartige Weise nutzt. Auszeichnungswürdig sind Arbeiten, die den Nutzer 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 nachweislich den Kern der kreativen Idee bildet. Dabei dienen die Daten entweder als Grundlage der Kreation oder variieren diese während der Laufzeit. Zum Beispiel kann durch die Verwendung von Daten eine Geschichte besonders erzählt, ein Sachverhalt eindrucksvoll visualisiert oder eine Botschaft in Echtzeit überraschend dargestellt werden. Auch ein starker, aus Daten gewonnener Insight kann Ausgangspunkt für eine Prämierung sein.

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 ihre innovative Kraft, kreative Ideen, Zielgruppenaffinität sowie ihre überzeugende Umsetzung begeistern. Die Kampagnen können auf einem oder mehreren Social-Media-Kanälen wie Instagram, TikTok, YouTube, Twitch, LinkedIn oder Pinterest stattfinden. Ausgezeichnet werden Arbeiten, deren Inhalte speziell auf die jeweiligen Kanäle ausgerichtet sind.

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/Always-In"-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, spontane Reaktionen auf Echtzeitereignisse. Dies können einzelne Posts, Kampagnen oder Aktionen sein. Als Real-Time-Content gelten dabei nur Maßnahmen, die nicht im Voraus absehbar sind und daher nicht vorgeplant werden können.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert originelle Reaktionen auf Echtzeitereignisse in Form von einzelnen Posts, Kampagnen oder Aktionen, die eine hohe Resonanz in der Community sowie auf dem jeweiligen Social-Media-Kanal auslösen.

3.4. Community Management

Zugelassen sind Maßnahmen im Rahmen eines fortlaufenden Community Managements (z.B. Kommentierung, Aufgreifen von Themen der Community sowie Outreach-Maßnahmen).

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert kreatives, dialogisches und nutzerorientiertes Community Management in Form von Kommentierungen, dem 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 Influencer/Content Creator. Dies können z.B. Posts, Videos oder Artikel sein.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert unterhaltende und involvierende kommunikative Maßnahmen von Marken unter Einbeziehung einzelner oder mehrerer Influencer sowie Content Creator. Die entwickelten Inhalte werden wirkungsvoll im Sinne der Marke distribuiert und schaffen einen Mehrwert für die assoziierte Marke. Eine zusätzliche Voraussetzung für eine Prämierung ist die Glaubwürdigkeit und Passgenauigkeit zu den genutzten Kanälen.

3.6. Social Short Video

Zugelassen sind Social Videos, die als Einzelformat oder als Serie für Social-Media-Kanäle wie z.B. TikTok, Instagram oder YouTube produziert werden. Beispiele sind unterhaltsame oder nutzstiftende TikToks, Reels, Bewegtbild Stories oder YouTube Shorts, die durch ihre Machart für überdurchschnittliches Engagement auf dem jeweiligen Kanal sorgen.

Bewertungskriterien:

Die Jury belohnt besonders kreative, unterhaltsame und/oder nutzenstiftende Formate, die als Einzelformat oder als Serie für einen oder mehrere Kanäle produziert wurden und die jeweiligen Kanalgesetze in besonderer Form für sich nutzen und berücksichtigen. Dabei können die Videos von den Marken selbst oder in Zusammenarbeit mit Influencer/Content Creator erstellt worden sein.

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 auf bisher ungesehene Weise nutzen, indem sie die Features des jeweiligen Kanals inhaltlich oder technologisch für besondere Markenerlebnisse einsetzen.

4. Digital Audio & Podcast

4.1. Podcast

Zugelassen sind serielle oder einzelne 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 produzierten Sendungen bis hin zu bekannten Namen im digitalen Audiobereich reichen und sowohl unterhaltsame als auch nutzenstiftende Inhalte umfassen. Besonders auszeichnungswürdig sind Arbeiten, die digitalen kreativen Möglichkeiten nutzen, wie z.B. Interaktivität oder die Verknüpfung mit anderen digitalen Kanälen.

4.2. Audio Innovation

Zugelassen sind innovative digitale Audio-Maßnahmen. Es werden digitale Audio-Maßnahmen ausgezeichnet, die durch ihre Innovationskraft in der Markenkommunikation hervorstechen. Es können Projekte eingereicht werden, die durch außergewöhnliche Inhalte oder neue Technologien ein einmaliges Hörerlebnis schaffen und dadurch Markenbotschaften auf neuartige Weise transportieren.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert innovative digitale Audio-Maßnahmen und alle Formen digitaler Audioproduktionen, von Podcasts und interaktiven Audio-Formaten bis hin zu Voice-Technologien und immersiven Klangwelten.

5. Digital Products & Platforms

5.1. Website

Einreichungen können langfristige Webauftritte aus allen Branchen sein, wie zum Beispiel Unternehmenswebsites, Portale oder öffentliche Service-Websites. Zugelassen sind sowohl stationäre (Desktop-) Websites als auch mobile Websites und responsive Websites, die auf mehreren Endgeräten funktionieren.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Websites, die für Unternehmen, Marken oder Produkte einen für den User überraschenden relevanten, sozialen oder emotionalen Mehrwert bieten.

- **Innovation:**
Präsentiert die Website eine neuartige Idee oder ein innovatives Konzept im Bereich Webauftritte? Treibt sie den digitalen Wandel in ihrer Branche oder Kategorie voran?
- **Handwerk:**
Sind Inhalt, Design, technische Umsetzung und Joy of Use auf hohem Niveau?
Ist die Website in Bezug auf Layout, Navigation und Performance herausragend umgesetzt?

- **Nutzerzentrierung:**
Stellt die Website die Bedürfnisse der Nutzer in den Vordergrund? Bietet sie einen klaren Mehrwert für den User, sei es funktional, sozial oder emotional?

5.2. Content Platform

Einreichungen können langfristige digitale Plattformen aus allen Branchen mit starkem inhaltlichen Schwerpunkt sein. Dazu zählen beispielsweise News-Portale, Blogs, Online-Magazine oder andere Websites, die regelmäßig und über einen längeren Zeitraum hinweg Inhalte in angemessener Tiefe und redaktioneller Qualität veröffentlichen. Sowohl stationäre (Desktop), mobile als auch responsive Websites sind zugelassen.

Bewertungskriterien:

Die Jury zeichnet editorial 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.

- **Innovation:**
Setzt die Plattform neue Maßstäbe in der Content-Präsentation oder -Distribution?
Treibt sie den digitalen Wandel im Bereich Content-Plattformen durch innovative Formate oder Technologien voran?
- **Handwerk:**
Wie hochwertig sind die Inhalte in Bezug auf Tiefe, Relevanz und redaktionelle Qualität?
Ist die technische Umsetzung stabil und unterstützt verschiedene Medienformate professionell?
Wird ein herausragendes Nutzererlebnis durch ansprechendes Design und intuitive Navigation geboten?
- **Nutzerzentrierung:**
Erfüllt die Plattform die Informationsbedürfnisse der Zielgruppe?
Bietet sie dem Nutzer Mehrwert durch personalisierte Inhalte oder interaktive Elemente?

5.3. Digital Product

Einreichungen können digitale Produkte aus allen Branchen sein, einschließlich nativer Anwendungen (Apps) und Webanwendungen. Dazu zählen Softwareprodukte, digitale Tools, Plattformen oder Services, die eigenständig oder in Kombination mit physischen Produkten bzw. Dienstleistungen einen Mehrwert bieten. Die digitalen Produkte können sowohl für B2C- als auch für B2B-Zielgruppen konzipiert sein oder intern genutzt werden und Bereiche wie AI oder IoT abdecken.

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.

- **Innovation:**
Nutzt das digitale Produkt innovative Technologien oder Ansätze, um einen einzigartigen Mehrwert zu schaffen? Treibt es den digitalen Wandel in seiner Branche durch neue Funktionen oder Dienste voran?
- **Handwerk:**
Wie qualitativ hochwertig sind die technische Umsetzung, das Design und die Benutzerführung? Ist das Produkt stabil, sicher und performant entwickelt?
- **Nutzerzentrierung:**
Adressiert das Produkt spezifische Bedürfnisse der Nutzer und bietet es Lösungen für deren Herausforderungen? Ist die Bedienung intuitiv und erleichtert es den Alltag oder Arbeitsprozesse der Anwender?

5.4. Native Apps (Mobile & Desktop)

Einreichungen können herunterladbare Apps für Smartphones, Tablets und Computer auf allen Plattformen (iOS, Android, Windows etc.) sein. Zugelassen sind sowohl kampagnenbezogene Anwendungen als auch dauerhafte 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.

- **Innovation:**
Bringt die App neue Funktionen oder Konzepte in den App-Markt? Nutzt sie innovative Technologien, um das Nutzererlebnis zu verbessern oder neue Möglichkeiten zu schaffen?
- **Handwerk:**
Wie hochwertig sind Design, Usability und technische Umsetzung der App? Werden die mobilen Spezifika in Konzeption, Gestaltung und Technik optimal genutzt?
- **Nutzerzentrierung:**
Orientiert sich die App an den Bedürfnissen und Gewohnheiten der Nutzer? Bietet sie einen klaren Mehrwert und verbessert sie die User Experience im Vergleich zu bestehenden Lösungen?

5.5. Metaverse (Spaces & Events)

Einreichungen können rein digitale Projekte sein, die über VR, AR oder auf dem Bildschirm virtuelle Plattformen schaffen, die einen Austausch zwischen den User ermöglichen. Dazu gehören virtuelle Räume, Events oder Community-Plattformen innerhalb des Metaverse.

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.

- **Innovation:**
Nutzt die Arbeit das Potenzial des Metaverse auf neuartige Weise? Treibt sie die Entwicklung und Akzeptanz von VR/AR-Technologien und virtuellen Räumen voran?
- **Handwerk:**
Wie professionell sind die virtuelle Umgebung, Interaktionen und technische Umsetzung gestaltet? Wird ein immersives und störungsfreies Erlebnis durch hohe Qualität in Design und Technik ermöglicht?
- **Nutzerzentrierung:**
Bietet die Arbeit den Nutzern einen echten Mehrwert durch soziale Interaktion, Erlebnis oder Nutzen? Sind die Bedürfnisse und Erwartungen der Nutzer im virtuellen Raum berücksichtigt und erfüllt?

5.6. Digital Installations / Events (VR / AR)

Einreichungen können Events oder Installationen sein, die zur Bewerbung von Marken oder Produkten im realen und digitalen Raum dienen und einen nachweisbar hohen digitalen Anteil haben, ohne den sie nicht erlebbar wären. Beispiele sind interaktive Installationen, VR/AR-Erlebnisse oder hybride Events mit digitalen Komponenten.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Events oder Installationen, die mind. 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.
- **Innovation:**
Setzt die Arbeit neue Maßstäbe im Einsatz von digitalen Technologien in realen Räumen? Treibt sie die Integration von digitalen und physischen Erlebnissen voran?
- **Handwerk:**
Wie gut sind die digitalen Elemente technisch und gestalterisch umgesetzt? Interagiert die Installation nahtlos mit ihrem Umfeld und bietet ein konsistentes Erlebnis?
- **Nutzerzentrierung:**
Steht das Erlebnis der Nutzer im Vordergrund und werden sie aktiv eingebunden? Kommuniziert die Arbeit die Marken- oder Produktbotschaft auf verständliche und innovative Weise, die für den Nutzer einen Mehrwert darstellt?

5.7. Design/UX

Einreichungen können digitale Plattformen und Produkte aus allen Bereichen sein, die einen besonderen Fokus auf User Experience (UX) und Design legen. Dazu zählen Websites, Apps, Software oder digitale Services, die durch herausragende visuelle Gestaltung und Benutzerfreundlichkeit ein hervorragendes Nutzererlebnis ermöglichen.

Bewertungskriterien:

Die Jury prämiert Lösungen, 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.

- **Innovation:**
Bringt die Arbeit neue Designkonzepte oder UX-Ansätze hervor? Treibt sie die Entwicklung von Designstandards oder Nutzerinteraktionen in ihrer Kategorie voran?
- **Handwerk:**
Wie exzellent sind die visuelle Gestaltung, Typografie, Farbgebung und Gesamtästhetik?
Ist die Nutzerführung intuitiv und sind alle Interaktionen flüssig und logisch aufgebaut?
- **Nutzerzentrierung:**
Werden die Bedürfnisse und Erwartungen der Nutzer durch das Design optimal erfüllt?
Führt das herausragende UX-Design zu einem hohen Grad an Zufriedenheit und Bindung beim Nutzer?

5.8. Technology & Innovation

Einreichungen können digitale Plattformen und Produkte aus allen Branchen sein, die Technologie auf besonders innovative Weise einsetzen. Dazu gehören Lösungen, die beispielsweise, aber nicht ausschließlich, durch den Einsatz von Frontend- oder Cloud-Technologien eine optimierte Performance liefern oder Technologien wie AR/VR, Web3 oder künstliche Intelligenz (KI) sinnvoll einsetzen, um einen einzigartigen Mehrwert zu bieten.

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.

- **Innovation:**
Nutzt die Arbeit neue oder bahnbrechende Technologien, um etwas bisher Ungesehenes zu schaffen? Treibt sie technologische Entwicklungen voran und setzt neue Standards in ihrer Branche?

- **Handwerk:**
Wie gut ist die technische Umsetzung hinsichtlich Stabilität, Sicherheit und Performance? Werden komplexe Technologien effizient und effektiv implementiert?
- **Nutzerzentrierung:**
Bietet der innovative Technologieeinsatz einen spürbaren Mehrwert für den Nutzer? Ist die Technologiesinnvoll integriert und erleichtert sie die Nutzung oder eröffnet neue Möglichkeiten für den Anwender?

6. Digital Commerce

6.1. Retail Media Solutions

Zugelassen sind alle digitalen Retail Media Kampagnen und Lösungen, in denen das digitale Werbeinventar des Handels sowie ihre Handelsdaten für Advertising genutzt wurden.

Bewertungskriterien:

Die Jury bewertet die innovative Nutzung der Möglichkeiten von Retail Media durch Kreation und Technik. Dazu gehören neben den Ads und Inhalten auch die effektive Nutzung von Retailer-Daten zur segmentierten Zielgruppenansprache. Beurteilt wird ebenfalls wie sich die Kampagne in die Plattform des Retailers integriert, sowie deren Erfolg auf Basis messbarer Ergebnisse.

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 Käuferlebnisse kreieren. Die Besonderheit kann dabei durch die redaktionelle 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 neuartiges Geschäftsmodell etabliert haben. Entscheidend ist, dass die dem Start-up zugrundeliegende 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.

- **Innovation:**
Ist die Geschäftsidee des Start-ups wirklich neu und löst mit digitalen Mitteln komplexe Aufgabestellungen in der jeweiligen Branche oder Gesellschaft auf ungewohnte Weise?
Ist die verwendete Technologie für die Lösung der beschriebenen Herausforderung bisher so noch nicht bzw. ungewohnt eingesetzt worden?
- **Handwerk:**
Ist die technische Implementierung effizient und effektiv umgesetzt? Sind graphische Umsetzung und Nutzerführung optimal auf die Geschäftsidee ausgerichtet?
- **Nutzerzentrierung:**
Ist der Mehrwert, der durch die Geschäftsidee entsteht, erkennbar und nachvollziehbar?
Ist der Einsatz von digitalen Mitteln für die Umsetzung der Geschäftsidee gerechtfertigt und erleichtert eine vorher nicht so komfortable Situation in der jeweiligen Branche?

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.

- **Innovation:**
Ist die Transformation wirklich neu und löst mit digitalen Mitteln komplexe Aufgabestellungen auf ungewohnte Weise? Ist die verwendete Technologie für die Lösung der beschriebenen Herausforderung bisher so noch nicht bzw. ungewohnt eingesetzt worden?
- **Handwerk:**
Ist die technische Implementierung effizient und effektiv umgesetzt? Sind graphische Umsetzung und Nutzerführung optimal auf die Transformation

ausgerichtet?

- **Nutzerzentrierung:**

Ist der Mehrwert, der durch die Transformation entsteht, erkennbar und nachvollziehbar?

Ist der Einsatz von digitalen Mitteln für die Umsetzung der Transformation gerechtfertigt und erleichtert eine vorher nicht so komfortable Situation im Unternehmen?

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 01.01.2024 und 31.01.2025 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:	03.12. – 31.12.2024:	349,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Standard:	01.01. – 24.02.2025:	449,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Late-Bird:	25.02. – 03.03.2025:	549,00 Euro zzgl. MwSt. (pro Projekt & ausgewählte Kategorie)
Drifter-Rate:	04.03. – 10.03.2025:	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.

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. Lege hierzu die erste Einreichung vollständig an, kopiere diese und wähle innerhalb der Kopie die neue Kategorie aus. **Bitte beachte, 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 (Noelle, events@bvdw.org, +49 173 8999088).

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.

ONLINE-EINREICHUNG DER PROJEKTE

Registrierung

Die Einreichung zum Deutschen Digital Award erfolgt über das Online-Registrierungsformular auf der Website.

[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

Im Menü oben rechts (Name) findest Du Dein Profil, wo Du Dein Passwort eingeben und Deine Kontaktdaten aktualisieren kannst. **Die E-Mail, die hier eingetragen wurde, wird für die Bekanntgabe der Shortlist und Gewinner genutzt.**

Eingeben

Im Menü „Eingeben“ kannst Du Deine Einreichung/en anlegen. Die Einreichungsangaben sind folgend aufgeführt, so dass Du die Daten auch offline vorbereiten kannst.

Einreichermaske

Schritt 1 – Hier starten

Bitte wähle die Kategorie aus, in der Du das Projekt einreichen möchtest und gib Deiner Einreichung einen Namen.

Schritt 2 – Eignung

Hier prüfen wir, ob Deine Kampagne zugelassen ist. Bei erfolgreicher Eignung kannst Du mit den nächsten Schritten fortfahren.

Es können alle Arbeiten eingereicht werden, die **erstmalig zwischen dem 1. Januar 2024 und dem 31. Januar 2025** in Deutschland, Österreich oder der Schweiz veröffentlicht wurden – unabhängig davon, ob die Veröffentlichung online oder offline erfolgte. Arbeiten, die vor diesem Zeitraum veröffentlicht wurden, sind nicht zugelassen. Ausgenommen von diesem Zeitraum sind Unternehmenswebsites, digitaler Handel sowie (Unternehmens-)Blogs, Portale oder Foren, wenn die eingereichte Kampagne erstmalig während des Einreichungszeitraums veröffentlicht wurde, z.B. durch einen umfassenden Website-Relaunch oder neue Funktionen auf einer Plattform.

Schritt 3 – Wer?

Bitte trage hier den Namen des Auftraggebers und der ausführenden Agentur ein, die so im Falle einer Nominierung oder Prämierung publiziert werden sollen.

Schritt 4 – Was?

Bitte gib Deiner Arbeit einen Titel, der auch so im Falle einer Nominierung oder Prämierung publiziert werden soll.

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“.)

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.

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.

Schritt 5 – 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 (Zeichenbegrenzung von 1200 Zeichen bitte nicht überschreiten).

Schritt 6 – Vorschaubild

Jede Einreichung muss mindestens drei Screenshots (1920x1080px, 72 dpi, RGB, .jpg/.gif) zur Dokumentation der Arbeit enthalten. Bitte definiere einen dieser drei Screenshots als Vorschaubild und benenne die Datei mit „Preview.jpg“.

Bei den Audio-Kategorien (1.7., 4.1. und 4.2.) muss mind. 1 Vorschaubild der Einreichung beigefügt werden.

Dieses Bild wird der Jury während des Bewertungsprozesses gezeigt und zur Veröffentlichung der Shortlist und der Gewinner auf der Award-Website sowie während der Preisverleihung verwendet.

Schritt 7 – Datei Upload

Hier können Dateien (.pdf / .ppt) hochgeladen werden, die z. B. die Einreichung erklären, bzw. den Kampagnen-Ablauf zeigen. Bildmaterial oder Dateien, welche zur Erläuterung der Arbeit notwendig sind, lädst Du hier ebenfalls hoch.

Casefilm der Kampagne

Sofern Du uns in Schritt 4 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 4 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.

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

Schritt 8 – Prüfung und Abschluss

Überprüfe noch einmal all Deine Dateneingaben und bestätige diese mit der Anerkennung der Teilnahmebedingungen und Nutzungsrechteinräumung.

Bitte trage beim Check-Out im Warenkorb 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.

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.

CHECKLISTE FÜR ONLINE-EINREICHUNG

Schritt 1: KATEGORIE & NAME

- Auswahl Kategorie*
- Eintrag Einsendungsname*

Schritt 2: EIGNUNG

- Angabe & Prüfung vom Veröffentlichungszeitraum

Schritt 3: WER

- Name des Auftraggebers / des Kunden*
- Name des Einreichers / der Agentur*

Schritt 4: WAS

- Offizieller Projekttitel*
- Casefilm
- Projekt-URL

Schritt 5: WARUM

- Einsatzzeitraum*
- Warum ist Deine Arbeit auszeichnungswürdig? Was macht sie erfolgreich?
Nenne uns dazu Kennzahlen, Daten oder Fakten, die das beweisen –
überzeugend und kurz, so wie Du es einem Fremden in einem Fahrstuhl
erzählen würdest.*
- Hast Du Bemerkungen o.ä. zu Deiner Einreichung?

Schritt 6: SCREENSHOTS / VORSCHAUBILD

- Upload von Screenshots & Vorschaubild*

Schritt 7: DATEI UPLOAD

- ggf. Upload Präsentation
- ggf. Upload Erläuterungen

Schritt 8: ÜBERPRÜFUNG & ABSCHLUSS

- Daten der Einreichung überprüfen
- Social Media Information
- Hinweis zur Rechnungsadresse*
- Bestätigung Teilnahmebedingungen*
- Kenntnisnahme der Datenschutzerklärung*
- Einreichung zahlungspflichtig absenden*

* Pflichtfeld

ANSPRECHPARTNER

Einreichungsbetreuung:

Bei inhaltlichen und technischen Fragen:

Noelle Germer

Tel.: +49-30-2888580-32

E-Mail: events@bvdw.org

www.bvdw.org

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!

TEILNAHMEBEDINGUNGEN & 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:	03.12. – 31.12.2024:	349,00 Euro zzgl. MwSt.
Standard:	01.01. – 24.02.2025:	449,00 Euro zzgl. MwSt.
Late-Bird:	25.02. – 03.03.2025:	549,00 Euro zzgl. MwSt.
Drifter-Rate:	04.03. – 10.03.2025:	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) Für nachträgliche Änderungen der Rechnungsdaten berechnen wir Dir 49,-€ zzgl. MwSt.
- d) 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.
- e) 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.
- f) 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.
- g) 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.
- h) 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.
- i) 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.
- j) 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.
- k) Die veröffentlichte Arbeit ist mit mindestens drei Screenshots (Dateiformat: jpg, 1920x1080 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.
- l) 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.
- m) Die eingereichten Arbeiten müssen unter der angegebenen URL (Pflichtfeld) abrufbar sein und in ihrer geschalteten Umgebung (speziell bei Banner-Kampagnen) dargestellt werden.
- n) Der Einreicher muss gewährleisten, dass sich die Jurymitglieder die Einreichungen online ansehen können, um sie zu bewerten.
- o) Die Fachjury bewertet nur vollständig ausgefüllte Einreichungen. Die Entscheidung der Jury ist bindend. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Du erhältst umgehend eine Bestätigungs-mail mit einem Link zum Überprüfen der Projektdaten. Die Rechnungsstellung

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

- p) Der Einreicher erklärt sich bereit an beiden Tagen der Jurysitzung am 9. + 10. April 2025 der Jury telefonisch für etwaige Fragen, die zu den eingereichten Projekten aufkommen könnten, zur Verfügung zu stehen.
- q) Der Einreicher erklärt sich bereit, in jedem Fall den Projektverantwortlichen zur Preisverleihung zu entsenden.
- r) Die via Internet bereitgestellten Einreichungen müssen durchgängig ab dem Tag der Einreichung bis Ende Mai 2025 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 2025 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 ergebenden 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 Leistungsschutzrechten 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.