



Award-Ausschreibung

## Wir freuen uns über Ihre Teilnahme am DMMA OnlineStar 2010!

### Einreichungskategorien

- Banner-Kampagne
- Social-Media-Kampagne
- Microsites
- Corporate Websites
- E-Commerce-Sites
- Portale
- Mobile-Kampagne
- Integrierte Kampagne
- Sonderformate

### Kategorien

#### 1. Banner-Kampagne

Alle bekannten Banner-Werbeformate (z.B. statische Banner, dynamische/animierte Banner, Streaming-Banner, Rich-Media-Banner, Transactive-Banner etc.)

*Hinweis:* Jeder Banner muss jeweils separat und zusätzlich auf einer Website in der Umgebung dargestellt werden, in der er geschaltet wurde. Auch Einzeleinreichungen von Bannern sind möglich.

#### 2. Social-Media-Kampagne

Speziell für ein Social Network oder eine Social Community entwickelte Online-Kampagne mit Weiterleitungspotenzial und dem Ziel, die interaktive Gruppendynamik innerhalb der Community anzuregen und so den Dialog mit der Marke zu stärken. (z.B. Kampagnen via Facebook, Twitter, YouTube, Blogs & Co.)

#### 3. Microsites

Zeitlich begrenzt eingesetzte Websites mit besonderen thematischen und gestalterischen Inhalten. (z.B. Aktionen wie Gewinnspiele, Produktinformationen, -präsentationen etc.)

*Hinweis:* Die zu bewertende Microsite kann Teil einer Website sein – solange sie über eine separate URL unabhängig von der Website zu erreichen ist.

#### 4. Corporate Websites

Branchenübergreifende, dauerhafte Webpräsenzen (B2B, B2C)

*Hinweis:* Agenturen können auch ihre eigene Agentur-Website einreichen.

### **5. E-Commerce-Sites**

Websites mit unternehmensübergreifenden Geschäftsprozessen im B2B- und B2C-Bereich, die zur Nutzung geschäftlicher Transaktionen ausgerichtet sind.

*Hinweis:* Bei der Einreichung von E-Commerce-Sites ist besonders die Aufbereitung vom Ablauf des Kaufprozesses darzustellen. Ob dieser nun von dem Einreicher in Form eines zusätzlichen kurzen Screencast (bitte max. 30 Sekunden) erfolgt oder in grafischer Darstellung ist dem Einreicher überlassen.

### **6. Portale**

Portale sind Communities, Portale mit Web2.0-Charakter, sowie Publishing-Content etc.

### **7. Mobile-Kampagne**

Für mobile Endgeräte konzipierte Kampagnen, die Mobile als weiteren Kanal der strategischen Markenführung nutzen.

### **8. Integrierte Kampagne**

Eine medienübergreifende Kampagne zur Steigerung der Bekanntheit und Sympathie für eine optimierte Zielgruppenansprache. Die Kampagne muss einen digitalen Schwerpunkt aufweisen.

*Hinweis:* Die nicht-digitalen Elemente einer integrierten Kampagne müssen digital aufbereitet werden. Eine physische Einreichung von Kampagnenelementen in Form von Print etc. ist nicht zulässig.

### **9. Sonderformate**

Einsatz innovativer Technologien, neue digitale Werbeformen, die über die klassischen Online-Werbeformate hinausgehen, ungewöhnlicher Einsatz digitaler Formate, Verbindung von digitalem und realem Raum.

*Hinweis:* Die Schnittstellen zwischen digitalem und realem Raum müssen digital aufbereitet und dokumentiert sein.

## Teilnahmebedingungen

- Beteiligen können sich Werbe-, Design- und Kommunikationsagenturen, werbetreibende Unternehmen, sowie Einzelpersonen (freie CDs, ADs etc.) mit Arbeiten aus dem Bereich Neue Medien.
- Teilnahmeberechtigt sind alle Arbeiten, die ab dem 17.05.2009 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, E-Commerce-Sites und Portale.
- Bereits 2009 beim DMMA und OnlineStar eingereichte Arbeiten können nicht mehr eingereicht werden.
- Die Beiträge müssen im Rahmen digitaler Internet-Kommunikation mit werblicher Ausrichtung entstanden sein.
- Alle Einreichungen müssen im Rahmen eines Kundenvertrages oder in irgendeiner Form der Eigenwerbung realisiert worden sein.
- Einsendevoraussetzung ist das Einverständnis der Auftraggeber beziehungsweise des Kunden. Die Verantwortung hierfür trägt der Einreicher. Die Veranstalter des DMMA OnlineStar sind nicht verpflichtet, dies nachzuprüfen.
- Sollte eine Einreichung von mehreren Agenturen erstellt worden sein, so kann keine getrennte beziehungsweise doppelte Einreichung erfolgen. Eine gemeinsame Einreichung mit Nennung der Partneragentur(en) ist erwünscht und kann im Anmeldeformular angegeben werden.
- Die Einreicher erklären sich mit der Teilnahme am Wettbewerb damit einverstanden, dass die eingereichten Arbeiten durch den Veranstalter und im Rahmen der Bewerbung, Dokumentation und Berichterstattung (Shortlist und Gewinner) in gedruckter, elektronischer oder sonstiger Form veröffentlicht werden dürfen. Die Einreicher räumen dem Veranstalter hierzu die erforderlichen Nutzungsrechte ein.
- Im Falle einer DMMA OnlineStar-Auszeichnung mit audiovisuellen Bestandteilen verpflichtet sich der Einsender, jegliche aus der Veröffentlichung, Verbreitung und öffentlichen Zugänglichmachung entstehenden GEMA-Gebühren zu tragen oder GEMA-freie Musik zu verwenden.
- Der Einreicher erklärt sich bereit, in jedem Fall einen Repräsentanten zur Preisverleihung zu entsenden.
- Der Einreicher muss gewährleisten, dass sich die Jurymitglieder die Einreichungen online ansehen können, um sie zu bewerten.
- Der Einreicher muss die Kampagnen auf dem eigenen Webserver bereitstellen und die entsprechende URL und gegebenenfalls die benötigten Zugangsdaten (Benutzername, Passwörter) als auch zur Sichtung benötigte Plugins im Bewerbungsformular eintragen. Eine Bereitstellung von außergewöhnlichem technischem Zubehör trägt der Einreicher.
- Die via Internet bereitgestellten Einreichungen müssen durchgängig zwischen dem 17.05.2010 und 28.10.2010 online zur Verfügung stehen. Jeder Einreicher trägt die alleinige Verantwortung dafür, dass die Einreichung/en vollständig und rechtzeitig online eingetragen ist/sind.

- Einreichungen, auf die Juroren nicht zugreifen können (Server-Ausfallzeit, falsche Passwörter, tote Links etc.), können nicht in Betracht gezogen werden. Der Einreicher trägt hierfür die Verantwortung, die Haftung oder Prüfung obliegt nicht den Veranstaltern.
- Beiträge, die religiöse Gefühle sowie einzelne Moralvorstellungen oder das Urheberrecht verletzen, können von der Teilnahme ausgeschlossen werden.
- Vertrauliche Angaben sowie Projektinformationen sind nur der Jury zugänglich – diese ist zum Stillschweigen verpflichtet.
- Der Einreicher erkennt mit seiner Zustimmung (Option Box bei Upload und dem Speichern der eingereichten Arbeit) die Teilnahmebedingungen an und bestätigt gleichzeitig die Richtigkeit seiner Angaben. Die Veranstalter tragen keine Haftung für fehlerhafte beziehungsweise nicht lauffähige Einreichungen.
- Der Einreicher erklärt sich bereit, im Falle eine Shortlist-Nominierung dem Veranstalter umgehend einen Demo-Film/ Screencast der nominierten Arbeit (Datenformate siehe Einreichungsformular) zukommen zu lassen.

**Bitte beachten Sie, dass alle Einreichungselemente bis spätestens zum 09. August 2010 online eingetragen sein müssen.**

---

#### **Buchdokumentation Interaktive Trends, Jahrbuch DMMA OnlineStar**

Einreichungen, die für die Shortlist nominiert werden oder eine Medaillen-Platzierung erreichen, werden in der Buchdokumentation Interaktive Trends, Jahrbuch DMMA OnlineStar auf jeweils einer Doppelseite veröffentlicht. Der Einreicher trägt einen Kostenzuschuss für die Produktion und Verbreitung des Buches in Höhe von je 1.000 Euro.

Für identische Kampagnen, die mehrfach erfolgreich sind und unverändert im Buch dargestellt werden, reduziert sich der Kostenzuschuss für weitere Darstellungen je Doppelseite auf je 500 Euro.

Die Buchdokumentation erscheint beim Medienpartner J&S Dialog-Medien GmbH, Bei den Mühlen 91, 20457 Hamburg, [www.interaktive-trends.info](http://www.interaktive-trends.info). Mit Annahme der DMMA OnlineStar Teilnahmebedingungen ist ein separater Vertrag zwischen Einreicher und Medienpartner geschlossen.

Alle Beträge jeweils zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

---

**Der Einreicher akzeptiert und bestätigt mit Teilnahme am DMMA OnlineStar die Einhaltung der Teilnahmebedingungen. Nur wettbewerbskonforme Einreichungen nehmen an der Bewertung teil.**

### **Einreichungsgebühren**

Jede Einreichung – unabhängig von der Kategorienwahl – kostet 250 Euro zzgl. MwSt.

## Ganz förmlich – die Online-Einreichung

Die Einreichung zum DMMA OnlineStar erfolgt über das Online-Registrierungsformular auf der Website.

### Registrieren

Bitte registrieren Sie sich auf der DMMA OnlineStar-Website, um direkt Zugriff zu dem Online-Formular zu bekommen. Eine Bestätigung ihrer Registrierung erfolgt per E-Mail.

### Passwort vergessen

Sollten Sie ihr Passwort vergessen, so klicken Sie im Online-Anmeldebereich unter den Eingabefeldern auf „Passwort vergessen“. Ein neues Passwort wird an die hinterlegte E-Mail-Adresse verschickt.

## Online-Einreichung Backend

### Benutzerdaten

Hier werden die bei der Registrierung eingetragenen Daten aufgeführt.

### Rechnungsdaten, wenn abweichend von Firmendaten

Bitte tragen Sie hier Ihre Rechnungsdaten ein, falls diese von Ihren eingetragenen Daten, die bei der Registrierung erfolgt sind, abweichen.

### Online-Einreichung

Hier können Sie Ihre Einreichungen anlegen („Neue Arbeit anlegen“). Die Einreichungsangaben finden Sie folgend aufgeführt.

## Online-Einreichungsformular

Alle folgenden Einreichungsangaben, die mit einem Sternchen (\*) versehen sind, sind Pflichtangaben. Arbeiten mit leeren Pflichtangaben-Feldern werden nicht zum Wettbewerb zugelassen.

### Titel\*

Bitte geben Sie hier einen Titel ihrer Einreichung ein, der auch so im Falle eine Nominierung oder Prämierung publiziert werden soll.

Bitte beachten Sie, dass eine Arbeit ohne Titel im BackOffice nicht sichtbar ist und somit nicht gespeichert werden kann.

### Kategorie\*

Bitte wählen Sie aus dem Drop-Down Menü die Kategorie aus, in welche Sie ihr Projekt einreichen wollen.

### Bezeichnung der Arbeit

Hier haben Sie Platz, um eine nochmalige „Spezialisierung“ ihrer Kategorie vorzunehmen. Dieses Feld dient eher ergänzenden Anmerkungen und muss daher nicht zwingenderweise ausgefüllt werden.

### Kunde/Auftraggeber\*

Bitte geben Sie hier den Ansprechpartner ihres Kunden an, mit dem Sie während der Umsetzung der Einreichung kooperiert haben.

**Kundenanschrift**

Hier bitte die Kundenanschrift eintragen.

**Link\***

Bitte geben Sie hier mindestens einen Link bis maximal fünf Links an, die zu ihrer eingereichten Arbeit führen.

**Einsatzzeitraum\***

Bitte geben Sie hier den Einsatzzeitraum ihrer eingereichten Arbeit an. Arbeiten, die vor dem 17.05.2009 veröffentlicht wurden sind nicht zulässig.

Ausgenommen sind hierbei Websites. Wenn Sie eine Einreichung in der Kategorie Websites einreichen, tragen Sie bitte in dieses Feld „permanent“ ein.

**Beschreibung der Arbeit\***

Die Felder:

- Ausgangssituation
- Aufgabenstellung und Zielsetzung\*
- Zielgruppe
- Idee, Strategie und Umsetzung\*
- Ergebnisse/ Erfolg der Maßnahme
- Was macht die Arbeit innovativ?\*

sind relevante Informationsfelder für die Jury über ihre Arbeit.

**Wichtiger Hinweis:** Die Zeichenbegrenzung von 800 Zeichen (mit Leerzeichen) pro beschreibendem Pflichtfeld sollte nicht überschritten werden.

**Benötigte Plugins/ Benötigte Zugriffsdaten\***

Bitte die benötigten Plugins (wie Mikofon, Webcam etc.) und Zugriffsdaten für geschützte Bereiche eintragen. Sollte eine Anmeldung mit E-Mail-Adresse und Passwort (bei z.Bsp. Online-Spielen) benötigt werden, müssen diese von dem Einreicher eingerichtet und hier eingetragen werden.

**Credits\***

Hier bitte das gesamte Team mit ihrer Funktion für das eingereichte Projekt eintragen.

**Partneragentur**

Falls die Einreichung mit einer Partneragentur umgesetzt wurde, so kann diese hier erwähnt werden (hier von ausgenommen sind reine externe Dienstleister).

**Preisabholer\***

Hier den Namen und die Kontaktdaten des Preisabholers eintragen.

**Vorschaubild\***

Zu jeder Einreichung soll ein Vorschaubild (300x300px, 72dpi, .gif/.jpg, max. 1000KB) eingereicht werden.

**Datei\***

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

## Arbeit(en) einreichen

Wenn Sie Ihre Einreichungs-Daten (Pflichtfelder) vollständig ausgefüllt haben (es erscheint in der Zeile des Arbeits-Titels ein grüner Haken mit dem Hinweis „Daten vollständig“ anstatt dem roten Kreuz „Daten unvollständig“), so können Sie Ihre Arbeit final einreichen.

Die Checkbox Ihrer Einreichung/en ist aktiviert (hierzu müssen alle Pflichtfelder ausgefüllt sein) und Sie können diese per „Arbeit(en) einreichen“ final zum Wettbewerb einreichen.

**Wichtiger Hinweis:** Bitte beachten Sie, dass die eingetragenen Daten korrekt (kein Blindtext) eingetragen sind. Nachdem Sie Ihre Arbeiten eingereicht haben, können keine Änderungen mehr vorgenommen werden.

## Einreichungstipps

- Alle angegebenen Inhalte müssen zur eingereichten Arbeit/Kampagne gehören. Mehrere Kampagnen müssen einzeln angemeldet werden.
- Der DMMA OnlineStar behält sich vor, ohne Rücksprache mit dem Einreicher eine Kategorieänderung der Einreichung vorzunehmen.
- Integrierte digitale Kampagnen können auch in ihren digitalen Bestandteilen in den einzelnen Kategorien eingereicht werden.
- Integrierte Kampagnen müssen in ihren einzelnen Bestandteilen online zur Sichtung für die Juroren bereitgestellt werden. Die konzeptionellen Zusammenhänge und der Ablauf der Anwendung muss vollständig dargestellt werden. Eine Beschreibung reicht in diesem Fall nicht aus. Die Dokumentation durch Screenshots oder auch einem Screencast ist möglich. Die klassischen Elemente der integrierten Kampagne müssen digital aufbereitet werden – physische Einreichungen sind nicht zulässig.
- Die eingereichten Arbeiten müssen unter der angegebenen URL (Pflichtfeld) abrufbar sein und in ihrer geschalteten Umgebung (speziell bei Banner-Kampagnen) dargestellt werden. Die veröffentlichte Kampagne ist mit Screenshots (.jpg, 1024x768 px, mind. 3 Stück) zu belegen.
- Die Fachjury bewertet nur vollständig ausgefüllte Einreichungen. Die Entscheidung der Jury ist bindend. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Rechnungsstellung erfolgt nach dem Einsendeschluss und wird Ihnen postalisch an die von Ihnen genannte Rechnungsadresse versendet.
- Der Einreicher erklärt sich damit einverstanden, dass prämierte Einreichungen in gedruckter, elektronischer oder sonstiger Form durch die Veranstalter veröffentlicht und vorgeführt werden darf.
- Der Nachweis des Eingangs der Einreichung obliegt dem Absender. Die eingereichten Arbeiten verbleiben zu Dokumentationszwecken bei den Veranstaltern des DMMA OnlineStar – dieser Verwendung der Beiträge stimmt der Einsender zu.

## Zulässige Datenformate

In allen Kategorien:

- wird ein Vorschaubild (.jpg/.png/.gif, max.300x300px, 72dpi, max. 1000KB) benötigt.
- muss mindestens eine URL angegeben werden, die direkt zu der eingereichten Kampagne führt.
- muss der Einreichung ein Titel vergeben werden, unter dem die eingereichte Arbeit im Falle einer Nominierung oder als Finalist in den Medien publiziert wird.
- jeder Einreichung müssen Screenshots (1024x768px, 72 dpi, .jpg/ .gif, mind. 3 Stück) angefügt werden, die die Arbeit zusätzlich dokumentieren.
- jeder Einreichung kann ein erklärendes .pdf/ .ppt/ .pps/ .zip mit mehreren Dateiformaten (max. 2000KB) oder auch einen kurzen Demo-Film/Screencast der Kampagne (.mov/ .mpeg/ .swf / .avi, 1024x576px) angefügt werden. Bitte beachten Sie, dass der Demo-Film/ Screencast eine maximale Länge von 30-45 Sekunden nicht überschreitet.

## Checkliste für die Online-Einreichung

- Vorschaubild
- Titel der Arbeit
- Auswahl der Kategorie
- URL
- Kunde/ Auftraggeber
- Einsatzzeitraum
- Projektbeschreibung
  - Ausgangssituation
  - Aufgabenstellung und Zielsetzung
  - Zielgruppe
  - Idee, Strategie und Umsetzung
  - Ergebniss/ Erfolg der Maßnahme
  - Was macht die Arbeit innovativ?
- Benötigte Plugins
- Benötigte Zugriffsdaten
- Credits
- Partneragentur
- Preisabholer
- Upload von erklärenden Dateien (.pdf/ .ppt)
- Ansprechpartner

## Timeline DMMA OnlineStar 2010

**Einreichungsstart:** 17. Mai 2010

**Einreichungsschluss:** 09. August 2010

**Preisverleihung:** 26. Oktober 2010 in Berlin

**Kreativworkshop:** 26. Oktober 2010 in Berlin

Die Details zum Kreativworkshop und der Preisverleihung werden in Kürze bekannt gegeben.

## Kontakte DMMA OnlineStar 2010

### Allgemeine Fragen, sowie Fragen zur Einreichung:

ELEMENT C GmbH

Frau Martina Hausel

Tel.: 089.720 137-17

E-Mail: [m.hausel@elementc.de](mailto:m.hausel@elementc.de)

[www.dmma-onlinestar.de](http://www.dmma-onlinestar.de)

### Presseanfragen:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Herr Ingo Notthoff, Pressesprecher

Kaistraße 14

40221 Düsseldorf

T: +49 211 600456-25

F: +49 211 600456-33

[notthoff\(a\)bvdw.org](mailto:notthoff(a)bvdw.org)

[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

### Sponsorenanfragen:

ELEMENT C GmbH

Frau Martina Hausel

Tel.: 089.720 137-17

E-Mail: [m.hausel@elementc.de](mailto:m.hausel@elementc.de)

[www.dmma-onlinestar.de](http://www.dmma-onlinestar.de)