

# Shop! D-A-CH Awards 2025

## Teilnahmebedingungen





# Inhaltsverzeichnis

<b>Shop! D-A-CH Awards 2025</b>	<b>1</b>
<b>Allgemeine Teilnahmebedingungen</b>	<b>3</b>
<b>Verzicht auf Ausstellungspflicht</b>	<b>4</b>
<b>Im Wettbewerb zugelassene Einreichungen</b>	<b>5</b>
<b>Termine</b>	<b>5</b>
<b>Kategorien</b>	<b>6</b>
<b>Bewertungskriterien für alle Kategorien</b>	<b>8</b>
<b>Ausführliche Erläuterung der einzelnen Kategorien</b>	<b>9</b>
<b>Einreichungsablauf/Zahlungsfristen</b>	<b>13</b>
<b>Zugelassene Materialien/Zulassungsbedingungen/ Erläuterungen zur Einreichungsart</b>	<b>13</b>
<b>Kriterien zum Einreichungsvideo</b>	<b>14</b>
<b>Inhalt des Einreichungsvideo</b>	<b>15</b>
<b>Kontrolle (Zulassung)</b>	<b>15</b>
<b>Rücktritt</b>	<b>16</b>
<b>Teilnahmegebühr</b>	<b>16</b>
<b>Zahlungsbedingungen</b>	<b>17</b>
<b>Zahlungsversäumnis/Zahlungsunfähigkeit</b>	<b>17</b>
<b>Gewinn eines Awards</b>	<b>17</b>
<b>Anwendung der Verordnungen – Streitigkeiten/Auseinandersetzungen</b>	<b>18</b>



## Allgemeine Teilnahmebedingungen

Der Einreicher erteilt das uneingeschränkte Recht zur Nutzung und Veröffentlichung des Projektes, der eingereichten Bilder, Videos auszugsweise oder gesamthaft und der Antworten aus dem Fragenkatalog. Die Veröffentlichung geschieht auf der Shop! D-A-CH e.V. [Webseite](#), in Pressemitteilungen, auf Messen, in Shop! D-A-CH Awards Präsentationen, auf YouTube, LinkedIn, Xing und Instagram. Die Texte und Angaben des Fragebogens werden ohne Überprüfung der Richtigkeit durch Shop! D-A-CH e.V. verwendet. Für eventuelle Fehler ist der Einreicher verantwortlich. Auf Wunsch können Kontaktdaten in dem digitalen Jahrbuch veröffentlicht werden. Ein Antragsteller/Bewerber kann nur Materialien, Produkte oder Verfahren einreichen, die er hergestellt oder entwickelt hat oder für die er als Vertreter oder Vertriebshändler tätig ist.

Inhalt dieses Awards sind alle Marketingaktivitäten im Handel. Dies beinhaltet Verkaufsförderungsmaterialien, Displays (Permanent, Semipermanent, Temporär), Verpackungen, POS - Dienstleistungen, Retail Design, Shopper Marketing Aktivitäten inkl. digitaler, crossmedialer Medien und Instrumente für den Handel oder der Platzierung im Handel.

Der Teilnehmer garantiert dem Veranstalter, dass die Produkte und Materialien, die er im Wettbewerb ausstellt, nicht die Rechte eines Dritten verletzen bzw. dass er von dieser dritten Partei die erforderliche Genehmigung eingeholt hat. Der Teilnehmer entbindet den Veranstalter und dessen Vertreter von sämtlichen Verbindlichkeiten, die eventuell durch die Präsentation der Produkte und Materialien der Teilnehmer bei den Shop! D-A-CH Awards entstehen könnten. Der Teilnehmer entschädigt den Veranstalter und dessen Vertreter für alle Schäden, die sie erleiden, und garantiert ihnen, dass keine Maßnahmen gegen den Veranstalter seitens einer dritten Partei ergriffen werden.



## Verzicht auf Ausstellungspflicht

Nach dem großen Erfolg der Einreichungsvideos, haben wir uns entschlossen, auch bei den Awards 2025 auf die Ausstellungspflicht zu verzichten.

Bei den Awards 2025 werden **ausschließlich Einreichungen per Video** in allen Kategorien akzeptiert. Hierbei spielen die Qualität und der Aufwand der Videos keine Rolle. Die Einreichungsvideos werden auf der Messe EuroCIS in Düsseldorf vom 18.02. bis 20.02.25 auf unserem Shop! D-A-CH Awards 2025 Stand gezeigt.

Es haben weiterhin alle Einreicher die Möglichkeit Exponate auf der EuroCIS auf unserem Shop! D-A-CH Award Stand auszustellen. Die für eine Ausstellung anfallenden Zusatzkosten sind weiter unten erläutert und müssen vom Einreicher getragen werden. Für das Ausstellen steht pro Einreichung eine Fläche von 800x1200 mm (Europalette) zur Verfügung. Übergrößen und Stromanschlüsse werden extra berechnet.

Die Ausstellung auf der Messe erfolgt **optional**.

Allerdings empfehlen wir die physische Ausstellung der Einreichung auf der Messe, da dies unterstützend in die Entscheidungsfindung der Jury einfließen kann. Eine Begutachtung auf der Messe kann Klarheit über einzelne Kriterien schaffen, die im Video nicht immer deutlich wahrnehmbar sind.

Die Jury bewertet die Einreichungen anhand der Videos.

Die Award Präsentationsfläche auf der Messe ist ausdrücklich nicht als Unternehmenspräsentationsfläche zu benutzen. Nichtbeachten führt zum Ausschluss!



## Im Wettbewerb zugelassene Einreichungen

Die Shop! D-A-CH Awards sind offen für:

Hersteller, Publisher und Entwickler von Point-of-Sale-Kommunikation, Design-, Promotion- und Werbeagenturen, Werbungtreibende aus jedem Land und jeder Branche. Die Teilnahme ist unabhängig von einer Shop!/POPAI-Mitgliedschaft, jedoch haben Shop!/POPAI-Mitglieder einen relevanten Preisvorteil. Bewerber, die an dem Wettbewerb teilnehmen möchten, bewerben sich über die Webseite: [www.shopassociation-dach.de](http://www.shopassociation-dach.de).

Außer in Fällen, in denen der Veranstalter den Antrag des Bewerbers abgelehnt hat, besteht nach der eingegangenen und bestätigten Anmeldung eine feste und unwiderrufliche Verpflichtung des Teilnehmers zur Zahlung des gesamten Betrags entsprechend der Teilnahmegebühren laut Teilnahmebedingungen.

## Termine

15.11.2024	Einreichungsbeginn
13.12.2024	1. Early Bird Deadline (€ 100,00 Preisnachlass je Einreichung)
10.01.2025	2. Early Bird Deadline (€ 50,00 Preisnachlass je Einreichung)
20.01.2025	Einreichungsende
31.01.2025	Fristende zur Anmeldung für die optionale Ausstellung der Einreichung auf der EuroCIS
18.-20.02.25	Präsentation der Einreichungsvideos auf der EuroCIS optionale Ausstellung auf der EuroCIS
18.02.2025	Jurysitzung
18.02.2025	Bekanntgabe der Nominierten
Mai 2025	Shop! D-A-CH Award Gala



# Kategorien

Achtung: Die Jury behält sich vor, bei Bedarf und Anforderung die Kategorien zu teilen bzw. zu erweitern.

Die Kategorien lassen sich hierbei Ihrer Natur nach in 3 Bereiche einteilen:

## I. Packaging und Display

Kategorie-Nr.	Kategorie
1	Reisen, Freizeit und Automobil, Sport und Spiele (keine Software)
2	Getränke, Tabak
3	Lebensmittel, Artikel des täglichen Bedarfs und Süßwaren
4	Haus, Baumarkt & Garten
5	Telekommunikation & Computer (Software, persönliche Elektronik, Kameras, Home Entertainment, Konsolen und Videospiele)
6	Gesundheit
7	Schönheit & Düfte
8	Persönliche Accessoires, Papier, Büro, Schreibwaren, Services
9	Luxus & Mode
10	Kleinauflagen, Konzepte (auch Hochschulen)

In jeder der oben genannten Kategorien können Preise in folgenden Subkategorien vergeben werden:

- a. Displays ≤ 3 Monate (Temporary)
- b. Displays > 3 Monate (Semipermanent, Permanent)
- c. Promotion Packaging
- d. Product Packaging



## II. Ganzheitliche/digitale Retail-/Marketingkonzepte, Shopper Marketing und Sonderpreise

In den Kategorien 11 - 15 obliegt der Jury die Bestimmung der Anzahl verliehener Preise!

Kategorie-Nr.	Kategorie
11	Visual Merchandising, Retail Design, Ladenbau, Shop in Shop Systeme, Flagship Stores
12	Retail Technologies
13	Smart Shopper Journey
14	Innovation
15	Data Driven Retail

## III. Ehrenpreise

Die Vergabe von Ehrenpreisen kann in Anzahl und genauer Bezeichnung von Jahr zu Jahr variieren und richtet sich nach dem Würdigungsinteresse außergewöhnlicher Projekte durch die Jury. Diese schlägt hierbei mögliche Gewinner vor. Eine eigenständige Bewerbung für diese Kategorie ist nicht möglich.



## Bewertungskriterien für alle Kategorien

### Kommunikation und Image:

- Werden Marke und Markenwerte des Produkts unterstützt?
- Ist die Botschaft deutlich?
- Werden mehrere Customer Touchpoints angesprochen?

### Ästhetische Qualität und Design:

- Ist das gewählte Design angemessen für das Produkt/den Service/das Projekt?
- Entspricht es den Zielen und Anforderungen?
- Aufmerksamkeitsstärke?

### Produktion/Materialien:

- Entsprechen Materialien und Technik dem Design, der Konstruktion und dem Produkt?
- Entsprechen sie den Zielen und den Anforderungen?
- Aufmerksamkeitsstärke?

### Allgemeine Wirkung und Wirksamkeit in Bezug auf die Ziele:

- Wie effektiv war/ist die Einreichung?
- Sind die Ziele erreicht? Wenn möglich Kennziffern angeben!

### Kreativität/Innovation/Originalität:

- Ist die Einreichung kreativ oder innovativ?
- Kreativer Einsatz neuartiger Materialien und/oder Technologien?

### Auswirkung auf Kaufverhalten:

- Beeinflussung des Kaufverhaltens?
- Fallbeispiele, Rentabilitätsrechnungen, ROI

### Handelskonformität:

- Werden Anforderungen des Handels eingehalten?
- Wird ein spezifisches Handelsproblem gelöst?
- Werden die Anforderungen des Handels an Handling, Umwelt, Größenrestriktionen, Einsetzbarkeit in besonderem Maße erfüllt?

### Sustainability/Circular Economy

- Einsatz umweltfreundlicher Methoden/Technologien
- Einsatz und/oder Einsparung von erneuerbaren Rohstoffen oder Recyclingmaterialien
- Reduzierung des CO2 Footprints

Weitere Bewertungskriterien sind innerhalb der ausführlichen Erläuterungen zu den Kategorien aufgeführt.





## Ausführliche Erläuterung der einzelnen Kategorien

Im Folgenden finden Sie eine Auflistung, welcher Kategorie Ihre Einreichung zuzuordnen ist.

### 1. Reisen, Freizeit, Automobil, Sport und Spiele

- PKW und Sonderfahrzeuge
- Ersatzteilmarkt (inkl. Reifen, Autobatterien, Wachs, Autosampoos, Polituren, Werkzeuge, Zubehör)
- Bücher, Zeitungen und Zeitschriften
- Batterien
- Reisezubehör
- Tierzubehör
- Sportausrüstung (inkl. Fahrräder, Sportbekleidung)
- Karten- und Brettspiele
- Spielzeug

### 2. Getränke, Tabak

- Wein, Bier, Sekt, Brände und alkoholische Mix-Getränke
- Anti-alkoholische Getränke, Mineralwasser, frische Säfte
- Pulvergetränke (inkl. Tees, Kaffee, konservierte und konzentrierte Säfte)
- Tabakwaren

### 3. Lebensmittel, Artikel des täglichen Bedarfs und Süßwaren

- Bearbeitete und verarbeitete Nahrungsmittel
- Gefrorene, frische und gekühlte Lebensmittel (inkl. Fisch und Meeresfrüchte, Backwaren, Obst und Gemüse, Molkereiprodukte, Fleisch)
- Papierwaren, Seife, Tierfutter (inkl. konservierte Lebensmittel, Lebensmittel in Packungen, Sprays)
- Süßwaren, Kaugummi
- Snacks, Kekse und Cracker

### 4. Haus, Baumarkt und Garten

- Haushaltsgeräte (große und kleine)
- Haushaltseinrichtung/-mobiliar
- Haushaltswaren (inkl. Möbelausstattung, Polsterausstattung, Teppichwaren, Tapeten- und Bodenbeläge, Kaminzubehör, Terrassen- und Gartenmobiliar, Bettwäsche, Küchenprodukte und Handtücher)
- Geräte und Werkzeuge für den häuslichen Gebrauch (inkl. Besen, Bürsten, Wischmopps, Motorsägen, Bohrer)
- Bauutensilien (Anstrichfarben, Färbemittel, Verkleidungen, Deckenpanelen, Beleuchtung, Beleuchtungskörper, Bedachungsmaterialien, Bauholz, Wandverkleidung, Heizungs- und Sanitärinstallationen)
- Terrassen- und Gartenzubehör (Rasenmäher, Düngemittel, Saatgut, Werkzeuge, Insektizide und Pestizide)



## 5. Telekommunikation & Computer

- Persönliche Elektronik, (Handys, Einwegartikel, Kameras, Home Entertainment, Konsolen und Video-spiele)
- Telekommunikation (Telefone, Software, Lizenzen)
- Computersoft/-hardware
- Gamingsoftware

## 6. Gesundheit

- Persönliche Hygiene, Windeln, Babypflegeprodukte
- Erste Hilfe und Arzneimittel (Schmerzmittel, Vitaminpräparate, Husten- und Erkältungsmittel)
- Zahnpflege, Mundwasser und Zahnpflegeutensilien

## 7. Schönheit & Düfte

- Make-up, Haarspray, Shampoo, Parfum, Aftershave
- Gesichtspflege (Creme, Reinigungslotionen und Schönheitsmasken)

## 8. Persönliche Accessoires, Papier, Büro, Schreibwaren; Services

- Lederwaren
- Schuhwaren, Schuhpflege
- Kurzwaren (inkl. Geldbörsen, Brillen, Füllfederhalter, Gepäck, Sonnenbrillen, Feuerzeuge)
- Büromaterial
- Papierware, Partyzubehör, Geschenkpapier, Einwegmaterial
- Schreibwaren
- Glückwunsch- und Grußkarten
- Gutscheine, Geldkarten, Prepaid Vouchers
- Services und Einrichtungen (Handel, Handwerk)

## 9. Luxuswaren & Mode

- Kleidung und Accessoires
- Schmuckwaren
- Luxuswaren

In dieser Kategorie wird nicht zwischen Warengruppen unterschieden, sondern es können alle Produkte eingereicht werden, die unter folgende Definition fallen: Luxusprodukte haben mehr als nötige und gewöhnliche Eigenschaften im Vergleich zu anderen Produkten ihrer Kategorie, reflektiert in ihrem relativ hohen Niveau in Preis, Qualität, Ästhetik, Exklusivität, Extravaganz und Statussymbolcharakter

## 10. Kleinauflage und Konzepte (auch Hochschulen)

Eine spezielle Kategorie für besonders aufmerksamkeitsstarke Einzelinstallationen, Projekte, Displays oder Designs. Hier können auch Konzepte aus dem Bereich Verpackung, Display, Design oder Promotion Packaging eingereicht werden. Besonders willkommen sind studentische Arbeiten oder Hochschulprojekte. Rollout weniger als 50 Einheiten.



## 11. Visual Merchandising, Retail Design, Ladenbau, Shop in Shop Konzepte, Flagship Store

- Ganzheitliche Store Konzepte
- Markenshops in Malls, Kaufhäusern
- Travel Retail
- Pop-up-Stores
- Shop in Shop Systeme

Visual Merchandising betrifft das Erscheinungsbild des Point of Sales bzw. Geschäftes. Dieser Gesamtüberblick beinhaltet z. B. die Außenwirkung über Fassade und Schaufenster sowie im Eingangsbereich, Konzeption und Aktualität des Warenaufbaus und der Dekoration, originalgetreue Umsetzung der visuellen Darstellung eines Unternehmens und Produktes nach außen.

Retail Design betrifft das gesamte, ganzheitliche Einkaufserlebnis. Folgende Aspekte werden in der Beurteilung der Einreichungen einbezogen: die Raumplanung, die Innenarchitektur, das „Branding“, die Präsentation der Waren. Voraussetzung ist die fertige Umsetzung.

**Bewertungskriterien** hier sind ansprechende Store-Konzepte; Kommunikation der Produktpalette, effektive Ansprache der Zielgruppe(n), erfolgreiche Mischung aus Architektur, Farben, Materialien, Beleuchtung zur Inszenierung, Customer Flow; klare Vermittlung der Idee und Geschichte an den Shopper.

## 12. Retail Technologies\*

Technologien in ihrer gesamten Vielfalt mit hoher Wirksamkeit am Point of Purchase für eine überzeugende und wirksame Shopper Experience. Kreative digitale Lösungen, die Menschen begeistern, Shopper aktivieren oder Prozesse sowie Logistik verbessern, finden hier ein Zuhause.

- **Best Ambient Commerce:** Beim Ambient Commerce umgibt der Einzelhandel die Verbraucher mit Technologien, um ihnen ein immersives und sensorisches Einkaufserlebnis zu bieten
- **Best Cross Channel:** Technologien, entlang der Shopper Journey, die die Möglichkeiten der kanalübergreifenden Verschmelzung relevanter Kanäle nutzt und so für ein ganzheitliches Einkaufserlebnis von der ersten Suche bis zum Kauf sorgt
- **Best XR:** Integration von VR, AR und MR-Technologien zur Erweiterung der Shopper Journey.
- **Best Operational Excellence:** Operative Exzellenz bedeutet, bessere und neue Wege zu finden, um Produkte zu entwickeln, Aufträge auszuführen, Kundendienst zu leisten oder jede andere Tätigkeit, wie Payment, Check-out oder Logistikfunktion, die eine Organisation ausführt, zu erledigen. Hier geht es um digitale Lösungen, die die Operational Excellence steigern.
- **Best Shopper Aktivation:** Shopper Activation bezieht die Shopper in die Marketingkampagnen mit ein, indem sie das Markenerlebnis und die Shopper Experience über den Point of Purchase hinaus erweitern. Neben der z.B. spielerischen Inszenierung der Marke oder der Produkte ist ein weiteres Ziel der Shopper Activation unmittelbare Erkenntnisse über das Verhalten, die Meinungen und die Handlungen der Shopper zu gewinnen, die auf den Reaktionen des konzipierten Erlebnisses basieren.



### 13. Smart Shopper Journey

Wir suchen Best Cases im Shopper-Touchpoint-Management sowie im integrierten und hybriden Shopper Kampagnen-Management über verschiedene Touchpoints entlang der gesamten Shopper Journey. Gesucht werden Pre-Store-, In-Store-, Post-Store-Kampagnen oder Shopper Marketing Kampagnen mit klassischen Verkaufsförderungsmaßnahmen, Promotions oder Direktmarketing Aktivitäten, die die verschiedenen Touchpoints erfolgreich und effizient miteinander vernetzen. Die ganzheitlich geschlossene Shopper zentrierte Kommunikation steht hier im Fokus.

Bitte erklären Sie im Einreichungsvideo wie und welche verschiedene Touchpoints angesprochen wurden.

### 14. Innovation

POS Lösungen und Displays, die einen innovativen Gebrauch von Design, Materialien, Nutzbarkeit/Benutzerfreundlichkeit oder innovativer Technologie darstellen.

### 15. Data Driven Retail\*

Nicht umsonst werden Daten als das neue „Öl“ bezeichnet - sie können die wertvollste Ressource in den Händen von Shopper Marketern sein. Allerdings die Art und Weise, wie sie gesammelt und verwendet werden, ist noch sehr unterschiedlich. Wie suchen hier Best Cases aus den Bereichen:

- **Best of CRM Data:** Durch die Gewinnung und Nutzung von Daten entlang der Shopper Journey sowie von Kundendaten entsteht eine individuelle Ansprache der Shopper.
- **Best of Analytics Data:** Durch die Bündelung und effektive Datenanalyse entstehen neue Einsichten in die Shopper Experience und sichern so einen entscheidenden Vorsprung am Markt.
- **Best of Loyalty Program Data:** Daten sind immer öfters die Lösung für die Entwicklung von Kundenbindungsprogrammen, die Markenliebe und -treue in einer Zeit schafft, in der Kunden offener denn je für einen Markenwechsel sind.
- **Best of In-Store Data:** Das Nutzen von Daten aus z.B. Sensoren, Kameras, Kassensystemen, usw. am POS zur Optimierung und strategischen Entwicklung von Shopper Experience.
- **Best of Supply Chain Data:** Die Kunden von heute wollen sich nahtlos zwischen der physischen und der digitalen Welt bewegen und haben bei jedem Schritt eine große Auswahl. Bei der Bewegung durch diese beiden Welten fallen großen Datenmengen, die bei der Beschaffung, Verarbeitung und Verteilung von Waren entstehen an. Das Ziel von Händlern ist es daraus Erkenntnisse zu gewinnen und einen Mehrwert für den Shopper zu erzielen. Von der Lieferkettenanalyse bis hin zum Lieferkettenmanagement

\*In den Kategorien 12 und 15 werden alle Projekte in der übergeordneten Kategorie eingereicht. Die Jury bestimmt die Unterkategorie.

Sollten Sie hierzu Fragen haben, sprechen Sie uns bitte an!

Bitte beachten Sie:

Dies sind allgemeine Kriterien. Die Anwendung dieser und die Gewichtung der einzelnen Faktoren werden entsprechend den besonderen Anforderungen der einzelnen Kategorie von der Jury vorgenommen.



## Einreichungsablauf/Zahlungsfristen

Der Einreicher füllt online die Einreichungsunterlagen auf der Webseite aus. Pro Einreichung ist je eine Einreichungsunterlage auszufüllen.

Die Zahlung der Teilnahmegebühr wird mit der Anmeldung verbindlich. Wird die Teilnahmegebühr nicht bis zur Zahlungsfrist entrichtet, behält sich Shop! D-A-CH e.V. vor, die Anmeldung vom Wettbewerb auszuschließen.

## Zugelassene Materialien/Zulassungsbedingungen/ Erläuterungen zur Einreichungsart

Die eingereichten Materialien haben folgende Bedingungen zu erfüllen:

- Das Material muss für den Zweck der Kommunikation/Vermarktung mit dem Shopper dienen bzw. diesem Zweck in weiterem Sinne dienen.
- Jedes Projekt kann nur von einem Unternehmen eingereicht werden. Dasselbe Projekt kann jedoch ggf. in mehreren Kategorien eingereicht werden. Jede Einreichung ist kostenpflichtig.
- Jedes Unternehmen kann beliebig viele Projekte einreichen.
- Nur komplett ausgefüllte Anmeldeformulare werden akzeptiert.
- Verwenden Sie bitte innerhalb der Einreichung für die Jury, **keine Hinweise** auf das einreichende Unternehmen, um jede Möglichkeit der Beeinflussung der Jury auszuschließen.

Folgenden Materialarten sind aus dem Wettbewerb der Kategorien 1 – 9 ausgeschlossen:

- Prototypen,
- Testmaterialien
- Vorserien-Materialien

In den Kategorien 10 und 14 sind diese aber ausdrücklich zugelassen.



## Kriterien zum Einreichungsvideo

In diesem Jahr muss in allen Kategorien per Video eingereicht werden.

Bei der Einreichung müssen folgende Kriterien für das Video berücksichtigt werden:

- Bitte produzieren Sie nur **ein Einreichungsvideo** in **mp4 Format** (möglichst nicht größer als 100 MB).
- Reichen Sie das Video in **zweifacher Ausführung** ein.  
Hierbei sollte einem der beiden Videos eine Vorstellung des einreichenden Unternehmens von max. 15 Sekunden vorangestellt sein und das andere ausschließlich die Einreichung zum Inhalt haben.
- Im Einreichungsvideo selbst darf das einreichende Unternehmen nicht zu erkennen sein.
- Die Videodauer sollte 120 Sekunden nicht überschreiten. Bei erklärungsbedürftigen Einreichungen kann die Dauer bis zu 180 Sek. betragen.
- Die Einreichungsvideos müssen uns per [WeTransfer](#) zur Verfügung gestellt werden.

Es gilt zu beachten:

Auch wenn die Einreichung in diesem Jahr nur per Video zugelassen ist, sollten außerdem **3 hochwertige Fotos** bereitgestellt werden. Im Optimalfall aus unterschiedlichen Perspektiven, die die Einzigartigkeiten der Einreichung hervorheben. Mindestens eins davon muss freigestellt sein.

Dies ist notwendig, damit wir die Einreichungen in unserer Nominierten-Präsentation sowie die Gewinner bei unserer Präsentation für die Preisverleihung angemessen abbilden können. Die Fotos werden außerdem für Ihre Präsenz auf unseren Social-Media-Kanälen genutzt.

Wir weisen an dieser Stelle erneut auf unsere Empfehlung einer physischen Ausstellung auf der Messe EuroCIS hin.



## Inhalt des Einreichungsvideo

In Ihrem Einreichungsvideo sollen die Einzigartigkeit und Preiswürdigkeit dargestellt werden. Es darf keinesfalls eine Werbebotschaft für potenzielle Kunden sein.

Wir benötigen zwei Versionen desselben Videos.

### Version 1 des Einreichungsvideos:

Dieses ist für die Jury und darf keinen Hinweis in Wort und Bild auf den Einreicher enthalten.

### Version 2 des Einreichungsvideos:

Hierbei handelt es sich um das Preisträgervideo, das auf unseren Kanälen veröffentlicht wird. Hier sollte eine max. 15 Sek. Einleitung über das einreichende Unternehmen in Bild und Ton vorangestellt werden.

Folgende Bereiche sollen im Film abgedeckt werden:

- Grundsätzliche Aufgabenstellung
- Was sollte in der Aufgabenstellung erreicht werden?  
z.B. Marktneueinführung, Zweitplatzierung etc.
- Wie ist man zur Lösung gekommen?  
Vorstellung Methodik und Ergebnis
- Vorstellung der Einreichung  
Was macht diese Einreichung preiswürdig? Zeigen Sie Details, die die Jury von Ihrem Projekt überzeugt. Dieses sollte der Hauptteil des Films werden.
- Reaktionen auf Ihr Projekt. Wurde in der Presse, beim Kunden oder in den Sozialen Medien darüber berichtet? Bitte achten Sie hier darauf, dass kein Hinweis zum Einreicher erscheint.

Es muss **kein künstlerisch anspruchsvoller Film** sein. Wir freuen uns auch über Filme, die mit dem Smartphone aufgenommen wurden. Hauptsache die Jury wird von der Begeisterung und Einzigartigkeit Ihrer Entwicklung überzeugt.

Einreichungen, die nicht die oben genannten Kriterien erfüllen, werden sofort und ohne das Recht auf Rückerstattung der Gebühren disqualifiziert.

## Kontrolle (Zulassung)

Der Veranstalter kann Produkte und/oder Materialien, die nicht im Einklang mit dem Gegenstand des Wettbewerbs zu sein scheinen oder nicht die erforderlichen Kriterien erfüllen, ausschließen.

Der Veranstalter ist nicht verpflichtet, seine Entscheidungen zu rechtfertigen. Falls ein Antrag auf Teilnahme verweigert wird, wird die geleistete Teilnahmegebühr durch den Veranstalter MaR D-A-CH GmbH/Shop! D-A-CH e.V. zurückerstattet.

Die Teilnahme des Einreichers wird durch den Veranstalter bestätigt. Diese Annahmestätigung kann auch in Form einer an den Einreicher gerichteten Rechnung sein.



## Rücktritt

Wird eine Einreichung zurückgezogen, wird die Teilnahmegebühr vom Veranstalter einbehalten.

## Teilnahmegebühr

Die Gesamtsumme der Einreichungskosten setzt sich wie folgt zusammen:

### 1. Marketingpauschale

Bei der Einreichung fällt eine einmalige Marketingpauschale an. Diese beinhaltet den Auftritt auf allen uns zur Verfügung stehenden Social Media Plattformen (LinkedIn, Instagram, YouTube etc.)

Außerdem ist im Preis ein Ticket für die Award-Gala enthalten. Ab der 3. Einreichung sind zwei Tickets enthalten.

### 2. Gebühren für Einreichungen und Ausstellung

Marketingpauschale (fällt bei Einreichung <u>einmalig</u> an)		490,-€
<b>PLUS</b>		
<b>Anzahl Einreichung/Display</b>	<b>Mitglieder**</b>	<b>Nicht-Mitglieder</b>
1. Einreichung	990,-€	1.390,-€
2. bis 4. Einreichung	930,-€	1.350,-€
5. Einreichungen und mehr	820,-€	1.140,-€
<b>OPTIONAL</b>		
<b>Ausstellung auf EuroCIS*</b>	<b>Mitglieder**</b>	<b>Nicht-Mitglieder</b>
Preis pro Display (ohne Strom)	550,-€	650,-€
Aufpreis Strom (falls benötigt)	+ 100,-€	+ 100,-€

\*wir stellen eine Fläche in Größe einer Euro-Palette (1200 x 800 mm) zur Verfügung. Einreichungen, die dieses Maß überschreiten, werden 300,00 € für jedes weitere Euro-Paletten Maß in Rechnung gestellt.

\*\* maßgeblich ist eine gültige Shop!/POPAl Mitgliedschaft für das Jahr 2024.

Preis für **Startup-Unternehmen** (bis 3. Gründungsjahr) max. 2 Einreichungen 500,00 €

**Studenten und Hochschulen** ohne Gebühren

Alle Preise verstehen sich zzgl. der jeweils geltenden gesetzlichen Mehrwertsteuer.

### 3. Mitgliedsunternehmen aus anderen Ländern

Shop!/POPAl Mitgliedsunternehmen aus anderen Ländern, bzw. Shop!/POPAl Chaptern, die keine Unternehmensvertretung in D-A-CH haben, können selbstverständlich zum Mitgliederpreis in D-A-CH einreichen. Bei Unternehmen mit Unternehmensvertretung in D-A-CH wird eine Mitgliedschaft in D-A-CH erwartet, um den Mitgliederpreis in Anspruch nehmen zu können.





## Zahlungsbedingungen

Die Zahlung der Teilnahmegebühren sowie sämtlicher anfallenden Nebenkosten erfolgt nach den Bedingungen, die vom Veranstalter festgelegt wurden und für den Antragsteller auf der Webseite [www.shopassociation-dach.de](http://www.shopassociation-dach.de) und in den Teilnahmebedingungen einzusehen sind.

Im Anschluss an die Einreichung erhalten Sie entsprechend der Online-Einreichung eine Rechnung. Die Einreichungsgebühr ist per Überweisung innerhalb von 7 Tagen zu zahlen. Rechnungsstellung erfolgt durch die MaR D-A-CH GmbH, einem Tochterunternehmen des Shop! D-A-CH e.V.

## Zahlungsversäumnis/Zahlungsunfähigkeit

Die Fälligkeit oder Zahlungsmethode aus den oben genannten Bedingungen sind einzuhalten. Werden sie nicht eingehalten, so ist der Veranstalter ermächtigt, die oben genannte Bedingung "Rücktritt" geltend zu machen.

Einsendungen, bei denen der Zahlungseingang nicht fristgerecht erfolgt, können sofort und ohne das Recht auf Rückerstattung der Gebühren disqualifiziert werden.

## Gewinn eines Awards

Der Gewinn einer Gold-, Silber- oder Bronze-Trophäe in jeder Kategorie hängt von der Auswertung, bzw. Beurteilung der Jury ab, unabhängig davon, wie viele Einreichungen es in den Kategorien gibt. Die Jury behält sich vor, bei Bedarf die Kategorien zu teilen bzw. zu erweitern. Einreichungen können ohne Rücksprache in eine angemessenere Kategorie verschoben werden. Die Entscheidungen der Jury sind endgültig. Der Teilnehmer erklärt, dass er über die Art und Weise der Auswertung der Jury informiert wurde und er akzeptiert diese uneingeschränkt. Insbesondere verzichtet er auf sein Recht Regressansprüche gegen die Jury oder den Veranstalter zu erheben.

Die Verleihung kann je nach aktueller Lage im Rahmen einer Gala (kostenpflichtig) oder virtuell stattfinden. Mit dem Gewinn eines Awards erhält der Einreicher **eine** Statue. Zusätzliche Statuen können kostenpflichtig erworben werden.



## Anwendung der Verordnungen – Streitigkeiten/Aus-einandersetzungen

Durch die Teilnahme am Wettbewerb wird jede Klausel dieser Regeln akzeptiert. Jeder Verstoß gegen die Bestimmungen dieser Regeln oder internen Regelungen, die vom Veranstalter herausgegeben werden, können auch ohne vorherige Ankündigung zum Ausschluss des betreffenden Teilnehmers führen.

Es findet allein das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts Anwendung.

Gerichtsstand ist Düsseldorf in der Bundesrepublik Deutschland.

Shop! D-A-CH e.V.  
Rather Kirchplatz 11  
40472 Düsseldorf

Tel +49 160 38 60 475

[info@shopassociation-dach.de](mailto:info@shopassociation-dach.de)  
[www.shopassociation-dach.de](http://www.shopassociation-dach.de)