



Einreichungsmanual

## EINREICHUNGSMANUAL

---

Der Deutsche Digital Award zeichnet herausragende Leistungen der digitalen Wirtschaft in 9 Oberkategorien (Digital Advertising Formats, Digital Advertising Campaigns, Digital Live-Experience, Branded Content, Websites, Digital Commerce, Mobile Apps, Social / Dialog und Digital Transformation) aus.

Jede Oberkategorie besteht aus mehreren Unterkategorien, in die konkrete Wettbewerbsbeiträge eingereicht werden können. Jede Unterkategorie wird einzeln bewertet und kann von der Jury mit Gold/Silber/Bronze ausgezeichnet werden. Die Gold-Gewinner aus den Unterkategorien werden gleichzeitig für die „Best Of“-Deutscher Digital Award Auszeichnungen der dazugehörigen Oberkategorie 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.

Zusätzlich finden folgende übergeordnete Bewertungskriterien in allen Kategorien Anwendung:

**Innovation**

Ist die Idee neu? Treibt die Arbeit den digitalen Wandel?

**Handwerk**

Finden die Kernbereiche (Content, Gestaltung, technische Umsetzung) digitalen Arbeitens Anwendung?

**Joy of Use**

Nutzerzentrierung: Stellt die Arbeit die Bedürfnisse des Nutzers in den Vordergrund und stellt sie einen Mehrwert dar?

Der Deutsche Digital Award wird vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. verliehen.

## INHALTSÜBERSICHT

---

Timeline	3
Kategorien und Bewertungskriterien	4
Teilnahme und Einreichungsgebühren	13
Einsendevoraussetzungen	14
Info Einreichungsprozedere	16
Einreichungsbereich	16
Online-Einreichungsformular	17
Projekteinreichung - ein Beispiel	20
Zulässige Dateiformate	21
Checkliste für die Online-Einreichung	22
Kontakt	23
Nutzungsrechtseinräumung Einreichungsfilme	24
Faxantwort	25

## TIMELINE Deutscher Digital Award

---

**Einreichungsstart:** 01. Dezember 2016  
**Early Bird bis:** 31. Dezember 2016  
**Einreichungsschluss:** 03. Februar 2017

**Jurysitzung:** März 2016  
**Verleihung:** 27. April 2017 in Berlin

## KATEGORIEN

Du arbeitest in einer Agentur, bist ein Freelancer, ein Werbetreibender, ein Macher, der Kopf der Bande? Worauf wartest Du dann noch? Zeige uns Deine herausragende, innovative, bewegende, noch-nie-dagewesene, technisch umwerfende Arbeit für den deutschen, österreichischen oder schweizer Markt. Sie bewegt? Sie trifft den Nerv? Sie trifft ins Herz? Sie trifft die Richtigen zum unerwarteten Zeitpunkt. Gut! Und sie ist digital! Noch besser!

Nutz die Chance, dass ganz Digital-Deutschland auf Dich und Dein Team schaut.

Geh in Dich und zeige uns Deine besten Arbeiten in den folgenden Kategorien:

Digital Advertising Formats	Digital Advertising Campaigns	Digital Live-Experience	Branded Content	Websites (stationary & mobile)	Digital Commerce	Mobile Apps	Social / Dialog	Digital Transformation
Standard- und Sonderformate	Cross-Digital Campaign	Digital Out-of-home	Video – short-form (z.B. Viral)	Idee / Innovation	Innovation	Idee / Innovation	Social Media Auftritt	Start-up (Idee)
Mobile Formate	Cross-Media Campaign	Digital Installations / Events (VR/AR)	Video – long-form (z.B. WebTV)	User Experience / Usability	Visual Design	Visual Design	Social Media Campaign	Innovation
Video Formate			Influencer Marketing	Content	User Experience / Usability	User Experience / Usability	Dialog	
Microsite / Campaignsite			Content Platforms / Digitale Magazine	Visual Design		Content		
Programmatic Creativity								

## Kategorie Digital Advertising Formats

### Standard- und Sonderformate

#### Standardformate:

Zugelassen sind

- die vom Online Vermarkterkreis (OVK) definierten Standardwerbformen: Full Banner, Super Banner, Expandable Super Banner, Rectangle, Medium Rectangle, Standard Skyscraper, Wide Skyscraper, Expandable Skyscraper, Universal Flash Layer, Flash Layer, Button, Ad Bundle  
<http://www.ovk.de/index.php?id=3112&type=1>
- die gemäß Definition des OVK zum Premium Ad Package zählenden Werbformen: Pushdown Ad, Maxi Ad, Banderole Ad, Half Page Ad, Billboard Ad, Sidekick Ad, Baseboard Ad, Floor Ad, Sitebar  
<http://www.werbformen.de/ovk/ovk-de/werbformen/digitale-werbformen/in-page/premium-ad-package.html>
- Wallpaper und Interstitial

#### **Bewertungskriterien:**

Die Jury prämiert einzelne Online-Werbemittel, die mit überraschenden, unterhaltsamen oder informativen Inhalten zur intensiven Auseinandersetzung mit der Marke einladen. Dabei wird besonders auf eine hochwertige gestalterische und technische Umsetzung der Werbemittel unter optimaler Nutzung des vorgegebenen Gestaltungsrahmens geachtet.

#### Sonderformate:

Zugelassen sind alle Werbeintegrationen, die von einem Online-Medium oder einem Vermarkter individuell in eine Seite eingebunden wurden.

#### **Bewertungskriterien:**

Die Jury prämiert einzelne Werbemittel, die durch individuelle Platzierung, außergewöhnliche Umsetzung und besondere Funktionen Nutzer begeistern und zur Auseinandersetzung mit der Marke animieren. Dabei werden insbesondere Lösungen honoriert, die das Surfverhalten der Nutzer berücksichtigen und die spezifischen Möglichkeiten des Mediums Internet optimal nutzen. Außerdem wichtig: eine hochwertige gestalterische und technische Umsetzung der Werbemittel unter optimaler Nutzung des vorgegebenen Gestaltungsrahmens.

### Mobile Formate

Zugelassen sind alle Werbemittel, die speziell für mobile Endgeräte entwickelt wurden. Dazu zählen sowohl In-App- als auch In-Page-Werbeformate.

#### **Bewertungskriterien:**

Die Jury prämiert einzelne Mobile Werbemittel, die mit überraschenden, unterhaltsamen oder informativen Inhalten zur Auseinandersetzung mit der Marke einladen. Dabei wird besonders auf eine hochwertige gestalterische und technische Umsetzung unter Berücksichtigung der spezifischen Nutzung von mobilen Endgeräten geachtet.

## Video Formate

Zugelassen sind

- Formate, die zu den vom OVK definierten Linear Video Ads bzw. In-Stream-Ads zählen: Pre-Roll, Mid-Roll, Post-Roll, Interactive Video Ad.  
<http://www.werbeformen.de/ovk/ovk-de/werbeformen/digitale-werbeformen/in-stream/linear-video-ad.html>
- Formate, die zu den vom OVK definierten Non-Linear Video Ads zählen: Overlay Ad, Branded Player.  
<http://www.werbeformen.de/ovk/ovk-de/werbeformen/digitale-werbeformen/in-stream/non-linear-ad.html>
- In-Page Video Ads, also Standard- oder Sonderwerbformen mit integriertem Video-Inhalt  
<http://www.werbeformen.de/ovk/ovk-de/werbeformen/digitale-werbeformen/in-page.html>

### **Bewertungskriterien:**

Die Jury prämiert Werbemittel, die speziell für den Einsatz im Netz entwickelt wurden und die spezifischen Möglichkeiten von Online-Bewegtbild optimal nutzen.

## Microsite / Campaign Site

Zugelassen sind Websites, die innerhalb von Digitalkampagnen als zeitlich befristete Landing- oder Aktions-Sites dienen.

### **Bewertungskriterien:**

Die Jury prämiert Microsites, die in Inhalt, Gestaltung und Nutzwert überzeugen. Darüber hinaus wird besonders auf die stringente Führung des Nutzers vom Werbemittel über die Microsite bis zum Kampagnenziel.

## Programmatic Creativity

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

### **Bewertungskriterien:**

Die Jury prämiert kreative Arbeiten, bei denen die Anwendung oder Interpretation von Daten nachweisbar den Kern der kreativen Idee ausmachen. Dabei sind die Daten entweder Grundlage der Kreation oder variieren und gestalten damit die Kreation während der Laufzeit. Ausprägungen können auf Daten basierende vielfach variierte Werbemittel, aber auch aus Daten gewonnene Insights sein, die Basis für eine Idee oder deren Exekution sind.

## Kategorie: Digital Advertising Campaigns

### Cross-Digital Campaign

Zugelassen sind digitale Kampagnen, die mindestens drei verschiedene, aufeinander abgestimmte digitale Kanäle nutzen, z. B. Display Advertising, Search und Social Media Advertising.

#### **Bewertungskriterien:**

Die Jury prämiert Kampagnen, die das Potenzial des Zusammenspiels digitaler Medien optimal nutzen. Neben einer hochwertigen inhaltlichen und gestalterischen Umsetzung ist vor allem die intelligente Vernetzung der Kanäle miteinander wichtig.

### Cross-Media Campaign

Zugelassen sind integrierte Kampagnen, die mindestens 3 klassische und digitale Kanäle miteinander kombinieren. Auch Konzepte, die den Kampagnenkontakt auf zielführende und effiziente Weise an den POS/POI verlängern, gelten als Cross-Media-Kampagnen.

#### **Bewertungskriterien:**

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

## Kategorie: Digital Live-Experience

### Digital Out-of-home

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 Weise nutzt, den Nutzer einbezieht und mehr bietet als nur das Abspielen von Bewegtbild.

### Digital Installations / Events (VR / AR)

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

#### **Bewertungskriterien:**

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

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

## Kategorie: Branded Content

Zugelassen sind digital zur Verfügung gestellte Inhalte, die entweder im Original von einer Marke erstellt wurden oder die eine Marke oder ein Produkt wie selbstverständlich integrieren. Ausprägungen können sein: digitale Videos im Einzelformat oder als Serie, Plattformen mit der Kombination verschiedener Formate, z. B. Microsites, Mobile Apps, Youtube Channels etc.

### **Bewertungskriterien (für alle Unterkategorien):**

Die Jury prämiert unterhaltende und zugleich fesselnde Arbeiten, die zeigen, dass eine Marke alleine oder in Zusammenarbeit mit einem Anbieter erfolgreich einzelne digitale Inhalte oder digitale Inhalteplattformen entwickelt hat. Besonderer Wert wird darauf gelegt, dass die entwickelten Inhalte im Vordergrund stehen und der werbliche Aspekt in den Hintergrund rückt. Außerdem Voraussetzung für eine Prämierung: eine exzellente kreative Umsetzung in Konzeption und Gestaltung, die das jeweilige digitale Format bestmöglich ausschöpft.

### **Video-short-form (z. B. Viral)**

Zugelassen sind digitale Einzelvideos.

Die Jury prämiert Filme, die sich durch Ihre hohe inhaltliche Relevanz und/oder Ihren herausragenden Unterhaltungswert auszeichnen. Weiterhin sollen die Arbeiten überdurchschnittliches Potenzial hinsichtlich digitaler Verbreitungsmöglichkeiten und Wirkungsgrad im Sinne des Absenders bzw. Kommunikationsziels aufweisen. Die jeweilige Arbeit kann dabei sowohl als in sich abgeschlossene Einzelmaßnahme oder als Teil einer Reihe bzw. Kampagne angelegt sein. Der Fokus sollte dabei auf den Inhalten, nicht allein auf der werblichen Aussage liegen.

### **Video-long-form (z. B. WebTV)**

Zugelassen sind digitale Videos aus Serien- oder Programmformaten in abgrenzbaren Channels.

Hier prämiert die Jury gesamte Formate und übergreifende Sendekonzepte. Eine eigenständige Zusammenstellung der Inhalte bzw. des Programms ist dabei von genauso hoher Relevanz wie eine exzellente Umsetzung in Kreation und Gestaltung. Die Auswahl der Inhalte und die Ausrichtung des gesamten Formats sollte sich von Inhalten treiben lassen und nicht offensichtlich reinen Werbeaspekten unterliegen.

### **Influencer Marketing**

Zugelassen sind digital zur Verfügung gestellte Inhalte, die in Zusammenarbeit mit einer Marke erstellt wurden und diese bzw. ein zugehöriges Produkt wie selbstverständlich integrieren. Dies können z.B. Videos, Podcasts oder Artikel sein.

Die Jury prämiert unterhaltende und zugleich fesselnde Maßnahmen, die zeigen, dass eine Marke in Zusammenarbeit mit einem oder mehreren Influencern erfolgreich Inhalte entwickeln, diese wirkungsvoll im Sinne der Marke distribuieren kann und so nachhaltigen Wert für die assoziierte Marke schafft (z.B. Gewinnen von Markenbotschaftern, nutzergetriebene Produktweiterentwicklung, o.ä.). Besonderer Wert wird darauf gelegt, dass die Inhalte im Vordergrund stehen und der werbliche



Aspekt in den Hintergrund rückt. Außerdem Voraussetzung für eine Prämierung: ein glaubwürdiges und passgenaues Zusammenspiel von Inhalt und Absender(n).

## Content Platforms / Digitale Magazine

Zugelassen sind alle Arten von digital vorhandenen, markenassoziierten Inhalteangeboten (z.B. Websites, mobile Apps, ebook Formate).

Die Jury zeichnet editorielle ausgerichtete Maßnahmen aus, die wiederkehrend und über einen längeren Zeitraum hinweg, sowie in angemessener Tiefe und redaktioneller Qualität, Inhalte publizieren. Die Inhalte sollten sich dabei über verschiedene Formate (Texte, Videos, Bilder, ggf. auch kleinere Tools oder Anwendungen innerhalb des Angebots) erstrecken und im Kontext von langfristigen Marken- und Marketingmaßnahmen sein (Kundenmagazine o.ä.). Sowohl die inhaltliche Qualität als auch die exzellente Umsetzung hinsichtlich Kreation und Gestaltung sind maßgeblich für die Prämierung.

## Kategorie: Websites

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

### **Bewertungskriterien (für alle Unterkategorien):**

Die Jury prämiert Arbeiten, die sich durch eine exzellente kreative Qualität auszeichnen. Zudem fließen die technologische und gestalterische Komplexität der Plattform, die Informationsdarstellung und die zielgruppengerechte Ansprache mit in die Bewertung ein.

## Idee / Innovation

Die Jury prämiert hier Plattformen mit einer außergewöhnlichen Idee oder einer besonders innovativen Umsetzung (z. B. innovative Features, völlig neue Interaktionsmöglichkeiten).

## User Experience / Usability

Die Jury prämiert in dieser Unterkategorie Websites, die durch ihren Aufbau, ihre Nutzerführung, ihre Bedienungsfreundlichkeit und ihre Nutzeransprache ein hervorragendes Nutzererlebnis in der Interaktion ermöglichen. Anders gesagt: Seiten, auf denen sich der Nutzer besonders gut und schnell zurechtfindet, aber auch Seiten, die durch eine besondere Architektur oder Features hervorstechen und den Anwender optimal leiten.

## Content

Hier zeichnet die Jury Websites und Content-Marketing Angebote aus, die durch eine exzellente Auswahl, Zusammenstellung und Umsetzung von Content aus dem Bewerberfeld hervorstechen.

## Visual Design

Hier zeichnet die Jury Websites aus, die durch besondere handwerkliche Qualität im Bereich visueller Gestaltung hervorstechen.

### Kategorie: Digital Commerce

Zugelassen sind alle digitalen Plattformen oder Anwendungen, über die Handel betrieben wird – zum Beispiel Online-Shops, Buchungsplattformen oder digitale Multichannel-Konzepte.

#### **Bewertungskriterien (für alle Unterkategorien):**

Die Jury prämiert Arbeiten, die durch eine exzellente Qualität in den einzelnen Bereichen hervorstechen. Zudem fließen die technologische und gestalterische Komplexität der Plattform, die Informationsdarstellung und die zielgruppengerechte Ansprache in die Bewertung mit ein. Eine intelligente Verzahnung der Kanäle, die ein übergreifendes und bequemes Shopping-Erlebnis ermöglicht – unabhängig vom jeweiligen Endgerät bzw. der bevorzugten Einkaufsmethode, wird dabei besonders positiv bewertet.

## Innovation

Die Jury prämiert hier E-Commerce-Plattformen mit einer außergewöhnlichen Idee oder einer besonders innovativen Umsetzung (z. B. innovative Features, völlig neue Interaktionsmöglichkeiten).

## Visual Design

Hier zeichnet die Jury E-Commerce-Plattformen aus, die durch besondere Qualität im Bereich visueller Gestaltung hervorstechen.

## User Experience / Usability

Die Jury prämiert in dieser Unterkategorie E-Commerce-Plattformen, die durch ihren Aufbau, ihre Nutzerführung, ihre Bedienungsfreundlichkeit und ihre Nutzeransprache ein hervorragendes Nutzererlebnis in der Interaktion ermöglichen. Anders gesagt: Plattformen, auf denen sich der Nutzer besonders gut und schnell zurechtfindet, aber auch Plattformen, die durch eine besondere Architektur oder besondere Features hervorstechen und den Anwender optimal leiten.

### Kategorie: Mobile Apps

Zugelassen sind downloadbare Apps für Smartphones und Tablets auf allen Plattformen (iOS, Android, Samsung etc.). Berücksichtigt werden sowohl kampagnenbezogene Anwendungen als auch Mobile Plattformen, Services und Tools.

#### **Bewertungskriterien (für alle Unterkategorien):**

Die Jury prämiert Apps, die für 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.

**Die 4 Unterkategorien:**

**Idee / Innovation**

Die Jury prämiert hier Mobile Apps mit einer außergewöhnlichen Idee oder einer besonders innovativen Umsetzung (z. B. innovative Features, völlig neue Interaktionsmöglichkeiten).

**Visual Design**

Hier zeichnet die Jury Mobile Apps aus, die durch besondere handwerkliche Qualität im Bereich visueller Gestaltung hervorstechen.

**User Experience / Usability**

Die Jury prämiert in dieser Unterkategorie Mobile Apps, die durch ihren Aufbau, ihre Nutzerführung, ihre Bedienungsfreundlichkeit und ihre Nutzeransprache ein hervorragendes Nutzererlebnis in der Interaktion ermöglichen. Anders gesagt: Apps, auf denen sich der Nutzer besonders gut und schnell zurechtfindet, aber auch Apps, die durch eine besondere Architektur oder Features hervorstechen und den Anwender optimal leiten.

**Content**

Hier zeichnet die Jury Mobile Apps aus, die durch eine exzellente Auswahl, Zusammenstellung und Umsetzung von Content aus dem Bewerberfeld hervorstechen.

**Kategorie: Social / Dialog**

**Social Media Auftritt**

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

**Bewertungskriterien:**

Die Jury prämiert Auftritte, die sowohl inhaltlich als auch beim Einsatz der Kanäle Kreativität, Innovation und Zielgruppenaffinität zeigen. Beurteilt werden in diesem Rahmen auch die inhaltlich-redaktionelle Qualität sowie User-Involvement und die Relevanz des Auftritts.

**Social Media Campaign**

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

**Bewertungskriterien:**

Die Jury prämiert Kampagnen, deren innovative Kraft, kreative Idee, Zielgruppenaffinität und Umsetzung sie begeistert.

## Dialog

Hier zeichnet die Jury Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mit einer umfassenden Sicht auf den Kunden aus, die die es schaffen zusätzlich zur klassischen E-Mail, digitale Dialogkanäle für eine individuelle 1 zu 1 Kommunikation mit den Kunden aufzubauen. Ausschlaggebend sind Responsemechanismen sowie individualisierte und/oder personalisierte Ansprache.

### **Bewertungskriterien:**

Die Jury prämiert kreative Ideen und den messbare Erfolg von Dialogmaßnahmen.

## Kategorie: Digital Transformation

### Start-up (Idee)

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

### Innovation

Die Jury prämiert Agenturleistungen, die Unternehmen helfen, ihre Geschäftsstrategie auf den digitalen Wandel auszurichten. Hierzu zählen innovative Neuerungen in der Produkt-, Vertriebs- oder Markenstrategie. Das können zum Beispiel neue digitale Tools im Unternehmensprozess, eine innovative Plattform oder ein neues digitales Produkt sein. Ausgezeichnet werden also herausragende strategische Leistungen innerhalb eines etablierten Unternehmens, die auf Basis des Internets bzw. der Digitalisierung funktionieren.

## TEILNAHME

---

Jetzt wird es ernst – wir suchen die besten digitalen Kampagnen, die vom 01. Januar bis 31. Dezember 2016 realisiert wurden oder realisiert werden.

Alle Arbeiten, die 2016 in Deutschland, Österreich oder der Schweiz erstmals veröffentlicht beziehungsweise online geschaltet worden sind, können eingereicht werden.

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

## EINREICHUNGSgebühren

---

Bis zum 31. Dezember 2016 gelten die Early-Bird-Gebühren von nur 299,00 Euro zzgl. MwSt.  
Die Teilnahme am Wettbewerb kostet je Einreichung, bis zum 3. Februar 2017, (unabhängig von der Kategorienwahl) 380,00 Euro zzgl. MwSt.

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

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.**

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.

Dein Ansprechpartner für die Einreichungen ist Odo Bingel vom AwardsUnlimited Wettbewerbsteam. Du erreichst ihn unter: 06173 608606 oder per Mail: [einreichung@deutscherdigitalaward.de](mailto:einreichung@deutscherdigitalaward.de).

## EINSENDEVORAUSSETZUNGEN

---

Einsendevoraussetzungen sind:

- Die Beiträge müssen im Rahmen digitaler Internet-Kommunikation entstanden sein.
- Alle Einreichungen müssen im Rahmen eines Kundenauftrags oder in irgendeiner Form der Eigenwerbung realisiert worden sein.
- Nur Arbeiten, die in **2016** entstanden sind können eingereicht werden.
- Das Einverständnis der Auftraggeber beziehungsweise des Kunden zur Teilnahme muss dem Einreicher/einreichenden Agentur vorliegen. Die Verantwortung hierfür trägt der Einreicher. Die Veranstalter des Deutschen Digital Award sind nicht verpflichtet, dies nachzuprüfen.
- Alle angegebenen Inhalte müssen zur eingereichten Arbeit/Kampagne gehören. Mehrere Arbeiten/Kampagnen müssen einzeln angemeldet werden.
- Keine doppelten Einreichungen. 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.
- 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 Screencast ist möglich. Die klassischen Elemente der integrierten Kampagne müssen digital aufbereitet werden – physische Einreichungen sind nicht zulässig.
- Der Deutschen Digital Award 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.
- Der Einreicher erklärt 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. Der Einreicher erklärt sich einverstanden, dass gegebenenfalls alle auf der Shortlist nominierten Arbeiten per Screencast publiziert werden. Der Einreicher räumt dem Veranstalter hierzu die erforderlichen Nutzungsrechte ein.
- Im Falle einer Deutschen Digital Award -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.
- Der Einreicher erklärt sich bereit, in jedem Fall einen Projektverantwortlichen zur Preisverleihung zu entsenden.
- Der Einreicher muss gewährleisten, dass sich die Jurymitglieder die Einreichungen online ansehen können, um sie zu bewerten.
- Die Fachjury bewertet nur vollständig ausgefüllte Einreichungen. Die Entscheidung der Jury ist bindend. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Rechnungsstellung erfolgt nach dem Einsendeschluss.

- 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.
- Die eingereichten Arbeiten müssen unter der angegebenen URL (Pflichtfeld) abrufbar sein und in ihrer geschalteten Umgebung (speziell bei Banner-Kampagnen) dargestellt werden. Die veröffentlichte Arbeit ist mit mindestens drei Screenshots (1920×1080 px, 72 dpi, RGB, .jpg/.gif) zu belegen.
- Die via Internet bereitgestellten Einreichungen müssen durchgängig ab dem Tag der Einreichung bis zum Ende April 2017 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 zu den Teilnahmebedingungen und Datenschutzbestimmungen und durch das Abschicken seiner Einreichung diese 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 einer Prämierung einen maximal 40-sekündigen Screencast der nominierten Arbeit (Datenformate siehe Einreichungsformular) zukommen zu lassen. Die Bereitstellung eines Screencast bei der Einreichung ist nicht Voraussetzung für die Teilnahme, kann jedoch im Einreichungsformular eingefügt werden. Die Freigabe zur Sichtung der Screencast-Links erfolgt am Präsenzjurytag.
- Der Nachweis des Eingangs der Einreichung obliegt dem Absender. Die eingereichten Arbeiten verbleiben zu Dokumentationszwecken bei den Veranstaltern – dieser Verwendung der Beiträge stimmt der Einreicher zu.
- Der Einreicher akzeptiert und bestätigt mit Teilnahme am Deutschen Digital Award die Einhaltung der Teilnahmebedingungen und Datenschutzbestimmungen. Nur wettbewerbskonforme Einreichungen nehmen an der Bewertung teil.

#### 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 den Veranstaltern.

**Der Einreicher akzeptiert und bestätigt mit Teilnahme am Deutschen Digital Award die Einhaltung der Teilnahmebedingungen und Datenschutzbestimmungen. Nur wettbewerbskonforme Einreichungen nehmen an der Bewertung teil.**

## ONLINE-EINREICHUNG: REGISTRIERUNG

---

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

### **Registrieren**

Registriere Dich auf der Deutschen Digital Award -Website, um auf das Online-Einreichungsformular zuzugreifen. Eine Bestätigung der Registrierung erfolgt per E-Mail.

### **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.

## ONLINE-EINREICHUNG: EINREICHUNGSBEREICH

---

### **Kontaktdaten**

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

### **Online-Einreichung**

Hier kannst Du Deine Einreichungen anlegen („Neue Einreichung“).

Die Einreichungsangaben sind folgend aufgeführt, so dass Du die Daten auch offline vorbereiten kannst.



## ONLINE-EINREICHUNGSFORMULAR

---

Die Bewerbung einer Arbeit erfolgt in fünf Onlineschritten.

### **Vorsicht:**

Erst mit Abschluss des fünften Schrittes ist Deine Einreichung bei uns endgültig gespeichert.

Zu Deiner Information haben wir hier den Onlineprozess der Einreichung dargestellt:

### Schritt 1 – Wer?

Hier werden alle Angaben über den Auftraggeber und über die ausführende Agentur abgefragt. Sofern Auftraggeber und Agentur identisch sind, benötigen wir die Angaben nur einmal. Du kannst in diesem Schritt das gesamte Team (Credits) mit ihrer Funktion für das eingereichte Projekt eintragen. Falls die Einreichung mit einer Partneragentur oder Arbeitsgemeinschaft umgesetzt wurde, so kann diese hier erwähnt werden (hiervon ausgenommen sind reine externe Dienstleister).

Gib bitte dann noch die Personen an, die den Preis abholen.

Bitte trage 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 trage bitte Schweiz in das Feld "Land" ein, dann wird automatisch eine Netto-Rechnung erstellt.

### Schritt 2 – Was?

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

Hast Du Dich bei der Präsentationsform für eine für den DDA aufbereitete Projekt-Webseite entschieden; oder handelt es sich bei der Einreichung um ein online sichtbares Projekt, kannst Du hier eine Projekt-URL angeben. Falls Zugangsdaten notwendig sind, gib diese bitte hier ebenfalls an.

Bis zu drei URLs plus Zugangsdaten können hier angegeben werden.

Hast Du einen Demo-Film/Screencast (.flv, .mp4, .m4v) für die Präsentation der Kampagne für die Jury erstellt, so kannst Du den Link hier eingeben. (Dies ist aber kein „Muss“.) Achte bitte darauf, dass sich der Film selbständig puffert.

Wenn Du auf der Shortlist stehst, dann benötigen wir für die Preisverleihung einen Screencast von 40 bis 45 Sekunden. Hier ist der Link einzutragen (falls der Screencast (.flv, .mp4, .m4v) schon vorhanden ist. Bitte in das Eingabefeld für Screencast-Links nur jeweils einen Link zu einem Screencast einfügen.

Sofern Du bei der Konvertierung Unterstützung benötigst, steht Dir einer unserer Partner (Jubelwerk) gerne telefonisch zur Verfügung. Telefon: 069 15 042 430, Ansprechpartner: Frank Niklaus

Wir bitten Dich während des Upload Vorgangs um Geduld.

Sobald Deine Datei erfolgreich hochgeladen wurde, wird Dir dies auf der Seite angezeigt.

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

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

### Schritt 3 – Warum?

Uns interessieren die Ausgangssituation, die Aufgabenstellung und die Zielsetzung der Arbeit.

Beschreibe die Idee, die Strategie und die Umsetzung. Benenne auch die Zielgruppe.

Ebenfalls interessiert uns an dieser Stelle der Einsatzzeitraum.

Erläutere kurz das Ergebnis bzw. den Erfolg der Maßnahme und warum die Arbeit innovativ ist.

Bitte beachte, dass nur Arbeiten, die in 2016 in Deutschland, Österreich oder der Schweiz erstmals veröffentlicht beziehungsweise online geschaltet worden sind eingereicht werden dürfen.

Hinweis: Ausgenommen von dieser zeitlichen Begrenzung sind Corporate Websites, Digital Commerce und (Corporate) Blogs/ Portale/ Foren.

Wenn eine Einreichung in diesen Kategorien vorgenommen wird, trage bitte in dieses Feld „permanent“ ein.

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

### Schritt 4 – Uploads

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

Bitte lade hier auch ein Vorschaubild (JPEG) (600x450px, 72dpi, max. 1000KB, RGB) auf unseren Server.

Das Bild dient uns als Orientierung für die Jurierung.

Jeder Einreichung müssen mindestens drei Screenshots (1920x1080px, 72 dpi, RGB, .jpg/ .gif) angefügt werden, die die Arbeit dokumentieren und der Shortlist Publikation dienen.

Lade diese bitte hier hoch.

Demo-Film und oder Screencast der Kampagne

Sofern Du Deine Einreichung mit einem Film erläutern möchtest und Du bei Schritt 2 keinen Link zu dem Film angegeben hast, kannst Du diesen hier auf unseren Server laden.

Damit die Jury den Film online betrachten kann sollte das Dateiformat .flv, .mp4 oder .m4v sein.

Ein Demo-Film sollte nicht länger als 90 Sekunden sein.

Der Screencast für die Shortlistpublikation darf eine maximale Länge von 40 bis 45 Sekunden haben.

Bitte achte beim Konvertieren der Datei auf die Internetfähigkeit.

Der Film sollte sich selbstständig puffern und nicht erst nach erfolgtem Ladevorgang abspielbar sein.

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

### Schritt 5 – Überprüfung und Abschluss

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

Mit dem Button "Einreichung abschicken" meldest Du Deine Einreichung abschließend und verbindlich beim Wettbewerb an und sie ist in unserer Datenbank eingetragen.

Du erhältst umgehend eine Bestätigungsmail mit einer Übersicht der eingetragenen Projektdaten im PDF-Format. Dieser Mail ist auch die Rechnung zum entsprechenden Projekt angehängt. Sammelrechnungen sind nicht vorgesehen.

Diese Einreichung kannst Du dann noch bis zum jeweiligen Einreichschluss in Deinem persönlichen Teilnehmerbereich aktualisieren.

Willst Du diese Einreichung in mehreren Kategorien anmelden, so kannst Du die Kopierfunktion nutzen. Du musst dann nur noch die entsprechende (neue) Kategorie eintragen und auch hier auf "Einreichung abschicken" klicken.

## PROJEKTEINREICHUNG – EIN BEISPIEL

# Online-Einreichung

**Schritt 1 - Wer?**

Zunächst werden alle Angaben über die Beteiligten abgefragt (Kunde/Auftraggeber, Agentur, Freelancer)

Die Felder, die mit einem Stern \* markiert sind, müssen ausgefüllt werden!

**Auftraggeber / Kunde**

Unternehmen

Straße

PLZ

Ort

Land

Ansprechpartner

Telefon

E-Mail

**Agentur (Agentur, Freelancer)**

Agenturname

Straße

PLZ

Ort

**Land:**

Ansprechpartner

Telefon

E-Mail

**Weitere Beteiligte (Agentur, Freelancer)**

Einreichung  
Online-Einreichungsprozess  
Projekt neu / updaten  
Benutzerdaten  
Datenschutzbestimmungen  
Teilnahmebedingungen  
Einreichungsmanual

Hallo !

**LOGOUT**

## ZULÄSSIGE DATEIFORMATE

---

In allen Kategorien:

- Wird ein Vorschaubild (.jpg/.png/.gif, max. 600x450px, 72dpi, max. 1000KB; RGB) benötigt.
- 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 mindestens drei Screenshots (1920x1080px, 72 dpi, RGB, .jpg/ .gif) angefügt werden, die die Arbeit dokumentieren.
- Jeder Einreichung kann ein erklärendes .pdf/ .ppt/ .zip mit mehreren Dateiformaten (max. 5 MB) oder auch ein kurzer Demo-Film/Screencast der Kampagne (flv, .mp4 mp4v). max. 20 MB) angefügt, bzw. bei YouTube oder vimeo hochgeladen werden.  
Ein Demo-Film für die Jurierung soll eine maximale Länge von 90 Sekunden nicht überschreiten.  
Der Screencast für die spätere Shortlist- und Winner-Präsentation soll nicht größer als 45 Sekunden sein!

## CHECKLISTE FÜR ONLINE-EINREICHUNG

---

- Schritt 1:**
- Kunde / Auftraggeber\*
  - Kundenanschrift\*
  - Agentur\*
  - Credits
  - Partneragentur
  - Preisabholer\*
  - Rechnungsadresse\*
- Schritt 2:**
- Titel\*
  - Kurzbeschreibung\*
  - URLs\* / Links
  - Link Screenshot
  - Benötigte Plug-Ins (Mikrofon, Webcam etc.)
  - Kategorie\*
- Schritt 3:**
- Ausgangssituation\*
  - Einsatzzeitraum\*
  - Zielgruppe\*
  - Aufgabenstellung / Zielsetzung\*
  - Idee, Strategie und Umsetzung\*
  - Erfolg der Maßnahme / Ergebnis\*
  - Was macht die Arbeit innovativ?\*
- Schritt 4:**
- Upload Vorschaubild\*
  - Upload drei Screenshots\*
  - ggf. Upload Demo-Film / Screenshot
  - ggf. Upload Präsentation / Erläuterungen
- Schritt 5:**
- Daten der Einreichung überprüfen
  - Teilnahmebedingungen anerkennen\*
  - Einreichung absenden\*
  
  - Fax (Nutzungsrecht-Erklärung) versenden\*  
+49 (0) 211 600 456 - 33

\* Pflichtfeld

## KONTAKTE Deutscher Digital Award

---

### **Projektmanagement Deutscher Digital Award:**

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Kristina Karnahl  
Tel.: +49 (0) 30 206 21 86 - 20  
E-Mail: [info@deutscherdigitalaward.de](mailto:info@deutscherdigitalaward.de)  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

### **Einreichungsmanagement Deutscher Digital Award:**

AwardsUnlimited  
Odo-Ekke Bingel  
Tel.: +49 (0) 6173 608 606  
E-Mail: [einreichung@deutscherdigitalaward.de](mailto:einreichung@deutscherdigitalaward.de)

### **Awardverleihung und Sponsoring Deutscher Digital Award**

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Yvonne Wegner  
Tel.: +49 (0) 211 600 456 - 23  
E-Mail: [events@deutscherdigitalaward.de](mailto:events@deutscherdigitalaward.de)  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

### **Presse Deutscher Digital Award:**

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Tim Sausen  
Tel.: +49 (0) 211 600 456 - 35  
E-Mail: [presse@deutscherdigitalaward.de](mailto:presse@deutscherdigitalaward.de)  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

WIR FREUEN UNS AUF DEINE TEILNAHME AM DEUTSCHEN DIGITAL AWARD!

## NUTZUNGSRECHTSEINRÄUMUNG EINREICHUNGSFILME

---

Damit die eingereichten Filme/Screencasts auch auf unseren Webseiten präsentiert werden können, ist die Bestätigung für die auf den folgenden Seiten enthaltene Nutzungsrechtseinräumung nötig.

Bitte schicke die unterschriebene Faxbestätigung bis spätestens zum 01. März 2017 an den Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

**Benötigte Fax-Nummer: +49 (0)211 600 456 – 33**

### FAXANTWORT

**Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.**

Berliner Allee 57, D-40212 Düsseldorf

Tel.: +49 (0) 211 600 456 - 0

**Fax: +49 (0) 211 600 456 – 33**



## NUTZUNGSRECHTSEINRÄUMUNG EINREICHUNGSFILME

---

**Damit wir die Filme auch auf unseren Webseiten präsentieren können ist eine entsprechende Nutzungsrechtseinräumung nötig. Mit Ihrer Unterschrift bestätigen Sie die nachfolgende Nutzungsrechtseinräumung an den Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf:**

Zum Zwecke der Präsentation werden an den BVDW widerruflich und unentgeltlich sämtliche, räumlich, zeitlich und örtlich unbeschränkte, nicht-ausschließliche Nutzungsrechte an den zur Verfügung gestellten Einreichungsfilmen wie folgt übertragen:

- a. das Recht, die Einreichungsfilme für sämtliche Verwertungen in digitalen Medien, insbesondere über die Online-Plattform „YouTube“, 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).
- b. 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.BVDW.org](http://www.BVDW.org) zu nutzen. Dieses Recht soll ebenfalls mit BVDW verbundenen Unternehmen für deren Eigenwerbung insbesondere zur Bewerbung der Zusammenarbeit zustehen. Für eine solche Verwertung erhält der Nutzungsrechtsinhaber ebenfalls keine Vergütung,
- c. das Recht, sämtliche die vorstehend übertragenen Nutzungsrechte an den Einreichungsfilmen ganz oder teilweise auf Dritte (YouTube) 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 BVDW.

Mit der Bereitstellung der Filme an den BVDW versichern Sie, dass ihm sämtliche, mit diesem Vertrag an BVDW 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, Regisseure, Drehbuch- und Nutzungsrechtsinhaber) vorliegen und eventuelle GEMA-Gebühren entrichtet wurden.

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 BVDW frei und verpflichten sich, alle etwaigen Kosten, die dem BVDW durch die Inanspruchnahme Dritter entstehen, zu ersetzen. Zu den erstattungsfähigen Kosten zählen insbesondere die Kosten einer angemessenen Rechtsverteidigung, die der BVDW zur Abwehr von Ansprüchen Dritter entstehen. Der Nutzungsrechtsinhaber ist darüber hinaus verpflichtet, dem BVDW bei der Verteidigung gegen Ansprüche Dritter, die auf der Verletzung von Urheber- oder Leistungsschutzrechten beruhen, aktiv zu unterstützen.

Der BVDW ist nicht verpflichtet, die Einreichungsfilme gegen Verlust oder Beschädigung zu versichern. BVDW 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 BVDW.

Bei leichter Fahrlässigkeit haftet der BVDW nur bei Verletzung vertragswesentlicher Pflichten, mithin solcher Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages ermöglichen und auf deren Einhaltung der Nutzungsinhaber regelmäßig vertrauen darf (Kardinalpflichten). BVDW haftet bei leichter Fahrlässigkeit, ferner bei Personenschäden und nach Maßgabe des Produkthaftungsgesetzes.

Im Übrigen ist die vorvertragliche, vertragliche und außervertragliche Haftung von BVDW auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit beschränkt, wobei die Haftungsbegrenzung auch im Falle des Verschuldens eines Erfüllungsgehilfen des Betreibers gilt. BVDW haftet nicht für Schäden, die der Nutzungsinhaber durch zumutbare Maßnahmen, insbesondere eigene Programm- und Datensicherung, hätte verhindern können. Ebenso wenig haftet BVDW für Schäden, die entstehen, weil der Internet-Zugangs-Provider seine Leistungen (Zugang zum Internet) nicht wie geschuldet erbringt.

Die Einräumung der oben genannten Nutzungsrechte kann jederzeit durch Zusendung eines schriftlichen Kündigungsschreibens widerrufen werden. In diesem Falle ist BVDW 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 veranlasst.

**Die Einräumung der oben genannten Nutzungsrechte gilt für folgende Projekte:**

---

---

---

**Firma**

---

**Ansprechpartner** (bitte in Druckbuchstaben)

---

**Ort, Datum**

---

**Unterschrift**  
**Firmenstempel**