



**BRAND
EX**

International Festival
of Brand Experience

BrandEx Award 2020

Kategorienübersicht & Ihre Bewertungskriterien



Bewertungskriterien

Eine interdisziplinäre Jury bewertet anhand den nachfolgenden Kriterien Ihre Projekte.

Besonderes Augenmerk liegt dabei ebenfalls beim Thema **Nachhaltigkeit**. Die Jury kann jedoch nur für Kriterien Punkte vergeben, zu denen sie Informationen in den Einreichungsunterlagen (Kurztext | Konzeptleitfaden) findet.

Haben Sie also besonders nachhaltige Materialien beim Standbau benutzt? Dann vermerken Sie dies auch in den Unterlagen! Nur so erreichen Sie eine gerechte Punktzahl der Jury.

Kategorien

Hauptkategorie	Architecture	Event	Crossmedia	Planning, Craft, Production	Fresh (Nachwuchsaward)
Unter- kategorien	Best Stand S	Best Brand Activation	Best Integrated Brand Campaign	Best Craft (Project Management, Set, Lighting Design, Venue, Technics /Media, Show)	Best Fresh Students
	Best Stand M	Best Live PR	Best Interactive Installation	Best Catering	Best Fresh Juniors
	Best Stand L	Best Motivation / Best Employee Event			
	Best Brand Architecture	Best Corporate Event			
	Best Thematic Exhibition	Best Conference			
	Best Store Concept				



BRAND
EX

Kategorie ARCHITECTURE

Hauptkategorie	Architecture	Event	Crossmedia	Planning, Craft, Production	Fresh (Nachwuchsaward)
Unter- kategorien	Best Stand S	Best Brand Activation	Best Integrated Brand Campaign	Best Craft (Project Management, Set, Lighting Design, Venue, Technics /Media, Show)	Best Fresh Students
	Best Stand M	Best Live PR	Best Interactive Installation	Best Catering	Best Fresh Juniors
	Best Stand L	Best Motivation / Best Employee Event			
	Best Brand Architecture	Best Corporate Event			
	Best Thematic Exhibition	Best Conference			
	Best Store Concept				

02

DIE LEIDENSCHAFT



Kategorie Beschreibung ARCHITECTURE

Best Stand S - L

Messeauftritte, die hier prämiert werden, erfüllen auf höchstem Niveau die Marketing- und Unternehmensziele, präsentieren Produkte und Dienstleistungen innerhalb der CI/CD und sprechen Besucher mit allen Sinnen an.

Diese Messeauftritte überzeugen in besonderem Maße durch Kreativität, Innovation, den besonderen Umgang mit Herausforderungen und nutzen intelligent die Klaviatur der Live-Kommunikation. Die herausragende Konzeption von Architektur, grafischer Kommunikation, Medien und interaktiven Elementen machen das Zusammentreffen von Marken, Botschaften und Menschen zu dem einzigartigen Auftritt, der eine Auszeichnung verdient.

Best Stand S – Messeauftritte bis 100 m²

Best Stand M – Messeauftritte von 101 m² bis 500 m²

Best Stand L – Messeauftritte von 501 m² bis 1000m²

Best Brand Architecture

Räumliche Markeninszenierungen wie Markenwelten, Show Rooms oder Messeauftritte größer als L, die einer Marke Raum und Gesicht geben, werden hier ausgezeichnet. Identitätsstiftend werden kommerzielle Marken-Projekte der Extraklasse erlebbar, temporär oder dauerhaft. Dazu überzeugen sie mit ihrem stringenten Einsatz von Architektur, Kommunikation, Licht und Medien. Die gelungene Inszenierung löst funktionale Anforderungen innerhalb der Brand Identity und stellt sie in den Vordergrund.



Kategorie Beschreibung ARCHITECTURE

Best Thematic Exhibition

Bei der „Best Thematic Exhibition“ werden temporäre oder dauerhafte themenfokussierte Ausstellungskonzepte ausgezeichnet, die eine Maßnahme der Kommunikation im Raum darstellen. Möglich sind hier Ausstellungen aus den Bereichen Kultur, Geschichte, Technik etc. sowie Themenpavillons oder Ideenparks. Sie dienen ausschließlich der Wissensvermittlung und nicht der Absatzförderung. Mit ihrer stringenten Konzeption und den Mitteln der räumlichen Inszenierung bedienen sie auf besondere Weise die multidisziplinären Anforderungen an die Brand Identity.

Best Store Concept

Die Gestaltung eines Markenraums wird in der Kategorie „Best Store Concept“ ausgezeichnet. Hierbei handelt es sich sowohl um permanente als auch temporäre Konzepte wie beispielsweise Stores, Gastronomien, Roadshows oder Pop-Up-Stores mit dem Konsumenten als Adressaten. Die Inszenierung zieht die Besucher in seinen Bann und verbindet erfolgreich Marketing und Architektur. Für die 360° Customer Journey werden konsequent die Vorteile von erlebbaren Räumen ausgearbeitet, so dass der besondere Kundennutzen sichtbar wird und den Besucher aktiviert.



BRAND
EX

Prämierung ARCHITECTURE

Kriterien & Gewichtung ARCHITECTURE	Best Stand S	Best Stand M	Best Stand L	Best Brand Architecture	Best Thematic Exhibition	Best Store Concept
Kreation <ul style="list-style-type: none">• Idee• Innovationskraft• Zielgruppenaffinität• Stringenz• Design	500	500	500	500	500	500
Realisation <ul style="list-style-type: none">• Szenografie• Markenkommunikation• Produktintegration• Material und Logistik• Begleitende Maßnahmen• Zielerreichung	400	400	400	400	400	400
Nachhaltigkeit	100	100	100	100	100	100

02

DIE LEIDENSCHAFT



Beschreibung KREATION

Idee

Originalität und Kreativität sowie Produkt- und Unternehmensbezogenheit der Idee.
Eigenständigkeit im Rahmen des Markenauftritts?

Innovationskraft

Innovationskraft bspw. durch Einsatz neuartiger Elemente/Technologien, Schaffung neuer Perspektiven, smarter Einsatz bestehender Kommunikationstools (state of the art).

Ist die Idee innovativ vielleicht sogar richtungsweisend?

Zielgruppenaffinität

Passgenaue Ideen für die Zielgruppe. Emotionale Einbindung und Aktivierung der Zielgruppe (Mehrwert/Motivation) durch passende (inter-)aktive Maßnahmen.



Stringenz

Innovatives Storytelling und passgenaue Übersetzung der Leitidee in alle Konzeptbausteine. Erkenn- und Erlebbarkeit der kreativen Leitidee für Auftraggeber und Zielgruppe auf höchstem Qualitätsniveau.

Design

Durchgängiges Artwork unter Berücksichtigung des CI / CD abgeleitet aus der kreativen Leitidee.



Beschreibung REALISATION

Szenographie

Integrative Einbindung aller szenographischen Mittel (z.B. Architektur, Innenarchitektur, Licht, Grafik, Ton, digitale Medien) in die Inszenierung.

Markenkommunikation

Wiedererkennbarkeit der Markenmerkmale. Personal und Hospitality erzeugen wirksam die Unternehmens- und Markenkommunikations- adäquate Atmosphäre.

Produktintegration

Integration der Produktpräsentation in das räumliche Konzept z.B. unter Berücksichtigung moderner Medien/Technologien.

Material und Logistik

Optimierter Materialeinsatz, qualitativ hochwertige Verarbeitung, Detailaffinität machen den Markenauftritt perfekt. Besondere logistische Herausforderungen werden bestens gelöst.

Begleitende Maßnahmen

Zusätzliche Maßnahmen die den ganzheitlichen Markenauftritt unterstützen (z.B. Einladungsaktion, crossmediale Vernetzung, Besucheraktivierung, Follow up).

Zielerreichung

Darstellung der Zielerreichung gemäß Aufgabenstellung. Durchführung einer Erfolgskontrolle (falls gewünscht). Positives Teilnehmer- und Kunden-Feedback.



Beschreibung NACHHALTIGKEIT

Sozial

Soziale Nachhaltigkeit bedeutet, dass niemand aufgrund von z.B. körperlichen Einschränkungen ausgegrenzt wird (Inklusion), dass mit allen Mitarbeiter und Unterstützern gut und wertschätzend umgegangen wird, es Maßnahmen zur Erholung und Regeneration nach körperlich und mental anstrengenden Arbeitsphasen gibt etc. Für uns ist es selbstverständlich, dass das Projekt weder Kinderarbeit unterstützt noch kriegstreibend ist o.ä. Der Mensch steht hier im Fokus.

Ökonomisch

Eine Unternehmensführung, die auf langfristige Erfolge ausgerichtet ist, ist hier ausschlaggebend. Dabei geht es um ein sparsames Umgehen mit den eigenen Ressourcen und einer effizienten Prozessgestaltung, die zukunftsorientiert ist. Dies sollte sich in der gesamten Unternehmensstrategie widerspiegeln. Das Unternehmen steht hier im Fokus.

Ökologisch

Hierunter wird der Einsatz von umweltschonenden Materialien und Energie bewertet sowie der Umgang mit natürlichen Ressourcen. Die Umwelt steht hier im Fokus.



BRAND
EX

Kategorie EVENT

Hauptkategorie	Architecture	Event	Crossmedia	Planning, Craft, Production	Fresh (Nachwuchsaward)
Unter- kategorien	Best Stand S	Best Brand Activation	Best Integrated Brand Campaign	Best Craft (Project Management, Set, Lighting Design, Venue, Technics /Media, Show)	Best Fresh Students
	Best Stand M	Best Live PR	Best Interactive Installation	Best Catering	Best Fresh Juniors
	Best Stand L	Best Motivation / Best Employee Event			
	Best Brand Architecture	Best Corporate Event			
	Best Thematic Exhibition	Best Conference			
	Best Store Concept				

02

DIE LEIDENSCHAFT



Kategorie Beschreibung EVENT

Best Brand Activation

In dieser Kategorie werden die besten Live-Projekte und -lösungen für die Markenkommunikation und die Aktivierung der Markenzielgruppen ausgezeichnet. Definiert wird „Marke“ als „Versprechen“ für die Werte und Qualität von Leistungen und Produkten. Mögliche Formate in dieser Kategorie: Product Launch, Roadshow oder Präsentation für einen offenen oder geschlossenen Teilnehmerkreis.

Best Live PR

Adressat von Projekten in dieser Kategorie ist die Öffentlichkeit – allgemein oder in Teilen. Ausgezeichnet werden die besten Live-Projekte der Formate Presse-Event, PR-Event, Gala, Charity-Veranstaltung oder auch Kultur-Event für einen offenen oder geschlossenen Teilnehmerkreis, die mit einem kollektiven Erlebnis zu einer Information oder Bewusstseinsveränderung der Zielgruppen geführt haben.



Kategorie Beschreibung EVENT

Best Motivation / Best Employee Event

In dieser Kategorie werden die besten Events ausgezeichnet, die eine Zielgruppe nachhaltig und zielorientiert über Veränderungen informieren, ihre Motivation zur Mitarbeit oder zum Socializing positiv verändern oder für den Einsatz von Produkten und Leistungen schulen. Interne Zielgruppen sind Management, Mitarbeiter und Stakeholder, externe Zielgruppen Kunden, Medien und Anwender. Formate sind beispielsweise Incentives, Teambuildings, Change-Prozesse, Kick-offs oder auch Trainingsveranstaltungen.

Best Corporate Event

Ausgezeichnet werden kreative Marketingevents, mit denen ein Unternehmen seine Zielgruppen motiviert und begeistert. Das kann eine Händlerpräsentation ebenso sein wie eine Roadshow, ein Kick-off, ein Tag der offenen Tür oder – ganz klassisch – ein Unternehmensjubiläum.

Best Conference

In dieser Kategorie werden die besten Konferenzen, Tagungen und Meetings ausgezeichnet, die – ausgestattet mit einer kreativen Idee, einem „roten Faden“ und stringenter Durchführung – die Basis für die Vermittlung von Erkenntnissen, Wissen, Know-how und Erfahrungen bilden oder die Grundlage für die erfolgreiche Planung und Durchführung von Meetings darstellen.



Prämierung EVENT

Kriterien & Gewichtung EVENT	Best Brand Activation	Best Live PR	Best Motivation / Best Employee Event	Best Corporate Event	Best Conference
Kreation <ul style="list-style-type: none">• Idee• Innovationskraft• Zielgruppenaffinität• Stringenz• Artwork	500	500	500	500	500
Realisation <ul style="list-style-type: none">• Szenografie• Dramaturgie• Markenkommunikation• Material und Logistik• Begleitende Maßnahmen• Zielerreichung	400	400	400	400	400
Nachhaltigkeit	100	100	100	100	100



Beschreibung KREATION

Idee

Originalität und Kreativität sowie Produkt- und Unternehmensbezogenheit der Idee.
Eigenständigkeit im Rahmen des Markenauftritts?

Innovationskraft

Innovationskraft bspw. durch Einsatz neuartiger Elemente/Technologien, Schaffung neuer Perspektiven, smarter Einsatz bestehender Kommunikationstools (state of the art).

Ist die Idee innovativ vielleicht sogar richtungsweisend?

Zielgruppenaffinität

Passgenaue Ideen für die Zielgruppe. Emotionale Einbindung und Aktivierung der Zielgruppe (Mehrwert/Motivation) durch passende (inter-)aktive Maßnahmen.



Stringenz

Innovatives Storytelling und passgenaue Übersetzung der Leitidee in alle Konzeptbausteine. Erkenn- und Erlebbarkeit der kreativen Leitidee für Auftraggeber und Zielgruppe auf höchstem Qualitätsniveau.

Artwork

Durchgängiges Artwork unter Berücksichtigung des CI / CD abgeleitet aus der kreativen Leitidee.



Beschreibung REALISATION

Szenographie

Integrative Einbindung aller szenographischen Mittel (z.B. Architektur, Innenarchitektur, Licht, Grafik, Ton, digitale Medien) in die Inszenierung.

Dramaturgie

Optimaler Medieneinsatz, reibungsloser Veranstaltungs-/Showablauf bzw. Choreographie und eine zielgruppengerechte Interaktion führen zu einer emotionalisierenden Markenkommunikation für die Zielgruppe.

Markenkommunikation

Wiedererkennbarkeit der Markenmerkmale erzeugen wirksam die Unternehmens- und Markenkommunikations- adäquate Atmosphäre.

Material und Logistik

Optimierter Materialeinsatz, qualitativ hochwertige Verarbeitung, Detailaffinität machen den Markenauftritt perfekt. Besondere logistische Herausforderungen werden bestens gelöst.

Begleitende Maßnahmen

Zusätzliche Maßnahmen die den ganzheitlichen Markenauftritt unterstützen (z.B. Einladungsaktion, crossmediale Vernetzung, Besucheraktivierung, Follow up).

Zielerreichung

Darstellung der Zielerreichung gemäß Aufgabenstellung. Durchführung einer Erfolgskontrolle (falls gewünscht). Positives Teilnehmer- und Kunden-Feedback.



Beschreibung NACHHALTIGKEIT

Sozial

Soziale Nachhaltigkeit bedeutet, dass niemand aufgrund von z.B. körperlichen Einschränkungen ausgegrenzt wird (Inklusion), dass mit allen Mitarbeiter und Unterstützern gut und wertschätzend umgegangen wird, es Maßnahmen zur Erholung und Regeneration nach körperlich und mental anstrengenden Arbeitsphasen gibt etc. Für uns ist es selbstverständlich, dass das Projekt weder Kinderarbeit unterstützt noch kriegstreibend ist o.ä. Der Mensch steht hier im Fokus.

Ökonomisch

Eine Unternehmensführung, die auf langfristige Erfolge ausgerichtet ist, ist hier ausschlaggebend. Dabei geht es um ein sparsames Umgehen mit den eigenen Ressourcen und einer effizienten Prozessgestaltung, die zukunftsorientiert ist. Dies sollte sich in der gesamten Unternehmensstrategie widerspiegeln. Das Unternehmen steht hier im Fokus.

Ökologisch

Hierunter wird der Einsatz von umweltschonenden Materialien und Energie bewertet sowie der Umgang mit natürlichen Ressourcen. Die Umwelt steht hier im Fokus.

Kategorien

Hauptkategorie	Architecture	Event	Crossmedia	Planning, Craft, Production	Fresh (Nachwuchs-award)
Unter- kategorien	Best Stand S	Best Brand Activation	Best Integrated Brand Campaign	Best Craft (Project Management, Set, Lighting Design, Venue, Technics /Media, Show)	Best Fresh Students
	Best Stand M	Best Live PR	Best Interactive Installation	Best Catering	Best Fresh Juniors
	Best Stand L	Best Motivation / Best Employee Event			
	Best Brand Architecture	Best Corporate Event			
	Best Thematic Exhibition	Best Conference			
	Best Store Concept				



Kategorie Beschreibung CROSSMEDIA

Best Integrated Brand Campaign

Die Kategorie Best Integrated Brand Campaign würdigt herausragende vernetzte Multichannel-Kampagnen, die mit der gezielten Kombination unterschiedlicher Kanäle wie Live, Digital oder auch Print außergewöhnliche Erlebnisse zur Erreichung von Marketingzielen schaffen.

Best Interactive Installation

Ausgezeichnet werden die besten interaktiven Installationen und Mediatekturen zur Erreichung definierte Marketingziele. Eine „Best Interactive Installation“ zeichnet sich durch eine clevere Entfaltung in den digitalen Raum aus und kommuniziert auf spielerische und informative Weise komplexe Botschaften. Zudem fügt sie sich harmonisch in ein vorhandenes Raumkonzept ein

Prämierung CROSSMEDIA

Kriterien & Gewichtung CROSSMEDIA	Best Integrated Brand Campaign	Best Interactive Installation
Kreation <ul style="list-style-type: none"> • Idee • Innovationskraft • Zielgruppenaffinität • Stringenz • Kommunikationskanäle 	550	550
Realisation <ul style="list-style-type: none"> • Technische Exzellenz • Usability • Vernetzungsdramaturgie • Zielerreichung 	350	350
Nachhaltigkeit	100	100



Beschreibung KREATION

Idee

Originalität und Kreativität sowie Produkt- und Unternehmensbezogenheit der Idee.
Eigenständigkeit im Rahmen des Markenauftritts?

Innovationskraft

Innovationskraft bspw. durch Einsatz neuartiger Elemente/Technologien, Schaffung neuer Perspektiven, smarter Einsatz bestehender Kommunikationstools (state of the art).

Ist die Idee innovativ vielleicht sogar richtungsweisend?

Zielgruppenaffinität

Emotionale Einbindung und Aktivierung der Zielgruppe (Mehrwert/Motivation) durch passgenaue (inter-) aktive Maßnahmen.

Stringenz

Innovatives Storytelling und passgenaue Übersetzung der Leitidee in alle Konzeptbausteine. Erkenn- und Erlebbarkeit der kreativen Leitidee für Auftraggeber und Zielgruppe auf höchstem Qualitätsniveau.

Kommunikationskanäle

Zielgerichtete Auswahl verschiedener Kommunikationskanäle und deren sinnvolle Vernetzung/Integration (z.B. Einbeziehung des Internets, Aktivierung von Social Networks, nachhaltige Kommunikation).



Beschreibung REALISATION

Technische Exzellenz

Hochwertige Performance des Einzelgewerks, state of the art in der jeweiligen Disziplin, perfekter technischer Ablauf.

Usability (keine Anwendung für Best Live PR)

Klare Informationsstruktur und intuitive Nutzung von Objekten und Darstellung. Zusätzlich für virtuelle Inhalte: einfache Bewertung und schnelle Verbreitung.

Vernetzungsdramaturgie

Logischer Aufbau und harmonisches Zusammenspiel aller Mediamassnahmen (Kanäle) zur Steigerung des Wirkungsgrads.

Zielerreichung

Darstellung der Zielerreichung gemäß Aufgabenstellung. Durchführung einer Erfolgskontrolle (falls gewünscht). Resonanz, z.B. positives Teilnehmer- und Kunden-Feedback.



Beschreibung NACHHALTIGKEIT

Sozial

Soziale Nachhaltigkeit bedeutet, dass niemand aufgrund von z.B. körperlichen Einschränkungen ausgegrenzt wird (Inklusion), dass mit allen Mitarbeiter und Unterstützern gut und wertschätzend umgegangen wird, es Maßnahmen zur Erholung und Regeneration nach körperlich und mental anstrengenden Arbeitsphasen gibt etc. Für uns ist es selbstverständlich, dass das Projekt weder Kinderarbeit unterstützt noch kriegstreibend ist o.ä. Der Mensch steht hier im Fokus.

Ökonomisch

Eine Unternehmensführung, die auf langfristige Erfolge ausgerichtet ist, ist hier ausschlaggebend. Dabei geht es um ein sparsames Umgehen mit den eigenen Ressourcen und einer effizienten Prozessgestaltung, die zukunftsorientiert ist. Dies sollte sich in der gesamten Unternehmensstrategie widerspiegeln. Das Unternehmen steht hier im Fokus.

Ökologisch

Hierunter wird der Einsatz von umweltschonenden Materialien und Energie bewertet sowie der Umgang mit natürlichen Ressourcen. Die Umwelt steht hier im Fokus.



BRAND
EX

Kategorien

Hauptkategorie	Architecture	Event	Crossmedia	Planning, Craft, Production	Fresh (Nachwuchsaward)
Unter- kategorien	Best Stand S	Best Brand Activation	Best Integrated Brand Campaign	Best Craft (Project Management, Set, Lighting Design, Venue, Technics /Media, Show)	Best Fresh Students
	Best Stand M	Best Live PR	Best Interactive Installation	Best Catering	Best Fresh Juniors
	Best Stand L	Best Motivation / Best Employee Event			
	Best Brand Architecture	Best Corporate Event			
	Best Thematic Exhibition	Best Conference			
	Best Store Concept				

02

DIE LEIDENSCHAFT



Kategorie Beschreibung PLANNING

Best Craft (Project Management, Set, Lighting Design, Venue, Technics/Media, Show)

Bewertet und ausgezeichnet werden erfolgsentscheidende Details und das Management von Live-Projekten. Das kann sich in einem innovativen Technikeinsatz ebenso wie in einem kreativen Standbau, einem emotionalisierenden Bühnenbild oder einer begeisternden Show manifestieren.

Best Catering

Hier werden Catering-Konzepte gesucht, die in der Kreativität des Angebots besonders auf die Markenbotschaft des Kunden abgestimmt sind und bei der Umsetzung der Logistik überzeugen konnten.



BRAND
EX

Prämierung PLANNING

Kriterien & Gewichtung PLANNING, CRAFT, PRODUCTION	Best Craft (Project Management, Set, Lighting Design, Venue, Technics/Media, Show)	Best Catering
Kreation <ul style="list-style-type: none">• Idee• Innovationskraft• Zielgruppenaffinität• Stringenz• Artwork	250	250
Realisation <ul style="list-style-type: none">• Technische Exzellenz• Vernetzungsdramaturgie• Impact• Zielerreichung	650	650
Nachhaltigkeit	100	100

02

DIE LEIDENSCHAFT



Beschreibung KREATION

Idee

Originalität und Kreativität sowie Produkt- und Unternehmensbezogenheit der Idee.
Eigenständigkeit im Rahmen des Markenauftritts?

Innovationskraft

Innovationskraft bspw. durch Einsatz neuartiger Elemente/Technologien, Schaffung neuer Perspektiven, smarter Einsatz bestehender Tools (state of the art).

Ist die Idee innovativ vielleicht sogar richtungsweisend?

Zielgruppenaffinität

Passgenaue Ideen für die Zielgruppe.

Stringenz

Innovatives Storytelling und passgenaue Übersetzung der Leitidee in alle Konzeptbausteine. Erkenn- und Erlebbarkeit der kreativen Leitidee für Auftraggeber und Zielgruppe auf höchstem Qualitätsniveau.

Artwork

Durchgängiges Entwurfskonzept unter Berücksichtigung des CI / CD abgeleitet aus der kreativen Leitidee



Beschreibung REALISATION

Technische Exzellenz

Hochwertige Performance des Einzelgewerks, state of the art in der jeweiligen Disziplin, perfekter technischer Ablauf.

Vernetzungsdramaturgie

Logischer Aufbau und harmonisches Zusammenspiel aller Maßnahmen (Kanäle) zur Steigerung des Wirkungsgrads.

Produktintegration

Integration der Produktpräsentation in das räumliche Konzept z.B. unter Berücksichtigung moderner Medien/Technologien.

Material und Logistik

Optimierter Materialeinsatz, qualitativ hochwertige Verarbeitung, Detailaffinität machen den Markenauftritt perfekt. Besondere logistische Herausforderungen werden bestens gelöst.



Beschreibung NACHHALTIGKEIT

Sozial

Soziale Nachhaltigkeit bedeutet, dass niemand aufgrund von z.B. körperlichen Einschränkungen ausgegrenzt wird (Inklusion), dass mit allen Mitarbeiter und Unterstützern gut und wertschätzend umgegangen wird, es Maßnahmen zur Erholung und Regeneration nach körperlich und mental anstrengenden Arbeitsphasen gibt etc. Für uns ist es selbstverständlich, dass das Projekt weder Kinderarbeit unterstützt noch kriegstreibend ist o.ä. Der Mensch steht hier im Fokus.

Ökonomisch

Eine Unternehmensführung, die auf langfristige Erfolge ausgerichtet ist, ist hier ausschlaggebend. Dabei geht es um ein sparsames Umgehen mit den eigenen Ressourcen und einer effizienten Prozessgestaltung, die zukunftsorientiert ist. Dies sollte sich in der gesamten Unternehmensstrategie widerspiegeln. Das Unternehmen steht hier im Fokus.

Ökologisch

Hierunter wird der Einsatz von umweltschonenden Materialien und Energie bewertet sowie der Umgang mit natürlichen Ressourcen. Die Umwelt steht hier im Fokus.





BRAND
EX

Kategorien

Hauptkategorie	Architecture	Event	Crossmedia	Planning, Craft, Production	Fresh (Nachwuchs-award)
Unter- kategorien	Best Stand S	Best Brand Activation	Best Integrated Brand Campaign	Best Craft (Project Management, Set, Lighting Design, Venue, Technics /Media, Show)	Best Fresh Students
	Best Stand M	Best Live PR	Best Interactive Installation	Best Catering	Best Fresh Juniors
	Best Stand L	Best Motivation / Best Employee Event			
	Best Brand Architecture	Best Corporate Event			
	Best Thematic Exhibition	Best Conference			
	Best Store Concept				

02

DIE LEIDENSCHAFT



Kategorie Beschreibung FRESH

Best Fresh Students

Die Kategorie für alle Studierende mit Interesse an Brand Experiences. Ob design- und kommunikationsorientiertes, technisches, wirtschafts- oder geisteswissenschaftliches Studium: Wer sich für Event-Kommunikation, Markenarchitektur- und -erlebnisse begeistert, kann hier sein kreatives und konzeptionelles Talent beweisen. Allein oder im Team mit max. 5 Teilnehmern. Benötigt wird lediglich die Immatrikulationsbescheinigungen.

Best Fresh Juniors

Die Kategorie für Berufseinsteiger in Kommunikationsagenturen und Marketingabteilungen sowie Freelancer. Ausbildung oder Studium sind abgeschlossen, im Job geht es um die Kreation und Realisierung von Markenerlebnissen? Dann ran ans Profi-Briefing und auf zum nächsten Karriereschritt! Allein oder im Team mit max. 5 Teilnehmern. Benötigt wird eine Erklärung, dass man über maximal zwei Jahre Berufserfahrung verfügt und die Beschäftigungsbescheinigung des Arbeitgebers bzw. eine Erklärung der Freelancer, dass man maximal zwei Jahre als Freiberufler oder Selbstständiger (z.B. Gewerbeschein) arbeitet.



Prämierung FRESH

Kriterien & Gewichtung FRESH	Best Fresh Students	Best Fresh Juniors
Konzeptkreation <ul style="list-style-type: none">• Idee• Innovationskraft• Zielgruppenaffinität• Stringenz (roter Faden)	350	350
Konzeptrealisation <ul style="list-style-type: none">• Markenkommunikation• Projektbestandteile/Aktionen• Begleitende Maßnahmen• Kommunikationskanäle• Organisation und Umsetzung• Nachhaltigkeit	350	350
Präsentation <ul style="list-style-type: none">• Markenintegration• Konzept/Video	300	300



Beschreibung KONZEPTKREATION

Idee

Originalität und Kreativität sowie Produkt- und Unternehmensbezogenheit der Idee. Eigenständigkeit im Rahmen des Markenauftritts?

Innovationskraft

Innovationskraft bspw. durch Einsatz neuartiger Elemente/Technologien, Schaffung neuer Perspektiven, smarter Einsatz bestehender Kommunikationstools (state of the art). Ist die Idee innovativ, vielleicht sogar richtungsweisend?

Zielgruppenaffinität

Passgenaue Ideen für die Zielgruppe. Emotionale Einbindung und Aktivierung der Zielgruppe (Mehrwert/Motivation) durch passende (inter-) aktive Maßnahmen.

Stringenz (roter Faden)

Kreatives Storytelling und passgenaue Übersetzung der Leitidee in alle Konzeptbausteine. Erkenn- und Erlebbarkeit der Leitidee für Auftraggeber und Zielgruppe.



Beschreibung KONZEPTREALISATION

Markenkommunikation

Wiedererkennbarkeit der Markenmerkmale erzeugen wirksam eine unternehmens- und markenadäquate Atmosphäre.

Projektbestandteile/Aktionen

Location, Kommunikation, Sponsoring, Projektplanung, ... wurden alle Auftrags- und erforderlichen Projektbestandteile umgesetzt?

Begleitende Maßnahmen

Zusätzliche Aktionen, die den Markenauftritt unterstützen (z.B. crossmediale Vernetzung, Online Verlängerung, Social Media Aktivierung, Besuchereinbindung, Follow up).

Kommunikationskanäle

Zielgerichtete Auswahl verschiedener Kommunikationskanäle und deren sinnvolle Vernetzung/Integration (z.B. Einladungsaktion, Aktivierung von SocialNetworks, nachhaltige Kommunikation).



Organisation und Umsetzung

Sind die Projektplanung (grober Projektzeitplan, Veranstaltungsablauf, Ressourcen, Logistik, etc.) und das kalkulierte Budget realistisch?

Nachhaltigkeit

Ob beim Teilnehmermanagement, bei den eingesetzten Materialien, in den Arbeits- und Projektprozessen etc. – Nachhaltigkeit (wirtschaftlich, sozial wie ökonomisch) spielt bei der Konzeptplanung und -umsetzung eine immer wichtigere Rolle.



Beschreibung PRÄSENTATION

Konzept

Erkennbarkeit einer eigenen visuellen und sprachlichen Handschrift. Klare Struktur, überzeugender Aufbau.

Video und Präsentation

Hierbei steht nicht die Visualisierung im Vordergrund, sondern die Übertragung der Inhalte: Kommen Sie kurz und knackig rüber? Wie verkauft sich der Präsentator? Sind Darstellung und Kommunikation innovativ?