



Informationen zur Teilnahme am INNOVATIONSPREIS DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE 2010

Der INNOVATIONSPREIS DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE findet 2010 zum siebten Mal statt und wird in drei Bereichen mit jeweils mehreren Kategorien durchgeführt.

► Kategorien im Bereich A: Druckprodukte

Kategorien A1 bis A8 und Sonderpreise »High Volume Printing«, DID-Award, f:mp-Award und Sonderpreis des FCP

A1 Publikumszeitschriften, Fachmagazine und Zeitungen

Periodisch publizierte Printmedien, die ihre Leserschaft über das aktuelle Geschehen informieren (mindestens 4 x jährlich).

A2 Bücher

Zugelassen sind Bücher, deren Buchblock in bekannten und neuen industriell nutzbaren Techniken dauerhaft haltbar verbunden sind. Insbesondere sollen dazu passende, variantenreiche Lösungen für Buchdecken zur Anwendung kommen, die die Einheit von Inhalt und Form des Buches unterstreichen.

A3 Werbedrucksachen

Das Hauptgeschäftsfeld der meisten Druckereien sind Werbedrucksachen – vom einseitigen Flyer oder Prospekt bis zum mehrseitigen Katalog, in kleiner Stückzahl bis zu Auflagen in Millionenhöhe.

A3 - Sonderpreis »High Volume Printing«

Der Innovationsgrad hochvolumiger Printprodukte kommt vor allem in einem perfektionierten Workflow, einer industriellen Druck- und Weiterverarbeitung sowie einer ausgefeilten Logistik zum Ausdruck. Deshalb wird in der Kategorie A3 »Werbedrucksachen« ein Sonderpreis »High Volume Printing« für ein innovatives Rollenoffsetdruck- oder Tiefdruckprodukt verliehen.

A4 Geschäftsberichte

Geschäftsberichte sind ein wichtiges »Aushängeschild« für Unternehmen. Deshalb zählt die Produktion von Geschäftsberichten zur Königsdisziplin in der Printproduktion. Herausragende Konzepte und innovative Umsetzungen führen zu Druckprodukten der Extraklasse.

A5 Verkaufsverpackungen und Displays

Unmittelbare Produktverpackungen sowie Verkaufshilfen und Aufsteller, die den Verbraucher bei der Kaufentscheidung beeinflussen.

A6 Direct Mailings

Individualisierte oder personalisierte Drucksachen, die möglichst teilweise oder vollständig im Digitaldruck erstellt worden sind. Direct Mailings sind Druckprodukte, mit denen im Rahmen des Direktmarketings eine bestimmte Zielgruppe von Kunden persönlich bzw. individuell angesprochen werden.

A7 Corporate Publishing



Kundenmagazine, Mitarbeiterzeitschriften und Corporate Books sind Medien, die in jüngster Zeit erheblich an Bedeutung gewonnen haben. Die innovativsten Einsendungen dieser Kategorie werden als **Sonderpreis des Forums Corporate Publishing FCP** ausgezeichnet.

A8 Crossmediale Vernetzung Print / Online

Druckprodukte sind häufig Teil einer umfassenden Kommunikation, die sich auf verschiedene Mediengattungen stützt. Besonders wichtig ist hier, dass Print und elektronische Medien konzeptionell und in puncto Umsetzung optimal aufeinander abgestimmt sind und der Nutzwert von Print erhöht wird. In dieser Kategorie wird bewertet, wie innovativ und erfolgreich das Printprodukt in die Gesamtkommunikation eingebettet ist. Wichtig ist auch, dass das Druckprodukt aufgrund seiner spezifischen optischen und haptischen Eigenschaften punkten kann.

SONDERPREIS des DID Deutsches Institut Druck:



DID-Award für besonders innovative Druckweiterverarbeitung
aus den Einsendungen der Kategorien A1 – A8

Dieser Sonderpreis wird **aus allen Einsendungen der Kategorien A1 – A8** ermittelt. Der Sonderpreis »DID-Award« zeichnet ein Druckprodukt aus, das sich durch eine besonders gelungene, innovative Druckweiterverarbeitung hervorhebt. Dabei finden folgende Kriterien Anwendung: Innovation, Verknüpfung von Botschaft, Funktion und Kundennutzen, qualitative Umsetzung und industrieller Fertigungsgrad.

Ziel dieses Sonderpreises ist es, einen größeren Bekanntheitsgrad der vielfältigen Möglichkeiten der industriellen Druckweiterverarbeitung zu erreichen. Der DID-Award wird gestiftet vom Deutschen Institut Druck e. V. (DID), Gruppe Druckweiterverarbeitung. Im DID sind Hersteller und Zulieferer der Druckindustrie in einem gemeinnützigen Verein zusammengeschlossen.

SONDERPREIS des f:mp. Fachverbands Medienproduktions:



f:mp.-Award für besonders innovative Medienproduktion
aus den Einsendungen der Kategorien A1 – A8

Unter **allen Einsendungen der Kategorien A1 – A8** verleiht der Fachverband Medienproduktion den f:mp.-Award für die innovativste Medienproduktion. Beurteilt wird hier die Produktionssteuerung sowie der gesamte Produktionsablauf vom Datenmanagement, der digitalen Vorstufe bis hin zum Druck- und Weiterverarbeitungsprozess, sowie das fertige Druckprodukt.

► Kategorien im Bereich B: Marketing

Kategorien B1 und B2

B1 Marketing: Gedruckte Eigenwerbung

Wie kommen grafische Betriebe bei ihren Kunden an?

Die Juroren beurteilen die Idee, Umsetzung und Qualität von Firmenprospekten, Werbemittel, Outdoor-Werbung, Einladungskarten, Glückwunschkarten, Kalendern und Geschäftsdrucksachen, Briefpapier, Visitenkarten etc.

B2 Aus- und Weiterbildung:

Absolventenpublikationen von Berufs- und Technikerschulen, Fachhochschulen, Universitäten und sonstigen Bildungseinrichtungen

In dieser Kategorie werden Absolventenpublikationen von Berufs- und Technikerschulen, Fachhochschulen, Universitäten und sonstigen Bildungseinrichtungen unter die Lupe genommen.

Wie innovativ sind die Printprodukte? Neben Konzept, Design und Funktionalität werden auch die Druckqualität und die Weiterverarbeitung bewertet. Das Produkt sollte idealerweise für die Attraktivität von Printprodukten stehen.

► Kategorien im Bereich C: Technologie

Kategorien C1 bis C3

Herausragende technische Lösungen oder Materialentwicklungen für die Herstellung von Druckprodukten sind hier gefragt. Die eingereichten Innovationen können Detail- oder Gesamtlösungen sein und aus folgenden Bereichen stammen:

C1 Vorstufe

Medienvorstufe, Workflow

C2 Druck

Druckprozess (Maschinen, Materialien)

C3 Druckweiterverarbeitung/ Finishing

Veredlung, Druckweiterverarbeitung



► Sonderpreis des FDI

Herausragende Unternehmerpersönlichkeit

Unternehmer prägen in starkem Maße die Unternehmen der Druckindustrie und geben der Branche ein Gesicht. Bei der Preisverleihung am 18. November 2010 wird der FDI Fachverband Führungskräfte der Druckindustrie und Informationsverarbeitung e.V., Saarbrücken, einen herausragenden Unternehmer auszeichnen.

► Jurierung, Nominierung und Prämierung

Jurierung

A Druckprodukte und B Marketing:

Für die Bereiche A und B gibt es eine **unabhängige Fachjury**. Der/die Juryvorsitzende wird jeweils aus den eigenen Reihen gewählt. Die Jury besteht aus unabhängigen Fachexperten.

C Technologie:

Im Bereich C nehmen **die Leser** der Fachmagazine Deutscher Drucker, Publishing Praxis und Grafische Palette die Wahl vor.

Nominierung

Gehen in einer Kategorie mehr als zehn Einsendungen ein, so erfolgt eine Vorauswahl durch die Redaktionen der oben genannten Fachmagazine. Dabei werden jeweils zehn Einsendungen für die eigentliche Jurierung nominiert.

Prämierung

Die Preisverleihung findet am 18. November 2010 in Stuttgart statt.

Die drei Erstplatzierten einer jeden Kategorie erhalten kunstvolle Trophäen (Platzierung Gold) und Urkunden (Platzierungen Silber und Bronze). Im Bereich A Druckprodukte erhalten darüber hinaus alle an der Produktion beteiligten Dienstleister sowie deren Auftraggeber Urkunden.

Der Sonderpreis »DID-Award« wird in Form von Urkunden an alle beteiligten Unternehmen sowie einer Preistrophäe an den Auftraggeber sowie an den Druckweiterverarbeiter verliehen. Alle weiteren Sonderpreise werden in Form einer Siegestrophäe und einer Urkunde verliehen.

► Ziel und Beurteilungskriterien

Ziel des INNOVATIONSPREISES DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE ist es, beispielhaft innovative Printprodukte, Unternehmen und Unternehmer, Bildungseinrichtungen sowie innovative technologische Lösungen auszuzeichnen.

Der branchenweite Award soll die Leistungsfähigkeit und Attraktivität der Druckindustrie sowohl nach innen als auch nach außen verdeutlichen. Im Fokus der Bewertung aller Einsendungen steht deshalb der Grad der Innovation.

Der Neuheitsgehalt, die wirtschaftliche Bedeutung und der Praxisbezug sind wichtige Kriterien, nach denen die Jury die Bewertungen vornimmt.

Bereich A: Druckprodukte

Bei den eingereichten Produkten wird nicht nur die drucktechnische Umsetzung, sondern das gesamte Ergebnis, also etwa auch das Design und die Funktionalität bewertet. Ein wichtiger Faktor ist die Attraktivität und der Nutzwert aus der Sicht des Käufers/ Endverbrauchers. So werden zum Beispiel bei Displays auch die Präsentationsqualität bewertet. Im Idealfall sollen die Printprodukte beispielhaft sein für die Innovationskraft der Branche.



Bewertet werden Muster und Exemplare in der handelsüblichen Ausführung (bitte **zehn** Exemplare einsenden, bei Büchern **sechs** Exemplare). Bei Verpackungen können **gefüllte oder leere Verpackungen** eingereicht werden. Bei verderblichen oder sehr wertvollen Gütern wird um die Einsendung von Attrappen gebeten. **Displays** sollten flachliegend mit Aufbauanleitung angeliefert werden. Einzelheiten, etwa auch bei besonders großen Objekten, sind gegebenenfalls mit dem Verlag Deutscher Drucker zu klären.

Bereich B: Marketing

Im Bereich B wird das Eigenmarketing von grafischen Betrieben und Berufs- und Technikerschulen, Fachhochschulen, Universitäten und sonstigen Bildungseinrichtungen anhand von »Gedruckter Eigenwerbung« und »Absolventenpublikationen« bewertet. Die Publikationen sollen die Innovationsstärke der grafischen Unternehmen bzw. der Bildungseinrichtungen vermitteln. In allen Kategorien sollte ein schlüssiges Gesamtkonzept sichtbar sein.

Auf der Basis der von den Firmen und Institutionen eingereichten Muster und Informationen werden die jeweiligen Kategorien juriiert. In allen Kategorien müssen den Einsendeformularen Druckmuster in **zehnfacher** Ausfertigung beigelegt werden.

Bereich C: Technologie

Im Bereich C werden bedeutsame technologische Innovationen prämiert. Dabei kann es sich um Detail- oder Gesamtlösungen handeln. Die technologischen Innovationen der Zulieferindustrie werden stichwortartig erläutert.

Die Beschreibungen sollen durch **Fotos, Abbildungen, Skizzen** (bitte jeweils in einer Auflösung von **300 dpi**) und eventuell Videos (max. 3 min. Länge) illustriert werden, aus denen Neuheitsgehalt, Lösungsweg und Abgrenzungen zu bestehenden Techniken bzw. Verfahren hervorgehen. Insbesondere ist von Interesse, welche Vorteile die Anwenderbetriebe aus der Innovation ziehen können.

► Termine:

Anmeldung: vom 15. Februar bis 12. Mai 2010 für alle Kategorien.

Nominierung und Jurierung: vom 25. Mai bis 31. August 2010.

Die Bekanntgabe der Jury- und Leserwahlergebnisse bleibt bis zur feierlichen Preisverleihung am **18. November 2010** geheim.



► Teilnahmeberechtigung:

A Druckprodukte:

Druckereien, Agenturen, Verlage, Vorstufenbetriebe, Fotostudios, Weiterverarbeitungsunternehmen, Auftraggeber mit Firmensitz oder Niederlassung bzw. Standort in Deutschland.

B Marketing:

Druckereien, Agenturen, Fotostudios, Vorstufenbetriebe, Weiterverarbeitungsunternehmen bzw. Berufsschulen und Technikerschulen, Fachhochschulen, Universitäten und sonstige Bildungseinrichtungen mit Firmensitz oder Niederlassung bzw. Standort in Deutschland.

C Technologie:

Nationale und internationale Zulieferindustrie.

► Teilnahmebedingungen

Bitte reichen Sie Ihre Bewerbung **online über www.innovationspreis2010.de** ein. Weiteres siehe unter ► Anmeldung.

National/ International:

Der INNOVATIONSPREIS DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE wird in den Bereichen A Druckprodukte und B Marketing **national** (Unternehmen/ Institutionen mit Sitz oder Niederlassung in Deutschland) und im Bereich C Technologie **international** ausgeschrieben.

Einsendung(en):

Jedes Unternehmen kann sich in **mehreren Kategorien** bewerben und **pro Kategorie** max. drei Einsendungen einreichen.

Einsendungen, die beim INNOVATIONSPREIS DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE im vergangenen Jahr einen der ersten drei Plätze belegt haben, können im Folgejahr nicht wiederholt eingesandt werden. Möglich ist jedoch eine Teilnahme mit anderen Produkten oder in anderen Wettbewerbskategorien. Bitte kontaktieren Sie uns, falls Sie hier Fragen haben. Jeder Einsender gibt an, in welcher Kategorie er beurteilt werden möchte. Der Veranstalter behält sich jedoch diesbezügliche Korrekturen in Einzelfällen vor.

Voraussetzungen Produkte:

Die Druckprodukte der Kategorie A müssen für den Verkauf produziert und auch verkauft worden sein (innerhalb der vergangenen 13 Monate; zwischen dem 13. April 2009 und dem 12. Mai 2010).

Die Marketingprodukte der Kategorie B sollten aktuell sein, Absolventenpublikation stammen idealerweise von Juli 2009 bis heute.

Bei den Technologien im Bereich C werden Technologien beurteilt, die nicht nur produktionsreif, sondern auch käuflich erhältlich sind. Hier gibt es keine weiteren zeitlichen Begrenzungen.

**Bearbeitungsgebühr:**

Die Bearbeitungsgebühr beträgt pro Unternehmen einmalig 87 Euro zzgl. gesetzlicher MwSt. Dies ist unabhängig von der Anzahl der Einsendungen. Die Teilnahmegebühr ist sofort nach Erhalt der Rechnung, die gleichzeitig schriftliche Teilnahmebestätigung ist, zu bezahlen. Ist innerhalb von 14 Tagen nach Zusendung keine Zahlung erfolgt, wird der Teilnehmer von der Teilnahme ausgeschlossen. Wird eine Anmeldung vom Teilnehmer nachträglich wieder zurückgezogen, erfolgt keine Rückerstattung der Teilnahmegebühr.

Werbung:

Alle Preisträger können mit dem Preis und ihrer Platzierung werben und werden diesbezüglich vom Veranstalter in ihrer Presse- und Kommunikationsarbeit unterstützt. Die prämierten Einsender und ihre Produkte werden in den Fachzeitschriften Deutscher Drucker, Publishing Praxis, Grafische Palette, versio! und PAGE sowie auf den Websites www.innovationspreis2010.de, www.publish.de und www.page-online.de veröffentlicht.

Die Einsender erklären sich damit einverstanden, dass die eingesandten Druckprodukte seitens des Veranstalters ein Jahr lang zu Ausstellungs- und Publikationszwecken genutzt werden können.

Haftungs- und Rechtsausschluss:

Die Teilnehmer am INNOVATIONSPREIS DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE haben für die Versicherung der eingesandten Muster und Unterlagen zu sorgen. Der Verlag Deutscher Drucker haftet nicht für beschädigte oder verloren gegangene Einsendungen. Mit der Anmeldung zum INNOVATIONSPREIS DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE 2010 erkennt der Teilnehmer die vorliegenden Teilnahmebedingungen, das Nominierungsverfahren und die Entscheidung der Jurys an. Der Verlag Deutscher Drucker kann Anmeldungen ablehnen, die den genannten Bedingungen nicht entsprechen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

► Anmeldung / Anmeldebestätigung

Bitte reichen Sie Ihre Bewerbung **online über www.innovationspreis2010.de** ein.

Sie werden automatisch durch das Anmelde Menü geführt und können bei Bedarf nacheinander mehrere Produkte anmelden. Nach der erfolgten Online-Anmeldung erhalten Sie an die von Ihnen angegebene E-Mail-Adresse automatisch eine **Anmeldebestätigung**.

Als Orientierung für die benötigten Angaben stehen Ihnen Fragebögen zum Ausdrucken zur Verfügung (PDF, online zum runterladen).

Wichtig:

Senden Sie die Muster (10 Stück, Bücher 6 Stück) und Unterlagen an unten genannte Adresse. Bitte fügen Sie die Anmeldebestätigung dem eingereichten Produkt hinzu. Bei Mehrfachanmeldungen bitte die entsprechende Anmeldebestätigung dem jeweiligen Produkt beilegen.



Einsendungen bitte an:

**Verlag Deutscher Drucker
»INNOVATIONSPREIS«
Riedstraße. 25
D-73760 Ostfildern**

Der Verlag Deutscher Drucker prüft die Zulässigkeit der Anmeldung(en), und erstellt eine Rechnung über die Bearbeitungsgebühr von 87 Euro zzgl. MwSt. pro teilnehmendes Unternehmen, die gleichzeitig als Teilnahmebestätigung gilt. Bitte beachten Sie, dass dieser Prozess einige Tage in Anspruch nehmen kann.

Anmeldeschluss für alle Kategorien ist der 12. Mai 2010!

Anmeldung und Produktexemplare müssen spätestens bis zu diesem Termin beim Verlag Deutscher Drucker vorliegen, damit die Teilnahme gültig ist. Verspätet eintreffende Sendungen können leider nicht am Wettbewerb teilnehmen.

► Kontakt

Ansprechpartnerin ist

Claudia Reepel, Event-Organisation
Deutscher Drucker Verlagsges. mbH & Co. KG
Riedstraße 25, 73760 Ostfildern, Germany
Telefon: +49-(0)7 11 / 4 48 17-65
Telefax: +49-(0)7 11 / 44 20 99
E-Mail: c.reepel@publish.de, innovationspreis@publish.de
Internet: www.innovationspreis2010.de