

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 POPAI 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 (Langzeit- und Kurzzeit), Verpackung, POS - Dienstleistungen, Retail Design, Shopper Marketing Aktivitäten inklusive digitaler, crossmedialer Medien und Instrumente für den Handel oder die 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 POPAI 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.

Ausstellungspflicht

Vor dem Hintergrund des aktuellen Infektionsgeschehens haben wir uns entschlossen, auch in 2022 auf die Ausstellungspflicht zu verzichten und den Award rein digital durchzuführen. Es ist jedoch geplant die eingereichten Videos vom 15. bis 17.02.2022 auf der EuroCIS in Düsseldorf zu zeigen.

Im Wettbewerb zugelassene Einreichungen

Die POPAI 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.

Teilnahmebedingungen POPAI D-A-CH Awards 2022

jedoch haben Shop!/POPAI Mitglieder einen relevanten Preisvorteil. Bewerber, die an dem Wettbewerb teilnehmen möchten, bewerben sich über die Webseite: 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 für die Teilnahme an den POPAI D-A-CH Awards entsprechend der Teilnahmegebühren laut Teilnahmebedingungen.

Termine

01.12.2021	Einreichungsbeginn
17.12.2021	1. Early Bird Deadline (€ 100,00 Preisnachlass je Einreichung)
17.01.2022	2. Early Bird Deadline (€ 50,00 Preisnachlass je Einreichung)
04.03.2022	Einreichungsende NEU
04. bis 07.03.2022	Online-Ansicht durch die Jury
07.03.2022	Jurysitzung
07.03.2022	Bekanntgabe der Finalisten
Juni 2022	POPAI D-A-CH Award Gala oder virtuelle Bekanntgabe der Gewinner

Kategorien

Achtung:

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

I. Packaging und Display

In jeder der Kategorien 1 - 10 können Preise in folgenden Subkategorien vergeben werden:

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

Kat.Nr.	Produktkategorie
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 (Computersoftware, Gamesoftware, persönliche Elektronik (Kameras, Home Entertainment, Konsolen und Videospiele)
6	Gesundheit
7	Schönheit, Düfte
8	Persönliche Accessoires, Papier, Büro, Schreibwaren; Services
9	Luxus und Mode
10	Kleinauflagen, Konzepte (auch Hochschulen)

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

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

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

III. Ehrenpreise

Ehrenpreise für:

- Best in Digitalisierung
- Best in Digitaler Vertikalisierung

werden von einer unabhängigen hochkarätigen Sonderjury vergeben.

Bewertungskriterien und Erläuterungen für alle Kategorien (falls Anwendbar)

Kommunikation und Image:

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

Ästhetische Qualität und Design:

- ✓ Ist gewähltes 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

Weitere Bewertungskriterien sind, sofern weiterführend bzw. differierend, innerhalb der ausführlichen Erläuterungen zu den Kategorien aufgeführt!

Ausführliche Erläuterungen der Award Kategorien

I. Packaging und Display

1. Reisen, Freizeit, Automobil, Sport und Spiele

- PKW und Sonderfahrzeuge
- Ersatzteilmarkt (inklusive Reifen, Autobatterien, Wachs, Autoshampos, Polituren Werkzeuge und 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 (inklusive 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 (inklusive Möbelausstattung, Polsterausstattung, Teppichwaren Tapeten- und Bodenbeläge, Kaminzubehör, Terrassen- und Gartenmobiliar, Bettwäsche, Küchenprodukte und Handtücher)
- Geräte und Werkzeuge für den häuslichen Gebrauch (inkl. Besen, Bürsten, Wischmops, Motorsägen, Bohrer)
- Bauutensilien (inkl. Anstrichfarben und Färbemittel, Verkleidungen, Deckenpaneele, Beleuchtung/ Beleuchtungskörper, Bedachungsmaterialien, Bauholz, Wandverkleidung, Heizung und Sanitärinstallationen)
- Terrassen- und Gartenzubehör (Rasenmäher, Düngemittel, Saatgut, Werkzeuge, Insektizide und Pestizide)

5. Telekommunikation & Computer

- Persönliche Elektronik, (Handys, Einwegartikel und Fun – Kameras, Home Entertainment, Konsolen und Videospiele)
- Telekommunikation (Telefone)
- Computersoftware/hardware
- Gamessoftware

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, Parfüm und Aftershave
- Gesichtspflege (Creme, Reinigungsotionen und Schönheitsmasken)

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

- Lederwaren
- Schuhwaren, Schuhpflege
- Kurzwaren (inklusive 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 und Mode

- Kleidung und Accessoires
- Schmuckwaren
- Luxuswaren

In dieser Kategorie wird nicht zw. 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, Seltenheit, Außergewöhnlichkeit und symbolischer Bedeutung.

10. Kleinauflage und Konzepte (auch Hochschulen)

Eine spez. Kategorie für besonders aufmerksamkeitsstarke Einzelinstallationen, Projekte, Displays oder Designs. Hier können auch Konzepte aus dem Bereich Verpackung, Display, Design oder Promotionpackaging eingereicht werden.

Besonders willkommen sind studentische Arbeiten oder Hochschulprojekte. Rollout weniger als 50 Einheiten.

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

11. Visual Merchandising, Retail Design, Ladenbau, SIS Konzepte, Flagship Store

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

Das Visual Merchandising betrifft das Erscheinungsbild des Point of Sales bzw. Geschäftes. Dieser Gesamtüberblick beinhaltet z. B. die Außenwirkung über Fassade und Schaufenster, Kundenstopper und Eingangsbereich, Sinnigkeit 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; 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, die eine Organisation ausführt, zu erledigen. Hier geht es um digitale Lösungen, die die Operational Excellence steigern. Das bedeutet für uns bessere und neue Wege zu finden, um neue Lösungen zu entwickeln, Aufträge auszuführen, Kundendienst zu leisten oder jede andere Tätigkeit, wie Payment, Check Out oder Logistik.
- **Best Shopper Activation:** Shopper Activations beziehen 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 Activations unmittelbare Erkenntnisse über das Verhalten, die Meinungen und die Handlungen der Shopper zu gewinnen, die auf den Reaktionen auf das konzipierte Erlebnis 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. Sonderpreis: Innovation Award

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 Instore 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.

III. Ehrenpreise

Ehrenpreise für:

- Best in Digitalisierung
- Best in Vertikalisierung

werden von einer unabhängigen hochkarätigen Sonderjury vergeben.

Best in Digitalisierung

Der Handel steht vor einer digitalen Disruption. Hier werden Unternehmen prämiert, die sich den Anforderungen des Customer Centric Retail stellen und die eigene Digitalisierung entschieden vorantreiben.

Best in Vertikalisierung:

Vertikalisierung ist eines der erkannten Potentiale für Marken und Handel. In dieser Kategorie werden Unternehmen prämiert, die die Vertikalisierung ihrer Wertschöpfungskette erfolgreich umgesetzt haben.

Bei weiterem Informationsbedarf 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

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

Diese Materialarten sind in der Kategorie 10 und 14 ausdrücklich zugelassen.

Bei der Einreichung dürfen nur Fotos, Bilder oder Videos verwendet werden, die folgende Bedingungen erfüllen:

Video

- 1 Video ohne Logos oder Firmenkennzeichnung (Jury)
- 1 Video mit ca. 15 Sek. Einleitung über das einreichende Unternehmen
- Videodauer ca. 120 Sek. Bei erklärungsbedürftigen Einreichungen kann die Dauer bis zu 180 Sek. verlängert werden.
- MP4 Format, max. 50 MB können über die Einreichungsseite hochgeladen werden. Größere Dateien bitte anderweitig zur Verfügung stellen.

Fotos

- 1 Foto freigestellt

2022 wird es auf der Einreichungsseite keine Fragen geben. Diese sollen alle in dem kurzen Film erklärt werden.

Einreichungsvideo

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

Wir benötigen zwei Versionen.

Version 1:

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

Version 2:

Das ist das Preisträgervideo, das auf unseren Kanälen veröffentlicht wird. Hier kann eine ca. 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 und die Jury freuen uns über Handyfilme. Auch brauchen Sie keinen Profi vor der Kamera. Hauptsache die Jury wird von der Begeisterung und Einzigartigkeit Ihrer Entwicklung überzeugt.

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

Teilnahmegebühren

Die Gesamtsumme der Einreichungskosten setzt sich wie folgt zusammen:

1. Grundkosten

Registrierungs- und Verwaltungsgebühr (obligatorisch) 390,00 €

Diese Teilnahmegebühr wird einmalig pro einreichendem Unternehmen erhoben!

Plus

2. Preis der Einreichungen

Nicht-Aussteller EuroCIS 2022

Anzahl Einreichungen	Preis pro Einreichung	
	Nicht Shop!/POPAI Mitglieder*	Shop!/POPAI Mitglieder*
1	1.350,00 €	950,00 €
2 bis 4	1.290,00 €	890,00 €
5 und mehr	1.090,00 €	790,00 €

Aussteller EuroCIS 2022

Anzahl Einreichungen	Preis pro Einreichung	
	Nicht Shop!/POPAI Mitglieder*	Shop!/POPAI Mitglieder*
1	1.150,00 €	650,00 €
2 bis 4	1.090,00 €	590,00 €
5 und mehr	890,00 €	490,00 €

* Gültige Mitgliedschaft in D-A-CH für 2022

POPAI/Shop! Mitgliedsunternehmen aus anderen Ländern, bzw. Shop!/POPAI Chapters, 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.

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

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

Studenten und Hochschulen ohne Teilnahmegebühren

Zahlungsbedingungen

Die Zahlung der Teilnahmegebühren sowie sämtlicher anfallenden Nebenkosten erfolgen nach den Bedingungen, die vom Veranstalter festgelegt wurden und für den Antragsteller auf der Webseite 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 und Anforderung 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 festlichen Gala (kostenpflichtig) oder virtuell stattfinden.

Mit dem Gewinn eines Awards erhält der Einreicher **eine** Statue. Zusätzliche Statuen können kostenpflichtig erworben werden. Für jede zusätzliche Trophäe werden 220,00 € + MwSt. in Rechnung gestellt. Die Lieferung erfolgt ca. 8 Wochen nach der Preisbekanntgabe.

Anwendung der Verordnungen – Streitigkeiten/Auseinandersetzungen

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 www.shopassociation-dach.de