

**EINREICHUNGSUNTERLAGEN ZUM 20. WETTBEWERB 2012**

**ANMELDUNG**

Bitte digital ausfüllen, kopieren und jeder einzelnen Einsendung beifügen.  
Bitte zusätzlich ein Satz der Kopien aller Anmeldebögen zusammen zur Rechnungsstellung einschicken.  
Die Anmeldung erfolgt nicht online, via E-Mail oder Fax.

( | )

Nummerierung  
(siehe Kapitel  
Bewerbungs-  
unterlagen)

**Wir melden in der Kategorie**

- A1    A2    A3    A4    A5    A6    A7    A8    A9  
 B1    B2    B3    B4    B5    B6    B7    B8    B9    B10  
 C1    C2    C3    C4    C5    C6    C7    C8    C9    C10    C11    C12    C13    C14    C15  
 D1    D2    D3    D4    D5    D6    D7    D8  
 E  
 F

**folgende Arbeiten an (kurze Beschreibung):**

---

---

---

**Zielgruppe:**

---

---

---

**Werbeziel:**

---

---

---

**Teilnehmer:**

Agentur: \_\_\_\_\_

Auftraggeber: \_\_\_\_\_

Produkt: \_\_\_\_\_



## EINSENDUNG

Diese Seite bitte digital ausfüllen, ausdrucken, 1x kopieren und zusammen mit einem Satz aller Anmeldebögen (siehe Seite 1) mit den Bewerbungsunterlagen einreichen. Die Einreichung erfolgt nicht online, via E-Mail oder Fax. Die Teilnahmegebühren betragen je Einreichung 250€ zzgl. gesetzlicher MwSt. (auch gültig für Einreichungen aus Österreich und der Schweiz, da der Ort der „Sonstigen Leistungen“ Deutschland ist und es sich – für Teilnehmer aus Österreich – um eine „Sonstige Leistung ohne Gegenleistung“ handelt).

Die Teilnehmer erklären sich ausdrücklich mit der Veröffentlichung ihrer Arbeiten im Rahmen eines Dokumentationsbandes einverstanden, wenn diese mit einem Gold-Award ausgezeichnet oder als Finalist nominiert worden sind (Finalist: 1 Seite 4c, Gold-Award: 1–2 Seiten 4c). Der Kostenanteil des Einsenders beträgt hierfür 620€ zzgl. gesetzlicher MwSt. je publizierter Seite.

### Anzahl der Einreichungen

#### A RX

- A1: Fachanzeige neu
- A2: Fachanzeige laufend
- A3: Anzeigenstrecke neu
- A4: Anzeigenstrecke laufend
- A5: Integrierte Kampagne neu
- A6: Integrierte Kampagne laufend
- A7: Mailing
- A8: Internationale Printkampagne
- A9: DTC-Kampagne

- C7: TV Healthcare-Kommunikation
- C8: Funk Healthcare-Kommunikation
- C9: Großflächenplakat/Citylightposter
- C10: Apothekerkampagne
- C11: Patienteninformationskampagne Print
- C12: Patienteninformationskampagne TV
- C13: Social Campaign Print
- C14: Social Campaign TV
- C15: Imagewerbung

#### B OTC-MARKT (basisinformationspflichtig)

- B1: Anzeige neu
- B2: Anzeige laufend
- B3: Anzeigenstrecke neu
- B4: Anzeigenstrecke laufend
- B5: Integrierte Kampagne neu
- B6: Integrierte Kampagne laufend
- B7: TV OTC-Arzneimittel
- B8: Funk OTC-Arzneimittel
- B9: Großflächenplakat/Citylightposter
- B10: Apothekerkampagne

#### D DIGITALE MEDIEN

- D1: Online Medien Fachkreise
- D2: Online Medien Patienten/Endverbraucher
- D3: Online Medien Tools für Fachkreise
- D4: Online Medien Tools für Patienten/Endverbraucher
- D5: Site Promotion
- D6: Integrierte Kampagne digital
- D7: E-Detailing, E-Learning, E-CME
- D8: Mobile Kampagnen
- D9: Social Campaign Digital

#### C NON RX, NON OTC

- C1: Medizintechnik, medizinische Hilfsmittel, Diagnostik
- C2: Dental
- C3: Tiermedizin
- C4: Medizinprodukte
- C5: Diätetische Lebensmittel/Nahrungsergänzung
- C6: Apothekenkosmetik

#### E GUERILLA MARKETING

#### F FREIE KATEGORIE

_____	Nettosumme (Anzahl der Einreichungen x 250€)
_____	Gesetzliche Mehrwertsteuer (19%)
_____	Bruttosumme

Ansprechpartner Abwicklung: \_\_\_\_\_

Telefon, Telefax: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner Geschäftsführung: \_\_\_\_\_

E-Mail Abwicklung: \_\_\_\_\_

Rechnungsanschrift: \_\_\_\_\_

E-Mail Geschäftsführung: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift: \_\_\_\_\_