



# EINREICHUNGSMANUAL



DMMA DER PREIS DER IDEE  
ONLINESTAR

## EINREICHUNGSMANUAL

---

Der DMMA OnlineStar wird gemeinsam vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. und der MFG Innovationsagentur für IT und Medien Baden-Württemberg veranstaltet.

## INHALTSÜBERSICHT

---

Timeline	2
Kategorien	3
Teilnahme und Einreichungsgebühren	5
Einsendevoraussetzungen	6
Bewertungskriterien	8
Info Einreichungsprozedere	9
Registrierung	9
Online-Einreichungsformular	10
Projektvorschaltseite - ein Beispiel	13
Zulässige Datenformate	14
Checkliste für die Online-Einreichung	15
<b>Kontakt</b>	<b>16</b>
<b>Nutzungsrechtseinräumung</b>	
<b>Einreichungsfilme</b>	<b>15</b>
<b>Faxantwort</b>	<b>I + II</b>

## TIMELINE DMMA ONLINE STAR

---

**Einreichungsstart:** 3. Juni 2013

**Einreichungsschluss:** verlängert bis zum 12. Juli 2013

**Jurysitzung:** September 2013

**Verleihung:** 17. Oktober 2013 in Berlin

## KATEGORIEN

---

### **DMMA OnlineStar: Deine Idee. Deine Chance!**

**Jeden Tag entstehen gute Ideen und Kampagnen. Manche sind einfach genial. Sie begeistern Auftraggeber und ihre Zielgruppe. Sie machen ihre Macher stolz. Du hattest so eine Idee? Zeig sie uns. Werde DMMA OnlineStar 2013 und reiche Deine Arbeiten in den unten stehenden Kategorien ein:**

#### **1. Digital Advertising**

- Banner (alle bekannten Banner-Werbeformate)
- Sonderformate (innovative Technologien, neue digitale Werbeformen über klassische Formate hinaus)
- Video Ads
- Direkt Marketing Maßnahmen (E-Mail, Newsletter)
- Formen des Viral Advertising

#### **2. Website**

- Corporate Website (branchenübergreifende, dauerhafte Webpräsenzen aus B2B, B2C)
- Public Service Website (öffentlich-rechtliche Webpräsenzen)

#### **3. Microsite**

Zeitlich begrenzt eingesetzte Websites mit besonderen thematischen und gestalterischen Inhalten, z.B. Aktionen wie Gewinnspiele, Produktinformationen oder -präsentationen.

Hinweis: Die zu bewertende Microsite kann Teil einer Website sein, solange sie über eine separate URL unabhängig von der Website zu erreichen ist.

#### **4. Digital Commerce**

Alle Websites mit unternehmensübergreifenden Geschäftsprozessen:

- E-Commerce (B2B- und B2C-Bereich)
- M-Commerce (speziell unter Verwendung drahtloser Kommunikation)
- Social Commerce (Konzepte, die die Kommunikation und aktive Beteiligung von Kunden in den Vordergrund stellen)

Hinweis: Bei der Einreichung von Digital Commerce soll im Besonderen auch der Ablauf des Kaufprozesses dargestellt und aufbereitet werden.

#### **5. Bewegtbild im Web**

Alle werblichen und Device-unabhängigen Bewegtbild-Inhalte, die über IP angesteuert werden.

## 6. Mobile

Kampagnen und Einzelwerbformen auf mobilen Endgeräten, die Mobile als weiteren Kanal der strategischen Markenführung nutzen, wie z.B.

- Apps
- Mobile Websites
- Mobile Marketing
- Mobile-Kampagnen
- Tablet-Anwendungen

## 7. Social Media

- Social Media Kampagnen (speziell für Social Networks oder Social Communities entwickelte Online-Kampagnen, um den Dialog mit der Marke zu intensivieren)
- Game Apps (für eine neue Art der Kommunikation)
- Microblogging (Kommunikation über öffentliche Postings bzw. Blogs, Portale oder Foren)

## 8. Crossmedia digital

Integrierte Kampagnen (medienübergreifende Kampagnen, die mindestens drei der oben genannten Bereiche abdecken müssen, wie z.B. Social Media, Mobile und Digital Advertising) für eine optimierte Zielgruppenansprache.

Hinweis: Nicht digitale Elemente integrierter Kampagnen müssen digital aufbereitet werden. Die physische Einreichung in Form von Print etc. ist nicht zulässig.

## 9. Non profit

Gemeinnützige digitale Projekte für soziale Dienste aus den Bereichen:

- Kultur, Sport und Freizeit
- Bildung und Forschung
- Umwelt
- Entwicklungshilfe
- Religion
- Stiftungs- und Spendenwesen
- Gesundheit
- Sonstiges

## TEILNAHME

---

Jetzt wird es ernst – wir suchen die besten digitalen Kampagnen, die im Jahr 2012/2013 realisiert wurden.

Alle Arbeiten, die in 2012 und 2013 in Deutschland, Österreich oder der Schweiz erstmals veröffentlicht beziehungsweise online geschaltet worden sind, können eingereicht werden. Bereits beim DMMA OnlineStar eingereichte Arbeiten sind nicht zugelassen.

Am DMMA OnlineStar 2013 können Werbe-, Design-, Internet- oder Kommunikationsagenturen, Werbungtreibende sowie Einzelpersonen (freie Designer, CDs, ADs etc.) aus Deutschland, Österreich und der Schweiz teilnehmen.

## EINREICHUNGSgebühren

---

Die Teilnahme am Wettbewerb kostet je Einreichung (unabhängig von der Kategorienwahl) 320,00 Euro. Bis zum 12. Juni 2013 gelten die Early-Bird-Gebühren von nur 290,00 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 12. Juli 2013 online eingetragen sein müssen.**

Du hast noch Fragen?

Dann findest Du die wichtigsten Antworten hier im Manual und in unseren FAQ's 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 608604 oder per Mail:

[DMMAOnlineStar@awardsunlimited.de](mailto:DMMAOnlineStar@awardsunlimited.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.
- Das Einverständnis der Auftraggeber beziehungsweise des Kunden zur Teilnahme (muss dem Einreicher/einreichenden Agentur) vorliegen. Die Verantwortung hierfür trägt der Einreicher. Die Veranstalter des DMMA OnlineStar 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 DMMA OnlineStar 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 DMMA OnlineStar-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 den 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 und wird postalisch an die genannte Rechnungsadresse versendet.

- 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 Screenshots (Dateiformat: .jpg, 1024×768 px, mindestens 3 Screenshots) zu belegen.
- Die via Internet bereitgestellten Einreichungen müssen durchgängig ab dem Tag der Einreichung bis zum 28.10.2013 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 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 30-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. Wird ein Screencast in der Einreichung bereitgestellt, wird dieser in der ersten Online-Jurierung nicht zur Bewertung herangezogen und ist für die Jury auch nicht einsehbar: der Fokus liegt auf der Idee und der Umsetzung der Arbeit. 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 DMMA OnlineStar die Einhaltung der Teilnahmebedingungen. Nur wettbewerbskonforme Einreichungen nehmen an der Bewertung teil.

#### Ausschlusskriterien:

- Bereits 2012 beim DMMA OnlineStar eingereichte Arbeiten können nicht mehr eingereicht werden.
- 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 DMMA OnlineStar die Einhaltung der Teilnahmebedingungen. Nur wettbewerbskonforme Einreichungen nehmen an der Bewertung teil.**



## BEWERTUNGSKRITERIEN

Die Gewichtung der Kriterien variiert von Kategorie zu Kategorie:

### Digital Advertising



### Website



### Microsite



### Digital Commerce



### Bewegt看bild im Web



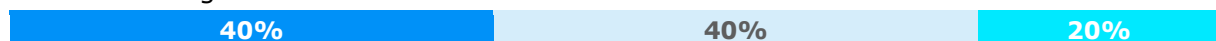
### Mobile



### Social Media



### Crossmedia digital



### Non profit



<b>Idee</b>	Konzept, Kreativität, Originalität, Innovation, Interaktion
<b>Informationsdarstellung</b>	Klarheit der Botschaft, zielgruppengerechte Ansprache, Überzeugungskraft
<b>Design</b>	Gestaltung, Qualität, Art der Umsetzung
<b>Relevanter Content</b>	Beeinflussung: Zitate, Retweets, Likes, Kommentare
<b>Sichtbarkeit</b>	Reichweite, Prominenz, Position in Rankings, Vernetzung
<b>Technologischer Anspruch</b>	Komplexität, Funktionalität, Innovation
<b>Usability</b>	Benutzersprache, Verständlichkeit, Bedienungsfreundlichkeit der Anwendung, Benutzerführung → Call2Action
<b>Grad der Integration</b>	Qualität und Quantität der Vernetzung
<b>Andere Funktionen</b>	Design, Technologie



## VEREINFACHUNG EINREICHUNGSPROZEDERE

---

Die Voraussetzung bezüglich Screencasts sind seit 2012 vereinfacht: Eine Bereitstellung eines Screencasts kann erfolgen, ist aber keine grundsätzliche Voraussetzung für die Teilnahme am DMMA OnlineStar. Um die Chancen für alle Einreicher zu nivellieren, ist der Link zum Screencast (der im Einreichungsbereich eingetragen werden kann) bei der ersten Online-Jurierung nicht sichtbar und kann somit nicht zur Bewertung herangezogen werden. Der Fokus der Bewertung ist weiterhin die Idee und die Umsetzung der Arbeit.

## ONLINE-EINREICHUNG: REGISTRIERUNG

---

Die Einreichung zum DMMA OnlineStar erfolgt über das Online-Registrierungsformular auf der Website.

### **Registrieren**

Registriere Dich auf der DMMA OnlineStar-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

---

### **Kontakt Daten**

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

### **Online-Einreichung**

Hier kannst Du Deine Einreichungen anlegen („Neue Arbeit anlegen“). Die Einreichungsangaben sind folgend aufgeführt, so dass Du die Daten auch offline vorbereiten kannst.

## ONLINE-EINREICHUNGSFORMULAR

---

Alle folgenden Einreichungsangaben, die mit einem Sternchen (\*) versehen sind, sind Pflichtangaben. Arbeiten mit leeren Pflichtangaben-Feldern sind nicht zum Wettbewerb zugelassen.

### Schritt 1 – Wer?

#### **Kunde/Auftraggeber**

Bitte gib Deinen Kunden/ Auftraggeber an, der bei der Abstimmung der Einreichung auch involviert ist.

#### **Kundenanschrift**

Bitte trage die Kundenanschrift ein.

#### **Agentur (Agentur, Freelancer)**

#### **Credits**

Bitte trage das gesamte Team mit ihrer Funktion für das eingereichte Projekt ein.

#### **Partneragentur**

Falls die Einreichung mit einer Partneragentur umgesetzt wurde, kann diese hier erwähnt werden (erwünscht, hiervon ausgenommen sind reine externe Dienstleister).

#### **Preisabholer\***

Trage bitte die Namen und die Kontaktdaten des Preisabholers ein.

#### **Rechnungsadresse**

### Schritt 2 – Was?

#### **Titel\***

Bitte gib Deiner Einreichung einen Titel, der auch so im Falle einer Nominierung oder Prämierung publiziert wird.

#### **Kurzbeschreibung der Einreichung\***

#### **Projekt URL / Link\***

Hier kannst Du mindestens ein bis maximal drei Links eintragen, die zu der Arbeit führen.

#### **Link Screencast**

Bitte hier einen Link zu einem Screencast einfügen.

Hinweis: Bitte keine sonstigen Einreichungsinhalte eingetragen, da dieses Feld nicht zur ersten Jurybewertung herangezogen wird. Dieses Feld wird für die erste Onlinebewertung der Jury ausgeblendet, da die Fokussierung der Bewertung auf der Idee und der Umsetzung der Arbeit liegt.

#### **Benötigte Plugins/ Benötigte Zugriffsdaten**

Bitte die benötigten Plugins (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, richtet diese ein und gebt die Daten an.

### **Kategorie\***

Wähle aus dem Drop-Down Menü die Kategorie aus, in die das Projekt eingereicht werden soll.

## **Schritt 3 – Warum? (Beschreibung der Arbeit/Konzept)**

### **Beschreibung der Arbeit\***

- Ausgangssituation\*
- Einsatzzeitraum\* (Bitte gib den Einsatzzeitraum der eingereichten Arbeit an. Alle Arbeiten, die in 2012 und 2013 in Deutschland, Österreich oder der Schweiz erstmals veröffentlicht beziehungsweise online geschaltet worden sind, können eingereicht werden. Bereits beim DMMA OnlineStar eingereichte Arbeiten sind nicht zugelassen.
- 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.
- Zielgruppe\*
- Aufgabenstellung und Zielsetzung\*
- Idee, Strategie und Umsetzung\*
- Ergebnisse/ Erfolg der Maßnahme\*
- Was macht die Arbeit innovativ?\*

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

## **Schritt 4 – Uploads**

### **Datei\***

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

### **Vorschaubild\***

Lade ein Vorschaubild (300x300px, 72dpi, .gif/.jpg, max. 1000KB) zu Deiner Einreichung hoch.

### **Screenshots\***

Lade zusätzlich mindestens 3 Screenshots (1024x768px, 72 dpi, RGB, .jpg/ .gif), die Deine Arbeit dokumentieren hoch.

### **Demo-Film/Screencast der Kampagne**

## **Schritt 5 – Überprüfung und Abschluss**

Nach der Überprüfung Deiner Dateneingabe trage bitte Deine Anmeldung mit dem Button "Einreichung abschicken" abschließend und verbindlich in unsere Datenbank ein.

Bis zum Einreichungsschluss kannst Du Dein eingereichtes Projekt updaten und ggf. fehlende Einreichungselemente hochladen, verändern oder ergänzen.

## PROJEKTVORSCHALTSEITE – EIN BEISPIEL



The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying `http://www.dmmaonlinestar_vorlage.de`. The page content is as follows:

# Projekttitlel

Kundenname, beworbenes/r Produkt/Service (max. eine Zeile)

Dies ist ein Beispieltext für die Projektvorschaltseite des „DMMA Onlinestar“. Das Agenturlogo bzw. der -name darf nicht sichtbar sein (Link, Text etc.). Der Hintergrund ist weiß, die Schrift schwarz zu halten. Erklärungsvideos dürfen auf der Projektvorschaltseite nicht eingebunden werden.

Eine Kurzbeschreibung von max. 500 Zeichen inkl. LZ ist gestattet, ebenso max. sechs Screenshots (optional) mit einzeiligen Bildunterschriften. Links zu Liveprojekten oder aufbereitete Kampagnenansichten sind Pflicht.

Hier geht's zur Live-URL oder Kamapgnenansicht +

		
Klick aufs Bild für Großansicht +	Klick aufs Bild für Großansicht +	Klick aufs Bild für Großansicht +
Kurzer Bildtitel 1	Kurzer Bildtitel 2	Kurzer Bildtitel 2
		
Klick aufs Bild für Großansicht +	Klick aufs Bild für Großansicht +	Klick aufs Bild für Großansicht +
Kurzer Bildtitel 4	Kurzer Bildtitel 5	Kurzer Bildtitel 6

## ZULÄSSIGE DATEIFORMATE

---

In allen Kategorien:

- Wird ein Vorschaubild (.jpg/.png/.gif, max. 300x300px, 72dpi, max. 1000KB) benötigt.
- Muss mindestens eine URL angegeben werden, die zu der eingereichten Arbeit führt.
- 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 (1024x768px, 72 dpi, .jpg/.gif) angefügt werden, die die Arbeit dokumentieren.
- Jeder Einreichung kann ein erklärendes .pdf/ .ppt/ .zip mit mehreren Dateiformaten (max. 2000KB) oder auch ein kurzer Demo-Film/Screencast der Kampagne (.mov/ .mpeg/ .swf / .avi, 1024x576px) angefügt werden. Ein Demo-Film/ Screencast soll eine maximale Länge von 30 Sekunden nicht überschreiten.

## CHECKLISTE FÜR ONLINE-EINREICHUNG

---

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

\* Pflichtfeld

## KONTAKTE DMMA ONLINE STAR 2013

---

### **Ansprechpartner Einreichung:**

AwardsUnlimited

Odo-Ekke Bingel

E-Mail: [DMMAOnlineStar@awardsunlimited.de](mailto:DMMAOnlineStar@awardsunlimited.de)

Tel.: +49 (0) 6173 608 606

### **Ansprechpartner Presseanfragen:**

Agentur Frau Wenk+++

Susanne Hohenschuh

Tel.: +49 (0) 40 4321865-0

E-Mail: [bvdw@frauwenk.de](mailto:bvdw@frauwenk.de)

[www.frauwenk.de](http://www.frauwenk.de)

### **Ansprechpartnerin Eventorganisation:**

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

Yasmina Tibourtine

Tel.: +49 (0) 211 600 456 - 23

E-Mail: [tibourtine@bvdw.org](mailto:tibourtine@bvdw.org)

[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

WIR FREUEN UNS AUF DEINE TEILNAHME AM DMMA ONLINE STAR 2013!



## 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 schicken Sie die unterschriebene Faxbestätigung bis spätestens zum 30.07.2013 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 Nutzungsrechtsinhaber 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 Nutzungsrechtsinhaber 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.

---

**Firma**

---

**Ansprechpartner** (bitte in Druckbuchstaben)

---

**Ort, Datum**

---

**Unterschrift**

**Firmenstempel**