



© Panthermedia.net/Pandorhiatus3

Jahres. Vom 28. August bis zum 17. September findet eine öffentliche Onlineabstimmung statt, die über die Sieger des Wettbewerbs entscheidet. Die Vorauswahl wird in zwei Runden durch eine Qualifizierungs- und Entscheidungsjury getroffen: Sie bewerten alle eingereichten Arbeiten in puncto Kreation und Effizienz und legen danach in offener Abstimmung die Kampagnen für die Shortlist fest.

Gesucht: Die richtige Antwort
Bei der Wahl der Gewinner geht es nicht mehr um Kategorien, sondern allein um die Antwort auf die Frage: Was macht diese Arbeit zu einer der 30 besten Kampagnen des Jahres?

„Ausuferndes Award-Sammeln mit ein und der selben Arbeit, wie es bei anderen Wettbewerben gang und gäbe ist, gibt es beim MAX nicht“, so Michael Koch, Executive Creative Director bei gkkDialogGroup und Jury-Präsident des MAX Award. „Eine Arbeit kann nur *einen* MAX gewinnen. Das macht ihn so wertvoll und begehrenswert.“

Alle 30 Arbeiten, die es auf die Shortlist geschafft haben und zum Online-Voting zugelassen sind, erhalten eine Medaille. Die Vergabe von Gold, Silber und Bronze orientiert sich an den bei der Online-Abstimmung vergebenen Punkten. Die Arbeit mit den meisten Punkten wird zum „Best in Show“ gekürt.



© DDV/Thorsten Jansen

Michael Koch ist seit 2010 Executive Creative Director der gkkDialogGroup und Jurypräsident des MAX Award 2017. Der 64-Jährige gilt als der kreative Kopf der Dialogmarketingbranche. Der studierte Grafikdesigner arbeitete zunächst elf Jahre in verschiedenen klassischen Werbeagenturen als Art Director. 1988 wechselte er dann als Creative Director ins Dialogmarketing zu Ogilvy-Oneworldwide, wo er von 1998 bis 2010 als Geschäftsführer Kreation für das kreative Produkt der Agentur verantwortlich war und mit zahlreichen nationalen und internationalen Preisen ausgezeichnet wurde.

Ein Dialogmarketing-Preis für alle

Das Procedere

Dialogmarketing entwickelt sich ständig weiter, definiert sich immer wieder neu und bekommt jetzt einen eigenen Wettbewerb für die gesamte D-A-CH-Region: Der MAX Award bringt Arbeiten und Agenturen vor den Vorhang und macht sie zu Multiplikatoren; er wird in 33 Kategorien verliehen.

Das Wesentliche dabei: Vor der Jury haben alle die gleichen Chancen, denn die Entscheidung, wer zu den Besten gehört, wird via Online-Voting gefällt. Und was fragt man die Jury? Unter anderem: Welche sind die besten Dialog-Arbeiten des Jahres? Dabei entscheidet nicht nur die kreative Idee oder der gemessene Erfolg, sondern auch ein Publikums-Voting über die Gewinner.

Einreichungsfrist 6. März bis 21. April (Verlängerung bis 28. April mit Spätzuschlag)

Online-Voting 28. August bis 17. September

Preisverleihung 28. September in Berlin

Alle Informationen rund um den Wettbewerb unter: www.max-award.de

chigen Raum in alle Kategorien eingereicht werden und haben beim MAX die gleichen Chancen. Von Best Use of Data über Neukundengewinnung, Markenführung, Marketing Automation oder Datengenerierung bis hin zu Up- und Cross-Selling, Viraler Dialog, Media Innovation oder Prototyp – die Kategorien zeigen das ganze Spektrum des Dialogmarketings auf.

Das Herzstück des MAXAward ist eine digitale Ausstellung der 30 besten Dialogkampagnen des



Neues Logo für den Deutschen Dialogmarketing Preis.



© Screenshot: www.max-award.de