

Einreichungsassistent

Inhalt

1	Konto	2
1.1	Account	2
1.2	Erstellung Ihres Benutzerprofils	2
1.2.1	Kontakt-Informationen	2
1.2.2	Verwaltungs-Informationen	2
1.2.3	Profil-Informationen	2
1.3	Einreichungsportal	3
2	Einreichungshilfe Produkte	3
2.1	Kategorien	3
2.2	Name des Projekts	3
2.3	Projekt Teaser	3
2.4	Kurzvorstellung	4
2.5	Bilder	4
2.6	Videolink (optional)	4
2.7	Informationen für die Jury	5
2.8	CSR-Reporting / Zertifikate	5
2.9	Hard Facts	5
2.10	Credits	5
2.11	Social-Media-Tags	6
2.12	Spezial Code	6
2.13	Hinweis	6
3	Award-Bewertungskriterien	6
3.1	Übergreifende Bewertung	6
3.1.1	Ansatz	6
3.1.2	Ausarbeitung	7
3.1.3	Impact	7
3.2	Fachspezifische Bewertung	7
3.2.1	Design	7
3.2.2	Nachhaltigkeit	8
3.2.3	Produkt-Compliance	9
3.2.4	Einsatz als Werbeartikel	10



1 Konto

Um Ihr(e) Projekt(e) für den PSI Academy Awards einzureichen, müssen Sie sich zunächst ein Profil einrichten.

1.1 Account

Um ein Konto zu erstellen, gehen Sie bitte wie vorgeschlagen vor:

- a. Registrierung auf der Website:
<https://www.psi-academy.com/de/auth/register>
- b. E-Mail-Aktivierung:
Fügen Sie awards@psi-academy.com zu Ihrem Adressbuch hinzu, um die Bestätigungs-E-Mail und weitere Mitteilungen zu erhalten.
- c. Melden Sie sich im Kontocenter an:
<https://www.psi-academy.com/de/auth/login>

1.2 Erstellung Ihres Benutzerprofils

Um Zugang zum Einreichungsportal zu erhalten, füllen Sie im nächsten Schritt Ihr Benutzerprofil aus.

1.2.1 Kontakt-Informationen

Tragen Sie hier die Daten der Person ein, die als Kontakt für die anstehende(n) Einreichung(en) fungieren wird. Bestimmen Sie Kontakt-Anlass und Informationen (Mail, Telefon, Website).

1.2.2 Verwaltungs-Informationen

- a. Status:
Wählen Sie Ihren **Nutzertyp** (Hersteller/Händler/Industriekunde).
Hersteller können Produkte und Händler/Industriekunden Kampagnen einreichen.
- b. Falls Sie ein junges Unternehmen sind, laden Sie bitte einen Beleg zum Gründungsdatum hoch.
- c. Unternehmensdaten / Rechnungsadresse.

1.2.3 Profil-Informationen

Sie können Ihr Unternehmen mit bis zu 600 Zeichen (einschließlich Leerzeichen) beschreiben. Dieses Profil wird unter ihrem Projektportrait angezeigt. Zusätzlich können Sie a) ein Firmenlogo (PNG oder JPEG, min. 600x600px, Dateigröße von max. 1 MB hochladen.

Diese Informationen können Sie jederzeit bearbeiten.

1.3 Einreichungsportal

Sobald Ihr Benutzerprofil vollständig ist, steht Ihnen das Einreichungsportal zur Verfügung. Hier können Sie ihr Benutzerprofil bearbeiten und Ihre Projekte einreichen

Hersteller können ihre Produkte und Produktgruppen einreichen

Händler und Industriekunden können Kampagnen einreichen.

BEVOR Sie Ihre Einreichung in das Award System hochladen, sollten Sie **UNBEDINGT** die benötigten **Texte in einem Dokument** und die **Bilder mit den richtigen Massen und Benennungen speichern**.

Auf diese Weise schützen Sie sich bei der Einreichung vor einem Datenverlust durch eine Verbindungsunterbrechung oder der Abmeldung, die nach 2,5 Stunde **aus Sicherheitsgründen erfolgt**. Glauben Sie uns: das spart Zeit und Nerven ;-) Anfragen zur Änderung der Einreichung nach der Einreichung können per E-Mail an awards@psi-academy.com gerichtet werden und unterliegen einer Einreichungskorrekturgebühr. **Die Einreichung kann auf Englisch oder Deutsch erfolgen.**

2 Einreichungshilfe Produkte

2.1 Kategorien

Bitte wählen Sie eine Wettbewerbskategorie

- Bekleidung und Textilien
- Elektronik und Multimedia
- Lifestyle und Accessoires
- Schul- und Bürobedarf
- Taschen, Gepäck und Reise

2.2 Name des Projekts

Geben Sie den Namen Ihres Produkts an - keine Beschreibungen, keine Claims und keine Firmen-/Personennamen. (**max. 30 Zeichen** - Leerzeichen inklusive)

 Ecolve  Riverside Hütte  Kompostierbare Verpackungen  Anna Hansen

2.3 Projekt Teaser

Machen Sie Interessenten neugierig und geben Sie in aller Kürze, wofür ihre Einreichung steht. Der Teaser wird auf der Website angezeigt. (**max. 50 Zeichen** – Leerzeichen inklusive)

 Das modulare Bürosystem  Der Stuhl, der mit Ihrem Kind wächst
 Erste Ökopackung von Greendale™  Das beste Angebot für den Planeten!

2.4 Kurzvorstellung

Geben Sie hier eine klare, für einen Laien verständliche Beschreibung Ihrer Einreichung ein. Die Beschreibung darf **maximal 600 Zeichen inklusive** Leerzeichen enthalten. Bitte beachten Sie, dass diese Kurzdarstellung auch für Ausstellung, Online-Galerie und den Publikums Award genutzt wird.

Die folgenden Fragen sollten beantwortet werden:

Um welche Art von Produkt handelt es sich?

Was macht es besonders?

Was macht Ihren Beitrag nachhaltig?

2.5 Bilder

Sie können Ihre Einreichung mit insgesamt bis zu 11 Fotos visualisieren.

a. Hauptbild

Das Pressebild, das Ihr Projekt deutlich darstellt.

b. Zusatzbilder

Sie können bis zu 10 zusätzliche Bilder hochladen. Geben Sie **3 obligatorische Bilder an**: Produktdetail, Bild mit Größenangabe und Verpackung.

Hierbei sind UNBEDINGT folgenden **ANFORDERUNGEN einzuhalten**:

- Benennen Sie alle Bilder nach dem Schema: O_Einreichungsname.jpg
Hauptbild: O_green-wood.jpg
Zusatzbilder e.g.: 1_green-wood.jpg , 2_green-wood.jpg,..
- Maße: **Querformat** (2160 X 1350 Pixels)
Für die korrekte Dimensionierung können Sie auch die Hilfe unseres Online-Cropper-Tools nutzen.
- Format: JPG
- Auflösung: 300 dpi (druckbare Qualität)
- Farbschema: CMYK
- **Dateigröße: max. 5 MB / Bild**
- Verzichten Sie auf die Verwendung von Text auf den Bildern

2.6 Videolink (optional)

Sie können einen Videolink zu Ihrem Projekt einfügen (max. 30 Sekunden). Bitte verwenden Sie einen Download-Link. Verzichten Sie auf Download-Links mit einem Verfallsdatum. Konzentrieren Sie sich auf eine 360°-Ansicht Ihres Projekts und dessen Nachhaltigkeitsaspekte. Die Abmessungen müssen für ein Querformat 16:9 (1920x1080 Pixel) eingehalten werden. Das Video kann auf der Award-Website, bei der Award-Verleihung

und auf unseren Social-Media-Kanälen veröffentlicht werden. Achten Sie auf die Einhaltung der Urheberrechte.

2.7 Informationen für die Jury

Diese Informationen sind exklusiv für die Jury (Kriterien-Details siehe unten) und werden nicht veröffentlicht. Tragen Sie kurze und klare Informationen in Form von Bullet-Points ein (Max **1500 Zeichen** inklusive Leerzeichen je Block).

- a. **Design**
Informationen zum Design hinsichtlich Ästhetik, Ergonomie, Funktionalität und Verpackung.
- b. **Nachhaltigkeit**
Stichpunktartige Aufzählung der Welche Nachhaltigkeitsaspekte erfüllt das Projekt entlang des Lebenszyklus.
- c. **Produkt Compliance**
Nennen Sie bestehen Produkt-Zertifizierungen. (Begonnene) Maßnahmen hinsichtlich Green New Deal Regularien repair, reuse, recycle)

2.8 CSR-Reporting / Zertifikate

Auch diese Informationen sind exklusiv für die Jury. Um Sie als Company of the Year auswählen zu können, laden Sie hier Ihren CSR-Report, ESG-Compliance, Produkt-, Umwelt- und Sozialzertifizierungen in einem kombinierten Dokument hoch. Format: PDF, **maximale Dateigröße 15 MB**.

2.9 Hard Facts

- a. **Maßeinheiten** (Breite x Höhe x Länge in cm)
- b. **Gewicht** (in kg)

2.10 Credits

Der Name wird für das Award-Zertifikat verwendet. Die Informationen werden zudem für die Darstellung auf der Website und für Pressematerialien verwendet.

- b. **Name/n**
- c. **Profil**
Geben Sie ein kurzes Profil, eine kurze Biografie des Designers, des Designteams hinter dem Projekt. Wenn es sich um ein Kooperations-Projekt handelt, haben Sie hier die Möglichkeit, es vorzustellen. Sie können bis zu 600 Zeichen inklusive Leerzeichen verwenden.
- d. **Foto**
Anforderungen Bild: Querformat (2160 x 1350 Pixel) als JPG im CMYK-Format mit max. 5 MB Größe



2.11 Social-Media-Tags

Falls vorhanden, fügen Sie hier die Social-Media-Konten Ihres Produkts/Unternehmens ein, die in kommenden Beiträgen markiert werden sollen. Tragen Sie nur den **@Benutzernamen** des entsprechenden Kontos ein hinzu - keine Links.

2.12 Spezial Code

Einigen Teilnehmenden wird ein Spezialcode bereitgestellt, der hier eingetragen werden kann.

2.13 Hinweis

Eine Einreichung kann nach Absendung nicht mehr geändert werden! Die Anzahl der Einreichungen ist nicht beschränkt. Nach der Einreichung erhalten Sie eine automatische Bestätigungs E-Mail. Falls nicht, kontaktieren Sie uns über awards@psi-academy.com

Mögliche Ursachen bei Problemen:

- Das Anmeldeformular war länger als 2 Stunden im Browser geöffnet
- Langsames Internet-Netzwerk
- Die Größe eines einzelnen Bildes überschreitet 5 MB
- Die Präsentation liegt nicht im PDF-Format vor oder ist größer als 15 MB

Wenn Sie als Finalist ausgewählt werden, werden Sie möglicherweise gebeten, **ein physisches Stück Ihres Produkts** (je nach Größe) für die Dauer des Preisverleihungszyklus abzugeben, um es zu bewerten und möglicherweise zur Ausstellung einzubinden.

3 Award-Bewertungskriterien

Jede Einreichung wird anhand der folgenden Kriterien bewertet, und alle Finalisten erhalten ein punktbasiertes Feedback. Die Kriterien bilden die Grundlage für die Bewertung durch die Jury. Natürlich sind die detaillierten Punkte nicht auf alle Produkte gleichermaßen anwendbar, aber die Idee sollte verständlich sein.

3.1 Übergreifende Bewertung

3.1.1 Ansatz

- Originalität
- Qualität
- Reproduzierbarkeit
- Glaubwürdigkeit

3.1.2 Ausarbeitung

- Komplexität der Analyse
- Tiefe der Ausarbeitung
- Referenzen (z.B. Zertifikate)

3.1.3 Impact

- Verbesserung Umweltauswirkungen
- Verbesserung Nutzerverhalten und/oder Produktionsbedingungen
- Potential zu Verbreitung

3.2 Fachspezifische Bewertung

3.2.1 Design

Exzellentes Design spricht für sich selbst. Ein intelligent designtes Produkt hebt sich von der Masse ab.

Ziel: Bewertung von Gestaltung, Funktion und Nutzerfreundlichkeit

a. Aesthetic

- Design Evolution oder Revolution
- Aufmerksamkeit
- Designsprache
- Werterzielung
- Haptik & Materialität

b. Nutzer & Funktion

- Relevanz - erfüllt bestehenden Bedarf (neu oder besser)
- Ergonomie (Unterstützt den Nutzer bei der Nutzung)
- Accessibility/Zugang (Leichte Erschließung der Nutzung)
- Funktionalität (Verbesserung, Erweiterung)
- Nutzereinbindung (z. B. Anpassungsfähigkeit, Aktivierung bei der Einrichtung)
- Nutzungsmöglichkeiten (Kombinierbarkeit, verschiedene Szenarien werden unterstützt)

c. Kommunikation

- Informationen (Kennzeichnung) der verwendeten Materialien
- Hinweis auf Zertifizierungen
- Aufklärung & Info zu Eigenschaften und Auswirkungen
- Angebot und Aktivierung zur Teilhabe

3.2.2 Nachhaltigkeit

Die Erfüllung etlicher Aspekte, die unserer Meinung nach ebenfalls für nachhaltige Projekte relevant sind, finden sich in den Fachbereichen Design und Produkt-Compliance. Wir haben darauf verzichtet, diese hier zu wiederholen.

Ziel: Bewertung von Ansatz und Umsetzung der Nachhaltigkeit

a. Material

- Einsatz nachhaltiger Rohstoffe
- Substitution durch umweltfreundlichere und sicherere Materialien
- lokal gewonnen und verarbeitet
- Sortenreine Materialverwendung
- keine Verbundstoffe
- Gewichtsreduktion

b. Verpackung

- Minimierung / Reduktion / Wegfall
- Umweltfreundliche Materialien
- Wird zu, bzw. ist Teil des Produktes
- Möglichkeit zur Mehrfach- oder Nachnutzung

c. Produkt-Lebenszyklus

- Entwurf/Vorproduktion
 - Auswahl Produkt, Herkunft (Recycling, Refurbishing, ...)
 - Fokus der Veränderung oder Optimierung
 - Personalisierung, Kompatibilität und Produktvielfalt
 - Lebensdauer (Haltbarkeit, die Fast-Moving Consumer Goods usw.)
 - Konzipiert mit Blick auf das Lebensende
- Produktion/ Wiederherstellung
 - Verwendung neuer Materialien/recycelter Inhalte (Eigenproduktion oder Beschaffung)
 - Heimwerker-, Handwerks- oder Industrieproduktion (Nischenmarkt, Massenmarkt, etc.)
 - Skalierbarkeit und Replizierbarkeit
 - Outsourcing, Partnerinstitutionen
 - Einsatz von ressourcenschonenden Produktionsverfahren
 - Energieeffizienz
 - Fußabdruck: CO2 Reduktion, klimaneutrale Fertigung, Wasser- und Energieverbrauch
 - Schadstoff- & Abfallvermeidung / Verminderung
- Distribution/Vertrieb
 - Wie wird das Produkt bereitgestellt? (einmaliger Verkauf, Abonnement, etc.)

- Umweltfreundlicher Transport von Gütern (Wasser, Straße, digital usw.)
- Wichtigkeit der Regionalität
- Rückverfolgbare und transparente Lieferkette
- Wege der Bereitstellung
- Verpackung
- **Nutzung**
 - Möglichkeiten zu Reparatur / Up-Dating
 - Wirkung, z.B. Senkung des Verbrauchs (z.B. CO2, Wasser, Energie, ...)
- **Nachnutzung/End-Of-Life**
 - Wiederverwendbarkeit (Upcycling oder Downcycling)
 - Recyclingfähigkeit (mechanisches oder chemisches Recycling)
 - Geschlossener Lebenszyklus (Rücknahmesysteme, kompostierbar, biologisch abbaubar, usw.)
- d. **Menschen**
 - Faire Arbeitsbedingungen und Preisgestaltung
 - keine gesundheitsgefährdenden Verarbeitungs- und Veredelungsprozesse
 - Sozialität und Selbstorganisation
 - Unterstützende Projekte

3.2.3 Produkt-Compliance

Die ausgezeichneten Produkte müssen hohe Anforderungen an die ökologische und soziale Verantwortung erfüllen und gleichzeitig eine außergewöhnliche Funktionalität und Benutzerzufriedenheit bieten.

Ziel: Bewertung des Grades der Nachhaltigkeit und der ethischen Produktionsstandards

- a. **Zertifizierungen und Standards**
 - Einhaltung von anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierungen
 - Umweltzertifikat (z. B. B FSC, PEFC, ISO, Cradle to Cradle, GOTS, Blue Angel, LEED..)
 - Soziales Zertifikat (z. B. Fair Trade, ETI, B Corporation, ILO, SA8000,)
- b. **Gesetzgebung & Reporting**
 - Halten Sie die Einreichung für schutzfähig (im Sinne von IP/Patent)?
 - Einhaltung der regionalen Gesetzgebung
 - CSRD Report
 - Ecodesign Requirements for Energy-Related Products (ErP) Directive Report
 - Waste from Electrical and Electronic Equipment (WEEE) Report
 - Packaging and Packaging Waste Directive Report
 - REACH (Registration, Evaluation, Authorization, and Restriction of Chemicals)

- Global Reporting Initiative (GRI) Report
- Integrated Report (IR)
- UN Global Compact Communication on Progress (COP)
- Environmental, Social, and Governance (ESG) Report
- Sustainable Development Goals (SDG) Report

3.2.4 Einsatz als Werbeartikel

Ein Werbeartikel kann effektiv zur Markenbekanntheit und Kundenbindung beitragen, wenn diese Aspekte berücksichtigt werden:

- a. Nützlichkeit**
Der Artikel sollte für die Zielgruppe einen praktischen Nutzen haben. Je nützlicher der Artikel ist, desto eher wird er verwendet und erinnert die Menschen an die Marke.
- b. Qualität**
Hochwertige Materialien und eine gute Verarbeitung sorgen dafür, dass der Artikel langlebig ist und einen positiven Eindruck hinterlässt.
- c. Markenidentität**
Der Werbeartikel sollte gut zur Marke passen und deren Werte und Botschaften widerspiegeln. Eine ansprechende Gestaltung und das Logo sollten klar erkennbar sein.
- d. Einzigartigkeit**
Ein origineller oder kreativer Artikel sticht hervor und bleibt im Gedächtnis. Er sollte sich von anderen Werbeartikeln abheben.
- e. Zielgruppenorientierung**
Der Artikel sollte auf die Interessen und Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt sein, um maximale Wirkung zu erzielen.
- f. Preis-Leistungs-Verhältnis**
Ein guter Werbeartikel sollte im Verhältnis zu den Kosten einen hohen Wert bieten, sowohl für den Anbieter als auch für den Empfänger.

Bei Fragen helfen wir Ihnen gerne weiter!

Mail: awards@psi-academy.com