



# Green Product Award

## Einreichungsassistent und Bewertungskriterien

I Einreichung.....	2
II. Bewertungskriterien.....	5
1. Übergreifende Bewertung .....	5
1.1 Ansatz.....	5
1.2 Ausarbeitung .....	6
1.3 Auswirkung.....	6
2. Fachspezifische Bewertung.....	6
2.1 Design .....	6
a. Ästhetik .....	6
b. Nutzer & Funktion.....	7
a. Verpackung .....	7
b. Kommunikation.....	7
2.2 Innovation .....	9
a. Bedeutung der Innovation .....	9
b. Innovations-Grad.....	9
c. Geltungsbereich.....	9
2.3 Nachhaltigkeit .....	10
a. Material .....	10
b. Lebenszyklus.....	10
c. Menschen.....	11



## I Einreichung

Die Einreichung erfolgt Online. Sofern Ihr Produkt in die Green Selection aufgenommen wird, kontaktieren wir Sie im Anschluss bezüglich der Bereitstellung von Exponaten.

Zur Einreichung gehen Sie bitte wie folgt vor:

- I. Registrierung auf der Website - <https://www.gp-award.com/netzwerk>
- II. Kontaktdaten – vervollständigen Sie Ihre Daten.
- III. Green Network - Optional können Sie ihre Wünsche/Angebote vermerken
- IV. Einreichung
  - a. Auswahl des Calls:
    - i. **Green Product Award**
    - ii. Green Concept Award
    - iii. ggf. Sondercalls
  - b. Einreichung: Eingabe der Informationen Ihrer Einreichung mit folgenden Details:

### 1. Art der Einreichung

*Bitte wählen Sie aus, welcher Punkt Ihre Einreichung am besten beschreibt:*

- Produkt (bereits im Markt)
- Service (bereits im Markt)
- Konzept (reines Konzept, Fallstudie, Prototyp, Hochschulprojekt etc.)

### 2. Kategorien Green Product Award

*Bitte wählen Sie eine Wettbewerbskategorie, in der Ihre Einreichung antreten soll. (Nur eine Auswahl möglich)*

- Arbeitswelt
- Architektur
- Elektronik
- Forschung
- Freestyle
- Energie



## Green Product Award

- Kinder
- Konsumgüter
- Lifestyle
- Möbel
- Mobilität
- Verpackung/Kommunikation
- Wohnaccessoires

Anmerkung: Abweichende Kategorien für Studenten & Sondercalls.

### 3. Name/Titel

Bitte wählen Sie einen Namen für ihr Produkt/Service/Konzept in Ihrer Muttersprache und in Englisch (keine Beschreibungen, max. 30 Zeichen).

### 4. Kurzdarstellung

Um was für eine Produkt handelt es sich? Was macht Ihre Einreichung nachhaltig und innovativ? Geben Sie hier eine klare, verständliche Beschreibung Ihrer Einreichung ein. Bitte beachten Sie, dass diese Kurzdarstellung auch für den Publikumsaward genutzt wird. Sie können 500 Zeichen benutzen (Leerzeichen inklusive), jeweils in Ihrer Muttersprache und auf Englisch.

### 5. Detaillierte Beschreibung

Nun der wichtigste Schritt: Die Jury wird die Einreichung entlang der Kriterien Design, Innovation und Nachhaltigkeit bewerten. Hier dürfen Sie bis zu 7.500 Zeichen (Leerzeichen inklusive) zur Beschreibung Ihrer Einreichung benutzen, jeweils in Ihrer Muttersprache und auf Englisch.

*Anmerkung:*

- a) Für Produkte/Services, die bereits auf dem Markt sind, lesen Sie sich bitte die Jurykriterien im Nachfolgenden durch
- b) Für neue Konzepte gibt es einen Leitfaden zur Dokumentation und Entwicklung Ihrer Einreichung

### 6. Präsentation

Konzepteinreicher müssen hier eine Präsentation hochladen (PDF, PowerPoint)

### 7. Weblink



## Green Product Award

Wenn vorhanden, kann hier ein Weblink (z.B. Webseite, Video etc.) zum Produkt/Service eingetragen werden

### 8. Fotos

Fotos müssen in druckfertiger Qualität vorliegen (1 bis 30 MB, 300dpi, tiff oder jpg) und im Querformat (4:3)

#### a. Pressefoto

Bitte laden Sie ein ansprechendes Foto für die Presse hoch. Es ist das einzige Foto, das für den Publikumsaward verwendet wird.

#### b. Weitere Fotos

Laden Sie weitere Fotos für tiefere Impressionen hoch, sowie Fotos von der Verpackung (bei Produkten) oder Nutzerplattform (bei Services)

### 9. Credits

Die hier angegebenen Informationen (Unternehmen/Gruppe, Designer, Webseite) werden 1:1 für die weitere Kommunikation verwendet.

### IP- und Handels-relevante Informationen

### 10. Schutz

Bitte beschreiben Sie den aktuellen Stand des Schutzes Ihrer Einreichung. Gibt es bereits einen IP-Schutz, Patent, etc.

### 11. Sie sind interessiert an:

- a) Investoren
- b) Lizenznehmer
- c) Distributoren
- d) Matchmaking (Crowd Funding, Kooperationen, Kollaborationen)

12. **Maßeinheiten** (Höhe, Breite, Länge in cm)

13. **Gewicht** (in kg)

14. **Verkaufspreis** (von ...bis... in €)

15. **Einkaufspreis**

16. **Preisliste hochladen** (optional)



## Green Product Award

**Bevor Sie Ihre Einreichung absenden, prüfen Sie diese bitte auf Vollständigkeit. Eine Einreichung kann nach Absendung nicht mehr geändert werden!  
Die Anzahl der Einreichungen ist nicht beschränkt.**

### Gebühren

- Eine Gebühr für die Aufnahme in die Selection fällt je Einreichung an.
- Die Höhe richtet sich nach Ihrem Status:
  - o 950,- € normale Gebühr für Professionals,
  - o 400,- € reduzierte Gebühr für Newcomer.
- Zur Befreiung der Mehrwertsteuer (zB. Aus dem EU-Ausland) benötigen wir Ihre Umsatz-Steuer ID oder eine Erklärung, dass Sie Mehrwertsteuer-befreit sind
- Die Rechnung erhalten Sie per E-Mail.

Bei weiteren Fragen und Anmerkungen erreichen Sie uns per Mail [presse@gp-award.com](mailto:presse@gp-award.com) oder unter der Telefonnr.: +49 30 25 74 28 80. Wir helfen Ihnen gerne weiter!

## II. Bewertungskriterien

Jede Einreichung der Selection erhält eine Bewertung von 3 Juroren. Die Übergreifende Bewertung von allen, plus jeweils eine Fachspezifische Bewertung.

Im folgenden finden Sie die Kriterien, an denen sich die Jury bei ihrer Bewertung **orientiert**. Im Sinne der Transparenz haben wir Ihnen diese Kriterien im Folgenden aufgeschlüsselt. Insbesondere die fachspezifischen Kriterien dienen Ihnen zur **Orientierung für die Bereitstellung von Hintergrundinformationen für die Jury (Jurytext lang)**. Natürlich sind die detaillierten Punkte nicht auf alle Produkte gleichermaßen anwendbar, aber die Idee sollte klar werden.

### 1. Übergreifende Bewertung

#### 1.1 Ansatz

- Originalität
- Qualität
- Reproduzierbarkeit
- Glaubwürdigkeit



## Green Product Award

### 1.2 Ausarbeitung

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

### 1.3 Auswirkung

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

## 2. Fachspezifische Bewertung

### 2.1 Design

Exzellentes Design spricht für sich selbst. Ein intelligent designtes Produkt hebt sich von der Masse ab und schafft einen Mehrwert, das zum einen die Kommunizierbarkeit erhöht und zum anderen das Interesse derer weckt, die in Kontakt mit dem Produkt kommen. Solch ein Interesse zieht auch Aufmerksamkeit auf die Nachhaltigkeit des Produktes auf sich.

#### **Ziel: Bewertung von Gestaltung, Funktion und Nutzerfreundlichkeit**

Leitfragen:

- Könnte es sich am Markt durch seine Eigenständigkeit absetzen?
- Bietet das Produkt eine „Ausweiskfunktion“
- Macht es Nachhaltigkeit erlebbar oder Lust, mehr zu erfahren?

#### **a. Ästhetik**

Mögliche Aspekte oder Ausprägungen:



## Green Product Award

- Design Evolution oder Revolution
- Schaffen von Aufmerksamkeit
- Eigene Formsprache
- Erzielung Wertigkeit
- Haptik
- Aufbau von Vertrauen

### **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
  - Individualisierbarkeit
  - DIY
- Nutzungsoptionen
  - Kombinierbarkeit mit anderen Produkten
  - Mehrere Nutzungsszenarien werden unterstützt

### **a. Verpackung**

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

### **b. Kommunikation**

- Sichtbarkeit für Nachhaltigkeit schaffen



## Green Product Award

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





### 2.2 Innovation

Können wir das Unmögliche denken? Wir denken schon: Neue Ideen und Produkte sind nur möglich, wenn wir bereits etablierte Wege hinterfragen. Ob es sich um eine spezielle technologische Lösung für Probleme bei Herstellungsprozessen oder neuen Konsumgewohnheiten, Konzepten, Funktionen oder Dienstleistungen handelt, die Innovation kann viele Formen annehmen. Die wichtigste Konstante ist die Aufmerksamkeit auf die konkreten Bedürfnisse der Nutzer. Wir glauben, dass die Verbraucher nur dann das Produkt verwenden, wenn sie davon überzeugt sind.

**Ziel: Beurteilung des Innovationsgrades.**

Leitfrage: Bietet das Produkt/der Service eine Verbesserung/Neuerung durch die Nutzung besonderer Prozesse, liegt eine Soziale oder Business-Innovation vor und in wieweit handelt es sich um eine technische Innovation?

#### a. Bedeutung der Innovation

- Löst die Einreichung ein Problem für....?
  - die Kunden
  - das Unternehmen
  - die Umwelt
  - die Gesellschaft (lässt es sich ggf. einem der Sustainable Development goals zuordnen)?

#### b. Innovations-Grad

- Neuheits-Grad- Handelt es sich um...?
  - eine Basis-Innovation,
  - Verbesserungs-Innovation
  - Anpassung
  - Imitation
  - Schein-Innovation
- Halten Sie die Einreichung für schutzfähig (im Sinne von IP/Patent)?

#### c. Geltungsbereich

- Neu für die Welt



## Green Product Award

- Neu für die Branche

### 2.3 Nachhaltigkeit

Hinweis: Hier haben wir nur die Kernelemente aufgenommen. Die Erfüllung etlicher Aspekte, die unserer Meinung nach ebenfalls für nachhaltige Produkte/Service relevant sind, finden sich in den Fachbereichen Design und Innovation. Wir haben darauf verzichtet, diese hier zu wiederholen.

**Ziel: Bewertung von Ansatz und Umsetzung der Nachhaltigkeit.**

Leitfragen:

- Ist das Produkt/der Service nachhaltig?
- Wie weit oder vertiefend wurde konzipiert/umgesetzt?

#### a. Material

- Einsatz nachhaltiger Rohstoffe
- Substitution durch umweltverträgliche Stoffe
- lokal gewonnen und verarbeitet
- Umweltverträglichkeit
- Sortenreine Materialverwendung
- keine Verbundstoffe
- Sicherheit
- Gewichtsreduktion
- recyclingfähig mit niedriger inhärenter Energie

#### b. Lebenszyklus

- Konzept / Pre-Produktion
  - Auswahl Produkt, Herkunft (Recycling, Refurbishing, ...)
  - Fokus der Veränderung oder Optimierung
- Produktion
  - Materialeinsatz
  - Einsatz ressourcenschonender Produktionsverfahren
  - DIY



## Green Product Award

- Energieeffizienz
- Fußabdruck: CO2 Reduktion, klimaneutrale Fertigung, Wasser- und Energieverbrauch
- Schadstoff- & Abfallvermeidung / Verminderung
- Distribution
  - Art und Wege der Bereitstellung,
  - Bedeutung der Regionalität
  - Verpackung
- Nutzung
  - Möglichkeiten zu Reparatur / Up-Dating
  - Wirkung, z.B. Senkung des Verbrauchs (z.B. CO2, Wasser, Energie, ...)
- Nachnutzung/End-Of-Life
  - Recyclingfähigkeit, Nachnutzungskonzept, geschlossene Kreisläufe,...

### c. Menschen

- Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen (faire Arbeitsbedingungen und Preisgestaltung)
- keine gesundheitsgefährdenden Verarbeitungs- und Veredelungsprozesse
- Sozialität und Selbstorganisation