



Einreichungsassistent & Kriterien

I.	Benutzerprofil	2
II.	Einreichungsformular	2
1.	Art der Einreichung.....	2
2.	Green Product & Concept Award Kategorien	2
3.	Name/Titel	3
4.	Kurze Konzepterklärung	3
5.	Kurzdarstellung.....	3
6.	Detaillierte Beschreibung	3
7.	Fotos	4
8.	Präsentation	4
9.	Credits	5
10.	Social-Media-Konten.....	6
III.	Bewertungskriterien.....	6
1.	Übergreifende Bewertung.....	6
1.1	Ansatz.....	6
1.2	Ausarbeitung.....	6
1.3	Auswirkung.....	6
2.	Fachspezifische Bewertung.....	7
2.1	Design.....	7
2.2	Innovation	8
2.3	Nachhaltigkeit.....	9



Green Product Award



Green Concept Award

I. Benutzerprofil

Die Einreichung erfolgt Online. Zur Einreichung gehen Sie bitte wie folgt vor:

Registrierung auf der Website:

<https://www.gp-award.com/de/auth/register>

Vervollständigen Sie Ihre Daten. Hier bestimmen Sie

- a. die Kontaktdaten zu der Person, die im weiteren Fortgang unser Ansprechpartner für die Einreichung/en ist,
- b. die Rechnungsanschrift, NICHT die Credits für Veröffentlichung. Diese werden bei der Einreichung abgefragt.
- c. den Status der Teilnahme (Unternehmen/Start-up/Student), der für die Gebühren relevant ist.

II. Einreichungsformular

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 ;-)

Hier die benötigten Informationen:

1. Art der Einreichung

- Produkt (auf dem Markt)
- Dienstleistung (auf dem Markt)
- Konzept (noch nicht auf dem Markt z.B. Produkt, Prototyp, Service-Idee, Fallstudie, Hochschulprojekt, Abschlussarbeit usw.)

2. Green Product & Concept Award Kategorien

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

- Arbeitswelt
- Architektur & Tiny Houses
- Fashion
- Gebäudekomponenten



Green Product Award



Green Concept Award

- Handwerk
- Interior & Lifestyle
- Kinder
- Küche
- Konsumgüter
- Mobilität
- Neue Materialien
- Sport

3. Name/Titel

Bitte tragen Sie den Namen ihres Produktes/Services ein - keine Beschreibungen, kein Claim und kein Firmenname. (**max. 30 Zeichen** – Leerzeichen inklusive)

4. Kurze Konzepterklärung

Machen Sie Interessenten neugierig und geben Sie in aller Kürze, wofür ihre Einreichung steht. Nutzen Sie zum Beispiel “Das nachhaltige Bürosystem”, “Der Stuhl, der mit Ihrem Kind mitwächst. Der Teaser wird auf der Website angezeigt. (**max. 50 Zeichen** – Leerzeichen inklusive)

5. Kurzdarstellung

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

Sie sollte folgendes enthalten:

Um welche Art des Konzepts handelt es sich?

Für wen ist es geeignet?

Was macht Ihre Einreichung nachhaltig und innovativ?

6. Detaillierte Beschreibung

Jetzt kommt der wichtigste Schritt: Die Jury bewertet die Einreichung nach den Kriterien **A. Design, B. Innovation und C. Nachhaltigkeit**. Machen Sie hier kein Marketing, geben Sie stattdessen detaillierte Informationen zu den Kriterien! Insgesamt können Sie in diesem Abschnitt bis zu **7500 Zeichen** inklusive Leerzeichen verwenden - in Englisch und auch in Ihrer Muttersprache. Aber hey, halten Sie es kurz, aber aussagekräftig.



7. Fotos

Sie können Ihre Einreichung mit insgesamt bis zu 11 Fotos visualisieren. Hierbei sind **UNBEDINGT** folgenden **ANFORDERUNGEN einzuhalten**:

- Benennen Sie alle Bilder nach dem Schema: O_Einreichungsname.jpg (z.B.: O_green_wood.jpg, 1_green_wood.jpg, 2_green_wood.jpg,...)
- Maße: **Querformat** (2160 X 1350 Pixel)
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. 5MB/Bild
- Verzichten Sie auf die Verwendung von Text auf den Bildern (Dienste ausgenommen)

a. Hauptbild

Das Foto, das ihr Produkt/Dienstleistung /Konzept gut erkennbar repräsentiert.

b. Weitere Fotos

Sie können bis zu 10 zusätzliche Bilder hochladen. Beschriften Sie das Bild mit einer fortlaufenden Nummer und dem Namen der Einreichung.

3 Pflicht-Abbildungen: Produktdetail, Bild mit Größenbezug, Verpackung. Als letztes Bild laden Sie bitte das Designer*innen-Porträt oder Team hoch.

8. Präsentation

Hier können Sie Ihre PDF-Präsentation mit der detaillierten Beschreibung Ihres Produktes/Dienstleistung/Konzeptes hochladen.

GREEN CONCEPT AWARD EXTRA: Falls eine Gründung oder Verwertung des Konzepts geplant ist, sollte die Präsentation Antworten zu folgenden Punkten enthalten:

- a. Welches Problem löst das Konzept? Eine kurze Zusammenfassung ist ausreichend.
- b. Haupt-Zielgruppen
 - Für wen ist das Konzept hauptsächlich interessant?



Green Product Award



Green Concept Award

- Wie stellen Sie sich Vertreter*innen der Zielgruppe vor?
- Wie groß ist die Zielgruppe?

- c. Die Lösung/ das Konzept
 - Was ist das Versprechen?
 - Wie gestalten sich die Werte für Mensch, Natur und Business?
 - Welche Features & Funktionen gibt es?
 - Wo liegt der Status der Ausarbeitung?

- d. Wettbewerb
 - Gibt es vergleichbare Lösungen?
 - Wenn ja, welche?
 - Was ist an der eigenen Lösung besser?

- e. Team & Partner
 - Mit wem arbeiten Sie zusammen/ wen suchen Sie noch?
 - Welche Rolle übernehmen Sie in der Zukunft?
 - Gibt es bereits Ideen zu möglichen strategischen Partnern?

- f. Strategie
 - Was sind die nächsten Schritte?
 - Gibt es Eigenleistung- oder Unterstützungsbedarf?
 - Wann soll das grüne Konzept an den Markt und an welchen?

9. Credits

Die hier angegebenen Informationen (Unternehmen/Gruppe, Designer*innen, Webseite) werden 1:1 für die weitere Kommunikation verwendet und Veröffentlichung wie im Grünen Trendbuch verwendet. Prüfen Sie, ob die Informationen korrekt sind!

- a. **Name der Firma/Universität**
- b. **Firmen/ Hochschulkurs/ Designer*innen-Porträt**
Fügen Sie ein kurzes Firmen- / Gruppenporträt / Designer*innen-Porträt hinzu. Sie können bis zu **600 Zeichen** (Leerzeichen inklusive) verwenden.
- c. **Designer*innen**
- d. **Website**
Link der ggf. in der Award Galerie genutzt wird. Eingabe bitte inklusive http://
- e. **Videolink**
Falls Sie ein Video zu Ihrer Einreichung haben, tragen Sie hier den **DOWNLOAD** des Files ein.



10. Social-Media-Konten

Wenn vorhanden, fügen Sie hier die Social-Media-Konten Ihres Konzeptes/Ihres Unternehmens ein.

Optional:

1. **Preisliste** (Händlerpreis und Endkonsumentenpreis)
2. **Maßeinheiten** (Breite x Höhe x Länge in cm)
3. **Gewicht** (in kg)

Eine Einreichung kann nach Absendung nicht mehr geändert werden! Die Anzahl der Einreichungen ist nicht beschränkt. Sofern Ihr Produkt in die Pre-Selection aufgenommen wird, kontaktieren wir Sie.

Wenn Ihre Einreichung nominiert wurde, schicken Sie für die Dauer des Awardzyklus ein physisches Exemplar an unsere Berliner Büro zur Bewertung und ggf. für Ausstellungen einreichen.

III. Bewertungskriterien

Jede Einreichung der Selection erhält eine 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**. Natürlich sind die detaillierten Punkte nicht auf alle Konzepte gleichermaßen anwendbar, aber die Idee sollte klar werden.

1. Übergreifende Bewertung

1.1 Ansatz

- Originalität
- Qualität
- Reproduzierbarkeit
- Glaubwürdigkeit

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 „Ausweisfunktion“?
- Macht es Nachhaltigkeit erlebbar oder Lust, mehr zu erfahren?

a. Ästhetik

Mögliche Aspekte oder Ausprägungen:

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

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

c. Verpackung

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

d. Kommunikation

- Sichtbarkeit für Nachhaltigkeit schaffen
 - 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 vorstellen? 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/ die Dienstleistung/ das Konzept verwenden, wenn sie davon überzeugt sind.

Ziel: Beurteilung des Innovationsgrades

Leitfrage: Bietet das Produkt/ die Dienstleistung/ das Konzept eine Verbesserung/Neuerung durch die Nutzung besonderer Prozesse, liegt eine Soziale oder Business-Innovation vor und in wie weit 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?)



Green Product Award



Green Concept Award

b. Innovations-Grad

- Halten Sie die Einreichung für schutzfähig (im Sinne von IP/Patent)?

c. Geltungsbereich

- Neu für die Welt
- 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/ Dienstleistungen/ Konzepte 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/ die Dienstleistung/ das Konzept 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. Produkt-Lebenszyklus

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



Green Product Award



Green Concept Award

- DIY
- 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

- faire Arbeitsbedingungen und Preisgestaltung
- keine gesundheitsgefährdenden Verarbeitungs- und Veredelungsprozesse
- Sozialität und Selbstorganisation

Bei Fragen helfen wir Ihnen gerne weiter!

Mail: service@gp-award.com

Telefon: +49 30 25 74 28 80