

MARKETING- UND INNOVATIONSPREIS 2010/2011

Ideen für die Zukunft

Nennen Sie uns das Produkt, die Aktion, das Konzept, das Sie am meisten beeindruckt hat – für die Verleihung des Marketing- und Innovationspreises 2010/2011. Alle Vorschläge sind willkommen - auch Eigenbewerbungen

Kamerasysteme mit und ohne Spiegel, 3D-Faszination oder Acryl-Bilder – kreative Ideen sind immer gefragt. Und sie sollten bekannt gemacht werden, damit möglichst viele in der Branche davon profitieren können. Denn in einer starken Branche ist es für jeden Einzelnen leichter, Erfolg zu haben. Der Erfolgreiche behält auch in der sich immer schneller verändernden und immer vielschichtiger werdenden Angebotsfülle den Überblick. Überprüft das eigene Angebot permanent und aktualisiert es stets. Scheinbar ein Widerspruch – und doch der Schlüssel zum Erfolg.

Um die sinnvollen und notwendigen Innovationen unserer Branche von den gefährlichen und kostspieligen Versuchen zu unterscheiden, verleihen wir jedes Jahr den Marketing- und Innovationspreis der FOTO-wirtschaft. Dazu ist jedoch auch Ihre Mithilfe gefordert.



Die Jury

FOTOWirtschaft beruft eine unabhängige Jury aus Handel, Wirtschaft und Fachpresse ein, die aus den Nominierungen die Sieger ermittelt. Wenn Sie als Fotofachhändler und Leser der FOTO-wirtschaft mit in der Jury sitzen wollen, bewerben Sie sich dafür! Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Im Februar 2011 stellt FOTOWirtschaft die Sieger vor.

Machen Sie mit

Schreiben Sie uns, was Sie in diesem Jahr am meisten und nachhaltigsten beeindruckt hat. In den drei Kategorien „Produkte“, „Konzepte“ und „Bildergeschäft“ wird von der Jury aus Handel, Industrie und Fachpresse jeweils ein Award vergeben, als Auszeichnung für eine ganz herausragende Leistung, für eine außergewöhnliche Idee oder für beson-

dere Konsequenz in der Dreiecksbeziehung von Hersteller, Handel und Endverbraucher. Denken Sie bei Ihrer Nominierung auch an die mögliche Vergabe eines Sonderpreises. Wie von Beginn an gilt auch in diesem Jahr: Jeder der Preise kann für die Idee eines Handelsunternehmens oder das Engagement eines Einzelnen ebenso vergeben werden wie für die Aktivitäten eines Weltkonzerns. Auch

die Zielsetzung bleibt: Produkte, Ideen und Konzepte sollen durch den Preis unterstützt werden, wenn sie ausgetretene Pfade verlassen haben.

Nur marktreife Vorschläge

Die gestiegene Innovationsgeschwindigkeit und beschleunigte Produktzyklen erfordern auch eine klare Regelung zum Zeitplan: Prämiert werden nur Produkte und Konzepte, die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung (Februar 2011) bereits realisiert sind, beziehungsweise ausgeliefert werden. Ist dies nicht der Fall, rückt die Jury-Zweitplatzierung nach.

Schicken Sie Ihre Vorschläge mit den wichtigsten Argumenten und eventuell erklärenden Abbildungen bis 1.12.2010 an die **Redaktion FOTOWirtschaft, Troplowitzstraße 5, 22529 Hamburg, Fax: 040/38906-185, E-Mail: redaktion@fotowirtschaft.de**

Die Kategorien

- Bildergeschäft – alles rund ums Bild, vom Laborgerät bis zur Präsentation.
- Produkte – der Schwerpunkt liegt hier auf Innovationen der Handels-Hardware.
- Konzepte – die Idee zur innovativen Vermarktung, Zukunftssicherung oder sonstigen Verbesserung.
- Sonderpreis – unabhängig von den Kategorien, vielleicht zu einer ökologischen Verbesserung, für besondere Verdienste, vielleicht

- aber auch für eine ganz andere Idee oder sonstige auszeichnungswürdige Aktivitäten, die der Branche dienen.
- Bewerbungen und Vorschläge sind bis 1.12.2010 für einzelne oder mehrere Kategorien möglich. Es können auch Bewerbungen für mehrere Kandidaten einer Kategorie eingereicht werden.
- Ganz wichtig: Auch Selbstbewerbungen sind erwünscht!