Stand 25.11.2020

# Guidelines

## *ADC Wettbewerb 2021*

Einreichungszeitraum:
*27. Oktober 2020 bis 12. Januar 2021*

Innocean Berlin · Charité – Universitätsmedizin Berlin · Ender Sümi, Cosmopola

Art Directors Club

**Without creativity there would be no innovation.**
(Edward de Bono)

# Liebe *Kreative.*

**Besondere Zeiten brauchen besonders kreative Lösungen.**
**Besondere kreative Leistungen brauchen besonders jetzt eine besondere Bühne.**

Angesichts der Krise sollte die kreative Medien- und Kommunikationswirtschaft zeigen, was sie gerade jetzt zu leisten im Stande ist. Mit dem ADC Wettbewerb, dem wichtigsten Maßstab für kreative Exzellenz, der kritischsten Qualitätsprüfungsinstanz, der sichtbarsten und umfassendste Leistungsschau für herausragende kreative Arbeit.

ADC Auszeichnungen bestätigen Auftraggeber in der Richtigkeit ihrer Entscheidung für den kreativen Weg – weil er unbestritten der wirkungsvollste und erfolgreichste ist.

ADC Auszeichnungen stärken das kreative Selbstvertrauen würdigen die kreative Könnerschaft, definieren den Stellenwert und motivieren nicht zuletzt Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

ADC Auszeichnungen locken nicht nur Auftraggeberinnen und Auftraggeber, sondern vor allem auch die besonders kreativen Talente, die Agenturen und Designbüros für sich gewinnen müssen, um zukunftsfähig zu sein.

**Warum der ADC seinen Wettbewerb reformiert.**

Grundvoraussetzung dafür ist, dass jede einzelne kreative Leistung, die in zunehmend komplexeren und deshalb unübersichtlichen kreativen Kollaborationsprojekten steckt, auch sichtbar gemacht wird.

In den rund fünfeinhalb Jahrzehnten des Bestehens des ADC hat sich die Welt, vor allem aber unsere Branche unfassbar – weil enorm schnell – verändert und ständig kommen neue Möglichkeiten der Kommunikation hinzu. Zahlreiche neue kreative Dienstleistungen und neue kreative Berufe entstanden und entstehen.

Wir leben nicht mehr im Industrie-, sondern im Medien- und Kommunikationszeitalter und demnach müsste eigentlich unsere Branche Jobmotor und Wirtschaftsturbo sein. Ist sie aber eigentlich nicht. Der Grund: Die Wucht der Veränderung, vor allem in den vergangenen 20 Jahren, hat alle überrascht. Während die einen damit zu tun hatten, ihr gewohntes (Tages-)Geschäft anzupassen oder völlig neu zu gestalten, waren und sind viele andere damit beschäftigt, neue kreative Geschäftsfelder zu etablieren.

Dazu kommt: Die Budgets unserer Auftraggeber sind nicht in dem Maße gewachsen, wie die Möglichkeiten der Kommunikation. Die Folge: Jede/r war sich selbst am nächsten, verteidigte Geschäft und/oder versuchte, Anteile zu erobern. Aus dieser Situation heraus entstand eine unübersichtliche Gemengelage, die allen kreativen Anwendungsbereichen schadet, denn wo einzelne kreative (Dienst-)Leistungen im Durcheinander verschwinden, werden sie nicht wahrgenommen und verlieren an Wert(schätzung).

Das muss sich dringend ändern! Deshalb hat der ADC im 56sten Jahr das Kategoriensystem neu strukturiert, in dem immer gleichen Bestreben, ein Abbild der gesamten kreativen Kommunikationswirtschaft zu sein.

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de
www.adc.de

Art Directors Club

**Der ADC Wettbewerb als Ordnungssystem der Marketingkommunikation.**

Kreative Arbeiten, die mit ADC Nägeln ausgezeichnet werden, sollen zukünftig nicht nur Ruhm, Ehre und Ranking-Punkte einbringen, sondern zu Leuchttürmen in der Kommunikationsflut und des medialen Nebels unserer Tage werden. Leuchttürme, die Marken, Angebote, Produkte und Dienstleistungen interessanter, attraktiver und relevanter für Konsument/innen, Kund/innen, Leser/innen, Abonnent/innen, Zuschauer/innen, Besucher/innen, Follower, User und Bürger/innen machen.

Aber passen Ordnung und Kreativität überhaupt zusammen? Ja – denn im Umkehrschluss ist Chaos nicht kreativ. Mehr noch: Ein weiteres Problem der Kreativwirtschaft ist, dass in chaotischen Zeiten niemand chaotischen, planlosen, unordentlichen Menschen Geschäft und Geld anvertrauen möchte. Deshalb ist es höchste Zeit, diesem Klischee etwas entgegenzusetzen: Das neue Kategoriensystem des ADC! Besonders kreative Köpfe sind aufgeräumt und strukturiert, sonst wären sie nicht besonders kreativ.

Und nur durch Kreativität, nur mit Hilfe von guten Kommunikationsideen, die zu Bekanntheit, Beachtung und Wirksamkeit verhelfen, und darüber hinaus gehenden guten Ideen und Innovationen, ist die Welt noch zu retten.

Alle Kreative aller Anwendungsbereiche, alle Auftraggeber, alle Kunden: Zeigt was ihr drauf habt, im neuen ADC Wettbewerb.

Hier steht wie das Einreichen geht.

Dörte Spengler-Ahrens
ADC Präsidentin

Prof. Richard Jung
ADC Fachbereichsvorstand Forschung & Lehre

Hamburg

repro COURIER

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de
www.adc.de

# Allgemeine Informationen


Teilnahme & Gewinn 01

Bewertung 02

*Key Dates* 03

Teilnahmegebühren & Zusatzleistungen 04

*Wettbewerbsregeln* 05

Einreichungsprozess 07

*Präsentationsformate* 08


# Kategorien


Kategorienübersicht 15

Definitionen, Uploadformate & Gebühren 16

BRAND BUILDING 17

ACTIVATION 25

DIGITAL EXPERIENCE 33

SPATIAL EXPERIENCE 37

PUBLISHING 44

COPY 46

DESIGN 52

IMAGERY 56

AUDIO 61

FILM 64

EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS 71

INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY 73

Allgemeine Teilnahmebedingungen 75

# Allgemeine *Informationen*

Art Directors Club

# Teilnahme & Gewinn

**IM FALLE EINES GEWINNES ENTSTEHEN KEINE ZUSÄTZLICHEN KOSTEN!**

*Alle Teilnehmer erhalten*

- die Bewertung ihrer Einreichung durch eine **hochkarätige Jury**, bestehend aus **ADC Mitgliedern**
- die Präsentation der Arbeit mit allen Bestandteilen, Credits und mit Kommentaren der Jury für alle Silber- und Gold-Gewinner in der ADC App (mehr als 30.000 User).

*Bei einer Prämierung erhalten alle Teilnehmer darüber hinaus*

- pro Gewinn eine **Urkunde** und einen **ADC Nagel** (Gewinnstufen: Auszeichnung, Bronze, Silber, Gold, Grand Prix)
- ein **digitales Gewinner-Kit** in der jeweiligen Gewinnstufe
- freien Eintritt nach rechtzeitiger namentlicher Anmeldung eines Preisabholers und eines Kunden zur **ADC Award Show*** für Gold-, Silber-, Bronze-Gewinner sowie freien Eintritt nach rechtzeitiger namentlicher Anmeldung des Preisabholers für Gewinner bei Eigenwerbung und in den Craft-Kategorien.
  adc.de/gewinnerinfo
- die kostenlose Teilnahme am **ADC*Europe Award*** für Gold-Gewinner sowie vergünstigte Teilnahme bei Auszeichnung und für Bronze- und Silber-Gewinner
  ADC*Europe.
- Einarbeitung der Arbeiten in die **ADC Ausstellung***

Die **mit * gekennzeichneten Leistungen** stehen unter dem Vorbehalt, dass die ADC Award Show, die ADC Ausstellung sowie der ADC*Europe Award im Jahr 2021 durchgeführt werden können. Diese Leistungen sind nicht in den Teilnahmegebühren enthalten, sondern stellen eine freiwillige, zusätzliche Leistung des ADC dar.

*Ehrungen*

- **Grand-Prix-Nagel** für eine bahnbrechende Arbeit, die unter den Goldprämierungen heraussticht.
- **Gold-Nagel** für eine Arbeit, die besonders herausragend ist und ihre jeweile Kategorie neu definiert.
- **Silber-Nagel** für eine Arbeit, die in ihrer Kategorie Maßstäbe setzt.
- **Bronze-Nagel** für eine außerordentlich kreative Arbeit in ihrer jeweiligen Kategorie.
- **Auszeichnung** für eine Arbeit, die den ADC Kriterien entspricht.

Bei Praxisarbeiten des Talent ADC Awards werden 50% der Punkte im **ADC Kreativranking** zusätzlich der Agentur angerechnet.

Alle Talent ADC Award Goldgewinner werden in den Talent ADC eingeladen und dürfen fünf Jahre das ADC Netzwerk und dessen kreative Expertise nutzen.

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de
www.adc.de

Art Directors Club

# Bewertung

*Jury*

Die Jury tagt zwei Tage im Mai 2021 während des ADC Festivals und setzt sich ausschließlich aus ADC Mitgliedern, den führenden Köpfen der deutschsprachigen Kreativbranche, zusammen.
Alle Infos zur ADC Jury 2021.

*Bewertungskriterien*

| | |
|---|---|
| **Originalität** | Ist die Arbeit originär und originell? |
| **Klarheit** | Kommuniziert die Arbeit ihre Inhalte verständlich? |
| **Kraft** | Bewirkt die Arbeit eine Bewusstseinsveränderung? |
| **Machart** | Ist die Arbeit handwerklich überzeugend? |
| **Freude** | Beglückt, berührt oder bereichert die Arbeit? |

*Exzellente kreative Kommunikation*

**hat eine Idee.**

**ist verständlich.**

**ist überzeugend.**

**ist handwerklich perfekt.**

**macht Freude.**

**ist dienlich.**

**ist weder rassistisch noch diskriminierend.**

Art Directors Club

# Key Dates

| | |
|---|---|
| *Einreichungsbeginn* | **27. Oktober 2020**<br>adc-wettbewerb.de |
| | **ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM**<br>**1. JANUAR–31. DEZEMBER 2020** |
| *Early Bird 10 %* | **bis 10. November 2020** |
| *Teilnahmeschluss* | **12. Januar 2021** |
| *Late Fee / zzgl. 120.- €* | **bis 26. Januar 2021** |
| | **ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM**<br>**1.–31. JANUAR 2021** |
| *Teilnahmeschluss* | **16. Februar 2021** |
| *Credit-Anpassungen* | **05. März 2021** |

# ADC Festival 2021

| | |
|---|---|
| *Digitale Vorjurierung* | **26.–30. April 2021** |
| *Jurysitzung* | **04.–05. Mai 2021** |
| *Bekanntgabe Gewinner (bis Silber)* | **05. Mai 2021**<br>ab 16:00 Uhr<br>per Mail (Einreicheradresse) und in der ADC App |
| *Ausstellung* | **06.–16. Mai 2021** (vorbehaltlich der Umsetzung) |
| *Award Show / Aftershow Party* | **07. Mai 2021** (vorbehaltlich der Umsetzung)<br>Verleihung der Nägel<br>Bekanntgabe aller Gold- und Grand-Prix-Gewinner |

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de
www.adc.de

Art Directors Club

# Teilnahmegebühren & Zusatzleistungen

Teilnahmegebühren werden pro Einreichung erhoben und variieren je nach Kategorie, Bestandteile-Anzahl und Freigabe-Datum in der Teilnahmeplattform.
Alle Teilnahmegebühren verstehen sich in Euro und zzgl. Mehrwertsteuer. Da die Erbringung der Leistung durch den ADC im Jahr 2021 liegt, wird der dann gültige Mehrwersteuersatz angewandt.
**Gewinnen beim ADC Wettbewerb kostet nicht extra!**

**ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM**
**1. JANUAR – 31. DEZEMBER 2020**

*Bis 10.11.2020*
*Early Bird / 10 %*

automatischer Nachlass auf der Rechnung
pro Einreichung bei Freigabe

*12.01.2021*
*Offizieller Teilnahmeschluss*

Teilnahmegebühren siehe Übersicht – Uploadformate & Gebühren

*Bis 26.01.2021*
*Late Fee / zzgl. 120,- €*

automatische Erhebung auf der Rechnung
pro Einreichung / Kategorie bei Freigabe

**ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM**
**1. – 31. JANUAR 2021**

*16.02.2021*
*Offizieller Teilnahmeschluss*

Teilnahmegebühren
siehe Übersicht – Uploadformate & Gebühren

**ES KÖNNEN WEITERE GEBÜHREN ENTSTEHEN**:

*Physische Präsentationsformate*

**30,– € pro Board/Motiv (Starre Pappe)**
Im Falle einer physischen Kategorie werden Boards/Motive über den ADC Druckservice produziert und an das ADC Büro versendet. Die Kosten werden über die Teilnahmegebühren je Pappe abgerechnet.

*Zusatzpräsentation*

**170,– € pro Datei und Einreichung**
Aktivierung über die Teilnahmeplattform
zusätzlicher Upload (Film / Spot / Casefilm / URL / Audio)
als Support-Material

*Rücksendung*

**70,– €**
Aktivierung über die Teilnahmeplattform an die Einreicheradresse. Sendungsrückläufer werden nur nach Absprache und auf Kosten des Einreichers erneut verschickt. Für Sperrgut oder Pakete über 10 kg fallen ggf. zusätzliche Kosten an.

*Bearbeitung von Korrekturen*

Falls die Einreicher nach Eingang der unterzeichneten Einreichungsunterlagen Änderungen bzw. Korrekturen geltend machen, gehen die hierdurch entstehenden Kosten zu ihren Lasten.

**90,– € (geringfügig)**
Austausch pro JPEG / URL / Pappe / 3D
Austausch pro Kurzbeschreibung / Textmanuskript
Rechnungsänderung

**170,– € (umfassend)**
Kategoriewechsel
Austausch pro Film / Casefilm / Audio

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de
www.adc.de

# Wettbewerbsregeln

*Erstellungszeitraum*

Teilnehmen können ausschließlich Arbeiten, welche zwischen dem **1. Januar 2020 und dem 31. Januar 2021** in Deutschland, Österreich, Luxemburg oder der deutschsprachigen Schweiz veröffentlicht oder entwickelt wurden.

Ausnahme:
In den Geschäftsfeldern/Disziplinen EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS und INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY können auch **unveröffentlichte** Arbeiten eingereicht werden. Gleiches gilt für die Sonderkategorie 2021 „Corona Banned Projects“ im Geschäftsfeld SPATIAL EXPERIENCE.

*Kategoriensystem*

Ebene 1 = **Geschäftsfeld / Disziplin**
Ebene 2 = **Anwendungsbereich allgemein**
Ebene 3 = **Anwendungsbereich speziell**
Ebene 4 = **Arbeit/Leistung**

*Zusammenhängende Inhalte*

Eine Einreichung kann aus mehreren **Bestandteilen** bestehen:

**Projekt/Kampagne** Von einem Projekt bzw. einer Kampagne wird gesprochen, wenn die Bestandteile übergreifend in mehreren Anwendungsbereichen (Ebene 1, 2 und 3) eingereicht werden.

**Serie** Eine Serie sind mehrere Bestandteile eines Projekts, die alle zusammen innerhalb einer „Leistung“ (Ebene 4) eingereicht werden.
In Kategorien, die den Zusatz „einzeln“ tragen, darf nur höchstens **ein** Bestandteil eines Projekts eingereicht werden. Hingegen mehrere zusammenhängende Bestandteile eines Projekts müssen in der gleichlautenden Kategorie eingereicht werden, die den Zusatz „Serie“ trägt. Je Serie darf zusätzlich höchstens ein Bestandteil in der Kategorie „einzeln“ eingereicht werden.

Bestandteile aus einem/einer Projekt/Kampagne, die als mehrere Einzelarbeiten eingereicht werden, jedoch eindeutig zusammenhängend sind, werden im Nachgang vom ADC zusammengezogen und als eine Einreichung in die gleichlautende Kategorie mit dem Zusatz „Serie“ verschoben.

Sowohl Projekt/Kampagne als auch Serie müssen inhaltlich zusammenhängen. Die Einreichung nicht-zusammenhängender Arbeiten als Projekt/Kampagne oder Serie – auch für den selben Kunden – ist nicht zulässig.

*Mehrfacheinreichung*

Bestandteile einer Kampagne dürfen pro Arbeit/Leistung nur einmal eingereicht werden. Die selben Bestandteile dürfen jedoch mehrfach in unterschiedlichen Kategorien eingereicht werden.

Wenn Filme der gleichen Kampagne als unterschiedliche Leistungen „TV-/Kinospots“, „Spots für Mobile/Online“ und „Online-Filme“ eingereicht werden, so müssen sich diese Filme in ihren Schnittfassungen deutlich voneinander unterscheiden. Jeder Einzelfilm muss als die Leistung eingereicht werden, für die er vorrangig produziert wurden. Die Entscheidung, ob die Schnittfassungen deutlich voneinander unterscheidbar sind, liegt beim ADC Wettbewerbsteam.

*Kennzeichnung*

Die Einreicher sind dazu aufgefordert, zusammenhängende Arbeiten in unterschiedlichen Kategorien mit Hilfe der Anwendung **„Weitere Kategorie“** anzulegen und so kenntlich zu machen, dass es sich um **ein/e Projekt/ Kampagne** handelt.

Arbeiten, welche nicht als Projekt/Kampagne eingereicht werden, jedoch eindeutig zusammenhängend sind, werden im Nachgang vom ADC zu einem/einer Projekt/Kampagne zusammengezogen.

Zu Präsentationszwecken ermittelt der ADC die erfolgreichsten Projekte/ Kampagnen des Wettbewerbes. Die Letztentscheidung, was als Projekt/ Kampagne gilt, obliegt dem ADC.

*Anonymität*

Die Arbeiten müssen für die Jury **anonym** aufbereitet werden. Die Nennung von Lead Agenturen oder sonstigen beteiligten Agenturen (z. B. anhand von Logos, Zeigen von „Botschaftern“) auf Einreichungsmaterial (außer bei Eigenwerbung) ist **nicht zulässig**. In allen Kategorien ist darauf zu achten, dass die für die jeweilige Kategorie entscheidende Urheber-Information nicht zu erkennen ist, z.B. dass in der Kategorie „Photography“ der Fotograf nicht ersichtlich ist (Ausnahme ist die Eigenwerbung bei „Photography“ und „Illustration“).

Nicht-anonyme Einreichungen in den Jurysitzungen führen zum Wettbewerbsausschluss. Der ADC übernimmt trotz digitaler Sichtung und Freigabe der Einreichung keine Gewährleistung für die Inhalte der Einreicher.

*Gebühren*

Die Teilnahmegebühren und sonstige Zusatzgebühren fallen **für jede Einreichung/Leistung** gesondert an.

Im Falle eines Gewinnes entstehen keine zusätzlichen Kosten.

Alle Teilnahmegebühren verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer.
Da die Erbringung der Leistung durch den ADC im Jahr 2021 liegt, wird der dann gültige Mehrwersteuersatz angewandt.

*Digitale Freigabe und Zusendungen*

Einreichungen müssen zuerst online angelegt und vom Einreicher verbindlich freigegeben werden. Nach der Freigabe sichtet das ADC Team die digitale Einreichung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln. Anschließend senden die Einreicher **innerhalb von 7 Werktagen** alle Unterlagen (mit dem physischen Material) an das ADC Büro.

*Physische Präsentationsformate Board/Motiv*

Einreichungen mit physischen Boards/Motiven müssen den Druckservice des ADC nutzen, siehe Physische Präsentationsformate.

*Einreichungszulassung*

Einreichungen sind erst zum Wettbewerb zugelassen, wenn **alle relevanten Einreichungsbestandteile und Unterlagen** im ADC Büro eingegangen sind sowie die Gebühren bezahlt wurden.

# Einreichungsprozess

01 Jede Arbeit muss online angelegt werden: Als Einreicher unter adc-wettbewerb.de registrieren und die Rechnungsadresse bestimmen.

02 Kategorie auswählen, Auftraggeber, Produktname und Titel der Arbeit angeben sowie ggf. persönliche Auftragsnummer vergeben. Optionale Rücksendung von physischem Einreichungsmaterial veranlassen.

03 Veröffentlichungsdatum festlegen, Kurzbeschreibung anlegen (Aufgabe, Idee, Lösung max 1.500 Zeichen insgesammt).

04 Namen aller Beteiligter in den Credits angeben.

05 Anzahl der digitalen Bestandteile (Board, Motiv, 3D, Film, Spot, Audio, URL) festlegen
**Achtung:** Hinweise beachten!
Siehe Übersicht – Uploadformate & Gebühren.

06 Einreichung speichern.
Mit Beginn des Uploads der Bestandteile können u.a die Kategorien nicht mehr geändert werden.

07 Uploads durchführen und Titel der Bestandteile vergeben.

08 Ggf. weitere Arbeiten/Leistungen zur Kampagne hinzufügen.

09 Druckdaten für physische Boards/ Motive hochladen.

10 Einreichung verbindlich freigeben. Es ist möglich, mehrere Einreichungen gesammelt freizugeben, indem man diese markiert.

11 Nach der Freigabe wird automatisch eine Rechnung versendet. Für alle gesamt-freigegebenen Einreichungen wird eine Gesamt-Rechnung erzeugt. Für jede einzeln-freigegebene Einreichung wird eine einzelne Rechnung generiert.

12 Nach digitaler Prüfung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln seitens des ADC Teams erhält der Einreicher per E-Mail alle relevanten Unterlagen.

13 Alles ausdrucken! Barcodes, Adressetiketten, Rechnung, Einsendeliste und Einsendeblatt.
**Achtung:** Bitte unterschreiben!

14 Physisches Material (3Ds) entsprechend aufbereiten und mit **Barcodes** versehen (siehe physische Präsentationsformate).

15 Einsendeblatt, Einsendeliste und physisches Material (3Ds) gut verpacken, um Versandbeschädigungen zu vermeiden. Physische Boards/Motive werden über den Druckservice an das ADC Büro versendet.

16 Alle Unterlagen **innerhalb von 7 Werktagen** zum ADC Büro schicken.
**Achtung:** Bitte Adressetiketten verwenden!

## *ADC Support*

Nutzt unsere Einreichungsberatung um Eure Fragen zu klären. Wir stehen Euch gerne via Telefon, Mail, Zoom oder FaceTime zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Euch!

Tel.: +49 (0)30 5900 310 - 55

E-Mail: wettbewerb@adc.de

# Digitale Präsentationsformate

*Bestandteile*

Jede Einreichung besteht aus Bestandteilen, die in digitaler Form in der Teilnahmeplattform hinterlegt werden (Druckdaten für Boards/Motive und für Präsentationszwecke in der ADC App).

Pro Einreichung müssen Bestandteile zusammengestellt und angelegt werden. Die Teilnahmegebühren variieren pro Kategorie je nach Anzahl der Bestandteile.
Siehe Übersicht – Uploadformate & Gebühren

Bei jeder Einreichung besteht die Möglichkeit, die Anzahl der durch den ADC vorgegebenen Bestandteile bis auf 15 zu erweitern. (Ausgeschlossen sind Einreichungen mit max. einem Bestandteil.)
Kosten: 335,- € je weiteres Bestandteil.

Folgende Teil-Formate können je Kategorie zur Auswahl stehen:

- **Board**
- **Motiv**
- **3D**
- **Film / Spot**
- **Audio**
- **URL**

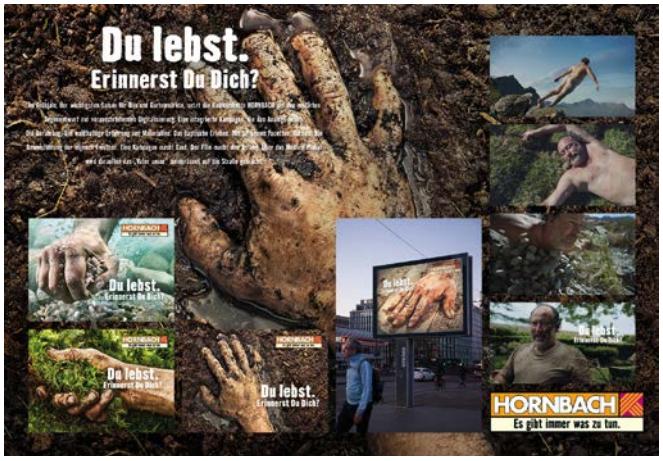
Darüber hinaus bedarf jede Einreichung eines Präsentationsbildes und eines Beschreibungstextes. Je nach Kategorie kann optional/obligatorisch ein Casefilm, eine Zusatzpräsentation und ein Textmanuskript angelegt werden, welche nicht als Bestandteile gelten.

- **Präsentationsbild**
- **Beschreibungstext**
- **Casefilm**
- **Textmanuskript**
- **Zusatzpräsentation**

*Board*

Das Board ist eine Übersicht, die anhand von Visualisierungen und Text (max. 100 Wörter) die Bestandteile des Projektes verständlich macht.
Es wird bei der Anmeldung in digitaler Form (PDF) angelegt. Sollte die Kategorie das Board physisch fordern, wird das Board automatisch via Druckservice an den ADC übermittelt. Physische Kategorien sind der Übersicht – Uploadformate & Gebühren zu entnehmen.

**Querformat, PDF**



*Motiv*

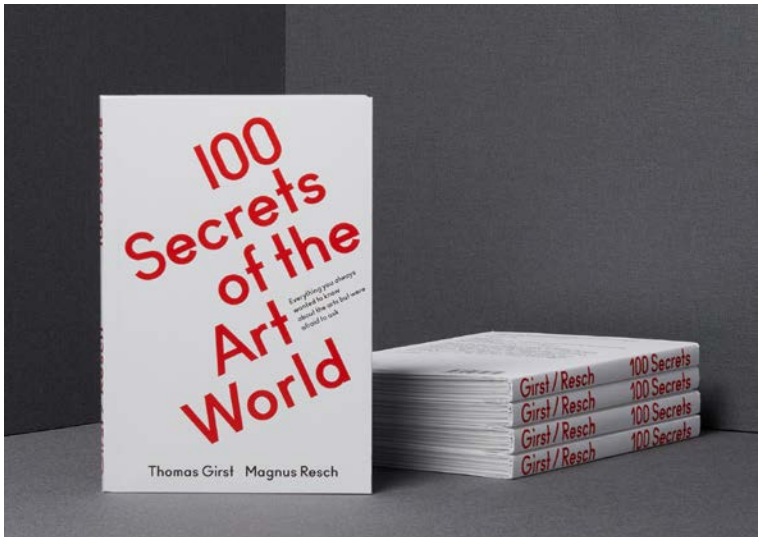
Das Motiv ist ein innerhalb des Projektes entstandenes Ergebnis. Es zeigt ausschließlich EIN Motiv und nicht mehrere. Es wird bei der Anmeldung in digitaler Form (PDF) hinterlegt. Sollte die Kategorie das Board physisch fordern, wird das Board automatisch via Druckservice an den ADC übermittelt. Physische Kategorien sind der Übersicht – Uploadformate & Gebühren zu entnehmen.

**Hoch- oder Querformat, PDF**

*3D*

Ein 3D ist ein innerhalb des Projektes entstandenes Produkt (Beispiele: Magazin, Kalender, Packaging, Mailing usw.). Es wird als Teil in digitaler Form (PDF) mit einer Abbildung angelegt. Kategorien, die ein 3D erfordern, sind der Übersicht – Uploadformate & Gebühren zu entnehmen. Der physische Versand des Belegexemplares an das ADC Büro ist in dieser Kategorie Pflicht.

**Hoch- oder Querformat, PDF**



*Film / Spot*

Ein innerhalb des Projektes entstandener Film oder Spot (kein Casefilm/ Präsentationsfilm).

**max. 600 Sek.**

| | Film SD 4:3 | Film SD 16:9 | Film HD | Film Full HD |
|---|---|---|---|---|
| **Auflösung** | 768 x 576 Px | 1024 x 576 Px | 1280 x 720 Px | 1920 x 1080 Px |
| **Level** | 3/3.1/3.2/4/4.1 | 3/3.1/3.2/4/4.1 | 3/3.1/3.2/4/4.1 | 4/4.1 |
| **Datenrate max.** | 7500 kbit/Sek. | 7500 kbit/Sek. | 15 000 kbit/Sek. | 15 000 kbit/Sek. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Container-Format** | MPEG-4/ Quicktime | **Kanäle** | Stereo |
| **Codec** | H.264 | **Codec** | AAC |
| **Framerate** | 25 fps | **Sample-Rate** | 48 kHz/16 Bit |
| **PAR** | quadratisch/ 1:1 | **Datenrate** | max. 384 kbit/Sek. |
| **Profil** | Base/Main/High | **Aussteuerung** | 10 LU (– 13LUFS) mit –1 dB True Peak |

*Audio*

Eine innerhalb des Projektes entstandene Audio-Datei.

**max. 600 Sek.**

| | |
|---|---|
| **Kanäle** | Stereo |
| **Container-Format** | MP3 |
| **Codec** | MPEG-1 Audio Layer 3 |
| **Sample-Rate** | 44,1 oder 48 kHZ/16 Bit |
| **Datenrate** | max. 384 kbit/Sek. |
| **Aussteuerung** | 0 dBFS |

*URL*

Eine URL, die Bestandteil des Projekts war oder das Projekt beschreibt. Zulässig sind Links zu einer Website, zu einer Social-Media-Seite, zu einem Download (z. B. App), zu einem Film/Spot oder zu einer Landingpage, welche die Case-Study zeigt. **Achtung:** Anonyme Aufbereitung!

**Aktiv bis Ende Mai 2021**

**Angabe bei Passwort-geschützten Seiten –**
**Benutzer: adcwettbewerb / Passwort: adc2021**

**Angabe von „http://“ oder „https://“**

*Präsentationsbild*

Jede Kategorie benötigt ein Präsentationsbild, das repräsentativ für die Arbeit steht. Es kann identisch sein zu einem als Teil angelegtem PDF.
Es ist kein Bestandteil der Jurierung und wird nicht physisch eingesandt.

**Hoch- oder Querformat, JPG**
**min. 1024 pro Bildkante und max. 2048 insgesamt**

*Beschreibungstext*

Jede Kategorie benötigt einen Beschreibungstext, inhaltlich unterteilt in Aufgabe, Idee und Lösung. Er dient dem Verständnis der Jury und dem ADC Wettbewerbsteam beim Sichten der Einreichung.

**jeweils max. 500 Zeichen**
**inklusive Leerzeichen für Aufgabe, Idee, Lösung**
**(insgesamt 1.500 Zeichen)**

*Casefilm*

Der Casefilm (Präsentationsfilm) beschreibt das Projekt und gibt einen audiovisuellen Überblick zur Einreichung. Kategorien, in denen Casefilme obligatorisch oder optional angelegt werden, sind der Übersicht – Uploadformate & Gebühren zu entnehmen

**max. 180 Sek. (Specs siehe Film / Spot)**

*Textmanuskript*

Das Textmanuskript gibt ausschließlich den Text der innerhalb des Projektes entstandenen Ergebnisse wieder (Beispiel: eine Abschrift eines Radiospots oder der Claim einer Print-Anzeige). Kategorien, in denen ein Textmanuskript obligatorisch angelegt werden muss, sind der Übersicht – Uploadformate & Gebühren zu entnehmen.

**max. 7.000 Zeichen inklusive Leerzeichen**

*Zusatzpräsentation*

Die Einreicher hat die Möglichkeit, bis zu 3 weitere Präsentationsformate als Support-Material (Film/Spot, Casefilm, Audio, URL) zu einer Kategorie hinzuzubuchen (170,– €). Welche Formate in den Kategorien gezeigt werden können, ist der Übersicht – Uploadformate & Gebühren zu entnehmen. Digitale Zusatzpräsentationen müssen nicht physisch eingesandt werden.

**Specs siehe jeweiliges Format**

# Physische Präsentationsformate

*Physisches Einreichungsmaterial*

Kategorien, die physisches Einreichungsmaterial für Boards, Motive und 3Ds erfordern, sind der Übersicht – Uploadformate & Gebühren zu entnehmen. Boards/Motive werden automatisch über den ADC Druckservice produziert und an das ADC Büro versand. Die Abrechnung der Kosten für den Pappendruck erfolgt zzgl. der Teilnahmegebühren.

Nach der Freigabe sichtet das ADC Team die digitale Aufbereitung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln. Anschließend erhält der Einreicher via E-Mail folgende Unterlagen:

- **Einsendeblatt (pro Einreichung) – ausdrucken**
- **Einsendeliste (alle Einreichungen) – ausdrucken und unterschreiben**
- **Barcode für 3Ds – ausdrucken und am physischen Teil anbringen.**
- **Adressetiketten – ausdrucken und an Versandmaterial anbringen**

Innerhalb von 7 Werktagen müssen alle Unterlagen mit dem physischen Material im ADC Büro eintreffen (siehe Einreichungsprozess).

*Board/Motiv*

Physische Boards/Motive werden auf der ADC Plattform als Druckdaten hinterlegt und vom ADC Druckservice an das ADC Büro übermittelt.

**BOARD**
**DIN A2 quer**
(594mm x 420mm)
Informationen ADC Druckservice beachten!

**Preis je Board**
30,– € zzgl. MwSt.

**MOTIV**
**DIN A2 quer**
(594mm x 420mm)

**DIN A2 hoch**
(594mm x 420 mm)
Informationen ADC Druckservice beachten!

**Preis je Motiv**
30,– € zzgl. MwSt.

*3D*

Ein physisches 3D ist das Belegexemplar zum als Teil angelegten PDF. (Auch Bücher, Magazine, Zeitungen etc. müssen als PDF hochgeladen werden.)

- **Maße max. 70 cm x 70 cm x 70 cm**
- **Barcode am 3D oder an einer separaten Umverpackung (Briefumschlag, Klarsichthülle etc.) anbringen**

**Achtung:** Über- bzw. Sonderformate können nur nach vorheriger Rücksprache mit dem ADC Büro zugelassen werden.
Bitte keine Datenträger (CD-ROM, USB-Stick etc.) versenden!

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de
www.adc.de

**FORMAT INKL. ANSCHNITT**
- Beschnitt: 3 mm an jeder Seite
- Querformat: 600 x 426 mm
- Hochformat: 426 x 600 mm
- Vollformatige Bilder, Farbflächen und Grafiken komplett bis ans Ende des Beschnitts anlegen
- Trimbox definieren
- KEINE Schnittmarken, Passermarken, Kontrollstreifen oder Seiteninformationen exportieren!

**ENDFORMAT**
- Querformat: 594 x 420 mm
- Hochformat: 420 x 594 mm

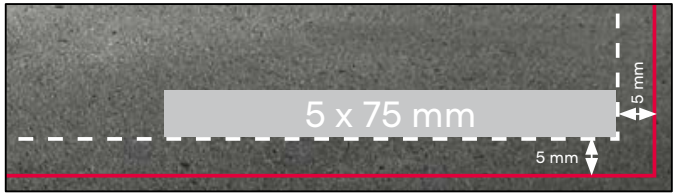
**HILFSLINIE SICHERHEITABSTAND**
Sicherheitsabstand für Text und wichtigen Inhalt: 5 mm an jeder Seite
- Querformat: 584 x 410 mm
- Hochformat: 410 x 584 mm

**DATEI**
- Dateityp: PDF
- Dateigröße: max. 60 MB
- PDF Standard: PDF-X3:2002
- Kompatibilität: Acrobat 4 (PDF 1.3)
- Auflösung: 300 dpi
- Farbraum: nur CMYK, kein RGB
- Zielfarbraum: ISO-Coated V2 300 %
- Transparenzen reduziert
- Schriften eingebettet
- Haarlinien werden automatisch auf 0,076 mm gesetzt
- Min Schriftgröße: 5pt (schwarz), 8pt (CMYK)

**ACHTUNG**
Es wird vom ADC automatisch
eine graue Box auf das Motiv platziert:

Position der Box
von unten: 5 mm nach Innen vom Endformat
von rechts: 5 mm nach Innen vom Endformat

Größe der Box: 5 x 75 mm




Bitte in diesem Bereich keine Texte oder wichtigen Inhalt platzieren!

Bei Fragen stehen wir gerne zur Verfügung!

ReproCourier
Ringbahnstraße 16/18/20
12099 Berlin
Tel.: 030 - 4 64 45 61
Email: adc@reprocourier.de
www.reprocourier.de

# Kategorien

# Kategorienübersicht – ADC Wettbewerb 2021

Art Directors Club

## 1 BRAND BUILDING

### 1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN
1 Unternehmen / Organisation / Institution
2 Produkt / Dienstleistung / Event
3 Franchise
4 Sonstiges

### 2 BRAND COMMUNI-CATION
1 Integrated
2 Integrated Online only
3 Mobile / Online Media
4 Print Media
5 Out-of-Home / Ambient Media
6 Audio Media
7 TV / Cinema Media
8 Sonstiges

### 3 BRAND PR
1 Influencer Marketing
2 Crisis Communication
3 Brand Partnership / Sponsoring
4 Employer Branding
5 Branded Content /Entertainment
6 Sonstiges

### 4 BRAND DIALOG
1 B2B
2 B2C

## 2 ACTIVATION

### 1 ADVERTI-SING
1 Integrated
2 Integrated Online Only
3 Mobile / Online Media
4 Print Media
5 Out-of-Home / Ambient Media
6 Audio Media
7 TV / Cinema Media
8 Sonstiges

### 2 PROMOTI-ON
1 B2C Aktionen
2 B2C Werbemittel
3 B2B Aktionen
4 B2B Werbemittel
5 User Generated Content
6 Sonstiges

### 3 PR ACTIVATION
1 Product PR
2 Cause Related Marketing
3 Agenda Surfing
4 Public Affairs
5 Sonstiges

### 4 DIALOG ACTIVATION
1 B2B
2 B2C

## 3 DIGITAL EXPERIENCE

### 1 DIGITAL PRODUCT/ SERVICE
1 Applications
2 Games
3 Virtual Reality
4 Augmented Reality
5 Digitale Installationen
6 E-Commerce
7 Content Management
8 Voice / Conversationals
9 Internet of Things
10 Service Design
11 Sonstiges

### 2 HARDWARE/ SOFTWARE SYSTEMS
1 Consumer Products
2 Industrial Products
3 Sonstiges

### 3 DIGITAL CRAFT
1 Creative Use of UX
2 Creative Use of Code
3 Creative Use of Data
4 Creative Use of Technology
5 Creative Use of AI / Machine Learning
6 Creative Use of Voice
7 Sonstiges

## 4 SPATIAL EXPERIENCE

### 1 EXHIBITION
1 Exhibition for Brand
2 Exhibition for Subject
3 Hybrid Exhibition for Brand
4 Hybrid Exhibition for Subject
5 Exhibition Craft

### 2 EVENT
1 Event
2 Hybrid Event
3 Online Event
4 Event Craft

### 3 PUBLIC SPACE
1 Interior
2 Urban Design
3 Service Design

### 4 CORONA CANCELLED PROJECTS
1 Exhibition
2 Event
3 Public Space

## 5 PUBLISHING

### 1 EDITORIAL
1 Magazin
2 Zeitung
3 Buch
4 Mobile / Online Media
5 Crossmedia / Special Uses
6 Sonstiges

### 2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING
1 Magazin
2 Zeitung
3 Buch
4 Online Media
5 Crossmedia / Special Uses
6 Sonstiges

## 6 COPY

### 1 COMMER-CIAL
1 Commercial Copy

### 2 EDITORIAL
1 Editorial Copy

### 3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING
1 Copy

### 4 STORYTEL-LING
1 Storytelling

## 7 DESIGN

### 1 GRAPHIC DESIGN
1 Print Media
2 Public Space Media
3 Crossmedia / Special Uses

### 2 INTERFACE DESIGN
1 Mobile Interactive Media
2 Stationary Interactive Media

### 3 MOTION DESIGN
1 Motion Design

### 4 PACKAGING DESIGN
1 Packages

### 5 PRODUCT DESIGN
1 Products

## 8 IMAGERY

### 1 PHOTOGRA-PHY
1 Photography

### 2 ILLUSTRATI-ON
1 Illustration

### 3 POST-PRODUC-TION / CGI
1 Post-production / CGI for Photography
2 Post-production / CGI for Illustration
3 Hybrid Post-production / CGI

## 9 AUDIO

### 1 RADIO / ONLINE
1 Radio/Online Media

### 2 PUBLISHING
1 Publishing Media
2 Podcast/Webcast Ads

### 3 AUDIO DESIGN
1 Audio Design

### 4 MUSIC
1 Music

### 5 AUDIO DESIGN AND MUSIC
1 Overall Audio Piece

### 6 AUDIO CRAFT
1 Audio Craft

## 10 FILM

### 1 LIVE ACTION FILM
1 Film for TV / Cinema
2 Film for Mobile / Online Media
3 Music Video
4 Film for Publishing
5 Film Craft
6 Sonstiges

### 2 ANIMATED FILM
1 Animation for TV / Cinema
2 Animation for Mobile / Online
3 Media
4 Music Video
5 Animation for Publishing
6 Animation Craft
7 Sonstiges

## 11 EXPERIMENT / COMMUNI-CATION ARTS

### 1 MANDATE

### 2 INDEPEN-DENT

## 12 INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY

### 1 CONCEPT

### 2 PROTOTYPE

### 3 INNOVATIVE USE OF MEDIA

# Defintionen, Uploadformate & Gebühren

*Bestandteile*

- **Film-/Spotdatei**
- **Audiodatei**
- **URL Link**
- **PDF Datei mit Motiv/Board**
- **3D PDF (Bild vom 3D Bestandteil)**

*Anzahl Bestandteile*

Gibt die minimale und maximale Anzahl der Bestandteile pro Kategorie vor. Bei pauschalen Einreichungen kann die Anzahl der Bestandteile für einen Aufpreis von 335,- € pro Bestandteil auf maximal 15 Bestandteile erhöht werden. (Ausgeschlossen sind alle Einreichungen mit einer maximalen Bestandteileanzahl von einem Bestandteil.)

In einigen Kategorien ist es möglich, nur für ein Bestandteil zu bezahlen. Ab dem zweiten Bestandteil der Einreichung wird die Einreichung pauschal abgerechnet. Alle Gebühren verstehen sich zzgl. Mehrwertsteuer.

*Physische Einreichung*

Das als PDF hochgeladene 3D als Belegexemplar an das ADC Büro senden, siehe Physische Präsentationsformate

Motiv/Board: Das als Bestandteil hochgeladene PDF wird über den ADC direkt gedruckt. Es werden keine eingesendeten Pappen akzeptiert!

*Digitale Präsentation*

- **Casefilme**
- **Zusatzpräsentationen**
- **Textmanuskripte**
- **Kurzbeschreibungen**
- **Präsentationsbilder**

gelten NICHT als Bestandteil und müssen dem ADC nur digital vorliegen.

*Kategorien*

- **1. BRAND BUILDING**
- **2. ACTIVATION**
- **3. DIGITAL EXPERIENCE**
- **4. SPATIAL EXPERIENCE**
- **5. PUBLISHING**
- **6. COPY**
- **7. DESIGN**
- **8. IMAGERY**
- **9. AUDIO**
- **10. FILM**
- **11. EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS**
- **12. INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY**

# 1. BRAND BUILDING

Kommunikationsideen, die vorwiegend der dauerhaften Wahrnehmung, Etablierung oder Positionierung von Unternehmen, Institutionen, Stiftungen oder sonstigen Organisationen sowie von Produkten oder Dienstleistungen als Marke dienen.

## 1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN

### 1 UNTERNEHMEN / ORGANISATION / INSTITUTION

1 Crossmediale Konzeption (Neu)
2 Crossmediale Konzeption (Redesign)

### 2 PRODUKT / DIENSTLEISTUNG / EVENT

1 Crossmediale Konzeption (Neu)
2 Crossmediale Konzeption (Redesign)

### 3 FRANCHISE

1 Crossmediale Konzeption (Neu)
2 Crossmediale Konzeption (Redesign)

### 4 SONSTIGES

1 Sonstiges

## 2 BRAND COMMUNICATION

### 1 INTEGRATED

1 Crossmediale Kampagne

### 2 INTEGRATED ONLINE ONLY

1 Crossmediale Online-/ Social-Media-Kampagne

### 3 MOBILE/ONLINE MEDIA

1 Web-/Microsite
2 App
3 Portal
4 Plattform
5 Display
6 Terminal
7 Sonstiges

### 4 PRINT MEDIA

1 Anzeige (einzeln)
2 Anzeige (Serie)
3 Plakat (einzeln)
4 Plakat (Serie)
5 Broschüre (einzeln)
6 Broschüre (Serie)
7 Sonstiges

### 5 OUT-OF-HOME/ AMBIENT MEDIA

1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln)
2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie)
3 Digital Out-of-Home
4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media
5 Sonstiges

### 6 AUDIO MEDIA

1 Radiospot (einzeln)
2 Radiospot (Serie)
3 Pre-, Mid- und Post-roll Ads
4 Podcast/Webcast (Ausgabe)
5 Podcast/Webcast (Serie)
6 Sonstiges

### 7 TV/CINEMA MEDIA

1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)
2 TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)
3 TV-/Kinospot (Serie)
4 Digital Mobile Only (einzeln)
5 Digital Mobile Only (Serie)
6 Digital Pre-roll Ads (einzeln)
7 Digital Pre-roll Ads (Serie)
8 Online-Film (einzeln)
9 Online-Film (Serie)
10 Point-of-Sale-Film
11 Kurzfilm/Sonderformat
12 Public-Service-Film
13 Film für Unternehmensdarstellung
14 Filmische Dokumentation
15 Taktischer Film
16 Sonstiges

### 8 SONSTIGES

1 Sonstiges

## 3 BRAND PR

### 1 INFLUENCER MARKETING

1 Influencer Marketing (Einzelaktion)
2 Influencer Marketing (Serie)

### 2 CRISIS COMMUNICATION

1 Crisis Communication (Einzelaktion)
2 Crisis Communication (Serie)

### 3 BRAND PARTNERSHIP / SPONSORING

1 Brand Partnership/Sponsoring (Einzelaktion)
2 Brand Partnership/Sponsoring (Serie)

### 4 EMPLOYER BRANDING

1 Employer Branding (Einzelaktion)
2 Employer Branding (Serie)

### 5 BRANDED CONTENT/ ENTERTAINMENT

1 Publikation
2 Event/Live Experience
3 Video / Film
4 Audio
5 Game
6 Social Media Activation
7 Sonstiges

### 6 SONSTIGES

1 Sonstiges

## 4 BRAND DIALOG

### 1 B2B

1 Mailing/Postsendung
2 E-Mail
3 Printanzeige
4 Crossmediale Kampagne
5 Mobile/Online
6 Social Media
7 Content Marketing
8 Broadcast
9 Sonstiges

### 2 B2C

1 Mailing/Postsendung
2 E-Mail
3 Printanzeige
4 Crossmediale Kampagne
5 Mobile/Online Media
6 Social Media
7 Content Marketing
8 Broadcast
9 Sonstiges

# 1. BRAND BUILDING

Kommunikationsideen, die vorwiegend der dauerhaften Wahrnehmung, Etablierung oder Positionierung von Unternehmen, Institutionen, Stiftungen oder sonstigen Organisationen sowie von Produkten oder Dienstleistungen als Marke dienen.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN**<br>Auch Corporate Identity/Corporate Design oder Visual Identity genannt. Gestaltungsideen, die einer Marke in allen Medien sensuell bzw. sinnlich wahrnehmbar Persönlichkeit, Charakter und damit Bedeutung, Eigenständigkeit und Wiedererkennbarkeit verleihen. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 UNTERNEHMEN / ORGANISATION / INSTITUTION** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Crossmediale Konzeption (Neu) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 2 Crossmediale Konzeption (Redesign) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| **2 PRODUKT / DIENSTLEISTUNG / EVENT** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Crossmediale Konzeption (Neu) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 2 Crossmediale Konzeption (Redesign) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| **3 FRANCHISE** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Crossmediale Konzeption (Neu) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 2 Crossmediale Konzeption (Redesign) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| **4 SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Sonstiges | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |

# 1. BRAND BUILDING

Kommunikationsideen, die vorwiegend der dauerhaften Wahrnehmung, Etablierung oder Positionierung von Unternehmen, Institutionen, Stiftungen oder sonstigen Organisationen sowie von Produkten oder Dienstleistungen als Marke dienen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **2** | **BRAND COMMUNICATION** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Kommunikationsideen mit dem Ziel, ein (Vertrauens-)Verhältnis zu einer Marke aufzubauen. In dieser Kategorie geht es ausschließlich um die langfristige Positionierung und Profilierung auf einem Markt. Es geht in erster Linie um die „große (Leit-)Idee", um Sinn und Zweck, um die Bedeutung einer Marke (= Markenkern aka Brand Identity aka Purpose). | *Anmerkung: Es gibt Ideen, bei denen es schwerfallen wird, zwischen Brand Communication und Advertising zu unterscheiden. Diese Arbeiten sind jedoch die Ausnahme und nicht die Regel. Sollte diese Ausnahme der Fall sein, gibt es zwei Möglichkeiten: für eine Kategorie entscheiden oder in beide Kategorien einreichen.* | | | | | | | | *Weitere Anmerkung: Der Unterschied von Advertising zu Brand Communication: Activation Ideen kommunizieren vorrangig ganz konkrete Angebote, in der Regel Nutzen oder Vorteile von Dienstleistungen und Produkten.* | | | | | | | |
| **1** | **INTEGRATED** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Crossmediale Kampagne | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 900,- |
| **2** | **INTEGRATED ONLINE ONLY** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Crossmediale Online-/Social-Media-Kampagne | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 900,- |
| **3** | **MOBILE/ONLINE MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Web-/Microsite | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 2 | App | | | | Download | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 3 | Portal | E-Commerce-Sites, Websites oder Plattformen sowie Portale. | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 4 | Plattform | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 5 | Display | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 6 | Terminal | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 7 | Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **4** | **PRINT MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Anzeige (einzeln) | Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenz eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden | | | | Motiv | | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 2 | Anzeige (Serie) | Zusammenhängende Serien mit mind. zwei Bestandteilen. Je Serie darf auch ein Bestandteil in der Kategorie (einzeln) eingereicht werden. | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | | 610,- |

# 1. BRAND BUILDING

Kommunikationsideen, die vorwiegend der dauerhaften Wahrnehmung, Etablierung oder Positionierung von Unternehmen, Institutionen, Stiftungen oder sonstigen Organisationen sowie von Produkten oder Dienstleistungen als Marke dienen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 3 Plakat (einzeln) | Plakate digital als Motiv anlegen und Belegexemplar einsenden – bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert. | | | | Motiv | | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 4 Plakat (Serie) | Plakate digital als Motiv anlegen und Belegexemplar einsenden – bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert. Zusammenhängende Serien mit mind. zwei Bestandteilen. Je Serie darf auch ein Bestandteil in der Kategorie (einzeln) eingereicht werden. | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 5 Broschüre (einzeln) | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 6 Broschüre (Serie) | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 7 Sonstiges | | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln) | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie) | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 3 Digital Out-of-Home | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335.- | 610,- |
| 5 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335.- | 610,- |
| **6 AUDIO MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Radiospot (einzeln) | Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden. | | ✔ | | | | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 2 Radiospot (Serie) | | | ✔ | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610.- |
| 3 Pre-, Mid- und Post-roll Ads | | | ✔ | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 4 Podcast/Webcast (einzeln) | Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen | | ✔ | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | ✔ | ✔ | ✔ | 210,- | |
| 5 Podcast/Webcast (Serie) | Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen | | ✔ | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | ✔ | ✔ | ✔ | | 400,- |
| 6 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **7 TV/CINEMA MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden) | Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | |

# 1. BRAND BUILDING

Kommunikationsideen, die vorwiegend der dauerhaften Wahrnehmung, Etablierung oder Positionierung von Unternehmen, Institutionen, Stiftungen oder sonstigen Organisationen sowie von Produkten oder Dienstleistungen als Marke dienen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 2 | TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden) | Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 3 | TV-/Kinospot (Serie) | | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610.- |
| 4 | Digital Mobile Only (einzeln) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen. | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 5 | Digital Mobile Only (Serie) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen. | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 6 | Digital Pre-roll Ads (einzeln) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 7 | Digital Pre-roll Ads (Serie) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 8 | Online-Film (einzeln) | Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 9 | Online-Film (Serie) | Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 10 | Point-of-Sale-Film | Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 11 | Kurzfilm/Sonderformat | Filme, die für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert sind, (z.B. Digital Outdoor, Mobiltelefon, Projektion). | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 12 | Public-Service-Film | | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 13 | Film für Unternehmensdarstellung | Filme, die Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellen (z.B. Imagefilm). | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 14 | Filmische Dokumentation | | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 15 | Taktischer Film | | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 16 | Sonstiges | | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **8** | **SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |

# 1. BRAND BUILDING

Kommunikationsideen, die vorwiegend der dauerhaften Wahrnehmung, Etablierung oder Positionierung von Unternehmen, Institutionen, Stiftungen oder sonstigen Organisationen sowie von Produkten oder Dienstleistungen als Marke dienen.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **3 BRAND PR** | Ideen mit dem Ziel, eine Marke positiv in der Öffentlichkeit darzustellen, oder Ideen, die im Sinne einer Marke Beziehungen zu Stakeholdern aufbauen und pflegen. Brand PR (Public Relations) nutzt vor allem die Bedeutung und Reichweite von Multiplikatoren (z.B. Journalisten, Influencer) für eine Marke sowie eigene Medienkanäle (Owned Media) und kommuniziert ausschließlich Inhalte und Themen, die eine Marke profilieren und positionieren (= Markenkern aka Brand Identity aka Purpose). Des Weiteren verknüpfen Brand-PR-Ideen Markenbotschaften oft gezielt mit konkreten Anlässen. Darüber hinaus geht es um Ideen, die in Krisenzeiten Schadensbegrenzung für eine Marke betreiben.<br>*Anmerkung: Nicht alles, was „Buzz" erzeugt, ist PR, auch Brand Communication oder Advertising und Promotion zielen oft auch darauf ab, „Buzz" und damit „Earned Media" zu generieren.* | | | | | | | | *Weitere Anmerkung: Der Unterschied von PR Activation zu Brand PR: PR Activation Ideen kommunizieren vorrangig ganz konkrete Angebote, in der Regel Nutzen oder Vorteile von Dienstleistungen und Produkten.* | | | | | | | |
| **1 INFLUENCER MARKETING** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Influencer Marketing (Einzelaktion) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 1 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 2 Influencer Marketing (Serie) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| **2 CRISIS COMMUNICATION** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Crisis Communication (Einzelaktion) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 1 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 2 Crisis Communication (Serie) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| **3 BRAND PARTNERSHIP / SP ONSORING** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Brand Partnership/Sponsoring (Einzelaktion) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 1 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 2 Brand Partnership/Sponsoring (Serie) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| **4 EMPLOYER BRANDING** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Employer Branding (Einzelaktion) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 1 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 2 Employer Branding (Serie) | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| **5 BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Publikation | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 2 Event/Live Experience | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |

# 1. BRAND BUILDING

Kommunikationsideen, die vorwiegend der dauerhaften Wahrnehmung, Etablierung oder Positionierung von Unternehmen, Institutionen, Stiftungen oder sonstigen Organisationen sowie von Produkten oder Dienstleistungen als Marke dienen.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 3 Video / Film | | ✓ | | | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 4 Audio | | | ✓ | | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 5 Game | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 6 Social Media Activation | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| 7 Sonstiges | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| **6 SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Sonstiges | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 900,- |
| **4 BRAND DIALOG** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Kommunikationsideen, die den Dialog einer Marke zu einer exakt definierten und genau abgegrenzten Zielgruppe anstreben, indem bestehende Beziehungen der Zielpersonen zur Marke so individuell wie möglich ausgewertet, genutzt und vertieft werden. In der Regel lösen Dialogideen eine gezielte Reaktion aus (Response). | Dafür werden vor allem Medien genutzt, die eine individuelle Ansprache und eine entsprechende Reaktion möglich machen. Brand Dialog kommuniziert ausschließlich Inhalte und Themen, die eine Marke profilieren und positionieren (= Markenkern aka Brand Identity aka Purpose). | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 B2B** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Mailing/Postsendung | Ein physisches personalisiertes oder nicht personalisiertes Mailing direkt an den Konsumenten. | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 2 E-Mail | Eine digitale personalisierte oder nicht personalisierte Mail direkt an den Konsumenten. | | | | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 3 Printanzeige | Eine Print-Anzeige, die im Dialog zur Zielgruppe steht. | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 4 Crossmediale Kampagne | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 5 Mobile/Online | SMS, MMS, Bluetooth und andere mobile Kommunikation. | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 6 Social Media | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 7 Content Marketing | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |

# 1. BRAND BUILDING

Kommunikationsideen, die vorwiegend der dauerhaften Wahrnehmung, Etablierung oder Positionierung von Unternehmen, Institutionen, Stiftungen oder sonstigen Organisationen sowie von Produkten oder Dienstleistungen als Marke dienen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestand-teile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmege-bühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 8 Broadcast | Film und Audio, z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast. | ✔ | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 9 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **2 B2C** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Mailing/Postsendung | Ein physisches personalisiertes oder nicht personalisiertes Mailing direkt an den Konsumenten. | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 2 E-Mail | Eine digitale personalisierte oder nicht personalisierte Mail direkt an den Konsumenten. | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 3 Printanzeige | Eine Print-Anzeige, die im Dialog zur Zielgruppe steht. | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 4 Crossmediale Kampagne | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 610.- |
| 5 Mobile/Online Media | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 6 Social Media | Speziell für ein Social Network oder eine Social Community entwickelte Dialogmaßnahme. Diese nutzen Gruppendynamiken, bedienen sich sozialer Regeln und spielen mit dem Drang, innerhalb eines Social Networks tatsächlich auch zu interagieren, virtuelle Erlebnisse zu teilen etc. | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 7 Content Marketing | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 8 Broadcast | Film und Audio, z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast. | ✔ | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 9 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |

# 2. ACTIVATION

Art Directors Club

Ideen, die zeitlich begrenzt Aufmerksamkeit erregen, mit der Absicht, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen oder Verhalten und Meinungen zu ändern. In dieser Kategorie geht es vor allem um die Durchsetzung von ganz konkreten unternehmerischen, ökologischen, gesellschaftlichen, kulturellen oder politischen Zielen.

## 1 ADVERTISING

### 1 INTEGRATED

1 Crossmediale Kampagne

### 2 INTEGRATED ONLINE ONLY

1 Crossmediale Online/Social Media Kampagne

### 3 MOBILE/ONLINE MEDIA

1 Web-/Microsite
2 App
3 Portal
4 Plattform
5 Display
6 Terminal
7 Targeting/Real-time Advertising
8 Sonstiges

### 4 PRINT MEDIA

1 Anzeige (einzeln)
2 Anzeige (Serie)
3 Plakat (einzeln)
4 Plakat (Serie)
5 Broschüre (einzeln)
6 Broschüre (Serie)
7 Sonstiges

### 5 OUT-OF-HOME/ AMBIENT MEDIA

1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln)
2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie)
3 Digital Out-of-Home
4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media
5 Sonstiges

### 6 AUDIO MEDIA

1 Radiospot (einzeln)
2 Radiospot (Serie)
3 Pre-, Mid- und Post-roll Ads
4 Podcast/Webcast (Ausgabe)
5 Podcast/Webcast (Serie)
6 Sonstiges

### 7 TV/CINEMA MEDIA

1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)
2 TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)
3 TV-/Kinospot (Serie)
4 Digital Mobile Only (einzeln)
5 Digital Mobile Only (Serie)
6 Digital Pre-roll Ads (einzeln)
7 Digital Pre-roll Ads (Serie)
8 Online-Film (einzeln)
9 Online-Film (Serie)
10 Point-of-Sale-Film
11 Kurzfilm/Sonderformat
12 Public-Service-Film
13 Film für Unternehmensdarstellung
14 Filmische Dokumentation
15 Taktischer Film
16 Sonstiges

### 8 PRINT MEDIA

1 Anzeige (einzeln)
2 Anzeige (Serie)
3 Plakat (einzeln)
4 Plakat (Serie)
5 Broschüre (einzeln)
6 Broschüre (Serie)
7 Sonstiges

### 9 SONSTIGES

1 Sonstiges

## 2 PROMOTION

### 1 B2C AKTIONEN

1 B2C Aktion (einzeln)
2 B2C Aktion (Serie)

### 2 B2C WERBEMITTEL

1 B2C Werbemittel

### 3 B2B AKTIONEN

1 B2B Aktion (einzeln)
2 B2B Aktion (Serie)

### 4 B2B WERBEMITTEL

1 B2B Werbemittel

### 5 USER GENERATED CONTENT

1 User Generated Content

### 6 SONSTIGES

1 Sonstiges

## 3 PR ACTIVATION

### 1 PRODUCT PR

1 Product PR (Einzelaktion)
2 Product PR (Serie)

### 2 CAUSE RELATED MARKETING

1 Cause Related Marketing (Einzelaktion)
2 Cause Related Marketing (Serie)

### 3 AGENDA SURFING

1 Agenda Surfing

### 4 PUBLIC AFFAIRS

1 Public Affairs

### 5 SONSTIGES

1 Sonstiges

## 4 DIALOG ACTIVATION

### 1 B2B

1 Dialog Crossmediale Kampagne
2 Dialog Mailing/Postsendung
3 Dialog E-Mail
4 Dialog Printanzeige
5 Dialog Mobile
6 Dialog Online/Social Media
7 Dialog Content Marketing
8 Dialog Broadcast
9 Sonstiges

### 2 B2C

1 Dialog Crossmediale Kampagne
2 Dialog Mailing/Postsendung
3 Dialog E-Mail
4 Dialog Printanzeige
5 Dialog Mobile
6 Dialog Online/Social Media
7 Dialog Content Marketing
8 Dialog Broadcast
9 Sonstiges

# 2. ACTIVATION

Ideen, die zeitlich begrenzt Aufmerksamkeit erregen, mit der Absicht, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen oder Verhalten und Meinungen zu ändern. In dieser Kategorie geht es vor allem um die Durchsetzung von ganz konkreten unternehmerischen, ökologischen, gesellschaftlichen, kulturellen oder politischen Zielen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1 ADVERTISING** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ideen mit dem Ziel, Produkte oder sonstige Leistungen einer Marke bekannt, interessant und relevant zu machen. Advertising-Ideen kommunizieren vorrangig ganz konkrete Angebote, in der Regel Dienstleistungs- bzw. Produktnutzen, Dienstleistungs- oder Produktvorteile. | In dieser Kategorie geht es auch um Ideen für Institutionen, Parteien, NGOs oder NPOs, die für konkrete Ziele und/oder um finanzielle Unterstützung werben. | | | | | | | | *Anmerkung: Der Unterschied von Advertising zu Brand Communication: Bei Brand PR Ideen geht es in erster Linie um Sinn, Zweck und Bedeutung einer Marke, um den Markenkern aka Brand Identity aka Purpose.* | | | | | | | |
| **1 INTEGRATED** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Crossmediale Kampagne | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 900,- |
| **2 INTEGRATED ONLINE ONLY** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Crossmediale Online/Social Media Kampagne | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 900,- |
| **3 MOBILE/ONLINE MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Web-/Microsite | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 2 App | | | | Download | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 3 Portal | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 4 Plattform | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 5 Display | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 6 Terminal | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 7 Targeting/Real-time Advertising | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 8 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **4 PRINT MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Anzeige (einzeln) | Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenz eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden | | | | Motiv | | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 2 Anzeige (Serie) | Zusammenhängende Serien mit mind. zwei Bestandteilen. Je Serie darf auch ein Bestandteil in der Kategorie (einzeln) eingereicht werden. | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | | 610,- |

# 2. ACTIVATION

Ideen, die zeitlich begrenzt Aufmerksamkeit erregen, mit der Absicht, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen oder Verhalten und Meinungen zu ändern. In dieser Kategorie geht es vor allem um die Durchsetzung von ganz konkreten unternehmerischen, ökologischen, gesellschaftlichen, kulturellen oder politischen Zielen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 3 Plakat (einzeln) | Plakate digital als Motiv anlegen und Belegexemplar einsenden – bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert. Motive, die nicht Bestandteil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden. | | | | Motiv | | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 4 Plakat (Serie) | Plakate digital als Motiv anlegen und Belegexemplar einsenden – bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert. Mit mind. 2 Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden. | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 5 Broschüre (einzeln) | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 6 Broschüre (Serie) | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 7 Sonstiges | | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln) | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie) | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 3 Digital Out-of-Home | | ✔ | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335.- | 610,- |
| 5 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335.- | 610,- |
| **6 AUDIO MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Radiospot (einzeln) | Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden. | | ✔ | | | | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 2 Radiospot (Serie) | | | ✔ | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 3 Pre-, Mid- und Post-roll Ads | | | ✔ | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 4 Podcast/Webcast (einzeln) | Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen | | ✔ | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | ✔ | ✔ | ✔ | 210,- | |
| 5 Podcast/Webcast (Serie) | Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen | | ✔ | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | ✔ | ✔ | ✔ | | 400,- |
| 4 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **7 TV/CINEMA MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden) | Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden. | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | |

# 2. ACTIVATION

Ideen, die zeitlich begrenzt Aufmerksamkeit erregen, mit der Absicht, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen oder Verhalten und Meinungen zu ändern. In dieser Kategorie geht es vor allem um die Durchsetzung von ganz konkreten unternehmerischen, ökologischen, gesellschaftlichen, kulturellen oder politischen Zielen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 2 | TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden) | Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden. | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 3 | TV-/Kinospot (Serie) | Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610.- |
| 4 | Digital Mobile Only (einzeln) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen. | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 5 | Digital Mobile Only (Serie) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen. | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 6 | Digital Pre-roll Ads (einzeln) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen. | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 7 | Digital Pre-roll Ads (Serie) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen. | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 8 | Online-Film (einzeln) | Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 9 | Online-Film (Serie) | Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 10 | Point-of-Sale-Film | Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 11 | Kurzfilm/Sonderformat | Filme, die für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert sind, (z. B. Digital Outdoor, Mobiltelefon, Projektion). | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 12 | Public-Service-Film | | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 13 | Film für Unternehmensdarstellung | Filme, die Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellen (z. B. Imagefilm). | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 14 | Filmische Dokumentation | | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 15 | Taktischer Film | | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 16 | Sonstiges | | ✔ | | | | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **8** | **SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |

# 2. ACTIVATION

Ideen, die zeitlich begrenzt Aufmerksamkeit erregen, mit der Absicht, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen oder Verhalten und Meinungen zu ändern. In dieser Kategorie geht es vor allem um die Durchsetzung von ganz konkreten unternehmerischen, ökologischen, gesellschaftlichen, kulturellen oder politischen Zielen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **2 PROMOTION** | Kurzfristige Ideen zur Förderung des Absatzes und der Neukundengewinnung, auch Sales Promotion, verkaufsfördernde Maßnahmen, Vkf, POS- bzw. POP-Aktionen oder Below the Line genannt. Oft liefert Verkaufsförderung einen Anreiz (spezielle Angebote, Aktionen, Sondereditionen etc.), Produkte oder Dienstleistungen zu erwerben. | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 B2C AKTIONEN** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 B2C Aktion (einzeln) | Maßnahmen zur direkten Ansprache der Zielgruppen am Point of Sale, auf Messen, auf der Straße, in der Gastronomie oder im Handel,(z. B. Produktpräsentationen, Roadshows, Verkostungen, Probefahrten, Sampling-Aktionen, Gewinnspiele). | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 1 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 2 B2C Aktion (Serie) | Maßnahmen zur direkten Ansprache der Zielgruppen am Point of Sale, auf Messen, auf der Straße, in der Gastronomie oder im Handel,(z. B. Produktpräsentationen, Roadshows, Verkostungen, Probefahrten, Sampling-Aktionen, Gewinnspiele). | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| **2 B2C WERBEMITTEL** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 B2C Werbemittel | Anfassbare Utensilien, die bei Promotions zum Einsatz kommen. Auch alles, was zur Promotionausstattung gehört, wie Stände, Outfits, Dekoelemente, Präsentationswände etc. Werbemittel als 3D anlegen und Belegexemplar zusenden. | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **3 B2B AKTIONEN** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 B2B Aktion (einzeln) | Maßnahmen zur direkten Ansprache der Zielgruppen am Point of Sale, auf Messen, auf der Straße, in der Gastronomie oder im Handel, (z. B. Produktpräsentationen, Roadshows, Verkostungen, Probefahrten, Sampling-Aktionen, Gewinnspiele). | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 1 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 2 B2B Aktion (Serie) | Maßnahmen zur direkten Ansprache der Zielgruppen am Point of Sale, auf Messen, auf der Straße, in der Gastronomie oder im Handel, (z. B. Produktpräsentationen, Roadshows, Verkostungen, Probefahrten, Sampling-Aktionen, Gewinnspiele). | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| **4 B2B WERBEMITTEL** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 B2B Werbemittel | Anfassbare Utensilien, die bei Promotions zum Einsatz kommen. Auch alles, was zur Promotionausstattung gehört, wie Stände, Outfits, Dekoelemente, Präsentationswände etc. Werbemittel als 3D anlegen und Belegexemplar zusenden. | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **5 USER GENERATED CONTENT** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 User Generated Content | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **6 SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |

# 2. ACTIVATION

Ideen, die zeitlich begrenzt Aufmerksamkeit erregen, mit der Absicht, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen oder Verhalten und Meinungen zu ändern. In dieser Kategorie geht es vor allem um die Durchsetzung von ganz konkreten unternehmerischen, ökologischen, gesellschaftlichen, kulturellen oder politischen Zielen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **3 PR ACTIVATION** | Ideen mit dem Ziel, konkrete Angebote oder bestimmte Themen einer Marke anlassbezogen und idealerweise ohne den Einsatz eingekaufter klassischer Werbemedien (Printmedien, TV, Kino, Radio, Online-Werbeformate etc.) bekannt zu machen und positiv in der Öffentlichkeit darzustellen. Außerdem gehören in diese Kategorie Ideen, die auf die Rekrutierung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abzielen, oder Ideen, die mit einer eigenen Botschaft auf vorhandene bzw. in den publizierenden Medien bereits präsente Themen aufspringen oder Einfluss auf politische Entscheidungsprozesse nehmen wollen. PR Activation nutzt in der Regel die Reichweite von Multiplikatoren sowie eigene Medienkanäle (Owned Media) und kommuniziert ausschließlich Inhalte und Themen, die konkrete Angebote, Produktvorteile oder Dienstleistungsnutzen einer Marke profilieren und positionieren. | | | | | | | | *Anmerkung: Der Unterschied von Brand Dialog zu Dialog Activation: Bei Brand Dialog Ideen geht es in erster Linie um Sinn, Zweck und Bedeutung einer Marke, um den Markenkern aka Brand Identity aka Purpose.* | | | | | | | |
| **1 PRODUCT PR** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Product PR (Einzelaktion) | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 1 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 2 Product PR (Serie) | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| **2 CAUSE RELATED MARKETING** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Cause Related Marketing (Einzelaktion) | Zeitlich befristete Zusammenarbeit bzw. Kooperation zwischen einem Unternehmen und einer Nonprofit-Organisation (NPO) | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 1 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 2 Cause Related Marketing (Serie) | Zeitlich befristete Zusammenarbeit bzw. Kooperation zwischen einem Unternehmen und einer Nonprofit-Organisation (NPO) | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| **3 AGENDA SURFING** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Agenda Surfing | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **4 PUBLIC AFFAIRS** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Public Affairs | Die strategische, kommunikative Einflussnahme auf politische Entscheidungsprozesse durch Organisationen. | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **5 SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |

# 2. ACTIVATION

Ideen, die zeitlich begrenzt Aufmerksamkeit erregen, mit der Absicht, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen oder Verhalten und Meinungen zu ändern. In dieser Kategorie geht es vor allem um die Durchsetzung von ganz konkreten unternehmerischen, ökologischen, gesellschaftlichen, kulturellen oder politischen Zielen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **4 DIALOG ACTIVATION** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Kommunikationsideen, die den Dialog einer Marke zu einer exakt definierten und genau abgegrenzten Zielgruppe anstreben, um konkrete Angebote, Produkte und Dienstleistungen zu verkaufen, bekannt, interessant oder relevant zu machen, indem bestehende Beziehungen der Zielpersonen zur Marke so individuell wie möglich ausgewertet, genutzt und vertieft werden. In der Regel lösen Dialogideen eine gezielte Reaktion aus (Response). Dafür werden vor allem Medien genutzt, die eine individuelle Ansprache und eine entsprechende Reaktion möglich machen. Brand Dialog kommuniziert ausschließlich Inhalte und Themen, die konkrete Angebote oder Themen einer Marke profilieren und positionieren. *Anmerkung: Der Unterschied von Brand PR zu PR Activation: Bei Brand PR Ideen geht es in erster Linie um Sinn, Zweck und Bedeutung einer Marke, um den Markenkern aka Brand Identity aka Purpose.* | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 B2B** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Dialog Crossmediale Kampagne | Kampagnen und Programme, die das Ziel haben, durch den Einsatz unterschiedlicher, zeitlich und inhaltlich aufeinander abgestimmter Medien (analog und/oder digital) den Konsumenten über verschiedene Kanäle zu einer einheitlichen Reaktion zu bewegen. | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 900,- |
| 2 Dialog Mailing/Postsendung | Ein physisches personalisiertes oder nicht personalisiertes Mailing direkt an den Konsumenten. | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 3 Dialog E-Mail | Eine digitale personalisierte oder nicht personalisierte Mail direkt an den Konsumenten. | | | | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 4 Dialog Printanzeige | Eine Print-Anzeige, die im Dialog zur Zielgruppe steht. | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 5 Dialog Mobile | SMS, MMS, Bluetooth und andere mobile Kommunikation. | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 6 Dialog Online/Social Media | Speziell für ein Social Network oder eine Social Community entwickelte Dialogmaßnahme. Diese nutzen Gruppendynamiken, bedienen sich sozialer Regeln und spielen mit dem Drang, innerhalb eines Social Networks tatsächlich auch zu interagieren, virtuelle Erlebnisse zu teilen etc. | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 7 Dialog Content Marketing | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 8 Dialog Broadcast | Film und Audio, z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast. | ✔ | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 9 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **2 B2C** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Dialog Crossmediale Kampagne | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 900,- |
| 2 Dialog Mailing/Postsendung | Ein physisches personalisiertes oder nicht personalisiertes Mailing direkt an den Konsumenten. | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 3 Dialog E-Mail | Eine digitale personalisierte oder nicht personalisierte Mail direkt an den Konsumenten. | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 4 Dialog Printanzeige | Eine Print-Anzeige, die im Dialog zur Zielgruppe steht. | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |

# 2. ACTIVATION

Ideen, die zeitlich begrenzt Aufmerksamkeit erregen, mit der Absicht, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen oder Verhalten und Meinungen zu ändern. In dieser Kategorie geht es vor allem um die Durchsetzung von ganz konkreten unternehmerischen, ökologischen, gesellschaftlichen, kulturellen oder politischen Zielen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 5 Dialog Mobile | SMS, MMS, Bluetooth und andere mobile Kommunikation. | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 6 Dialog Online/Social Media | Speziell für ein Social Network oder eine Social Community entwickelte Dialogmaßnahme. Diese nutzen Gruppendynamiken, bedienen sich sozialer Regeln und spielen mit dem Drang, innerhalb eines Social Networks tatsächlich auch zu interagieren, virtuelle Erlebnisse zu teilen etc. | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 7 Dialog Content Marketing | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 8 Dialog Broadcast | Film und Audio, z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast. | ✔ | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 9 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |

# 3. DIGITAL EXPERIENCE

Digitale Produkt- bzw. Dienstleistungsideen, insbesondere mit Blick auf deren Bedienbarkeit und interaktive Nutzungserlebnisse.

## 1 DIGITAL PRODUCT/SERVICE

### 1 APPLICATIONS

1 Web-/Microsite
2 App
3 Portal
4 Plattform
5 Digitaler Bericht
6 Interactive Out-of-Home
7 Terminal
8 Targeting/Real-time Advertising
9 Sonstiges

### 2 GAME

1 Game

### 3 VIRTUAL REALITY

1 VR Experience

### 4 AUGMENTED REALITY

1 AR Effect
2 AR Experience

### 5 DIGITALE INSTALLATIONEN

1 Digitale Installation

### 6 E-COMMERCE

1 E-Commerce

### 7 CONTENT MANAGEMENT

1 Content Management System

### 7 VOICE / CONVERSATIONALS

1 Voice/Conversational Experience

### 8 INTERNET OF THINGS

1 Internet of Things Solution

### 9 SERVICE DESIGN

1 Customer Experience Online

### 10 SONSTIGES

1 Sonstiges

## 2 HARDWARE/SOFTWARE SYSTEMS

### 1 CONSUMER PRODUCTS

1 Digital Consumer Product

### 2 INDUSTRIAL PRODUCTS

1 Digital Industrial Product

### 3 SONSTIGES

1 Sonstiges

## 3 DIGITAL CRAFT

### 1 CREATIVE USE OF CODE

1 Code

### 2 CREATIVE USE OF DATA

1 Data

### 3 CREATIVE USE OF TECHNOLOGY

1 Technology

### 4 CREATIVE USE OF AI/MACHINE LEARNING

1 AI/Machine Learning

### 5 CREATIVE USE OF VOICE

1 Voice/Conversational Experience

### 6 SONSTIGES

1 Sonstiges

# 3. DIGITAL EXPERIENCE

Digitale Produkt- bzw. Dienstleistungsideen, insbesondere mit Blick auf deren Bedienbarkeit und interaktive Nutzungserlebnisse.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1 DIGITAL PRODUCT/SERVICE**<br>Rein digitale, nicht physische Anwendungsideen bzw. Produkte und Dienstleistungen (Software, Applications, Tools, digitale Interfaces etc.). | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 APPLICATIONS** Auch Apps genannt. Alle Arten von Anwendungssoftware mit speziellen Funktionen. Es kann zwischen Web-Applications und Mobile-Applications unterschieden werden. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Web-/Microsite | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 2 App | | | | Download | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 3 Portal | Einstiegsseite ins Internet. Ein Portal ist ein digitales Propdukt, das als Grundlage genutzt wird, um ziel- und/oder zweckgerichtete Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln und zu gestalten. Zum Beispiel Firmenportale, Vertriebsportale, Vergleichportale, Beratungsportale, Informationsportale | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 4 Plattform | Eine einheitliche Basis, auf der Anwendungsprogramme entwickelt und angeboten werden können. Für Nichtechniker/innen hat Plattform die gleiche Bedeutung wie Portal, z.B. Plattformen, die dem Verkauf, der Unterhaltung oder Informationsvermittlung dienen. | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 5 Digitaler Bericht | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 6 Interactive Out-of-Home | | ✔ | | ✔ | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 7 Terminal | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 8 Targeting/Real-time Advertising | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 9 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **2 GAMES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Game | | | | Download | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **3 VIRTUAL REALITY** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 VR Experience | Immersive VR-Erlebnisse, die sowohl durch ein Narrativ als auch durch visuell neugedachte Inszenierungen dem User ein nachhaltiges Erlebnis bieten. | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| **4 AUGMENTED REALITY** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 AR Effect | Mixed Reality Erlebnisse auf AR-Basis, Effekte, Filter und Linsen. | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |
| 2 AR Experience | AR-Erlebnisse, die durch ein neues Format oder Narrativ dem User ein ungesehenes Erlebnis oder Nutzen bieten. | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 335,- | 610,- |

# 3. DIGITAL EXPERIENCE

Digitale Produkt- bzw. Dienstleistungsideen, insbesondere mit Blick auf deren Bedienbarkeit und interaktive Nutzungserlebnisse.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **5** | **DIGITALE INSTALLATIONEN** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Digitale Installation | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **6** | **E-COMMERCE** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | E-Commerce | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **7** | **CONTENT MANAGEMENT** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Content Management System | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **8** | **VOICE / CONVERSATIONALS** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Voice/Conversational Experience | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **9** | **INTERNET OF THINGS** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Internet of Things Solution | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **10** | **SERVICE DESIGN** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Customer Experience Online | Konzeption von Online-Dienstleistungsprozessen bzw. Gestaltung von digitalenKundenerlebnissen/-erfahrungen. | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **2** | **HARDWARE/SOFTWARE SYSTEMS**<br>Anwendungsideen von Systemen aus physischen Produkten sowie Dienstleistungen und digitalen Interfaces (Terminals, Displays, Cockpits, Hardware Interfaces, usw). | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **CONSUMER PRODUCTS** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Digital Consumer Product | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **2** | **INDUSTRIAL PRODUCTS** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Digital Industrial Product | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |

# 3. DIGITAL EXPERIENCE

Digitale Produkt- bzw. Dienstleistungsideen, insbesondere mit Blick auf deren Bedienbarkeit und interaktive Nutzungserlebnisse.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **3** | **SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Sonstiges | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **3** | **DIGITAL CRAFT**<br>Besondere Einzelleistungen im Zusammenhang mit digitalen Anwendungen bzw. Produkten und Services. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **CREATIVE USE OF UX** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | UX | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **2** | **CREATIVE USE OF CODE** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Code | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| **3** | **CREATIVE USE OF DATA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Data | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| **4** | **CREATIVE USE OF TECHNOLOGY** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Technology | Produkte, Anwendungen und Services, die auf neuen entstehenden Technologien basieren, die in keine andere Kategorie passen. | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| **5** | **CREATIVE USE OF AI/MACHINE LEARNING** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | AI/Machine Learning | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| **6** | **CREATIVE USE OF VOICE** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Voice/Conversational Experience | Sprachaktivierte Apps und Geräte, die eine besondere Benutzerfreund- lichkeit und Funktionalität bieten. Innovative Nutzung von Messaging- und Bot-Funktionen, einschließlich IM-, SMS-, Nachrich- ten- und KI-Chatbots in mobilen Websites und Apps. | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| **7** | **SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Sonstiges | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | | ✓ | | | ✓ | ✓ | 335,- | |

# 4. SPATIAL EXPERIENCE

Art Directors Club

Ideen, die reale, immersive und/oder hybride Flächen bzw. Räume dreidimensional bespielen, um multisensorische, informative, aber vor allem auch emotionale Erlebnisse zu gestalten.

## 1 EXHIBITION

### 1 EXHIBITION FOR BRAND

1 Museum/Pavillon
2 Ausstellung
3 Messeauftritt
4 Exponat/Installation
5 Räumliche Intervention
6 Immersive Welt
7 Sonstiges

### 2 EXHIBITION FOR SUBJECT

1 Museum/Pavillon
2 Ausstellung
3 Messeauftritt
4 Exponat/Installation
5 Räumliche Intervention
6 Immersive Welt
7 Sonstiges

### 3 HYBRID EXHIBITION FOR BRAND

1 Museum/Pavillon
2 Ausstellung
3 Messeauftritt
4 Exponat/Installation
5 Räumliche Intervention
6 Immersive Welt
7 Sonstiges

### 4 HYBRID EXHIBITION FOR SUBJECT

1 Museum/Pavillon
2 Ausstellung
3 Messeauftritt
4 Exponat/Installation
5 Räumliche Intervention
6 Immersive Welt
7 Sonstiges

### 5 EXHIBITION CRAFT

1 Art Direction / Dramaturgie
2 Architektur
3 Rauminszenierung
4 Mediennutzung
5 Licht
6 Partizipation des Publikums
7 Sonstiges

## 2 EVENT

### 1 EVENT

1 Corporate
2 Employee
3 Consumer
4 Public
5 PR
6 Promotion
7 Charity
8 Bühnenshow
9 Sponsorenauftritt
10 Guerilla-Aktion
11 Sonstiges

### 2 HYBRID EVENT

1 Corporate
2 Employee
3 Consumer
4 Public
5 PR
6 Promotion
7 Charity
8 Bühnenshow
9 Sponsorenauftritt
10 Guerilla-Aktion
11 Sonstiges

### 3 ONLINE EVENT

1 Corporate
2 Employee
3 Consumer
4 Public
5 PR
6 Promotion
7 Charity
8 Bühnenshow
9 Sponsorenauftritt
10 Guerilla-Aktion
11 Sonstiges

### 4 EVENT CRAFT

1 Art Direction / Dramaturgie
2 Regie
3 Rauminszenierung
4 Mediennutzung
5 Licht
6 Partizipation des Publikums
7 Sonstiges

## 3 PUBLIC SPACE

### 1 INTERIOR

1 Corporate
2 Hospitality
3 Retail/Shop Space
4 Sonstiges

### 2 URBAN DESIGN

1 Outdoor Space
2 Park/Landscape
3 Sonstiges

### 3 SERVICE DESIGN

1 Customer Experience
2 Sonstiges

## 4 CORONA CANCELLED PROJECTS

### 1 EXHIBITION

1 Projekt

### 2 EVENT

1 Projekt

### 3 PUBLIC SPACE

1 Projekt

# 4. SPATIAL EXPERIENCE

Ideen, die reale, immersive und/oder hybride Flächen bzw. Räume dreidimensional bespielen, um multisensorische, informative, aber vor allem auch emotionale Erlebnisse zu gestalten.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1 EXHIBITION**<br>Ideen, die Exponate, Produkte, Objekte, Kunstwerke, Themen, Informationen, Wissen etc. dreidimensional und multisensorisch aufarbeiten, kuratieren, inszenieren und gestalten. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 EXHIBITION FOR BRAND** · Ausstelllungen im Auftrag und im Sinne einer Marke (in der Regel kommerzielle Zwecke) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Museum/Pavillon | Dauerhafte oder temporäre Gebäude, die für Ausstellungen konzipiert und gestaltet wurden. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 2 Ausstellung | Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 3 Messeauftritt | Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 4 Exponat/Installation | Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 5 Räumliche Intervention | Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 6 Immersive Welt | | | | ✔ | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 7 Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| **2 EXHIBITION FOR SUBJECT** · Ausstellungen mit Themenbezug. Verfolgen in der Regel kulturelle und/oder Bildungsintentionen. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Museum/Pavillon | Dauerhafte oder temporäre Gebäude, die für Ausstellungen konzipiert und gestaltet wurden. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 2 Ausstellung | Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 3 Messeauftritt | Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 4 Exponat/Installation | Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 5 Räumliche Intervention | Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 6 Immersive Welt | | | | ✔ | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 7 Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |

# 4. SPATIAL EXPERIENCE

Ideen, die reale, immersive und/oder hybride Flächen bzw. Räume dreidimensional bespielen, um multisensorische, informative, aber vor allem auch emotionale Erlebnisse zu gestalten.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **3** | **HYBRID EXHIBITION FOR BRAND** · Räumliche Markeninszenierungen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Museum/Pavillon | Dauerhafte oder temporäre Gebäude, die für Ausstellungen konzipiert und gestaltet wurden. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 2 | Ausstellung | Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 3 | Messeauftritt | Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 4 | Exponat/Installation | Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 5 | Räumliche Intervention | Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 6 | Immersive Welt | | | | ✔ | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 7 | Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| **4** | **HYBRID EXHIBITION FOR SUBJECT** · Räumliche Themeninszenierungen, die nicht nur vor Ort, sondern auch durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Museum/Pavillon | Dauerhafte oder temporäre Gebäude, die für Ausstellungen konzipiert und gestaltet wurden. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 2 | Ausstellung | Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 3 | Messeauftritt | Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 4 | Exponat/Installation | Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 5 | Räumliche Intervention | Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 6 | Immersive Welt | | | | ✔ | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 7 | Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| **5** | **EXHIBITION CRAFT** · Herausragende Einzelleistung eines Ausstellungsprojekts | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Art Direction / Dramaturgie | | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 2 | Architektur | | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | |
| 3 | Rauminszenierung | | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 335,- | |

# 4. SPATIAL EXPERIENCE

Ideen, die reale, immersive und/oder hybride Flächen bzw. Räume dreidimensional bespielen, um multisensorische, informative, aber vor allem auch emotionale Erlebnisse zu gestalten.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 4 Mediennutzung | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 5 Licht | Einsatz von Licht als Gestaltungselement. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 6 Partizipation des Publikums | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 7 Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| **2 EVENT**<br>Ideen, die Veranstaltungen aller Art mithilfe dreidimensionaler Inszenierungen sowie multisensorischer Ansprache zu besonderen Erlebnissen machen. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 EVENT** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Corporate | Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 2 Employee | Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 3 Consumer | Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 4 Public | Events, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 5 PR | Events, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 6 Promotion | Promotion-Events sind Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilneh- mern (B2B und B2C) inszeniert werden, z.B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 7 Charity | Events, die einem guten Zweck dienen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 8 Bühnenshow | Darbietungen vor Publikum. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 9 Sponsorenauftritt | Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem ande- ren Event oder Projekt in Szene setzt. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 10 Guerilla-Aktion | Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen ver- meintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 11 Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |

# 4. SPATIAL EXPERIENCE

Ideen, die reale, immersive und/oder hybride Flächen bzw. Räume dreidimensional bespielen, um multisensorische, informative, aber vor allem auch emotionale Erlebnisse zu gestalten.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **2** | **HYBRID EVENT** · Inszenierungen, die sich sowohl vor Ort als auch online an Live-Publikum richten. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Corporate | Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 2 | Employee | Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 3 | Consumer | Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 4 | Public | Events, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 5 | PR | Events, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 6 | Promotion | Promotion-Events sind Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilneh- mern (B2B und B2C) inszeniert werden, z.B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 7 | Charity | Events, die einem guten Zweck dienen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 8 | Bühnenshow | Darbietungen vor Publikum. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 9 | Sponsorenauftritt | Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem ande- ren Event oder Projekt in Szene setzt. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 10 | Guerilla-Aktion | Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen ver- meintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 11 | Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| **3** | **ONLINE EVENT** · Live-Events, die sich nicht an Publikum vor Ort, sondern ausschließlich an ein Online-Publikum richten. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Corporate | Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 2 | Employee | Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 3 | Consumer | Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 4 | Public | Events, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 5 | PR | Events, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 6 | Promotion | Promotion-Events sind Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilneh- mern (B2B und B2C) inszeniert werden, z.B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |
| 7 | Charity | Events, die einem guten Zweck dienen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | | 610,- |

# 4. SPATIAL EXPERIENCE

Ideen, die reale, immersive und/oder hybride Flächen bzw. Räume dreidimensional bespielen, um multisensorische, informative, aber vor allem auch emotionale Erlebnisse zu gestalten.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 8 | Bühnenshow | Darbietungen vor Publikum. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 9 | Sponsorenauftritt | Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 10 | Guerilla-Aktion | Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 11 | Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| **4** | **EVENT CRAFT** · Herausragende Einzelleistung eines Veranstaltungsprojekts | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Art Direction / Dramaturgie | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 2 | Regie | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 3 | Rauminszenierung | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 4 | Mediennutzung | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 5 | Licht | Einsatz von Licht als Gestaltungselement. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 6 | Partizipation des Publikums | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 7 | Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| **3** | **PUBLIC SPACE**<br>Ideen, die den öffentlichen Raum (Verkehrs- und Grünflächen sowie Flächen bzw. Räume in öffentlichen Einrichtungen, Gebäuden oder Geschäften) gestalten. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **INTERIOR** · Innenraum-Architektur/Gestaltung (Geschäfts-, Gastgewerbe-, Büroräume etc.) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Corporate | Büros, Workspaces, usw | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 2 | Hospitality | Hotels, Restaurants, Bars, Clubs. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 3 | Retail/Shop Space | Einkaufszentren, Flagship-Stores, Shop-Design, POS-Inszenierungen, Schaufenster. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 4 | Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |

# 4. SPATIAL EXPERIENCE

Ideen, die reale, immersive und/oder hybride Flächen bzw. Räume dreidimensional bespielen, um multisensorische, informative, aber vor allem auch emotionale Erlebnisse zu gestalten.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **2** | **URBAN DESIGN** · Stadt- und Stadtraum-Architektur/Gestaltung (Städte, Stadtteile, Plätze, Parks etc.) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Outdoor Space | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 2 | Park/Landscape | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 3 | Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **3** | **SERVICE DESIGN** · Gestaltung eines physischen oder hybriden Gesamtsystems, in dem ein Dienstleistungsprozess abläuft. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Customer Experience | Konzeption von Dienstleistungsprozessen bzw. Gestaltung von digitalenKundenerlebnissen/-erfahrungen. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 2 | Sonstiges | | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |

**4 CORONA CANCELLED PROJECTS**

Kein Geschäftsbereich der kreativen Kommunikationsgestaltung ist von der Corona-Krise mehr betroffen als der Bereich „Spatial Experience". Veranstaltungsverbote kamen einem Berufsverbot gleich. Projekte, die lange geplant, freigegeben, entworfen und gestaltet wurden, waren plötzlich wertlose Makulatur. Um dem Geschäftsbereich „Spatial Experience" dennoch die Möglichkeit zu geben, aktuelle Leistungsfähigkeit und Kreativität unter Beweis zu stellen, gibt es einmalig im ADC Wettbewerb 2021 diese Sonderkategorie. Hier reicht es, Entwürfe und Modelle der Spatial Experience Kategorien einzureichen.

*Wichtig: Voraussetzung für die Teilnahme ist der schriftliche Nachweis der Beauftragung.*

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1** | **EXHIBITION** · Ideen, die Exponate, Produkte, Objekte, Kunstwerke, Themen, Informationen, Wissen etc. dreidimensional und multisensorisch aufarbeiten, kuratieren, inszenieren und gestalten. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Projekt | Bei der Einreichung ist ein vom Kunden und Einreicher unterschriebenes Dokument vorzulegen, dass das Projekt mindestens bis zur Produktionsreife entwickelt war und allein wegen der politischen Entscheidungen im Rahmen der Corona-Krise nicht realisiert bzw. präsentiert werden konnte. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **2** | **EVENT** · Ideen, die Veranstaltungen aller Art mithilfe dreidimensionaler Inszenierungen sowie multisensorischer Ansprache zu besonderen Erlebnissen machen. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Projekt | Bei der Einreichung ist ein vom Kunden und Einreicher unterschriebenes Dokument vorzulegen, dass das Projekt mindestens bis zur Produktionsreife entwickelt war und allein wegen der politischen Entscheidungen im Rahmen der Corona-Krise nicht realisiert bzw. präsentiert werden konnte. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **3** | **PUBLIC SPACE** · Ideen, die den öffentlichen Raum (Verkehrs- und Grünflächen sowie Flächen bzw. Räume in öffentlichen Einrichtungen, Gebäuden oder Geschäften) gestalten. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Projekt | Bei der Einreichung ist ein vom Kunden und Einreicher unterschriebenes Dokument vorzulegen, dass das Projekt mindestens bis zur Produktionsreife entwickelt war und allein wegen der politischen Entscheidungen im Rahmen der Corona-Krise nicht realisiert bzw. präsentiert werden konnte. | | | | Board | | 1 | 4 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |

# 5. PUBLISHING

Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstiger Wissensvermittlung dienen bzw. redaktionelle Inhalte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

## 1 EDITORIAL

### 1 MAGAZIN

1 Heft (einzeln)
2 Jahrgang (Serie)
3 Redesign
4 Independent
5 Newcomer
6 Sonderausgabe
7 Cover (einzeln)
8 Cover (Serie)
9 Strecke (Spread)/Beitrag
10 Beilage/Supplement
11 Sonstiges

### 2 ZEITUNG

1 Ausgabe (einzeln)
2 Jahrgang (Serie)
3 Titelseite/Cover (einzeln)
4 Titelseite/Cover (Serie)
5 Redesign
6 Beitrag
7 Bericht
8 Sonderausgabe
9 Sonstiges

### 3 BUCH

1 Buch (fiktional)
2 Buch (nicht-fiktional)
3 Schutzumschlag
4 Katalog
5 Sonstiges

### 4 MOBILE/ONLINE MEDIA

1 Portal / Webmagazin / Social Media Magzin
2 Plattform
3 Podcast (Ausgabe)
4 Podcast (Serie)
5 Vlog/Webcast (Ausgabe)
6 Vlog/Webcast (Serie)
7 Dokumentation
8 Blog
9 Newsletter
10 Sonstiges

### 5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES

1 Crossmedia Publications
2 Sonstiges

### 6 SONSTIGES

1 Sonstiges

## 2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING

### 1 MAGAZIN

1 Heft (einzeln)
2 Jahrgang (Serie)
3 Redesign
4 Independent
5 Newcomer
6 Sonderausgabe
7 Cover (einzeln)
8 Cover (Serie)
9 Strecke (Spread)/Beitrag
10 Beilage/Supplement
11 Sonstiges

### 2 ZEITUNG

1 Ausgabe (einzeln)
2 Jahrgang (Serie)
3 Titelseite/Einzelcover
4 Cover (Serie)
5 Redesign
6 Beitrag
7 Bericht
8 Sonderausgabe
9 Sonstiges

### 3 BUCH

1 Buch (fiktional)
2 Buch (nicht-fiktional)
3 Katalog
4 Geschäftsbericht
5 Sonstiges

### 4 ONLINE MEDIA

1 Portal / Webmagazin / Social Media Magzin
2 Plattform
3 Podcast (Ausgabe)
4 Podcast (Serie)
5 Vlog/Webcast (Ausgabe)
6 Vlog/Webcast (Serie)
7 Dokumentation
8 Blog
9 Newsletter
10 Sonstiges

### 5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES

1 Crossmedia Publications
2 Sonstiges

### 6 SONSTIGES

1 Sonstiges

# 5. PUBLISHING

Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstiger Wissensvermittlung dienen bzw. redaktionelle Inhalte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1 EDITORIAL** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Publikationen mit einer deutlichen Trennung von redaktionellen Beiträgen und Werbung. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 MAGAZIN** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Heft (einzeln) | Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 1 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 2 Jahrgang (Serie) | Ausgaben einreichen, welche den gesamten Jahrgang repräsentieren. Beurteilt wird das durch alle Ausgaben hindurch erkennbare Gesamtkonzept des gesamten Jahrgangs. Bei monatlich (oder häufiger) erscheinenden Publikationen reichen drei Ausgaben. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 2 | 12 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 3 Redesign | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 Independent | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 5 Newcomer | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 6 Sonderausgabe | Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe und die Abhebung von den Standards. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 7 Cover (einzeln) | | | | | | ✓ | 1 | 1 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 8 Cover (Serie) | | | | | | ✓ | 2 | 12 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 9 Strecke (Spread)/Beitrag | Artikel, Strecken (Bildstrecken oder andere Strecken mit einer herausra- genden Idee), Kolumnen etc. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 10 Beilage/Supplement | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 11 Sonstiges | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **2 ZEITUNG** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Ausgabe (einzeln) | Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 1 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 2 Jahrgang (Serie) | Ausgaben einreichen, welche den gesamten Jahrgang repräsentieren. Beurteilt wird das durch alle Ausgaben hindurch erkennbare Gesamtkonzept des gesamten Jahrgangs. Bei monatlich (oder häufiger) erscheinenden Publikationen reichen drei Ausgaben. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 2 | 12 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 3 Titelseite/Cover (einzeln) | | | | | | ✓ | 1 | 1 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 4 Titelseite/Cover (Serie) | | | | | | ✓ | 2 | 12 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | | 400,- |

# 5. PUBLISHING

Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstiger Wissensvermittlung dienen bzw. redaktionelle Inhalte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 5 Redesign | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 6 Beitrag | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 7 Bericht | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 8 Sonderausgabe | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 9 Sonstiges | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **3 BUCH** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Buch (fiktional) | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 Buch (nicht-fiktional) | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 Schutzumschlag | | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 Katalog | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 5 Sonstiges | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **4 MOBILE/ONLINE MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Portal / Webmagazin / Social Media Magazin | | | | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 Plattform | | | | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 Podcast (Ausgabe) | | | ✓ | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 4 Podcast (Serie) | | | ✓ | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 5 Vlog/Webcast (Ausgabe) | | | ✓ | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 6 Vlog/Webcast (Serie) | | | ✓ | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 7 Dokumentation | | ✓ | | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 8 Blog | | | | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |

# 5. PUBLISHING

Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstiger Wissensvermittlung dienen bzw. redaktionelle Inhalte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 9 | Newsletter | | | | ✔ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 10 | Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| **5** | **CROSSMEDIA / SPECIAL USES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Crossmedia Publications | | ✔ | ✔ | ✔ | Board / Motiv | | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 400,- |
| 2 | Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | | 400,- |
| **6** | **SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | | ✔ | | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| **2** | **CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Publikationen oder komplexe oder Medieninhalte, die im kommerziellen oder ideellen Interesse eines Auftraggebers/einer Auftraggeberin Aufmerksamkeit erregen und/oder Kompetenz beweisen oder organisationsintern informieren sollen. | Im Gegensatz zum traditionellen Verlagswesen können in dieser Kategorie die Grenzen zwischen Redaktion und Werbung verschwimmen. | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **MAGAZIN** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Heft (einzeln) | Beurteilt wird das Gesamtkonzept des Heftes. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | |
| 2 | Jahrgang (Serie) | Ausgaben einreichen, welche den gesamten Jahrgang repräsentieren. Beurteilt wird das durch alle Ausgaben hindurch erkennbare Gesamtkonzept des gesamten Jahrgangs. Bei monatlich (oder häufiger) erscheinenden Publikationen reichen drei Ausgaben. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 2 | 12 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | | 400,- |
| 3 | Redesign | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 4 | Independent | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 5 | Newcomer | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 6 | Sonderausgabe | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 7 | Cover (einzeln) | | | | | | ✔ | 1 | 1 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | |
| 8 | Cover (Serie) | | | | | | ✔ | 2 | 12 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | | 400,- |

# 5. PUBLISHING

Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstiger Wissensvermittlung dienen bzw. redaktionelle Inhalte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 9 | Strecke (Spread)/Beitrag | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 10 | Beilage/Supplement | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 11 | Sonstiges | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **2** | **ZEITUNG** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Ausgabe (einzeln) | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 1 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 2 | Jahrgang (Serie) | Ausgaben einreichen, welche den gesamten Jahrgang repräsentieren. Beurteilt wird das durch alle Ausgaben hindurch erkennbare Gesamtkonzept des gesamten Jahrgangs. Bei monatlich (oder häufiger) erscheinenden Publikationen reichen drei Ausgaben. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 2 | 12 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 3 | Titelseite/Einzelcover | | | | | | ✓ | 1 | 1 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 4 | Cover (Serie) | | | | | | ✓ | 2 | 12 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 5 | Redesign | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 6 | Beitrag | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 7 | Bericht | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 8 | Sonderausgabe | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 9 | Sonstiges | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **3** | **BUCH** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Buch (fiktional) | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 | Buch (nicht-fiktional) | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 | Katalog | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 | Geschäftsbericht | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✓ | | | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 5 | Sonstiges | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |

# 5. PUBLISHING

Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstiger Wissensvermittlung dienen bzw. redaktionelle Inhalte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **4** | **ONLINE MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Portal / Webmagazin / Social Media Magazin | | | | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 | Plattform | | | | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 | Podcast (Ausgabe) | | | ✓ | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 4 | Podcast (Serie) | | | ✓ | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 5 | Vlog/Webcast (Ausgabe) | | | ✓ | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 6 | Vlog/Webcast (Serie) | | | ✓ | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 7 | Dokumentation | | ✓ | | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 8 | Blog | | | | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 9 | Newsletter | | | | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 10 | Sonstiges | | ✓ | ✓ | ✓ | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **5** | **CROSSMEDIA / SPECIAL USES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Crossmedia Publications | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | ✓ | ✓ | ✓ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 2 | Sonstiges | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | ✓ | ✓ | ✓ | Board / Motiv / URL | ✓ | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **6** | **SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Sonstiges | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | ✓ | ✓ | ✓ | Board / Motiv / URL | ✓ | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |

# 6. COPY

Kreative Textgestaltung. Von der Headline bis zur Longcopy, von unterschiedlichen redaktionellen Beiträgen bis hin zu Geschichten, welche sowohl kommerzielle als auch ideelle Botschaften beinhalten.

## 1 COMMERCIAL

### 1 COPY FOR

1 Integrated/Crossmedia
2 Print Media
3 Online/Social Media
4 Packaging
5 Terminal
6 Digital Out of Home
7 Sonstiges

## 2 EDITORIAL

### 1 COPY FOR

1 Reportage
2 Interview
3 Essay
4 Kolumne/Kommentar
5 Porträt
6 Bericht
7 Buch
8 Blog/Vlog
9 Sonstiges

## 3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING

### 1 COPY FOR

1 Reportage
2 Interview
3 Essay
4 Kolumne/Kommentar
5 Porträt
6 Bericht
7 Buch
8 Blog/Vlog
9 Sonstiges

## 4 STORYTELLING

### 1 STORYTELLING FOR

1 Film (Script/Drehbuch)
2 Audio (Script)
3 Spatial Experience
4 User Experience
5 Game
6 Sonstiges

# 6. COPY

Kreative Textgestaltung. Von der Headline bis zur Longcopy, von unterschiedlichen redaktionellen Beiträgen bis hin zu Geschichten, welche sowohl kommerzielle als auch ideelle Botschaften beinhalten.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1 COMMERCIAL** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Schlagzeilen und Texte für kommerzielle oder ideelle Interessen in allen Offline- und Online-Medien. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 COPY FOR** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Integrated/Crossmedia | | ✔ | ✔ | ✔ | Board / Motiv / URL | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 2 | Print Media | | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 3 | Online/Social Media | | ✔ | | ✔ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 4 | Packaging | | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 5 | Terminal | | | | ✔ | Board / Motiv | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 6 | Digital Out of Home | | ✔ | ✔ | ✔ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 7 | Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board / Motiv / URL | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| **2 EDITORIAL** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Redaktionelle Formate in allen Offline- und Online-Medien. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 COPY FOR** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Reportage | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 2 | Interview | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | ✔ | ✔ | ✔ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 3 | Essay | | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 4 | Kolumne/Kommentar | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 5 | Porträt | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 6 | Bericht | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |

# 6. COPY

Kreative Textgestaltung. Von der Headline bis zur Longcopy, von unterschiedlichen redaktionellen Beiträgen bis hin zu Geschichten, welche sowohl kommerzielle als auch ideelle Botschaften beinhalten.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 7 | Buch | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 8 | Blog/Vlog | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 9 | Sonstiges | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| **3** | **CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING**<br>Redaktionelle Formate in allen Offline- und Online-Medien, die im kommerziellen oder ideellen Interesse von Auftraggeber/innen geschrieben worden sind. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **COPY FOR** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Reportage | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 2 | Interview | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 3 | Essay | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 4 | Kolumne/Kommentar | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 5 | Porträt | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 6 | Bericht | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 7 | Buch | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 8 | Blog/Vlog | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | ✔ | | ✔ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 9 | Sonstiges | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | ✔ | ✔ | ✔ | Board / Motiv / URL | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |

# 6. COPY

Kreative Textgestaltung. Von der Headline bis zur Longcopy, von unterschiedlichen redaktionellen Beiträgen bis hin zu Geschichten, welche sowohl kommerzielle als auch ideelle Botschaften beinhalten.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestand-teile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmege-bühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **4 STORYTELLING**<br>Unterhaltsame, emotionale und/oder leicht verständliche Geschichten, welche sowohl kommerzielle als auch ideelle Botschaften sowie trockene Informationen oder kompliziertes Wissen in den unterschiedlichsten Medienformaten, insbesondere in Film, Audio, User und Spatial Experiences oder Games, vermitteln. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 STORYTELLING FOR** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Film (Script/Drehbuch) | | ✔ | | | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 2 Audio (Script) | | | ✔ | | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 3 Spatial Experience | Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist. | ✔ | | | Board | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 4 User Experience | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 5 Game | | | | ✔ | Board | | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 6 Sonstiges | | ✔ | ✔ | ✔ | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |

# 7. DESIGN

Art Directors Club

Ideen, die kreativ bzw. originell oder innovativ mit Flächen, Linien, Schrift, Zeichen, Bildern (auch bewegten), Typografie und/oder Farben auf Medienoberflächen aller Art gestaltet worden sind, sowie dreidimensionale bzw. haptisch gestaltete Produkte.

## 1 GRAPHIC DESIGN

### 1 PRINT MEDIA

1 Plakat (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur, ...)
2 Anzeige (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur, ...)
3 Bericht
4 Buch
5 Buchcover
6 Kalender
7 Collaterals
8 Broschüre
9 Print-Produktion
10 Sonstiges

### 2 PUBLIC SPACE MEDIA

1 Spatial Experience Media
2 POS/POP
3 Shop Window
4 Sonstiges

### 3 CROSSMEDIA / SPECIAL USES

1 Orientierungssystem/ Signaletik
2 Logo
3 Key Visual
4 Pictogramm/Icon
5 Infografik/ Datenvisualisierung
6 Schrift/Typografie
7 Merchandise
8 Sonstiges

### 4 PRINT MEDIA

1 Anzeige (einzeln)
2 Anzeige (Serie)
3 Plakat (einzeln)
4 Plakat (Serie)
5 Broschüre (einzeln)
6 Broschüre (Serie)
7 Sonstiges

### 5 OUT-OF-HOME/ AMBIENT MEDIA

1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln)
2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie)

## 2 INTERFACE DESIGN

### 1 MOBILE INTERACTIVE MEDIA

1 Web-/Microsite
2 App
3 Portal
4 Plattform
5 Device Display
6 Sonstiges

### 2 STATIONARY INTERACTIVE MEDIA

1 Terminal
2 Digital Out-of-Home
3 Product Display
4 Sonstiges

## 3 MOTION DESIGN

### 1 MOTION DESIGN FOR

1 Corporate Design
2 Advertising
3 TV/Cinema
4 App
5 Web-/Microsite
6 Online/Social Media
7 Game
8 Data Visualisation
9 Digital Out of Home
10 Spatial Media
11 Sonstiges

## 4 PACKAGING DESIGN

### 1 PACKAGES

1 Verpackung
2 Promotion-Verpackung/ Sonderform
3 Werbemittel
4 Sonstiges

## 5 PRODUCT DESIGN

### 1 PRODUCTS

1 Consumer Goods
2 Industrial Goods
3 Werbemittel
4 Sonstiges

# 7. DESIGN

Ideen, die kreativ bzw. originell oder innovativ mit Flächen, Linien, Schrift, Zeichen, Bildern (auch bewegten), Typografie und/oder Farben auf Medienoberflächen aller Art gestaltet worden sind, sowie dreidimensionale bzw. haptisch gestaltete Produkte.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1 GRAPHIC DESIGN** | Gestaltung von Printmedien aller Art sowie von unterschiedlichen grafischen Gestaltungselementen wie z.B. Typografie, Zeichen, Piktogrammen etc. Darüber hinaus die Gestaltung von Offline-Orientierungssystemen (Signaletik) sowie Infografiken oder anderen Datenvisualisierungen auf Papiermedien. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 PRINT MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Plakat (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur, ...) | Plakate digital als Motiv anlegen und Belegexemplar einsenden – bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert. | | | | Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 2 Anzeige (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur, ...) | Pro Kampage darf nur ein Motiv eingereicht werden. | | | | Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 3 Bericht | Bei Formaten über 100 cm breit x 150 cm hoch, bitte Rücksprache mit dem ADC Team halten. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 4 Buch | Bei Formaten über 100 cm breit x 150 cm hoch, bitte Rücksprache mit dem ADC Team halten. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 5 Buchcover | Bei Formaten über 100 cm breit x 150 cm hoch, bitte Rücksprache mit dem ADC Team halten. | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 6 Kalender | Bei Formaten über 100 cm breit x 150 cm hoch, bitte Rücksprache mit dem ADC Team halten. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 7 Collaterals | Einzelne grafische Arbeiten, die nicht in andere Kategorien passen und digitale Design-Einzel-Lösungen. Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 8 Broschüre | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 9 Print-Produktion | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 10 Sonstiges | | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| **2 PUBLIC SPACE MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Spatial Experience Media | Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist. | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 2 POS/POP | | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 3 Shop Window | | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 4 Sonstiges | | | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / Audio / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |

# 7. DESIGN

Ideen, die kreativ bzw. originell oder innovativ mit Flächen, Linien, Schrift, Zeichen, Bildern (auch bewegten), Typografie und/oder Farben auf Medienoberflächen aller Art gestaltet worden sind, sowie dreidimensionale bzw. haptisch gestaltete Produkte.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **3 CROSSMEDIA / SPECIAL USES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Orientierungssystem/Signaletik | | | | | Board / Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 Logo | Die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Logos, unabhängig vom Rest des Corporate Designs, steht im Vordergrund. Darüber hinaus werden auch die Komplexität, die Größe des Einsatzgebietes und der Kontext berücksichtigt. Daher sind auch Anwendungsbeispiele einzureichen. | | | | Board / Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 Key Visual | Die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Logos, unabhängig vom Rest des Corporate Designs, steht im Vordergrund. Darüber hinaus werden auch die Komplexität, die Größe des Einsatzgebietes und der Kontext berücksichtigt. Daher sind auch Anwendungsbeispiele einzureichen. | | | | Board / Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 Pictogramm/Icon | Stilisierte, einfach wahrzunehmende und zu interpretierende Zeichen/Darstellungen, diebestimmte Informationen vermitteln, z.B. Orientierungszeichen | | | | Board / Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 5 Infografik/Datenvisualisierung | Eine kreative gestalterische Qualität der visuellen Darstellung von Data | | | | Board / Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 6 Schrift/Typografie | Fontdesign, Satzschriften, Displayschriften, experimentelle Fonts sind mit kompletten Alphabeten und Type-Specimens einzureichen./Bewertet wird die handwerkliche Qualität der Typografie in Satz, handwritten oder illustrated Type. Daher sind auch Schriftentwürfe einzureichen. Die Typografie muss zentraler Bestandteil der Arbeit sein. | | | | Board / Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 7 Merchandise | | | | | Board / Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 8 Sonstiges | | | | | Board / Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / Audio / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **2 INTERFACE DESIGN**<br>Rein grafische Gestaltung von elektronischen Benutzeroberflächen aller Art. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 MOBILE INTERACTIVE MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Web-/Microsite | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 App | | | | Download | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 Portal | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 Plattform | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 5 Device Display | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 6 Sonstiges | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |

# 7. DESIGN

Ideen, die kreativ bzw. originell oder innovativ mit Flächen, Linien, Schrift, Zeichen, Bildern (auch bewegten), Typografie und/oder Farben auf Medienoberflächen aller Art gestaltet worden sind, sowie dreidimensionale bzw. haptisch gestaltete Produkte.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **2 STATIONARY INTERACTIVE MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Terminal | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 Digital Out of Home | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 Product Display | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 Sonstiges | | | | ✓ | Board | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **3 MOTION DESIGN** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Motion Design visualisiert bzw. arrangiert im Unterschied zu Graphic Design ausschließlich „bewegte" Gestaltungen. Die unterschiedlichen Gestaltungselemente (Fotografie, Illustration, Film, Animation, Fläche, Linie, Raum, Zeichen, Farbe und/oder Typografie) machen komplexe Zusammenhänge augenscheinlich vermittelbar. | *Anmerkung: Motion Design ist nicht zu verwechseln mit Animation. Motion Design verhält sich zur Animation wie Graphic Design zur Illustration.* | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 MOTION DESIGN FOR** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Corporate Design | | | | ✓ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 Advertising | | | | ✓ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 TV/Cinema | | ✓ | | | Board / Motiv | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 App | | | | Download | Board / Motiv | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 5 Web-/Microsite | | | | Download | Board / Motiv | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 6 Online/Social Media | | | | ✓ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 7 Game | | | | Download | Board / Motiv | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 8 Data Visualisation | | | | ✓ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 9 Digital Out of Home | | | | ✓ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |

# 7. DESIGN

Ideen, die kreativ bzw. originell oder innovativ mit Flächen, Linien, Schrift, Zeichen, Bildern (auch bewegten), Typografie und/oder Farben auf Medienoberflächen aller Art gestaltet worden sind, sowie dreidimensionale bzw. haptisch gestaltete Produkte.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 10 | Spatial Media | Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist. | | | ✔ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 11 | Sonstiges | | ✔ | | ✔ | Board / Motiv / URL | | 1 | 8 | ✔ | ✔ | | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| **4** | **PACKAGING DESIGN**<br>Grafisch gestaltete Produktverpackungen, die unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgaben Informationen des Produkts mit Aspekten verbinden, die Konsumenten einen Kaufanreiz bieten. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **PACKAGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Verpackung | Seriell produzierte Packagings. Bewertet werden Konzeption, Gestaltungsqualität und die adäquate Funktion im jeweiligen Markt. | | | | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 2 | Promotion-Verpackung/Sonderform | Kleinauflage, Sonderverpackung, PoS- und Promo Packaging etc. | | | | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 3 | Werbemittel | | | | | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 4 | Sonstiges | | | | | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| **5** | **PRODUCT DESIGN**<br>Designte serielle und/oder industrielle haptische Konsumgüter (technische Geräte, Haushaltsgeräte, Werkzeuge, Geschirr, Möbel, Leuchten, Spielzeug, Accessoires etc.) oder Investitionsgüter (Medizintechnik, Nutzfahrzeuge, Produktionsmaschinen, Messgeräte etc.). | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **PRODUCTS** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Consumer Goods | | | | | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 2 | Industrial Goods | | | | | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 3 | Werbemittel | | | | | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 4 | Sonstiges | | | | | Board | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |

# 8. IMAGERY

Kreative statische Motive bzw. Bildideen/Bildgestaltungen.

## 1 PHOTOGRAPHY

### 1 PHOTOGRAPHY FOR

1 Brand Building
2 Activation
3 Spatial Experience
4 Online/Social Media
5 Editorial
6 Corporate Publishing
7 Freie Arbeit/Eigenwerbung
8 Sonstiges

## 2 ILLUSTRATION

### 1 ILLUSTRATION FOR

1 Brand Building
2 Activation
3 Spatial Experience
4 Online/Social Media
5 Editorial
6 Corporate Publishing
7 Freie Arbeit/Eigenwerbung
8 Sonstiges

## 3 POST-PRODUCTION / CGI

### 1 POST-PRODUCTION / CGI FOR PHOTOGRAPHY

1 Projekt

### 2 POST-PRODUCTION / CGI FOR ILLUSTRATION

1 Projekt

### 3 HYBRID POST-PRODUCTION / CGI

1 Projekt

# 8. IMAGERY

Kreative statische Motive bzw. Bildideen/Bildgestaltungen.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestand-teile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmege-bühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1 PHOTOGRAPHY**<br>Fotografische Abbildungen aller Art mit kommerziellen (Werbe-, Mode-, Industriefotografie etc.) sowie journalistischen (Reportagen, Dokumentationen etc.) Intentionen für alle Offline- und Online-Medien. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 PHOTOGRAPHY FOR** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Brand Building | | | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 Activation | | | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 Spatial Experience | Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist. | | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 Online/Social Media | | | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 5 Editorial | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 6 Corporate Publishing | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 7 Freie Arbeit/Eigenwerbung | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 8 Sonstiges | | | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **2 ILLUSTRATION**<br>Gezeichnete, gemalte und/oder collagierte bildnerische Darstellungen aller Art (von der Bleistift- oder Federzeichnung über Radierungen, Lithographien, Graffiti und Comics bis hin zu rein digital erstellten Illustrationen) für alle Offline- und Online-Medien. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 ILLUSTRATION FOR** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Brand Building | | | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 Activation | | | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 Spatial Experience | Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist. | | | | | Motiv | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 Online/Social Media | | | | | | Motiv | | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm / URL | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |

# 8. IMAGERY

Kreative statische Motive bzw. Bildideen/Bildgestaltungen.

✔ Pflicht
✔ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 5 | Editorial | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 6 | Corporate Publishing | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 7 | Freie Arbeit/Eigenwerbung | Als PDF die vollständig zu bewertende Arbeit uploaden (z.B. je Magazin eine einzelne PDF Datei). | | | | Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| 8 | Sonstiges | | | | | Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| **3** | **POST-PRODUCTION / CGI** | Digital nachbearbeitete Fotografien oder Illustrationen (z.B. Motivveränderungen, Licht- oder Farbveränderungen etc.). Außerdem rein digital, mithilfe von 3D-Computergrafik-Software erstellte Bilder, die wie Fotografien wirken, aber nicht traditionell fotografiert worden sein können (z.B. surreale, utopische oder extraterrestrische Motive). | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **POST-PRODUCTION / CGI FOR PHOTOGRAPHY** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Projekt | | ✔ | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| **2** | **POST-PRODUCTION / CGI FOR ILLUSTRATION** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Projekt | | ✔ | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |
| **3** | **HYBRID POST-PRODUCTION / CGI** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Projekt | | ✔ | | | Board / Motiv | ✔ | 1 | 8 | ✔ | | Casefilm / URL | | ✔ | ✔ | 210,- | 400,- |

# 9. AUDIO

Kreative Inhalte für Audiomedien, die mittels Tontechnik und Stimme/n, Geräuschen, Tönen, Klängen, Soundeffekten und/oder Musik gestaltet wurden.

## 1 RADIO / ONLINE

### 1 RADIO/ ONLINE MEDIA

1 Radiospot (einzeln)
2 Radiospot (Serie)
3 Pre-, Mid- und Post-roll Ads
4 Sonstiges

## 2 PUBLISHING

### 1 PUBLISHING MEDIA

1 Podcast/Webcast (Ausgabe)
2 Podcast/Webcast (Serie)
3 Hörbuch
4 Sonstiges

### 2 PODCAST/ WEBCAST ADS

1 Audio Ad
2 Sponsorship
3 Branded Content
4 Sonstiges

## 3 AUDIO DESIGN

### 1 AUDIO DESIGN

1 Audio Design for Film
2 Audio Design for User Experience
3 Audio Design for Spatial Experience
4 Audio Design for Online/Social Media
5 Audio Design for Motion Design
6 Audio Design for Brands / Corporate Sound Concept
7 Audio Logo
8 Sonstiges1 Audio Design for Film
9 Audio Design for User Experience
10 Audio Design for Spatial Experience
11 Audio Design for Online/Social Media
12 Audio Design for Motion Design
13 Audio Design for Brands / Corporate Sound Concept
14 Audio Logo
15 Sonstiges

## 4 MUSIC

### 1 MUSIC

1 Composition
2 Adaption
3 Pick
4 Brand Partnership
5 for User Experience
6 for Spatial Experience
7 for Online/Social Media
8 for Motion Design
9 Sonstiges

## 5 AUDIO DESIGN AND MUSIC

### 1 OVERALL AUDIO PIECE

1 Projekt

## 6 AUDIO CRAFT

### 1 AUDIO CRAFT

1 Regie
2 Audio Engineering
3 Casting
4 Sonstiges

# 9. AUDIO

Kreative Inhalte für Audiomedien, die mittels Tontechnik und Stimme/n, Geräuschen, Tönen, Klängen, Soundeffekten und/oder Musik gestaltet wurden.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1 RADIO / ONLINE** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Klassische Radiospots, die auch auf Streaming-Angeboten von Radiosendern oder reinen Webradios gesendet werden. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 RADIO/ONLINE MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Radiospot (einzeln) | | | ✓ | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 2 | Radiospot (Serie) | | | ✓ | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 3 | Pre-, Mid- und Post-roll Ads | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 | Sonstiges | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **2 PUBLISHING** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inhalte von traditionellen Verlagen und Corporate Publishern, die kreativ für Audiomedien (Podcast/Webcast) genutzt werden, sowie Audiokreationen für spezielle Podcast/Webcast-Werbeformate (Audio Ads oder Sponsorships). | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 PUBLISHING MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Podcast/Webcast (Ausgabe) | Kreative vorproudzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen | | ✓ | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 2 | Podcast/Webcast (Serie) | Kreative vorproudzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen | | ✓ | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | | 400,- |
| 3 | Hörbuch | | | ✓ | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 4 | Sonstiges | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **2 PODCAST/WEBCAST ADS** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Audio Ad | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 | Sponsorship | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 | Branded Content | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 | Sonstiges | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |

# 9. AUDIO

Kreative Inhalte für Audiomedien, die mittels Tontechnik und Stimme/n, Geräuschen, Tönen, Klängen, Soundeffekten und/oder Musik gestaltet wurden.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestand-teile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmege-bühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **3** | **AUDIO DESIGN**<br>Kreative Gestaltung von Tönen, Klängen, Geräuschen oder Soundeffekten mit elektronischen Mitteln bzw. digitaler Technik in allen Offline- und Online-Medien. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **AUDIO DESIGN** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Audio Design for Film | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 | Audio Design for User Experience | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 | Audio Design for Spatial Experience | Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist. | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 | Audio Design for Online/Social Media | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 5 | Audio Design for Motion Design | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 6 | Audio Design for Brands / Corporate Sound Concept | Komplexe ganzheitliche Soundkonzepte, inkl. Sound-Logos, Brand-Songs, Ringtones, etc. | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 7 | Audio Logo | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 8 | Sonstiges | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **4** | **MUSIC**<br>Künstlerische oder kommerzielle Werke aus rhythmisch organisierten Tönen und Klängen. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **MUSIC** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Composition | Neue Musikkomposition, die eigens für Werbenutzung komponiert und produziert wurde. Bewertet wird die kompositorische und kreative Leistung sowie die Produktionsqualität im Zusammenspiel mit der Werbearbeit. | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 2 | Adaption | Bewertet wird die besonders gelungene und kreative Auswahl eines vorbeste- henden Musikwerkes, die maßgeblich für die Idee und die Wirkung des Werbefilms, des Funkspots, der Veranstaltung etc. ist. | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 3 | Pick | Nutzung bestehender Originalmusik | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 4 | Brand Partnership | Kreative Kooperationen zwischen Musikern und Marken | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 5 | for User Experience | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |

# 9. AUDIO

Kreative Inhalte für Audiomedien, die mittels Tontechnik und Stimme/n, Geräuschen, Tönen, Klängen, Soundeffekten und/oder Musik gestaltet wurden.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 6 for Spatial Experience | Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist. | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 7 for Online/Social Media | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 8 for Motion Design | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| 9 Sonstiges | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **5 AUDIO DESIGN AND MUSIC**<br>Künstlerische oder kommerzielle Werke, die Audio Design und den Einsatz von Musik kreativ kombinieren | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 OVERALL AUDIO PIECE** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Projekt | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | |
| **6 AUDIO CRAFT**<br>Besondere Einzelleistungen im Zusammenhang mit Audio-Medieninhalten bzw. Audio-Anwendungen. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 AUDIO CRAFT** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Regie | Kreative Regie- und/oder Konzeptionsleistungen im Audiobereich | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 2 Audio Engineering | Kreativer Mix/Schnitt - und/oder Audiobearbeitungstechniken bei Audioproduktionen | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 3 Casting | Kreativer Einsatz/Umgang von/mit Stimmen und deren Besetzung | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | |
| 4 Sonstiges | | | ✓ | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | ✓ | ✓ | ✓ | 210,- | |

# 10. FILM

Kreative Inhalte für audiovisuelle Medien, die mit bewegten Bildern gestaltet worden sind.

## 1 LIVE ACTION FILM

### 1 FILM FOR TV/CINEMA

1 TV-Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)
2 TV/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)
3 TV/Kinospot (Serie)

### 2 FILM FOR MOBILE/ONLINE MEDIA

1 Digital Mobile Only (einzeln)
2 Digital Mobile Only (Serie)
3 Digital Pre-roll Ad (einzeln)
4 Digital Pre-roll Ad (Serie)
5 Online-Film (einzeln)
6 Online-Film (Serie)

### 3 MUSIC VIDEO

1 Music Video

### 4 FILM FOR PUBLISHING

1 Film für Unternehmensdarstellung
2 Dokumentation
3 Public-Service-Film
4 Vlog/Webcast (Ausgabe)
5 Vlog/Webcast (Serie)

### 5 SONSTIGES

1 Kurzfilm/Sonderformat
2 Taktischer Film
3 Film für Spatial Experience
4 Film für Point-of-Sale
5 Sonstiges

### 6 FILM CRAFT

1 Regie
2 Kamera
3 Schnitt
4 Casting
5 Postproduction/CGI/VFX
6 Set/Production Design
7 Sonstiges

## 2 ANIMATED FILM

### 1 ANIMATION FOR TV/CINEMA

1 TV-Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)
2 TV/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)
3 TV/Kinospot (Serie)

### 2 ANIMATION FOR MOBILE/ONLINE MEDIA

1 Digital Mobile Only (einzeln)
2 Digital Mobile Only (Serie)
3 Digital Pre-roll Ad (einzeln)
4 Digital Pre-roll Ad (Serie)
5 Online-Film (einzeln)
6 Online-Film (Serie)

### 3 MUSIC VIDEO

1 Music Video

### 4 ANIMATION FOR PUBLISHING

1 Film für Unternehmensdarstellung
2 Dokumentation
3 Public-Service-Film
4 Vlog/Webcast (Ausgabe)
5 Vlog/Webcast (Serie)

### 5 SONSTIGES

1 Kurzfilm/Sonderformat
2 Taktischer Film
3 Film für Spatial Experience
4 Film für Point-of-Sale
5 Sonstiges

### 6 ANIMATION CRAFT

1 Regie
2 Character Development
3 Background Design
4 Postproduction/CGI/VFX
5 Sonstiges

# 10. FILM

Kreative Inhalte für audiovisuelle Medien,
die mit bewegten Bildern gestaltet worden sind.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1** | **LIVE ACTION FILM**<br>Kreative Produktion von bewegten Bildern, bei denen tatsächliche Bewegungen von einer Kamera aufgenommen werden, echte Schauspieler ein Drehbuch aufführen und das Echtbild davon gefilmt und anschließend in der Postproduktion elektronisch/digital nachbearbeitet wird. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **FILM FOR TV/CINEMA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | TV-Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden) | Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden. | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 2 | TV/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden) | Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden. | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 3 | TV/Kinospot (Serie) | Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. | ✓ | | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610.- |
| **2** | **FILM FOR MOBILE/ONLINE MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Digital Mobile Only (einzeln) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 2 | Digital Mobile Only (Serie) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 3 | Digital Pre-roll Ad (einzeln) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 4 | Digital Pre-roll Ad (Serie) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 5 | Online-Film (einzeln) | Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 6 | Online-Film (Serie) | Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| **3** | **MUSIC VIDEO** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Music Video | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **4** | **FILM FOR PUBLISHING** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Film für Unternehmensdarstellung | Filme, die Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellen (z. B. Imagefilm). | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 2 | Dokumentation | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |

# 10. FILM

Kreative Inhalte für audiovisuelle Medien,
die mit bewegten Bildern gestaltet worden sind.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 3 Public-Service-Film | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 4 Vlog/Webcast (Ausgabe) | | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 5 Vlog/Webcast (Serie) | | ✓ | | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| **5 SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Kurzfilm/Sonderformat | Filme, die für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert sind, (z. B. Digital Outdoor, Mobiltelefon, Projektion). | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 2 Taktischer Film | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 3 Film für Spatial Experience | Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist. | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 4 Film für Point-of-Sale | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 5 Sonstiges | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **6 FILM CRAFT** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Regie | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 2 Kamera | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 3 Schnitt | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 4 Casting | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 5 Postproduction/CGI/VFX | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 6 Set/Production Design | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 7 Sonstiges | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |

# 10. FILM

Kreative Inhalte für audiovisuelle Medien,
die mit bewegten Bildern gestaltet worden sind.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **2** | **ANIMATED FILM**<br>Kreative Produktion von Trickfilmen/Animationen aller Genres. Animationen erzählen Geschichten, die Bild für Bild traditionell gezeichnet und von einer Trickfilmkamera aufgenommen werden oder Bilder, die vollkommen digital am Computer skizziert, illustriert, generiert und animiert, das heißt aufeinanderfolgend bewegt werden. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | **ANIMATION FOR TV/CINEMA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | TV-Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden) | Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden. | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 2 | TV/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden) | Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden. | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 3 | TV/Kinospot (Serie) | Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. | ✓ | | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610.- |
| **2** | **ANIMATION FOR MOBILE/ONLINE MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Digital Mobile Only (einzeln) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 2 | Digital Mobile Only (Serie) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 3 | Digital Pre-roll Ad (einzeln) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 4 | Digital Pre-roll Ad (Serie) | Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| 5 | Online-Film (einzeln) | Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 6 | Online-Film (Serie) | Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen | ✓ | | | | | 2 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| **3** | **MUSIC VIDEO** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Music Video | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **4** | **ANIMATION FOR PUBLISHING** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Film für Unternehmensdarstellung | Filme, die Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellen (z. B. Imagefilm). | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 2 | Dokumentation | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |

# 10. FILM

Kreative Inhalte für audiovisuelle Medien,
die mit bewegten Bildern gestaltet worden sind.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestandteile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmegebühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| 3 Public-Service-Film | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 4 Vlog/Webcast (Ausgabe) | | ✓ | | | | | 1 | 1 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 5 Vlog/Webcast (Serie) | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | | 610,- |
| **5 SONSTIGES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Kurzfilm/Sonderformat | Filme, die für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert sind, (z. B. Digital Outdoor, Mobiltelefon, Projektion). | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 2 Taktischer Film | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 3 Film für Spatial Experience | Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist. | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 4 Film für Point-of-Sale | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| 5 Sonstiges | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | 610,- |
| **6 ANIMATION CRAFT** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Regie | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 2 Character Development | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 3 Background Design | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 4 Postproduction/CGI/VFX | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |
| 5 Sonstiges | | ✓ | | | | | 1 | 8 | | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 335,- | |

# 11. EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS

Mediale Experimente an der Schwelle zur Kunst, die keinem eindeutigen Zweck oder einer anderen Kategorie zuzuordnen sind.

## 1 MANDATE

**1 MANDATE**

1 Projekt

## 2 INDEPENDENT

**1 INDEPENDENT**

1 Projekt

# 11. EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS

Mediale Experimente an der Schwelle zur Kunst, die keinem eindeutigen Zweck oder einer anderen Kategorie zuzuordnen sind.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestand-teile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmege-bühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1 MANDATE**<br>Beauftragte, gesponserte oder geförderte Arbeiten/Werke. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 MANDATE** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Projekt | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **2 INDEPENDENT**<br>Selbst initiierte, freie Arbeiten/Werke. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 INDEPENDENT** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Projekt | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |

# 12. INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY

Art Directors Club

Ideen, die mithilfe der neuesten Technologien innovative Anwendungen entwickeln,
die sich noch in der Konzeptphase oder im Entwicklungsstadium befinden.

| 1 CONCEPT | 2 PROTOTYPE | 3 INNOVATIVE USE OF MEDIA |
|---|---|---|
| **1 CONCEPT** | **1 PROTOTYPE** | **1 INNOVATIVE USE OF MEDIA** |
| 1 Projekt | 1 Projekt | 1 Projekt |

# 12. INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY

Ideen, die mithilfe der neuesten Technologien innovative Anwendungen entwickeln, die sich noch in der Konzeptphase oder im Entwicklungsstadium befinden.

✓ Pflicht
✓ Optional

| | | *Bestandteile* | | | | | *Anzahl Bestand-teile* | | *Physische Einreichung, Druckservice* | *Präsentationsformate* | | | | | *Teilnahmege-bühren* | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Film** max. 600 Sek. | **Audio** max. 600 Sek. | **URL** Link | **Board / Motiv** PDF | **3D** PDF | **Minimale Anzahl** | **Maximale Anzahl** | **Physisch** Board/Motiv/3D | **Casefilm** max. 180 Sek. | **Zusatzpräsentation** 170,00 € pro Bestandteil | **Textmanuskript** max. 7000 Zeichen | **Beschreibungstext** max. 1.500 Zeichen | **Präsentationsbild** | **PRO BESTANDTEIL** | **PAUSCHAL** |
| **1 CONCEPT**<br>Klar umrissener Plan/Entwurf für eine technische Innovation. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 CONCEPTS** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Projekt | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **2 PROTOTYPE**<br>Entwurfsmuster/-objekt oder Vorab-Konstruktion einer geplanten Serienfertigung. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 PROTOTYPES** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Projekt | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |
| **3 INNOVATIVE USE OF MEDIA**<br>Ideen, die in außergewöhnlich innovativer Weise die klassischen Medien nutzen und diese dadurch neu definieren.<br>Oder Ideen, die neue Medien finden oder erfinden. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1 INNOVATIVE USE OF MEDIA** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 Projekt | | ✓ | ✓ | ✓ | Board | ✓ | 1 | 8 | ✓ | | Casefilm | | ✓ | ✓ | 210,- | 400,- |

# Allgemeine *Teilnahmebedingungen*

# Allgemeine Teilnahmebedingungen

**Veranstalterin des ADC Wettbewerbs ist die Art Directors Club GmbH, Berlin (nachfolgend „ADC“ genannt), im Auftrag des Art Directors Club für Deutschland e. V.. Teilnahmeberechtigt sind alle Urheber, Personen oder Firmen mit Arbeiten, an denen sie urheberrechtlich beteiligt waren. Der Einreicher sichert zu, dass Rechte Dritter der vom ADC beabsichtigten Nutzung der eingesandten Arbeiten nicht entgegenstehen und dass diese einer Teilnahme am ADC Wettbewerb ausdrücklich zugestimmt haben. Am ADC Wettbewerb können ausschließlich Arbeiten teilnehmen, welche zwischen dem 1. Januar 2020 und dem 31. Januar 2021 erstmals veröffentlicht wurden. Arbeiten aus Januar 2020, die bereits zum ADC Wettbewerb 2020 eingereicht wurden, sind in derselben Kategorie nicht noch einmal teilnahmeberechtigt. Die Arbeiten müssen entweder in Deutschland, Österreich, Luxemburg oder der deutschsprachigen Schweiz veröffentlicht oder entwickelt worden sein. Die Arbeiten dürfen inhaltlich oder formal nicht mit einer bereits veröffentlichten Arbeit übereinstimmen. Ferner müssen die Arbeiten im Auftrag eines Auftraggebers – außer bei Eigenwerbung – realisiert und veröffentlicht worden sein. Eine Arbeit, welche ausschließlich zur Teilnahme am ADC Wettbewerb realisiert und veröffentlicht wurde, ist nicht teilnahmeberechtigt. Außerdem muss der Auftraggeber vom Einreicher über die Teilnahme der Arbeit am ADC Wettbewerb in Kenntnis gesetzt worden sein und der Teilnahme der Arbeit am ADC Wettbewerb ausdrücklich zugestimmt haben. Bei allen Arbeiten, die nicht in Deutschland konzipiert wurden, muss der ausländische Urheber eindeutig genannt werden. Neben der Angabe einer Kurzbeschreibung sind detaillierte Angaben zur Veröffentlichung der Arbeiten bei der Einreichung zu machen, wie das Datum der Erstveröffentlichung und die Nennung des Mediums oder des Ortes, wo die Arbeiten veröffentlicht wurden.**

## Erstattung

Für eingesandte Arbeiten, die nicht prämiert, vom Einreicher nachträglich vom ADC Wettbewerb zurückgezogen oder nicht zum ADC Wettbewerb zugelassen werden, insbesondere weil sie die Teilnahmebedingungen nicht erfüllen, werden die Teilnahmegebühren nicht erstattet.

## Zahlungsart

Die Rechnung wird entweder auf den Einreicher oder die einreichende Agentur/Firma ausgestellt. Die Rechnungsadresse der Agentur/Firma muss bei der Registrierung bzw. Anmeldung vollständig und korrekt angegeben werden. Eine nachträgliche Umschreibung der Rechnung ist ausgeschlossen.
Die Rechnung wird ausschließlich als PDF-Dokument per E-Mail an den Einreicher versandt. Die Teilnahmegebühren sind sofort nach Erhalt der Rechnung per Banküberweisung zu bezahlen. Eine Zahlung per Kreditkarte oder Scheck ist nicht zulässig. Ohne Nachweis der Zahlung wird die Einreichung nicht bearbeitet und die Arbeit nicht zum ADC Wettbewerb zugelassen.

**Bankverbindung**

| | |
|---|---|
| Empfänger: | Art Directors Club GmbH |
| Bank: | Deutsche Bank |
| IBAN: | DE77 3007 0010 0500 0070 00 |
| BIC (SWIFT): | DEUTEDDXXX |

Als Verwendungszweck bitte Beleg- und Kundennummer angeben.

## Vorbehalte / Verstöße

Nur Arbeiten, die den allgemeinen Einreichungsvorgaben oder den Teilnahmebedingungen entsprechen, nehmen am ADC Wettbewerb und an der Bewertung teil. Hierzu gehören u. a. auch die korrekten Angaben zur Einreichung sowie die Zustimmung aller Berechtigten bzw. Rechteinhaber, die Arbeit nach Maßgabe der ADC Teilnahmebedingungen nutzen zu dürfen. Das Präsidium des ADCs behält sich vor, Arbeiten vom Wettbewerb und/oder von der Veröffentlichung auszuschließen, wenn sie nicht den allgemeinen Einreichungsvorgaben oder den Teilnahmebedingungen entsprechen oder wenn es zu der Überzeugung gelangt, dass sie eine Schädigung des ADC, des ADC Wettbewerbes oder der Herausgabe von ADC Publikationen zur Folge haben könnten. Alle Einreichungen können vor der Jurysitzung von einer Zulassungskommission, bestehend aus ADC Mitgliedern, hinsichtlich der Einhaltung der Teilnahmebedingungen überprüft werden. Zudem können Arbeiten bei Verstoß gegen die allgemeinen Einreichungsvorgaben oder die Teilnahmebedingungen durch die Jury ausgeschlossen werden. Ein Ausschließungsgrund ist u. a. gegeben, wenn an der Originalität, der Urheberschaft oder dem Auftragscharakter der Arbeit Zweifel oder wenn wettbewerbliche Bedenken bestehen. Bei Zweifeln ist die Zulassungskommission auch berechtigt, die Angaben zur Veröffentlichung zu überprüfen und bei dem angegebenen Medium und den Auftraggebern nachzufragen. Weiter behält sich der ADC das Recht vor, auch ohne Rücksprache mit dem Einreicher Einzeleinreichungen zu Kampagnen bzw. Serien zusammen zufassen, Kategorieänderungen vorzunehmen und Credits redaktionell zu bearbeiten.

## Pflichten und Haftung des Einreichers

Der Einreicher ist verpflichtet, alle Urheber, auch die ausländischen, namentlich zu benennen. Der Unterzeichner der Einreichungsunterlagen versichert, von dem Einreicher beauftragt und bevollmächtigt zu sein, die Einreichungsunterlagen auszufüllen, und haftet neben dem Einreicher für sämtliche Rechtsfolgen, die durch unrichtige Angaben entstehen, gesamtschuldnerisch.

Er versichert mit seiner Unterschrift, die Teilnahmebedingungen gelesen zu haben und diese zu akzeptieren. Jeder Einreicher unterwirft sich mit der Einreichung einer oder mehrerer Arbeiten den Teilnahmebedingungen und dem Bewertungsverfahren. Es gilt der Schiedsspruch der Jury. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Jurierung ist beendet, wenn dem ADC Büro das unterzeichnete Ergebnis des Jury Chairman vorliegt. Plagiats- und Dublettenhinweise sind an das ADC Wettbewerbsteam zu richten. Der Einreicher versichert, unter den registrierten Kontaktdaten mindestens bis Ende September 2021 erreichbar zu sein oder im Falle einer Änderung das ADC Büro unverzüglich per E-Mail zu benachrichtigen. Das ADC Team kontaktiert nach dem ADC Wettbewerb alle Gewinner, um die Aufbereitung der Daten zu klären. Der Einreicher verpflichtet sich ferner, bei der Anmeldung auf der Teilnahmeplattform für den Fall einer Rücksendung den materiellen Wert (Materialwert) anzugeben. Der Einreicher hat den ADC des Weiteren auf die Verwendung von GEMA-pflichtigem Material (insbesondere Musikkompositionen oder Teile hiervon, Sounds, O-Töne) in seinem Werk hinzuweisen. Der ADC übernimmt für die im Rahmen des Wettbewerbes stattfindenden GEMA-pflichtigen Nutzungen (z. B. Aufführung oder sonstige öffentliche Wahrnehmbarmachung der GEMA-pflichtigen Teile des Werkes im Rahmen des ADC Festivals, insbesondere im Rahmen der Jurierung, der Ausstellung etc.) die entsprechenden GEMA-Gebühren und meldet die Nutzung bei der GEMA an. Im Übrigen sichert der Einreicher zu, dass sonstige Rechte Dritter dieser Nutzung nicht entgegenstehen.

## Pflichten und Haftung des ADC

Schadensersatzansprüche wegen Pflichtverletzung und aus unerlaubter Handlung, Ansprüche auf Ersatz vergeblicher Aufwendungen sowie Ersatz für nicht vorhersehbare Schäden und Mangelfolgeschäden sind sowohl gegenüber dem ADC als auch gegenüber seinen Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen ausgeschlossen. Dies gilt nicht, wenn der Schaden vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurde. Die Beschränkung gilt ferner nicht bei der Verletzung vertragswesentlicher Pflichten, d. h. solcher vertraglicher Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Einreicher regelmäßig vertrauen darf und deren Verletzung auf der anderen Seite die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet. Die Haftungsbeschränkung gilt weiterhin nicht für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, wenn der ADC die Pflichtverletzung zu vertreten hat, sowie für Schäden, die auf dem Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft beruhen oder für die eine Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz vorgesehen ist. Wegen unverschuldeter Irrtümer und Druck- oder Übermittlungsfehler, die den ADC zur Anfechtung berechtigen, kann der Einreicher Schadensersatz als Folge der Anfechtung nicht geltend machen. Außer in den Fällen der schuldhaften Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, in Produkthaftungsfällen sowie bei vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachten Schäden ist die Haftung des ADC der Höhe nach auf das Doppelte des Wertes der jeweiligen Teilnahmegebühren des Einreichers beschränkt. Im Falle einer Beschädigung der Arbeit, die über die durch die Teilnahme am Wettbewerb bedingte Abnutzung hinausgeht, sowie der Entwendung oder des sonstigen Verlustes der eingesandten Arbeit haftet der ADC nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Im Übrigen ist die Haftung ausgeschlossen. Im Falle einer Haftung des ADC wird lediglich der bei der Anmeldung auf der Teilnahmeplattform angegebene materielle Wert ersetzt; dem Einreicher und dem ADC bleibt vorbehalten, nachzuweisen, dass der Schaden höher oder niedriger als der angegebene Betrag ausgefallen ist. Im Falle eines Gewinnes wird dem Einreicher, dessen Arbeit prämiert wurde, im Anschluss vom ADC eine Urkunde ausgestellt. Hierfür werden die Credit-Angaben des Einreichers im Vorfeld vereinheitlicht und übernommen. Weitere Urkunden können alle Beteiligten kostenpflichtig erwerben. Des Weiteren erhält der Einreicher, dessen Arbeit mit Bronze, Silber oder Gold prämiert wurde, einen ADC Nagel. Die Nagelübergabe erfolgt im Rahmen der ADC Award Show an den vom Einreicher angegebenen Preisabholer. Nicht abgeholte Nägel werden dem Einreicher einmalig kostenfrei an die Einreicheradresse zugeschickt. Weitere Nägel können alle Beteiligten kostenpflichtig erwerben.

## Haftungsfreistellung

Der Einreicher versichert, Inhaber aller Urheber-, Nutzungs-, Verwertungs-und sonstiger Schutzrechte zu sein bzw. (soweit er nicht Inhaber dieser Rechte ist) die Einwilligung der Rechteinhaber zu haben und über diese Rechte zeitlich und räumlich uneingeschränkt verfügen und diese übertragen zu dürfen. Ferner erteilt der Einreicher zusätzlich das einfache, zeitlich und räumlich unbeschränkte Ausstellungs-, Vervielfältigungs-, Verbreitungs- und Vorführungsrecht, das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung, das Bearbeitungsrecht und das Senderecht sowie das Recht der Wiedergabe durch Bild- oder Tonträger hinsichtlich aller eingesandten Arbeiten und Teilen hiervon zum Zweck der Durchführung und Darstellung des ADC Wettbewerbes, einschließlich seiner Bewerbung, kommerziellen Verwertung sowie der Eigenwerbung für den ADC als Veranstalter des Wettbewerbs, und stimmt der Ausübung der Rechte sowie dem Verleih oder Verkauf der auf allen Medien übertragenen Arbeiten durch den ADC, den ADC Verlag, den ADC of Europe oder durch den vom ADC offiziell beauftragten Verlag oder Vertrieb zu. Eine Ausübungspflicht zulasten des ADC ist mit der Rechteeinräumung nicht verbunden. Der Einreicher stimmt einer Archivierung seiner Arbeiten, gleich in welchem Medium, durch den ADC oder durch vom ADC beauftragte Dritte zu. Eine Vergütungspflicht besteht für die vorstehende Rechteeinräumung nicht. Darüber hinaus versichert der Einreicher, dass fremde Rechte, insbesondere auch ausländische Urheber- und verwandte Schutzrechte, sowohl des Auftraggebers als auch des Einreichers sowie Dritter der vorstehenden Rechteübertragung nicht entgegenstehen.

Er gewährleistet auch, keine Arbeiten mit rechtswidrigen Inhalten im oben beschriebenen Sinne einzusenden. Der Einreicher ist für sämtliche von ihm im Rahmen des ADC Wettbewerbes eingestellten Arbeiten und Inhalte allein verantwortlich. Er verpflichtet sich, den ADC, den Art Directors Club Verlag sowie deren Angestellte, Mitarbeiter oder Beauftragte von jeder Haftung und sämtlichen Kosten, einschließlich Rechtsanwaltskosten zur Rechtsverteidigung sowie möglicher und tatsächlicher Kosten eines gerichtlichen Verfahrens sowie etwaiger von einem Gericht festgesetzter bzw. festzusetzender Ordnungsgelder, freizuhalten bzw. freizustellen, falls die oben genannten Personen von Dritten in Anspruch genommen werden, weil der Einreicher unter schuldhafter Verletzung seiner vorstehenden Versicherungen und Gewährleistungen Rechte Dritter oder die Rechte der von ihnen vertretenen Personen verletzt hat. Entsprechendes gilt, falls die Inanspruchnahme aus einem anderweitig rechtswidrigen Inhalt resultiert sowie in Fällen, in denen die Inanspruchnahme seitens einer Verbraucherschutzeinrichtung oder einer Behörde erfolgt. Der ADC wird den Einreicher über die Inanspruchnahme unterrichten und ihm, soweit möglich und zumutbar, Gelegenheit zur Abwehr des geltend gemachten Anspruchs geben. Der Einreicher ist seinerseits verpflichtet, dem ADC unverzüglich alle ihm verfügbaren Informationen über den betreffenden Sachverhalt vollständig mitzuteilen. Darüber hinausgehende Schadensersatzansprüche des ADC bleiben unberührt.

## Veröffentlichung und Nutzungsrechte

Der Einreicher räumt dem ADC ein einfaches, nicht ausschließliches, zeitlich und örtlich uneingeschränktes Nutzungsrecht ein, die eingesandte Arbeit zu veröffentlichen, zu vervielfältigen, zu verbreiten, auszustellen, öffentlich zu präsentieren, zu senden, im Internet öffentlich zugänglich zu machen und auf andere körperliche wie unkörperliche Weise beliebig in Printmedien sowie allen digitalen Medien zu nutzen. Der ADC darf hierzu Dritten Unterlizenzen einräumen. Der Einreicher garantiert, dass er im Falle der Nutzung von Fremdmaterialien in seiner Arbeit die Einwilligung der jeweiligen Rechteinhaber für die Nutzung dieser Bestandteile durch den ADC im Rahmen der vorgenannten Publikationsformen eingeholt hat und dass es ihm möglich ist, dem ADC die vorstehenden Rechte wirksam einzuräumen. Der ADC beabsichtigt, alle eingesandten Arbeiten auf dem ADC Festival im Mai 2021 auszustellen und öffentlich vorzuführen und die besten Arbeiten auf der Bühne der ADC Award Show zu präsentieren. Der ADC beabsichtigt ferner, ausgezeichnete Arbeiten auch nach dem Wettbewerb zu Zwecken der Eigenwerbung für den ADC als Veranstalter des Wettbewerbs zu nutzen. Bis zur Bearbeitung der Rücksendungen nach dem ADC Festival behält der ADC die Arbeiten in seinem Besitz. Ferner werden alle Gewinnerarbeiten veröffentlicht und/oder öffentlich zugänglich gemacht, insbesondere im Rahmen einer ADC Gewinnergalerie, von ADC Ausstellungen, der ADC Roadshow und weiteren Publikationen. Für diese Zwecke verpflichtet sich der Einreicher, auf Anfrage druckfähige Daten oder weitere Exemplare zur Verfügung zu stellen. Auf die beschränkte Haftung des ADC für Abnutzung, Beschädigung und Verlust wird verwiesen. Der Einreicher kann keinen Einfluss auf Inhalt und Art der Wiedergabe seiner prämierten Arbeit nehmen.

**Art Directors Club GmbH**
Franklinstraße 15
10587 Berlin

| | |
|---|---|
| Telefon: | +49 (0)305900 310 - 55 |
| Fax: | +49 (0)305900 310 - 11 |
| E-Mail: | wettbewerb@adc.de |

Vereinsregistergericht
| | |
|---|---|
| Amtsgericht: | Charlottenburg, Berlin |
| Vereinsregisternummer: | HRB 84624 B |
| USt-IdNr.: | DE221140109 |