



Guidelines

ADC Wettbewerb 2022

Einreichungszeitraum:

26. Oktober 2021 bis 11. Januar 2022

Januararbeiten bis 15. Februar 2022

Liebe *Kreative*,

es ist wieder mal so weit: Der ADC Wettbewerb, der wichtigste deutsche Kreativwettbewerb, beginnt! Unsere Suche nach den besten Arbeiten der Branche fällt in eine Zeit zwischen Aufbruch und Neustart, die auch durch viele Unsicherheiten geprägt ist.

Sicher ist jedoch eines: Den Herausforderungen in Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft kann nur mit Kreativität begegnet werden.

Kreativität ist die Startvoraussetzung für den Neustart nach der Krise. Kreativität ist der Schlüssel für jede Form der Innovation. Sie ist das Now mit Wow.

Wir freuen uns auf kreative Exzellenz, kreative Innovation, kreative Kommunikation beim ADC Wettbewerb 2022. Unsere Kriterien für herausragende Arbeiten haben wir in unserem Manifest definiert: **Woran wir glauben.**

Diese Grundsätze sind auch die Basis der Juryarbeit:
Alle eingereichten Arbeiten werden nach genau diesen Kriterien bewertet.

Auch in diesem Jahr wollen wir wieder die Besten auszeichnen:
Die besten Arbeiten. Die besten Kreativen. Die besten Auftraggeber.
Um von ihnen zu lernen, um ihnen eine Bühne zu geben.
Um zu zeigen, was exzellente, kreative Kommunikation zu leisten vermag.
Und um Arbeiten zu feiern, die inspirieren und Maßstäbe setzen für unsere Branche.

Im vergangenen Wettbewerbsjahr haben wir unsere Kategorien neu definiert und starten nun voller Spannung den ADC Wettbewerb 2022!

Wir freuen uns auf eure Einreichungen.

Liebe Kreative, macht sichtbar, was eure Arbeiten können.
Und: Macht euch sichtbar!

Eure



Dörte Spengler-Ahrens
ADC Präsidentin



Allgemeine Informationen

Teilnahme & Gewinn	01
Bewertung	02
<i>Key Dates</i>	03
Teilnahmegebühren & Zusatzleistungen	04
<i>Wettbewerbsregeln</i>	05
Einreichungsprozess	07
<i>Präsentationsformate</i>	08

Kategorien

Kategorienübersicht	15
Definitionen, Uploadformate & Gebühren	16
BRAND BUILDING	17
ACTIVATION	24
DIGITAL EXPERIENCE	31
SPATIAL EXPERIENCE	35
PUBLISHING	41
COPY	47
DESIGN	51
IMAGERY	56
AUDIO	59
FILM	63
EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS	68
INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY	70

Allgemeine Teilnahmebedingungen	73
---------------------------------	----

Allgemeine *Informationen*

Teilnahme & Gewinn

IM FALLE EINES GEWINNES ENTSTEHEN KEINE ZUSÄTZLICHEN KOSTEN!

Alle Teilnehmer/innen 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/innen in der [ADC App](#) (mehr als 30.000 User).

Bei einer Prämierung erhalten alle Teilnehmer/innen darüber hinaus

- pro Gewinn eine **Urkunde** und einen **ADC Nagel** (Gewinnstufen: Auszeichnung, Bronze, Silber, Gold, Grand Prix)
- ein **digitales Gewinner/innen-Kit** in der jeweiligen Gewinnstufe
- die kostenlose Teilnahme am **ADC*Europe Award*** für Gold-Gewinner/innen sowie vergünstigte Teilnahme bei Auszeichnung und für Bronze- und Silber-Gewinner/innen [ADC*Europe](#).
- Mediale Aufmerksamkeit für alle Grand Prix Gewinner/innen

Die **mit * gekennzeichnete Leistung** steht unter dem Vorbehalt, dass der ADC Europe Award am Jahr 2022 durchgeführt wird. Die Leistung hierfür ist nicht in den Teilnahmegebühren enthalten.

Ehrungen

- **Grand Prix-Nagel** für eine bahnbrechende Arbeit, die unter den Goldprämierungen heraussticht.
- **Gold-Nagel** für eine Arbeit, die besonders herausragend ist und ihre jeweilige 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 Wettbewerbs werden 50% der Punkte im **ADC Kreativranking** zusätzlich der Agentur angerechnet.

Alle Talent Wettbewerb Goldgewinner/innen werden in den [Talent ADC](#) eingeladen und dürfen fünf Jahre das ADC Netzwerk und dessen kreative Expertise nutzen.

Bewertung

Jury

Die Jury tagt zwei Tage im Mai 2022 während des ADC Festivals und setzt sich ausschließlich aus ADC Mitgliedern, den führenden Köpfen der deutschsprachigen Kreativbranche, zusammen.
[Alle Infos zur ADC Jury.](#)

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.**

Key Dates

Einreichungsbeginn

26. Oktober 2021
adc-wettbewerb.de

**ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM
01. JANUAR – 31. DEZEMBER 2021**

Early Bird 10 %

bis 09. November 2021

Teilnahmeschluss

11. Januar 2022

Late Fee / zzgl. 120.- €

bis 25. Januar 2022

**ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM
01. – 31. JANUAR 2022**

Teilnahmeschluss

16. Februar 2022

Credit-Anpassungen

05. März 2022

Jurytzug

Mai 2022

Teilnahmegebühren & Zusatzleistungen

Teilnahmegebühren werden pro Einreichung erhoben und variieren je nach Kategorie, Bestandteile-Anzahl und Freigabe-Datum in der Teilnehmepattform.

Alle Teilnahmegebühren verstehen sich in Euro und zzgl. Mehrwertsteuer. Da die Erbringung der Leistung durch den ADC im Jahr 2022 liegt, wird der dann gültige Mehrwertsteuersatz angewandt.

Gewinnen beim ADC Wettbewerb kostet nicht extra!

ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM 01. JANUAR – 31. DEZEMBER 2021

*Bis 09.11.2021
Early Bird / 10 % Rabatt*

automatischer Nachlass auf der Rechnung
pro Einreichung bei Freigabe

*11.01.2022
Offizieller Teilnahmeschluss*

Teilnahmegebühren siehe [Übersicht – Uploadformate & Gebühren](#)

*Bis 25.01.2022
Late Fee / zzgl. 120,- €*

automatische Erhebung auf der Rechnung
pro Einreichung / Kategorie bei Freigabe

ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM 01. – 31. JANUAR 2022

*15.02.2022
Offizieller Teilnahmeschluss*

Teilnahmegebühren
siehe [Übersicht – Uploadformate & Gebühren](#)

ES KÖNNEN WEITERE GEBÜHREN ENTSTEHEN:

Rücksendung

70,- €
Aktivierung über die Teilnehmepattform 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 Einreichenden 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

Druckservice

35,- €
Pappe bzw. je PDF (Board/Motiv)

Wettbewerbsregeln

Erstellungszeitraum

Teilnehmen können ausschließlich Arbeiten, welche zwischen dem **01. Januar 2021 und dem 31. Januar 2022** 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.

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 Letztentscheidung, ob die Schnittfassungen deutlich voneinander unterscheidbar sind, liegt beim ADC Wettbewerbsteam.

Kennzeichnung

Die Einreichenden 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 2022 liegt, wird der dann gültige Mehrwertsteuersatz angewandt.

Digitale Freigabe und Zusendungen

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

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/in unter adc-wettbewerb.de registrieren und die Rechnungsadresse bestimmen. | 08 | Ggf. weitere Arbeiten/Leistungen zur Kampagne hinzufügen. |
| 02 | Kategorie auswählen, Auftraggeber/in, Produktname und Titel der Arbeit angeben sowie ggf. persönliche Auftragsnummer vergeben. Optionale Rücksendung von physischem Einreichungsmaterial veranlassen. | 09 | Einreichung verbindlich zum Wettbewerb freigeben und ADC Teilnahmebedingungen akzeptieren. |
| 03 | Veröffentlichungsdatum festlegen, Kurzbeschreibung anlegen (Aufgabe, Idee, Lösung max 1.500 Zeichen insgesamt). | 10 | Es ist möglich mehrere Einreichungen gesammelt zum Wettbewerb freizugeben, indem man diese markiert. |
| 04 | Namen aller Beteiligten in den Credits angeben. | 11 | Nach digitaler Prüfung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln seitens des ADC Teams erhält der/die Einreicher/in per E-Mail alle relevanten Unterlagen. |
| 05 | Anzahl der digitalen Bestandteile (Board, Motiv, 3D, Film, Spot, Audio, URL) festlegen
Achtung: Hinweise beachten!
Siehe Übersicht – Uploadformate & Gebühren . | 12 | Physisches Material (3Ds) entsprechend aufbereiten und mit Barcodes versehen (siehe physische Präsentationsformate). |
| 06 | Einreichung speichern.
Mit Beginn des Uploads der Bestandteile können u.a die Kategorien nicht mehr geändert werden. | 13 | Physische Boards/Motive werden über den Druckservice an das ADC Büro versendet. |
| 07 | Uploads durchführen und Titel der Bestandteile vergeben. | 14 | Nach Verbindliche Freigabe und Bestätigungs E-Mail durch das ADC Team wird die Einreichung für die ADC Jurysitzungen 2022 aufbereitet. |

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 und ein Textmanuskript angelegt werden, welche nicht als Bestandteile gelten.

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

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 (JPG) angelegt.

PDF/JPG

ausgenommen Kategorien mit Druckservice in diesen PDF obligatorisch (siehe [Übersicht – Präsentationsformate](#))



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.

PDF/JPG

ausgenommen Kategorien mit Druckservice in diesen PDF obligatorisch (siehe Übersicht – Präsentationsformate)

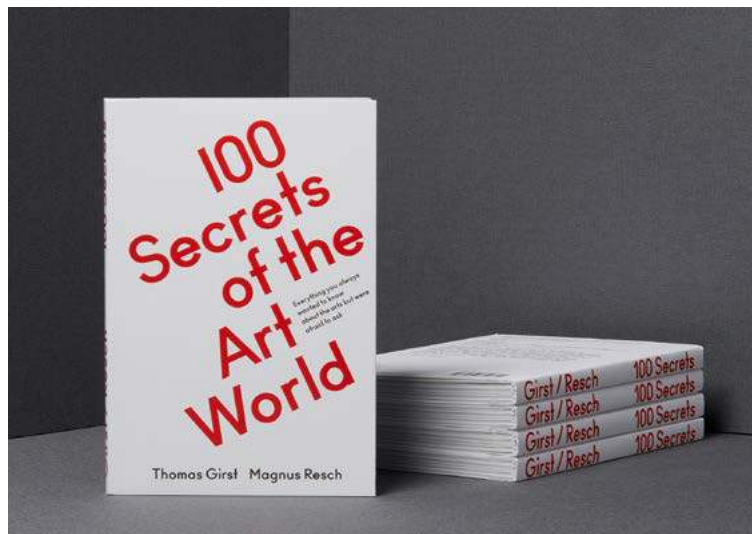


3D

Ein 3D ist ein innerhalb des Projektes entstandenes Produkt (Beispiele: Magazin, Kalender, Packaging, Mailing usw.). Es wird als Teil in digitaler Form (JPG) mit einer Abbildung angelegt. Kategorien, die ein 3D erfordern, sind der Übersicht – Uploadformate & Gebühren zu entnehmen.

Sowohl der physische Versand des Belegexemplars an das ADC Büros als auch der „Zusatzupload 3D“ ist für alle 3D Bestandteile verpflichtend.

Hoch- oder Querformat, JPG



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 2022

**Angabe bei Passwortgeschützten Seiten –
Benutzer: adcwettbewerb / Passwort: adc2022**

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

Kosten: 335,- € zzgl. MwSt. je weiteres Bestandteil.

Bücher, Magazine, Zeitungen ect. müssen als vollständiges Druck-PDF hochgeladen werden. Dies dient der Jurierung.

In anderen Kategorien ist ein Zusatz-Upload nicht zwingend erforderlich, kann aber der Jury aber im Falle einer digitalen Jurysitzung dazu dienen, den 3D Bestandteil einer Einreichung noch besser bewerten zu können. Produktfilme zu 3D Bestandteilen dürfen KEINE Casefilme sein. Der Film wird der Jury STUMM vorgelegt. Tonspuren werden entfernt.

Die Aufbereitung der Zusatzmaterialien wird NICHT vom ADC Team geprüft. Der Zusatzupload wird ungeprüft der ADC Jury präsentiert und muss durch den/die Einreicher/in entsprechend ANONYM aufbereitet werden. Nicht anonym aufbereitete Bestandteile führen zum Wettbewerbsausschluss.

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.

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

- **Einsendeblatt (pro Einreichung)**
- **Einsendeliste (alle Einreichungen) – unterschreiben und dem ADC via E-Mail an Einsendelisten@adc.de zusenden.**
- **Barcode für 3Ds – ausdrucken und am physischen Teil anbringen.**
- **Adressetiketten – nur bei 3Ds: ausdrucken und an Versandmaterial anbringen**

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

Board/Motiv

Boards/Motive werden auf der ADC Plattform als Druckdaten hinterlegt.



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



MOTIV
DIN A2 quer
(594mm x 420mm)

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

3D

Ein physisches 3D ist das Belegexemplar zum als „Teil“ angelegten JPG.

Auch von Büchern, Magazinen, Zeitungen etc. müssen aussagekräftige Fotos von der Außenseite des Produkts als JPGs hochgeladen werden, um der Jury auch einen digitalen Eindruck von der Haptik des Druckwerks zu vermitteln. Der Inhalt, also die einzelnen Seiten, hingegen müssen als ein(!) PDF pro Produkt im Bereich „Zusatzuploads“ hochgeladen werden.

Für die Einsendung des physischen 3D gilt:

- **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!

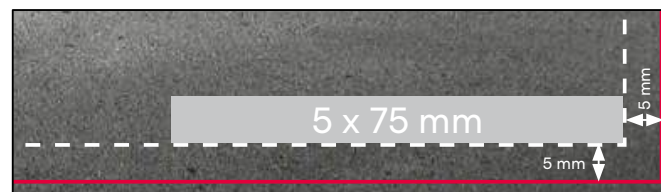


ACHTUNG

Es wird vom ADC automatisch im Falle einer physischen Ausstellung bzw. bei Jurys mit physischen Präsentationspappen 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!



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
- Haarlilien werden automatisch auf 0,076 mm gesetzt
- Min Schriftgröße: 5pt (schwarz), 8pt (CMYK)

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

1 BRAND BUILDING

1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN

1 UNTERNEHMEN/ORGANISATION/ INSTITUTION

- Crossmediale Konzeption
- Crossmediale Konzeption (Redesign)

2 PRODUKT/DIENSTLEISTUNG / EVENT

- Crossmediale Konzeption
- Crossmediale Konzeption (Redesign)

3 FRANCHISE

- Crossmediale Konzeption
- Crossmediale Konzeption (Redesign)

4 BROADCASTING (TV-SENDER/ STREAMINGDIENSTE)

- Crossmediale Konzeption (neu)
- Crossmediale Konzeption (Redesign)

2 BRAND ADVERTISING

1 INTEGRATED

- Crossmediale Kampagne

2 INTEGRATED ONLINE ONLY

- Crossmediale Online-/Social-Media-Kampagne

3 MOBILE/ONLINE MEDIA

- Web-/Microsite
- App
- Portal
- Plattform
- Display
- Terminal

4 PRINT MEDIA

- Anzeige (einzel)
- Anzeige (Serie)
- Plakat (einzel)
- Plakat (Serie)
- Broschüre (einzel)
- Broschüre (Serie)

5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA

- Out-of-Home/ Ambient Media (einzel)
- Out-of-Home/ Ambient Media (Serie)
- Digital Out-of-Home
- Out-of-Home/ Ambient Interactive Media

6 AUDIO MEDIA

- Radiospot (einzel)
- Radiospot (Serie)
- Pre-, Mid- und Post-Roll Ads
- Podcast/ Webcast (Ausgabe)
- Podcast/ Webcast (Serie)

7 TV/CINEMA MEDIA

- TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)
- TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)
- TV-/Kinospot (Serie)
- Digital Mobile Only (einzel)
- Digital Mobile Only (Serie)
- Digital Pre-Roll Ads (einzel)
- Digital Pre-Roll Ads (Serie)
- Online-Film (einzel)
- Online-Film (Serie)
- Point-of-Sale-Film
- Kurzfilm/ Sonderformat
- Public-Service-Film
- Film für Unternehmensdarstellung
- Filmische Dokumentation
- Taktischer Film

3 BRAND PR

1 INFLUENCER MARKETING

- Influencer Marketing (Einzelaktion)
- Influencer Marketing (Serie)

2 CRISIS COMMUNICATION

- Crisis Communication (Einzelaktion)
- Crisis Communication (Serie)

3 BRAND PARTNERSHIP/SPONSORING

- Brand Partnership/ Sponsoring (Einzelaktion)
- Brand Partnership/ Sponsoring (Serie)

4 EMPLOYER BRANDING

- Employer Branding (Einzelaktion)
- Employer Branding (Serie)

5 BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT

- Publikation
- Event/ Live Experience
- Video/ Film
- Audio
- Game
- Social Media Activation

4 BRAND DIALOG

1 B2B**

- Mailing/ Postsendung
- E-Mail
- Printanzeige
- Crossmediale Kampagne
- Mobile/ Online
- Social Media
- Content Marketing
- Broadcast

2 B2C**

2 ACTIVATION

1 ADVERTISING

- Crossmediale Kampagne

2 INTEGRATED ONLINE ONLY

- Crossmediale Online-/Social-Media-Kampagne

3 MOBILE/ ONLINE MEDIA

- Web-/Microsite
- App
- Portal
- Plattform
- Display
- Terminal
- Targeting / Real-Time Advertising

4 PRINT MEDIA

- Anzeige (einzel)
- Anzeige (Serie)
- Plakat (einzel)
- Plakat (Serie)
- Broschüre (einzel)
- Broschüre (Serie)

5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA

- Out-of-Home/ Ambient Media (einzel)
- Out-of-Home/ Ambient Media (Serie)
- Digital Out-of-Home
- Out-of-Home/ Ambient Interactive Media

6 AUDIO MEDIA

- Radiospot (einzel)
- Radiospot (Serie)
- Pre-, Mid- und Post-Roll Ads
- Podcast/ Webcast (Ausgabe)
- Podcast/ Webcast (Serie)

7 TV/CINEMA MEDIA

- TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)
- TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)
- TV-/Kinospot (Serie)
- Digital Mobile Only (einzel)
- Digital Mobile Only (Serie)
- Digital Pre-Roll Ads (einzel)
- Digital Pre-Roll Ads (Serie)
- Online-Film (einzel)
- Online-Film (Serie)
- Point-of-Sale-Film
- Kurzfilm/ Sonderformat
- Public-Service-Film
- Film für Unternehmensdarstellung
- Filmische Dokumentation
- Taktischer Film

2 PROMOTION

1 B2C-AKTIONEN

- B2C-Aktion (einzel)
- B2C-Aktion (Serie)

2 B2C-WERBEMITTEL

- B2C-Werbemittel

3 B2B-AKTIONEN

- B2B-Aktion (einzel)
- B2B-Aktion (Serie)

4 B2C-WERBEMITTEL

- B2C-Werbemittel

5 USER-GENERATED CONTENT

- User-Generated Content

3 PR ACTIVATION

1 PRODUCT PR

- Product PR (Einzelaktion)
- Product PR (Serie)

2 CAUSE-RELATED MARKETING

- Cause-Related (Einzelaktion)
- Cause-Related (Serie)

3 AGENDA SURFING

- Agenda Surfing

4 PUBLIC AFFAIRS

- Public Affairs

4 DIALOG ACTIVATION

1 B2B**

- Publikation
- Event/ Live Experience
- Video/ Film
- Audio
- Game
- Social Media Activation

2 B2C**

- Dialog crossmediale Kampagne
- Dialog Mailing/ Postsendung
- Dialog E-Mail
- Dialog Printanzeige
- Dialog Mobile
- Dialog Online/ Social Media
- Dialog Content Marketing
- Dialog Broadcast

3 DIGITAL EXPERIENCE

1 DIGITAL PRODUCT / SERVICE

1 APPLICATIONS

- Web-/Microsite
- App
- Portal
- Plattform
- Digitaler Bericht
- Digital Out-of-Home
- Terminal
- Targeting / Real-Time Advertising

2 GAMES

- Game

3 VIRTUAL REALITY

- VR Experience

4 AUGMENTED REALITY

- AR Effect
- AR Experience

5 E-COMMERCE

- E-Commerce

6 CONTENT MANAGEMENT

- Content Management System

7 VOICE/ CONVERSATIONALS

- Voice/ Conversational Experience

8 INTERNET OF THINGS

- Internet of Things Solution

9 SERVICE DESIGN

- Customer Experience Online

2 HARDWARE / SOFTWARE SYSTEMS

1 CONSUMER PRODUCTS

- Digital Consumer Product

2 INDUSTRIAL PRODUCTS

- Digital Industrial Product

3 DIGITAL SKILLS

1 CREATIVE USE OF UX

- UX

2 CREATIVE USE OF CODE

- Code

3 CREATIVE USE OF DATA

- Data

4 CREATIVE USE OF TECHNOLOGY

- Technology

5 CREATIVE USE OF AI/ MACHINE LEARNING

- AI/ Machine Learning

6 CREATIVE USE OF VOICE

- Voice/ Conversational Experience

7 INTERNET OF THINGS

- Internet of Things Solution

4 SPATIAL EXPERIENCE

1 EXHIBITION

1 EXHIBITION FOR BRAND**

2 EXHIBITION FOR SUBJECT**

3 HYBRID EXHIBITION FOR BRAND**

4 HYBRID EXHIBITION FOR SUBJECT**

- Museum/ Pavillon
- Ausstellung
- Messeauftritt
- Exponat/ Installation
- Räumliche Intervention
- Immersive Welt

5 EXHIBITION CRAFT

- Art Direction/ Dramaturgie
- Architektur
- Rauminszenierung
- Mediennutzung
- Licht
- Partizipation des Publikums

2 EVENT

1 EVENT**

2 HYBRID EVENT**

3 ONLINE EVENT**

- Corporate
- Employee
- Consumer
- Public
- PR
- Promotion
- Charity
- Bühnenshow
- Sponsorenauftritt
- Guerilla-Aktion

4 EVENT CRAFT

- Art Direction/ Dramaturgie
- Regie
- Rauminszenierung
- Mediennutzung
- Licht
- Partizipation des Publikums

3 PUBLIC SPACE

1 INTERIOR

- Corporate
- Hospitality
- Retail/ Shop Space

2 URBAN DESIGN

- Outdoor Space
- Park/ Landscape

3 SERVICE DESIGN

- Customer Experience

5 PUBLISHING

1 EDITORIAL*

2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENTMARKETING*

1 MAGAZIN

- Heft (einzel)
- Jahrgang (Serie)
- Redesign
- Independent
- Newcomer
- Sonderausgabe
- Cover (einzel)
- Cover (Serie)
- Strecke (Spread) / Beitrag
- Beilage/ Supplement
- Sonstiges

2 ZEITUNG

- Ausgabe (einzel)
- Jahrgang (Serie)
- Titelseite/ Cover (einzel)
- Titelseite/ Cover (Serie)
- Redesign
- Beitrag
- Bericht
- Sonderausgabe
- Sonstiges

3 BUCH

- Buch (fiktional)
- Buch (nicht fiktional)
- Schutzumschlag
- Katalog
- Sonstiges

4 MOBILE/ONLINE MEDIA

- Portal/ Webmagazin/ Social-Media-Magazin
- Plattform
- Podcast (Ausgabe)
- Podcast (Serie)
- Vlog/ Webcast (Ausgabe)
- Vlog/ Webcast (Serie)
- Dokumentation
- Blog
- Newsletter
- Sonstiges

5 CROSSMEDIA/ SPECIAL USES

- Crossmedia Publications

6 COPY

1 COMMERCIAL

1 COPY FOR

- Integrated/ Crossmedia
- Print Media
- Online/ Social Media
- Packaging
- Terminals
- Digital Out-of-Home

2 EDITORIAL

1 COPY FOR

- Reportage
- Interview
- Essay
- Kolumne/ Kommentar
- Porträt
- Bericht
- Buch
- Blog/ Vlog

3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING

1 COPY FOR

- Reportage
- Interview
- Essay
- Kolumne/ Kommentar
- Porträt
- Bericht
- Buch
- Blog/ Vlog

4 STORYTELLING

1 STORYTELLING FOR

- Film (Script/ Drehbuch)
- Audio (Script)
- Spatial Experience
- User Experience
- Game

7 DESIGN

1 GRAPHIC DESIGN

1 PRINT MEDIA

- Plakat (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur ...)
- Anzeige (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur ...)
- Bericht
- Buch
- Buchcover
- Kalender
- Collaterals
- Broschüre
- Print-Produktion

2 PUBLIC SPACE MEDIA

- Spatial Experience Media
- POS/ POP
- Shop Window

3 SPECIAL MEDIA

- Orientierungssystem/ Signaletik
- Logo
- Key Visual
- Pictogram/ Icon
- Infografik/ Datenvisualisierung
- Schrift/ Typografie
- Merchandise

2 INTERFACE DESIGN

1 MOBILE INTERACTIVE MEDIA

- Web-/ Microsite
- App
- Portal
- Plattform
- Device Display

2 STATIONARY INTERACTIVE MEDIA

- Terminal
- Digital Out-of-Home
- Product Display

3 MOTION DESIGN

1 MOTION DESIGN FOR

- Corporate Design
- Advertising
- TV/ Cinema
- App
- Web-/ Microsite
- Online/ Social Media
- Game
- Data Visualisation
- Digital Out-of-Home
- Spatial Experience

4 PACKAGING DESIGN

1 PACKAGES

- Verpackung
- Promotion-Verpackung/ Sonderform
- Werbemittel

5 PRODUCT DESIGN

1 PRODUCTS

- Consumer Goods
- Industrial Goods
- Werbemittel



Kategoriensystem

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

9 AUDIO

1 RADIO/ONLINE

- Radiospot (einzel)
- Radiospot (Serie)
- Pre-, Mid- und Post-Roll Ads

2 PUBLISHING

1 PUBLISHING MEDIA

- Podcast/ Webcast (Ausgabe)
- Podcast/ Webcast (Serie)
- Hörbuch

2 PODCAST/WEBCAST ADS

- Audio Ad
- Sponsorship
- Branded Content

3 AUDIO DESIGN

1 AUDIO DESIGN

- Film
- Digital Experience
- Spatial Experience
- Online/ Social Media
- Motion Design
- Brand/ Corporate Design
- Audio Logo

4 MUSIC

1 MUSIC

- New Composition for Advertising
- New Music Composition for the Record Industry
- Use of existing Music (Pick)
- Brand Partnership Music
- Brand Experience Music
- Digital Experience Music
- Film/ Animation Music

5 AUDIO DESIGN AND MUSIC

1 OVERALL AUDIO PIECE

- Projekt

6 AUDIO CRAFT

1 AUDIO CRAFT

- Regie
- Audio Engineering
- Casting

10 FILM

1 LIVE ACTION FILM

1 FILM FOR TV/CINEMA

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

2 FILM FOR MOBILE/ONLINE MEDIA

- Digital Mobile Only (einzel)
- Digital Mobile Only (Serie)
- Digital Pre-Roll Ad (einzel)
- Digital Pre-Roll Ad (Serie)
- Online-Film (einzel)
- Online-Film (Serie)

3 MUSIC VIDEO

- Music Video

4 FILM PUBLISHING

- Film für Unternehmensdarstellung
- Dokumentation
- Public-Service-Film
- Vlog/ Webcast (Ausgabe)
- Vlog/ Webcast (Serie)

5 SPECIAL FORMATS

- Kurzfilm/ Sonderformat
- Taktischer Film
- Film für Spatial Experience
- Film für Point-of-Sale

6 FILM SKILLS

- Regie
- Kamera
- Schnitt
- Casting
- Post-Production/ CGI/ VFX
- Set/ Production Design

2 ANIMATED FILM

1 ANIMATION TV/CINEMA

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

2 ANIMATION DIGITAL EXPERIENCE

- Digital Mobile Only (einzel)
- Digital Mobile Only (Serie)
- Digital Pre-Roll Ad (einzel)
- Digital Pre-Roll Ad (Serie)
- Online-Film (einzel)
- Online-Film (Serie)

Defintionen, Uploadformate & Gebühren

Bestandteile

- **Film-/Spotdatei**
- **Audiodatei**
- **URL Link**
- **PDF Datei mit Motiv/Board**
- **3D JPG (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.)

Physische Einreichung

- | | |
|-------------|--|
| 3D | Das als JPG hochgeladene 3D als Belegexemplar an das ADC Büro senden, siehe Physische Präsentationsformate |
| | Bücher, Magazine, Zeitungen usw. müssen dem ADC unter Zusatzuploads 3D als Druck PDF vorliegen. Dies ist zwingend für die Jurierung erforderlich |
| Motiv/Board | Das als Bestandteil hochgeladene PDF wird über den ADC direkt gedruckt. Es werden keine eingesendeten Pappen akzeptiert! |

Digitale Präsentation

- **Casefilme**
- **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 / CREATIVES**

1. BRAND BUILDING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie exzellente kreative Projekte, deren Ziele primär Aufbau, Bekanntheit und Wiedererkennung einer Marke sind sowie deren Positionierung im Wettbewerb. Das sind kreative Ideen, die ein Vertrauensverhältnis aufbauen und Loyalität erzeugen, die vermitteln, für wen oder was die Marke steht und welche Werte sie vertritt. **Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.**

1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN	2 BRAND ADVERTISING	3 BRAND PR	4 BRAND DIALOG	
<p>1 UNTERNEHMEN / ORGANISATION / INSTITUTION</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Crossmediale Konzeption (neu) 2 Crossmediale Konzeption (Redesign) <p>2 PRODUKT / DIENSTLEISTUNG / EVENT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Crossmediale Konzeption (neu) 2 Crossmediale Konzeption (Redesign) <p>3 FRANCHISE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Crossmediale Konzeption (neu) 2 Crossmediale Konzeption (Redesign) <p>4 BROADCASTING (TV-SENDER STREAMINGDIENSTE)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Crossmediale Konzeption (neu) 2 Crossmediale Konzeption (Redesign) 	<p>1 INTEGRATED</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Crossmediale Kampagne <p>2 INTEGRATED ONLINE ONLY</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Crossmediale Online-/ Social-Media-Kampagne <p>3 MOBILE/ONLINE MEDIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Web-/Microsite 2 App 3 Portal 4 Plattform 5 Display 6 Terminal <p>4 PRINT MEDIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Anzeige (einzeln) 2 Anzeige (Serie) 3 Plakat (einzeln) 4 Plakat (Serie) 5 Broschüre (einzeln) 6 Broschüre (Serie) <p>5 OUT-OF-HOME/ AMBIENT MEDIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 	<p>6 AUDIO MEDIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Radiospot (einzeln) 2 Radiospot (Serie) 3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads 4 Podcast/Webcast (Ausgabe) 5 Podcast/Webcast (Serie) <p>7 TV/CINEMA MEDIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 	<p>1 INFLUENCER MARKETING</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Influencer Marketing (Einzelaktion) 2 Influencer Marketing (Serie) <p>2 CRISIS COMMUNICATION</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Crisis Communication (Einzelaktion) 2 Crisis Communication (Serie) <p>3 BRAND PARTNERSHIP / SPONSORING</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Brand Partnership/Sponsoring (Einzelaktion) 2 Brand Partnership/Sponsoring (Serie) <p>4 EMPLOYER BRANDING</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Employer Branding (Einzelaktion) 2 Employer Branding (Serie) <p>5 BRANDED CONTENT/ ENTERTAINMENT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Publikation 2 Event/Live Experience 3 Video/Film 4 Audio 5 Game 6 Social Media Activation 	<p>1 B2B</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Mailing/Postsending 2 E-Mail 3 Printanzeige 4 Crossmediale Kampagne 5 Mobile/Online 6 Social Media 7 Content Marketing 8 Broadcast <p>2 B2C</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Mailing/Postsending 2 E-Mail 3 Printanzeige 4 Crossmediale Kampagne 5 Mobile/Online Media 6 Social Media 7 Content Marketing 8 Broadcast

1. BRAND BUILDING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie exzellente kreative Projekte, deren Ziele primär Aufbau, Bekanntheit und Wiedererkennung einer Marke sind sowie deren Positionierung im Wettbewerb. Das sind kreative Ideen, die ein Vertrauensverhältnis aufbauen und Loyalität erzeugen, die vermitteln, für wen oder was die Marke steht und welche Werte sie vertritt. **Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.**

	Kategorie	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren		
			Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice		Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild		PAUSCHAL	
✓	Pflicht																		
✓	Optional																		
5	Broschüre (einzeln)	Markenkommunikation, die in Druckerzeugnissen veröffentlicht wird.	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	1		✓		✓	✓	335,-	
6	Broschüre (Serie)	Markenkommunikation, die in einer Serie von mindestens zwei Broschüren, inhaltlich, gestalterisch und redaktionell miteinander verknüpft ist.	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	8		✓		✓	✓	900,-	
5	OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA	Kommunikation für eine Marke auf Werbeformaten/Flächen im öffentlichen Raum (Plakate, Flächen aller Art, Wände, Fassaden etc.).																	
1	Out-of-Home/Ambient Media (einzeln)	Markenkommunikation, die im öffentlichen Raum, in der Regel im direkten Lebensumfeld einer Zielgruppe, eingesetzt wurden. --- Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	1		✓		✓	✓	335,-	
2	Out-of-Home/Ambient Media (Serie)	Markenkommunikation, die mindestens zwei unterschiedliche Medien im öffentlichen Raum nutzt. --- Mit mindestens zwei Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	8		✓		✓	✓	900,-	
3	Digital Out-of-Home	Markenkommunikation, die Bildschirme im öffentlichen Raum nutzt.	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	5		✓		✓	✓	610,-	
4	Out-of-Home/Ambient Interactive Media	Markenkommunikation, die mit Menschen im öffentlichen Raum interagiert.	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	5		✓		✓	✓	610,-	
6	AUDIO MEDIA	Kommunikation für Marken in Audio-Werbeformaten (Radiospots, Pre-/In-Stream Audio Ads etc.).																	
1	Radiospot (einzeln)	Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden.	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	1		✓	✓	✓	✓	335,-	
2	Radiospot (Serie)		✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	8		✓	✓	✓	✓	900,-	
3	Pre-, Mid- und Post-Roll Ads		✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	5		✓		✓	✓	610,-	
4	Podcast/Webcast (einzeln)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	1		✓	✓	✓	✓	335,-	
5	Podcast/Webcast (Serie)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	8		✓	✓	✓	✓	900,-	
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	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	1				✓	✓	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. Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	1				✓	✓	335,-	
3	TV-/Kinospot (Serie)		✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	8				✓	✓	900,-	
4	Digital Mobile Only (einzeln)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	1				✓	✓	335,-	
5	Digital Mobile Only (Serie)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	8				✓	✓	900,-	
6	Digital Pre-Roll Ads (einzeln)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓		Board	Motiv	✓		1	1				✓	✓	335,-	

1. BRAND BUILDING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie exzellente kreative Projekte, deren Ziele primär Aufbau, Bekanntheit und Wiedererkennung einer Marke sind sowie deren Positionierung im Wettbewerb. Das sind kreative Ideen, die ein Vertrauensverhältnis aufbauen und Loyalität erzeugen, die vermitteln, für wen oder was die Marke steht und welche Werte sie vertritt. **Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.**

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren						
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen		Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL			
	7 Digital Pre-Roll Ads (Serie)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
	8 Online-Film (einzeln)	Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
	9 Online-Film (Serie)	Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
	10 Point-of-Sale-Film	Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	11 Kurzfilm/Sonderformat	Filme, die für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert sind, (z.B. Digital Outdoor, Mobiltelefon, Projektion).					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	12 Public-Service-Film						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	13 Film für Unternehmensdarstellung	Filme, die Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellen (z.B. Imagefilm).					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	14 Filmische Dokumentation						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	15 Taktischer Film						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3 BRAND PR		Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Arbeiten, die mithilfe von Kunden (viral) und/oder von Multiplikatoren (z. B. Journalist:innen, Redakteur:innen, Blogger, Influencer etc. = Earned Media) den Handlungsrahmen einer Marke kreativ bespielen. Das sind Ideen bzw. kreative Medieninhalte, die eine Marke zum Leben erwecken und lebendig halten.																	
1 INFLUENCER MARKETING		Markenkommunikation mithilfe von Influencern.																	
	1 Influencer Marketing (Einzelaktion)	Einzelne PR-Aktion, die Influencer als Multiplikatoren nutzt, um eine Marke in der Öffentlichkeit zu profilieren und/oder zu positionieren.					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
	2 Influencer Marketing (Serie)	Serie von mindestens zwei PR-Aktionen, die Influencer als Multiplikatoren nutzt, um eine Marke in der Öffentlichkeit zu profilieren und/oder zu positionieren.					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
2 CRISIS COMMUNICATION		PR, die Marken in eigenen Krisensituationen (Mismanagement, Unglück, Produktionspanne, Shitstorm etc.) hilft.																	
	1 Crisis Communication (Einzelaktion)	Einzelne PR-Maßnahme mit dem Ziel, Schadensbegrenzung für eine Marke zu betreiben.					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
	2 Crisis Communication (Serie)	Serie von mindestens zwei zusammenhängenden PR-Maßnahmen mit dem Ziel, Schadensbegrenzung für eine Marke zu betreiben.					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-

1. BRAND BUILDING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie exzellente kreative Projekte, deren Ziele primär Aufbau, Bekanntheit und Wiedererkennung einer Marke sind sowie deren Positionierung im Wettbewerb. Das sind kreative Ideen, die ein Vertrauensverhältnis aufbauen und Loyalität erzeugen, die vermitteln, für wen oder was die Marke steht und welche Werte sie vertritt. **Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.**

		<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>			<i>Bestandteile</i>			<i>Anzahl Bestandteile</i>		<i>Druckservice</i>		<i>Präsentationsformate</i>		<i>Teilnahmegebühren</i>				
✓	Pflicht				Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL
✓	Optional																	
3 BRAND PARTNERSHIP / SPONSORING		PR, die Synergieeffekte nutzt, wenn zwei oder mehrere Marken gemeinsame Sache machen.																
	1 Brand Partnership/Sponsoring (Einzelaktion)	Kreative Maßnahme, bei der eine Marke eine Veranstaltung, Aktivität, Person, Organisation oder eine andere Marke unterstützt wird, um damit eine Verbindung zum unterstützten Partner herzustellen.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
	2 Brand Partnership/Sponsoring (Serie)	Serie von mindestens zwei kreativen Maßnahmen, bei der eine Marke eine Veranstaltung, Aktivität, Person, Organisation oder eine andere Marke unterstützt wird, um damit eine Verbindung zum unterstützten Partner herzustellen.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓		✓	✓	900,-
4 EMPLOYER BRANDING																		
	1 Employer Branding (Einzelaktion)	Kreative Maßnahme mit dem Ziel, sich gegenüber Mitarbeitern und möglichen Bewerbern als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, um so einen Beitrag zur Mitarbeitergewinnung und -bindung zu leisten.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
	2 Employer Branding (Serie)	Serie von mindestens zwei kreativen Maßnahmen mit dem Ziel, sich gegenüber Mitarbeitern und möglichen Bewerbern als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, um so einen Beitrag zur Mitarbeitergewinnung und -bindung zu leisten.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓		✓	✓	900,-
5 BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT		Marke sinnvoll verknüpft mit Sende-/Unterhaltungsformaten (TV-Shows, Serien, Kinofilme, Gaming etc.).																
	1 Publikation	Veröffentlichung eines gedruckten Werkes, dessen Handlung primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
	2 Event / Live Experience	Ein Event oder eine Live Experience, deren Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
	3 Video / Film	Ein Video oder Film, dessen Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
	4 Audio	Ein Audio-Format, dessen Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
	5 Game	Ein Game, dessen Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
	6 Social Media Activation	Eine Social Media Tätigkeit, deren Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
4 BRAND DIALOG		Dialogmarketing ist der Oberbegriff für alle Marketingaktivitäten, bei denen Medien mit der Absicht eingesetzt werden, eine interaktive Beziehung zu Individuen herzustellen. Ziel ist es dabei, den Empfänger zu einer individuellen, messbaren Reaktion (Response) zu veranlassen. Ausgezeichnet wird in dieser Unterkategorie kreative dialogische Kommunikation, die personalisiert den Handlungsrahmen einer Marke kreativ nutzt, um Response zu erzeugen. Wichtig! Bei der Einreichung in dieser Kategorie ist die gemessene Reaktion (Response) nachzuweisen.																
1 B2B		Business-to-Business-Dialog-Markenkommunikation.																
	1 Mailing/Postsendung	Markenkommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
	2 E-Mail	Dialog E-Mail Markenkommunikation, die das Medium E-Mail nutzt, um Geschäftspartner/innen eines Unternehmens persönlich anzusprechen, mit dem Ziel Response zu generieren.			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-

1. BRAND BUILDING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie exzellente kreative Projekte, deren Ziele primär Aufbau, Bekanntheit und Wiedererkennung einer Marke sind sowie deren Positionierung im Wettbewerb. Das sind kreative Ideen, die ein Vertrauensverhältnis aufbauen und Loyalität erzeugen, die vermitteln, für wen oder was die Marke steht und welche Werte sie vertritt. **Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.**

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional		Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren			
			Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 3B/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL
3	Printanzeige	Markenkommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
4	Crossmediale Kampagne	Eine Marken-Kampagne, die parallel über mehrere Kanäle verbreitet wird, die aber inhaltlich, gestalterisch und redaktionell miteinander verknüpft sind, und die und die sich dabei direkt an die Adressaten eines Unternehmens wendet.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
5	Mobile/Online	Dialog Mobile/Online Markenkommunikation, die mobile und/oder online Medienkanäle/-formate nutzen, um sich persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
6	Social Media	Markenkommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response (hier insbesondere Liken/Sharens) zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
7	Content Marketing	Speziell produzierte informierende, beratende und unterhaltende Medieninhalte, die Geschäftspartner/innen ansprechen sollen, um sie vom eigenen Unternehmen, der Marke/n bzw. dem Leistungsangebot zu überzeugen und Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
8	Broadcast	Spezielle Audio- und/oder Video-Sendeformate, (z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast), die sich persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel direkt Response auszulösen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2	B2C	Business-to-Consumer-Dialog-Markenkommunikation.														
1	Mailing/Postsendung	Markenkommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2	E-Mail	Markenkommunikation, die das Medium E-Mail nutzen, um Konsument/innen eines Unternehmens persönlich anzusprechen, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3	Printanzeige	Markenkommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Konsument/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
4	Crossmediale Kampagne	Markenkommunikation, die inhaltlich, gestalterisch sowie redaktionell miteinander über mehrere Medienkanäle/-formate verknüpft und sich persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
5	Mobile/Online Media	Markenkommunikation, die mobile und/oder online Medienkanäle/-formate nutzen, um sich persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
6	Social Media	Markenkommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response (hier insbesondere Liken/Sharens) zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
7	Content Marketing	Speziell produzierte informierende, beratende und unterhaltende Medieninhalte, die Konsument/innen ansprechen sollen, um sie vom eigenen Unternehmen, der Marke/n bzw. dem Leistungsangebot zu überzeugen und Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
8	Broadcast	Spezielle Audio- und/oder Video-Sendeformate, (z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast), die sich persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel direkt Response auszulösen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-

2. ACTIVATION

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie vor allem die Aspekte einer kreativen Arbeit, die zu einem Verhalten motivieren, das Leads (Daten) generiert und/oder die Hürde zum Kauf, zum Spenden oder zum Ausprobieren überwindet. Ziele sind primär Umsatzsteigerung und/oder Erhöhung der Besucher:innen-Frequenz (in einem Laden, auf einer Plattform, App etc.).

Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.

1 ADVERTISING	2 PROMOTION	3 PR ACTIVATION	4 DIALOG ACTIVATION	
<p>1 INTEGRATED</p> <p>1 Crossmediale Kampagne</p> <p>2 INTEGRATED ONLINE ONLY</p> <p>1 Crossmediale Online-/Social-Media-Kampagne</p> <p>3 MOBILE/ONLINE MEDIA</p> <p>1 Web-/Microsite 2 App 3 Portal 4 Plattform 5 Display 6 Terminal 7 Targeting/Real-Time Advertising</p> <p>4 PRINT MEDIA</p> <p>1 Anzeige (einzel) 2 Anzeige (Serie) 3 Plakat (einzel) 4 Plakat (Serie) 5 Broschüre (einzel) 6 Broschüre (Serie)</p> <p>5 OUT-OF-HOME/ AMBIENT MEDIA</p> <p>1 Out-of-Home/Ambient Media (einzel) 2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie) 3 Digital Out-of-Home 4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media</p>	<p>6 AUDIO MEDIA</p> <p>1 Radiospot (einzel) 2 Radiospot (Serie) 3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads 4 Podcast/Webcast (Ausgabe) 5 Podcast/Webcast (Serie)</p> <p>7 TV/CINEMA MEDIA</p> <p>1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden) 2 TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden) 3 TV-/Kinospot (Serie) 4 Digital Mobile Only (einzel) 5 Digital Mobile Only (Serie) 6 Digital Pre-Roll Ads (einzel) 7 Digital Pre-Roll Ads (Serie) 8 Online-Film (einzel) 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</p>	<p>1 B2C-AKTIONEN</p> <p>1 B2C-Aktion (einzel) 2 B2C-Aktion (Serie)</p> <p>2 B2C-WERBEMITTEL</p> <p>1 B2C-Werbemittel</p> <p>3 B2B-AKTIONEN</p> <p>1 B2B-Aktion (einzel) 2 B2B-Aktion (Serie)</p> <p>4 B2B-WERBEMITTEL</p> <p>1 B2B Werbemittel</p> <p>5 USER-GENERATED CONTENT</p> <p>1 User-Generated Content</p>	<p>1 PRODUCT PR</p> <p>1 Product PR (Einzelaktion) 2 Product PR (Serie)</p> <p>2 CAUSE-RELATED MARKETING</p> <p>1 Cause-Related Marketing (Einzelaktion) 2 Cause-Related Marketing (Serie)</p> <p>3 AGENDA SURFING</p> <p>1 Agenda Surfing</p> <p>4 PUBLIC AFFAIRS</p> <p>1 Public Affairs</p>	<p>1 B2B</p> <p>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</p> <p>2 B2C</p> <p>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</p>

2. ACTIVATION

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie vor allem die Aspekte einer kreativen Arbeit, die zu einem Verhalten motivieren, das Leads (Daten) generiert und/oder die Hürde zum Kauf, zum Spenden oder zum Ausprobieren überwindet. Ziele sind primär Umsatzsteigerung und/oder Erhöhung der Besucher:innen-Frequenz (in einem Laden, auf einer Plattform, App etc.). **Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.**

✓	Pflicht
✓	Optional

Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren						
Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		

1 ADVERTISING														
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Arbeiten, die mithilfe von eigenen und gekauften Medienformaten (Owned & Paid Media) Menschen vor allem zum Kaufen, Spenden, Ausprobieren motivieren.														
1 INTEGRATED		Aktivierende ganzheitliche/crossmediale Kommunikationsmaßnahmen (mindestens fünf unterschiedliche Medien bzw. Werbeformate off- und online/mobile).												
1	Crossmediale Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich und formal über on- und offline über mehrere Medienkanäle/-formate hinweg miteinander verknüpft ist.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓	✓	900,-
2 INTEGRATED ONLINE ONLY		Aktivierende ganzheitliche/crossmediale Kommunikationsmaßnahmen (mindestens fünf unterschiedliche Medien bzw. Werbeformate off- und online/mobile).												
1	Crossmediale Online/Social Media Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich und formal über mehrere online Medienkanäle/-formate hinweg miteinander verknüpft ist.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓	✓	900,-
3 MOBILE/ONLINE MEDIA		Aktivierende Kommunikation in einem Online-/Mobile-Werbeformat (z. B. Pre-Roll Ad, Content Ad, Pop-up, Banner, Sponsored Posts etc.) oder Social-Media-Formate (Post, Reel, Story etc.).												
1	Web-/Microsite		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
2	App		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
3	Portal		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
4	Plattform		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
5	Display		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
6	Terminal		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
7	Targeting / Real-Time Advertising		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
4 PRINT MEDIA		Aktivierende Kommunikation in einem Print-Produkt (z.B. Magazin-, TZ-Anzeige).												
1	Anzeige (einzeln)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die in Printmedien (z.B. Zeitungen oder Zeitschriften) veröffentlicht wurden. --- Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓	✓	335,-
2	Anzeige (Serie)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die als Serie Printmedien (z. B. Zeitung oder Zeitschriften) veröffentlicht wurde und aus mindestens zwei Motiven besteht. --- Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓	✓	900,-
3	Plakat (einzeln)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die großformatig auf Papier oder anderen Trägermaterialien gedruckt und in der Öffentlichkeit angebracht werden. --- Plakate digital als Motiv anlegen und Belegexemplar einsenden – bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert. Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓	✓	335,-
4	Plakat (Serie)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation mit unterschiedlichen Motiven, die inhaltlich und/oder formal verbunden großformatig auf Papier oder anderen Trägermaterialien gedruckt und in der Öffentlichkeit angebracht werden. --- 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.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓	✓	900,-

2. ACTIVATION

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie vor allem die Aspekte einer kreativen Arbeit, die zu einem Verhalten motivieren, das Leads (Daten) generiert und/oder die Hürde zum Kauf, zum Spenden oder zum Ausprobieren überwindet. Ziele sind primär Umsatzsteigerung und/oder Erhöhung der Besucher:innen-Frequenz (in einem Laden, auf einer Plattform, App etc.). **Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.**

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile					3D muss dem ADC physisch vorliegen	Anzahl Bestandteile		Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Druckservice	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	
	5 Broschüre (einzeln)				Board	Motiv		1	1						335,-
	6 Broschüre (Serie)				Board	Motiv		1	8						900,-
	5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA	Kommunikation für eine Marke auf Werbeformaten/Flächen im öffentlichen Raum (Plakate, Flächen aller Art, Wände, Fassaden etc.).													
	1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln)				Board	Motiv		1	1						335,-
	2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie)				Board	Motiv		1	8						900,-
	3 Digital Out-of-Home				Board	Motiv		1	5						610,-
	4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media				Board	Motiv		1	8						610,-
	6 AUDIO MEDIA	Aktivierende Kommunikation in Audio-Werbeformaten (Radiospots, Pre-/In-Stream Audio Ads etc.).													
	1 Radiospot (einzeln)				Board	Motiv		1	1						335,-
	2 Radiospot (Serie)				Board	Motiv		1	8						900,-
	3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads				Board	Motiv		1	5						610,-
	4 Podcast/Webcast (einzeln)				Board	Motiv		1	1						335,-
	5 Podcast/Webcast (Serie)				Board	Motiv		1	8						900,-
	7 TV/CINEMA MEDIA	Aktivierende Kommunikation für Marken in TV- und Kino-Werbeformaten.													
	1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)				Board	Motiv		1	1						335,-
	2 TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)				Board	Motiv		1	1						335,-
	3 TV-/Kinospot (Serie)				Board	Motiv		1	8						900,-
	4 Digital Mobile Only (einzeln)				Board	Motiv		1	1						335,-
	5 Digital Mobile Only (Serie)				Board	Motiv		1	8						900,-
	6 Digital Pre-Roll Ads (einzeln)				Board	Motiv		1	1						335,-

2. ACTIVATION

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie vor allem die Aspekte einer kreativen Arbeit, die zu einem Verhalten motivieren, das Leads (Daten) generiert und/oder die Hürde zum Kauf, zum Spenden oder zum Ausprobieren überwindet. Ziele sind primär Umsatzsteigerung und/oder Erhöhung der Besucher:innen-Frequenz (in einem Laden, auf einer Plattform, App etc.). **Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.**

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice erforderlich bei Auswahl 3D/Board/Motiv	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren PAUSCHAL					
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Präsentationsbild						
	7 Digital Pre-Roll Ads (Serie)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
	8 Online-Film (einzeln)	Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
	9 Online-Film (Serie)	Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
	10 Point-of-Sale-Film	Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	11 Kurzfilm/Sonderformat	Filme, die für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert sind, (z. B. Digital Outdoor, Mobiltelefon, Projektion).						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	12 Public-Service-Film							<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	13 Film für Unternehmensdarstellung	Filme, die Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellen (z. B. Imagefilm).						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	14 Filmische Dokumentation							<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	15 Taktischer Film							<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 PROMOTION																				
Auch Verkaufsförderung genannt. Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Arbeiten, die einen Vertriebskanal (Handel, Händler, Vertrieb/Außendienst) als Medium nutzen oder direkt ansprechen, um potenzielle Kunden zu gewinnen und die Nachfrage unmittelbar zu steigern, oft mithilfe von Verkaufsanreizen.																				
1 B2C AKTIONEN Handel, z.B. Ideen unter Einbeziehung der Gegebenheiten vor Ort.																				
	1 B2C Aktion (einzeln)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich an Konsument/innen wendet.						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
	2 B2C Aktion (Serie)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich mit mindestens zwei inhaltlich verknüpften Aktionen an Konsument/innen wendet.						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
2 B2C WERBEMITTEL Ideen, die im Handel bzw. von Händler:innen vor Ort, am POS genutzt werden (Flyer, Broschüren, Poster etc.).																				
	1 B2C Werbemittel	Anfassbare Utensilien, die bei B2C-Promotions zum Einsatz kommen. Auch alles, was zur Promotionsausstattung gehört, wie Stände, Outfits, Deko-Elemente, Präsentationswände etc. Werbemittel als 3D anlegen und Belegexemplar zusenden.						<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3 B2B AKTIONEN Ideen zur Unterstützung des Außendienstes.																				

2. ACTIVATION

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie vor allem die Aspekte einer kreativen Arbeit, die zu einem Verhalten motivieren, das Leads (Daten) generiert und/oder die Hürde zum Kauf, zum Spenden oder zum Ausprobieren überwindet. Ziele sind primär Umsatzsteigerung und/oder Erhöhung der Besucher:innen-Frequenz (in einem Laden, auf einer Plattform, App etc.). **Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.**

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input type="checkbox"/> Optional	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice erforderlich bei Auswahl 3B/Board/Motiv	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren PAUSCHAL	
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild		
	1 B2B Aktion (einzeln)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich an Geschäftspartner/innen wenden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
	2 B2B Aktion (Serie)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich mit mindestens zwei inhaltlich verknüpften Aktionen an Geschäftspartner/innen wenden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓		✓	✓	900,-
	4 B2B WERBEMITTEL	Ideen, die Vertriebsmitarbeiter:innen nutzen, z.B. um Händler:innen zu überzeugen, ein Angebot zu listen.														
	1 B2B Werbemittel	Anfassbare Utensilien, die bei B2B-Promotions zum Einsatz kommen. Auch alles, was zur Promotionausstattung gehört, wie Stände, Outfits, Dekoelemente, Präsentationswände etc. Werbemittel als 3D anlegen und Belegexemplar zusenden	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
	5 USER GENERATED CONTENT	Ideen, die Nutzer:innen dazu bringen, eigene Inhalte online zu veröffentlichen.														
	1 User Generated Content	Werbliche Medieninhalte, die nicht vom Anbieter eines Medienkanals, sondern von dessen Nutzern erstellt werden. Nutzer-generierte Inhalte können zum Beispiel Bilder, Bewertungen, Kommentare, Blogartikel, Lexikonbeiträge oder Videoclips sein.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
	3 PR ACTIVATION	Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Arbeiten, die mithilfe von Kunden (viral) und/oder von Multiplikatoren (= Journalist:innen, Redakteur:innen, Influencer, Blogger etc. = Earned Media)														
		<i>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.</i>														
	1 PRODUCT PR	PR-Ideen, die Neukund:innen generieren und die Nachfrage steigern.														
	1 Product PR (Einzelaktion)	Maßnahme, mit deren Hilfe in der Öffentlichkeit ein positives Bild über ein bestimmtes Produkt erzeugt werden soll, um durch die vermittelte Botschaft die Produktbekanntheit zu erhöhen, das Produktwissen zu vertiefen und somit das Produkt- und Unternehmensimage zu festigen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
	2 Product PR (Serie)	Serie von mindestens zwei Maßnahmen mit deren Hilfe in der Öffentlichkeit ein positives Bild über ein bestimmtes Produkt erzeugt werden soll, um durch die vermittelte Botschaft die Produktbekanntheit zu erhöhen, das Produktwissen zu vertiefen und somit das Produkt- und Unternehmensimage zu festigen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓		✓	✓	900,-
	2 CAUSE RELATED MARKETING	PR-Ideen, die eine für beide Seiten vorteilhafte Zusammenarbeit zwischen einem Unternehmen und einer gemeinnützigen Organisation initiieren, die darauf abzielt, die Verkäufe des einen und das Anliegen des anderen zu fördern.														
	1 Cause Related (Einzelaktion)	Zeitlich befristete Zusammenarbeit bzw. Kooperation zwischen einem Unternehmen und einer Nonprofit-Organisation (NPO).	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
	2 Cause Related (Serie)	Serie von mindestens zwei zeitlich befristeten Maßnahmen zur Zusammenarbeit bzw. Kooperation zwischen einem Unternehmen und einer Nonprofit-Organisation (NPO).	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓		✓	✓	900,-
	3 AGENDA SURFING	Ideen, die Themen für PR-Zwecke nutzen, die bereits in den Medien diskutiert werden.														
	1 Agenda Surfing	Kreative Maßnahme, bei der eine bereits von anderen gesetzte Agenda, sprich ein Thema, das gerade in den Medien kursiert oder aufkommt, für sich verwendet wird und man sich an die bestehende Diskussion „anhängt“.	✓	✓	✓	Board	Motiv		1	5		✓		✓	✓	610,-
	4 PUBLIC AFFAIRS	PR-Ideen, die den konstruktiven Austausch zwischen Unternehmen und politischen Entscheidungsträgern fördern, damit einerseits Unternehmen eigene Impulse in die Gesetzgebung einbringen können und Politiker:innen wichtige Informationen zu politischen Themen aus der Wirtschaft erhalten.														

2. ACTIVATION

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie vor allem die Aspekte einer kreativen Arbeit, die zu einem Verhalten motivieren, das Leads (Daten) generiert und/oder die Hürde zum Kauf, zum Spenden oder zum Ausprobieren überwindet. Ziele sind primär Umsatzsteigerung und/oder Erhöhung der Besucher:innen-Frequenz (in einem Laden, auf einer Plattform, App etc.). **Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.**

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice		Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	
	1 Public Affairs				Board	Motiv		1	5					610,-		
4 DIALOG ACTIVATION																
Dialogmarketing ist der Oberbegriff für alle Marketingaktivitäten, bei denen Medien mit der Absicht eingesetzt werden, eine interaktive Beziehung zu Individuen herzustellen. Ziel ist es dabei, den Empfänger zu einer individuellen, messbaren Reaktion (Response) zu veranlassen. Ausgezeichnet wird in dieser Unterkategorie kreative dialogische Kommunikation, die Response generiert. Wichtig! Bei der Einreichung in dieser Kategorie ist die gemessene Reaktion (Response) nachzuweisen.																
1 B2B Business-to-Business-Dialog-Activation																
	1 Dialog crossmediale Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich, gestalterisch sowie redaktionell miteinander über mehrere Medienkanäle/-formate verknüpft und sich persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.				Board	Motiv		1	8					900,-	
	2 Dialog Mailing/Postsendung	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.				Board	Motiv		1	5					610,-	
	3 Dialog E-Mail	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die das Medium E-Mail nutzt, um Geschäftspartner/innen eines Unternehmens persönlich anzusprechen, mit dem Ziel Response zu generieren.				Board	Motiv		1	5					610,-	
	4 Dialog Printanzeige	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.				Motiv	Motiv		1	5					610,-	
	5 Dialog Mobile	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die mobile und/oder online Medienkanäle/-formate nutzen, um sich persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.				Board	Motiv		1	5					610,-	
	6 Dialog Online/Social Media	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response (hier insbesondere Liken/Share) zu generieren.				Board	Motiv		1	5					610,-	
	7 Dialog Content Marketing	Speziell produzierte informierende, beratende und unterhaltende Medieninhalte, die Geschäftspartner/innen ansprechen sollen, um sie vom eigenen Unternehmen, der Marke/n bzw. dem Leistungsangebot zu überzeugen und Response zu generieren.				Board	Motiv		1	5					610,-	
	8 Dialog Broadcast	Spezielle Audio- und/oder Video-Sendeformate, (z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast), die sich persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel direkt Response auszulösen.				Board	Motiv		1	5					610,-	
2 B2C Business-to-Consumer-Dialog-Activation																
	1 Dialog crossmediale Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich, gestalterisch sowie redaktionell miteinander über mehrere Medienkanäle/-formate verknüpft und sich persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.				Board	Motiv		1	8					900,-	
	2 Dialog Mailing/Postsendung	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.				Board	Motiv		1	5					610,-	
	3 Dialog E-Mail	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die das Medium E-Mail nutzt, um Konsument/innen eines Unternehmens persönlich anzusprechen, mit dem Ziel Response zu generieren.				Board	Motiv		1	5					610,-	
	4 Dialog Printanzeige	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Konsument/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.				Board	Motiv		1	5					610,-	

2. ACTIVATION

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie vor allem die Aspekte einer kreativen Arbeit, die zu einem Verhalten motivieren, das Leads (Daten) generiert und/oder die Hürde zum Kauf, zum Spenden oder zum Ausprobieren überwindet. Ziele sind primär Umsatzsteigerung und/oder Erhöhung der Besucher:innen-Frequenz (in einem Laden, auf einer Plattform, App etc.). **Wichtig! Bei der Einreichung sind in dieser Kategorie die Ziele der Kommunikation für die Jury kurz, aber nachvollziehbar zu beschreiben.**

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional		Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren			
			Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL	
		5 Dialog Mobile	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die mobile und/oder online Medienkanäle/-formate nutzen, um sich persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
		6 Dialog Online/Social Media	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response (hier insbesondere Liken/Share) zu generieren.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
		7 Dialog Content Marketing	Speziell produzierte informierende, beratende und unterhaltende Medieninhalte, die Konsument/innen ansprechen sollen, um sie vom eigenen Unternehmen, der Marke/n bzw. dem Leistungsangebot zu überzeugen und Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
		8 Dialog Broadcast	Spezielle Audio- und/oder Video-Sendeformate, (z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast), die sich persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel direkt Response auszulösen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-

3. DIGITAL EXPERIENCE

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie kreative softwarebasierte Erlebnisse/Erfahrungen, die ein:e Benutzer:in durch Interaktion über eine digitale Technologie mit einer Organisation, einem Unternehmen, einer Dienstleistung oder einem Produkt (= einer Marke) macht.

1 DIGITAL PRODUCT/SERVICE	2 HARDWARE/SOFTWARE SYSTEMS	3 DIGITAL SKILLS
<p>1 APPLICATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Web-/Microsite 2 App 3 Portal 4 Plattform 5 Digitaler Bericht 6 Interactive Out-of-Home 7 Terminal 8 Targeting/Real-time Advertising 	<p>1 CONSUMER PRODUCTS</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Digital Consumer Product <p>2 INDUSTRIAL PRODUCTS</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Digital Industrial Product 	<p>1 CREATIVE USE OF UX</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 UX
<p>2 GAME</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Game 	<p>7 VOICE / CONVERSATIONALS</p> <ul style="list-style-type: none"> 7 Voice/Conversational Experience 	<p>2 CREATIVE USE OF CODE</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Code
<p>3 VIRTUAL REALITY</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 VR Experience 	<p>8 INTERNET OF THINGS</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Internet of Things Solution 	<p>3 CREATIVE USE OF DATA</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Data
<p>4 AUGMENTED REALITY</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 AR Effect 2 AR Experience 	<p>9 SERVICE DESIGN</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Customer Experience Online 	<p>4 CREATIVE USE OF TECHNOLOGY</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Technology
<p>5 E-COMMERCE</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 E-Commerc 		<p>5 CREATIVE USE OF AI/MACHINE LEARNING</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 AI/Machine Learning
<p>6 CONTENT MANAGEMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Content Management System 		<p>6 CREATIVE USE OF VOICE</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Voice/Conversational Experience
		<p>7 INTERNET OF THINGS</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Internet of Things Solution

3. DIGITAL EXPERIENCE

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie kreative softwarebasierte Erlebnisse/Erfahrungen, die ein:e Benutzer:in durch Interaktion über eine digitale Technologie mit einer Organisation, einem Unternehmen, einer Dienstleistung oder einem Produkt (= einer Marke) macht.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren						
Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		

1 DIGITAL PRODUCT/SERVICE															
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative, softwaregestützte, interaktive Produkte oder Dienstleistungen, die dem Menschen in irgendeiner Form einen Nutzen bieten. Dabei geht es nicht nur um die formalästhetische Gestaltung der Benutzeroberfläche, sondern vor allem um die Gestaltung der Interaktionsprozesse und der Technik dahinter.															
1 APPLICATIONS															
Anwendungssoftware aller Art (Plattformen, Websites, Microsites, Mobile Apps etc.).															
1 Web-/Microsite	Anwendungen auf Webbasis, Software als Service	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 App	Mobile Apps, Offline-Anwendungen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3 Portal	Einstiegsseite ins Internet. Ein Portal ist ein digitales Produkt, das als Grundlage genutzt wird, um ziel- und/oder zweckgerichtete Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln und zu gestalten. Zum Beispiel Firmenportale, Vertriebsportale, Vergleichsportale, Beratungsportale, Informationsportale	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
4 Plattform	Eine einheitliche Basis, auf der Anwendungsprogramme entwickelt und angeboten werden können. Für Nichttechniker/innen hat Plattform die gleiche Bedeutung wie Portal, z.B. Plattformen, die dem Verkauf, der Unterhaltung oder Informationsvermittlung dienen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
5 Digitaler Bericht	Geschäftsbericht als App/Online Anwendung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
6 Digital Out-of-Home	Digitale Anwendungen, die mit Menschen im öffentlichen Raum interagieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
7 Terminal	Endgeräte zur Eingabe und Anzeige von Daten.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
8 Targeting / Real-Time Advertising		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 GAMES															
Softwarebasierte Spiele aller Art.															
1 Game	Spiele (Download, App oder online, nicht nur für Marken)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3 VIRTUAL REALITY															
Eine durch Hard- und Software erzeugte künstliche Wirklichkeit.															
1 VR Experience	Immersive VR-Erlebnisse (keine interaktiven Filme oder 360°-Videos)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
4 AUGMENTED REALITY															
Eine durch Hard- und Software erweiterte Realitätswahrnehmung.															
1 AR Effect	Mixed-Reality-Erlebnisse auf AR-Basis, Effekte, Filter und Linsen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 AR Experience	AR-Erlebnisse, die durch ein neues Format oder Narrativ dem User ein ungewohntes Erlebnis oder Nutzen bieten	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-

3. DIGITAL EXPERIENCE

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie kreative softwarebasierte Erlebnisse/Erfahrungen, die ein:e Benutzer:in durch Interaktion über eine digitale Technologie mit einer Organisation, einem Unternehmen, einer Dienstleistung oder einem Produkt (= einer Marke) macht.

		<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>															
<input checked="" type="checkbox"/>	Pflicht																
<input checked="" type="checkbox"/>	Optional																
		<i>Bestandteile</i>					<i>Anzahl Bestandteile</i>		<i>Druckservice</i>		<i>Präsentationsformate</i>		<i>Teilnahmegebühren</i>				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL		
5	E-COMMERCE	Softwarebasierte Ein- und Verkaufsvorgänge via Internet.															
1	E-Commerce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-		
6	CONTENT MANAGEMENT	Systematische Aufbereitung von Informationen mittels softwarebasierter Redaktionssysteme. Anders als beim Webpublishing ist die medienunabhängige Wiederverwendung von abgelegten Informationen (Content) möglich.															
1	Content Management System	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-		
7	VOICE / CONVERSATIONALS	KI-gesteuerte Sprachassistent:innen															
1	Voice/Conversational Experience	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-		
8	INTERNET OF THINGS	KI, die es ermöglicht, physische und virtuelle Objekte miteinander zu vernetzen und zusammenarbeiten zu lassen.															
1	Internet of Things Solution	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-		
9	SERVICE DESIGN	Die Übertragung von realen, besonderen Kundenerfahrungen und Dienstleistungsprozessen auf digitale Produkte.															
1	Customer Experience Online	Konzeption von Online-Dienstleistungsprozessen bzw. Gestaltung von digitalen Kundenerlebnissen/-erfahrungen.												<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2	HARDWARE/SOFTWARE SYSTEMS	Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative/innovative Verbindungen von physischen, mechanischen Geräten mit softwarebasierter Nutzerführung/Interaktion (z.B. Terminals, Displays, Cockpits oder andere Hardware-Software-Interfaces).															
1	CONSUMER PRODUCTS	Produkte für den persönlichen Gebrauch.															
1	Digital Consumer Product	Lösungen für Endverbraucher												<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2	INDUSTRIAL PRODUCTS	Produkte für die industrielle Fertigung oder zur Erbringung einer Dienstleistung.															
1	Digital Industrial Product	Lösungen für Geschäftsanwendungen												<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-



3. DIGITAL EXPERIENCE

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie kreative softwarebasierte Erlebnisse/Erfahrungen, die ein:e Benutzer:in durch Interaktion über eine digitale Technologie mit einer Organisation, einem Unternehmen, einer Dienstleistung oder einem Produkt (= einer Marke) macht.

✓	Pflicht
✓	Optional

Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren						
Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.900 Zeichen		

3 DIGITAL SKILLS														
Besondere Einzelleistungen im Zusammenhang mit digitalen Anwendungen bzw. Produkten und Services.														
1 CREATIVE USE OF UX														
1 UX	Besondere Einzelleistung in der User Experience	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	610,-
2 CREATIVE USE OF CODE														
Besonders kreative Programmierung einer Anwendung.														
1 Code	Besondere Programmierleistung	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	610,-
3 CREATIVE USE OF DATA														
Besonders kreative Verwendung von Informationen/Daten.														
1 Data	Besondere Einzelleistung in der Nutzung von Daten	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	610,-
4 CREATIVE USE OF TECHNOLOGY														
1 Technology	Besondere Einzelleistung in technischer Hinsicht	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	610,-
5 CREATIVE USE OF AI / MACHINE LEARNING														
1 AI / Machine Learning	Besondere Einzelleistung in der Nutzung von künstlicher Intelligenz oder Machine Learning	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	610,-
6 CREATIVE USE OF VOICE														
Besonders kreative Verwendung von Sprachanwendungen basierend auf künstlicher Intelligenz.														
1 Voice/Conversational Experience	Besondere Einzelleistung in der Nutzung von Voice Interfaces oder Sprachsteuerung	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	610,-
7 INTERNET OF THINGS														
1 Internet of things Solution	Besondere Einzelleistung in der Nutzung von Voice Interfaces oder Sprachsteuerung	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	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.

1 EXHIBITION		2 EVENT		3 PUBLIC SPACE	
<p>1 EXHIBITION FOR BRAND</p> <ol style="list-style-type: none"> Museum/Pavillon Ausstellung Messeauftritt Exponat/Installation Räumliche Intervention Immersive Welt 	<p>4 HYBRID EXHIBITION FOR SUBJECT</p> <ol style="list-style-type: none"> Museum/Pavillon Ausstellung Messeauftritt Exponat/Installation Räumliche Intervention Immersive Welt 	<p>1 EVENT</p> <ol style="list-style-type: none"> Corporate Employee Consumer Public PR Promotion Charity Bühnenshow Sponsorenauftritt Guerilla-Aktion 	<p>4 EVENT CRAFT</p> <ol style="list-style-type: none"> Art Direction / Dramaturgie Regie Rauminszenierung Mediennutzung Licht Partizipation des Publikums 	<p>1 INTERIOR</p> <ol style="list-style-type: none"> Corporate Hospitality Retail/Shop Space 	
<p>2 EXHIBITION FOR SUBJECT</p> <ol style="list-style-type: none"> Museum/Pavillon Ausstellung Messeauftritt Exponat/Installation Räumliche Intervention Immersive Welt 	<p>5 EXHIBITION CRAFT</p> <ol style="list-style-type: none"> Art Direction / Dramaturgie Architektur Rauminszenierung Mediennutzung Licht Partizipation des Publikums 	<p>2 HYBRID EVENT</p> <ol style="list-style-type: none"> Corporate Employee Consumer Public PR Promotion Charity Bühnenshow Sponsorenauftritt Guerilla-Aktion 		<p>2 URBAN DESIGN</p> <ol style="list-style-type: none"> Outdoor Space Park/Landscape 	
<p>3 HYBRID EXHIBITION FOR BRAND</p> <ol style="list-style-type: none"> Museum/Pavillon Ausstellung Messeauftritt Exponat/Installation Räumliche Intervention Immersive Welt 		<p>3 ONLINE EVENT</p> <ol style="list-style-type: none"> Corporate Employee Consumer Public PR Promotion Charity Bühnenshow Sponsorenauftritt Guerilla-Aktion 		<p>3 SERVICE DESIGN</p> <ol style="list-style-type: none"> Customer Experience 	

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

Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren						
Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		

1 EXHIBITION														
Ideen, die Exponate, Produkte, Objekte, Kunstwerke, Themen, Informationen, Wissen etc. dreidimensional und multisensorisch aufarbeiten, kuratieren, inszenieren und gestalten.														
1 EXHIBITION FOR BRAND · Ausstellungen 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. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2	Ausstellung	Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3	Messeauftritt	Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
4	Exponat/Installation	Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
5	Räumliche Intervention	Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
6	Immersive Welt	Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine Marken-Welt integrieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 EXHIBITION FOR SUBJECT · Ausstellungen mit Themenbezug. Sie verfolgen in der Regel kulturelle und/oder Bildungsintentionen.														
1	Museum/Pavillon	Dauerhafte oder temporäre Gebäude, die für Ausstellungen konzipiert und gestaltet wurden. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2	Ausstellung	Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3	Messeauftritt	Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
4	Exponat/Installation	Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
5	Räumliche Intervention	Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
6	Immersive Welt	Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine Themen-Welt integriert.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
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	Markenmuseen oder -bauten, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	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.

		Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren		
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.		Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen
<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>														
2 Ausstellung	Marken-Ausstellungen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
3 Messeauftritt	Messeauftritte, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
4 Exponat/Installation	Exponate und Installationen, die sowohl physisch als auch digital oder virtuell zu erleben sind: Analog und digital bilden ein zusammenhängendes, räumliches Erlebnis.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
5 Räumliche Intervention	Räumliche Interventionen, die sowohl physisch als digital oder virtuell zu erleben sind: Analog und digital bilden ein zusammenhängendes, räumliches Erlebnis.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
6 Immersive Welt	Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine hyperreale Welt integriert.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
4 HYBRID EXHIBITION FOR SUBJECT · Räumliche Themeninszenierungen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.															
1 Museum/Pavillon	Thematische Museen oder -Bauten, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
2 Ausstellung	Themen-Ausstellungen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
3 Messeauftritt	Thematische Messeauftritte, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
4 Exponat/Installation	Thematische Exponate und Installationen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
5 Räumliche Intervention	Thematische, räumliche Interventionen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
6 Immersive Welt	Thematische, räumliche Inszenierungen, die besonders darauf abzielen, die Wahrnehmung der Besucher/innen komplett in eine eigene Marken-Welt zu entführen, und dies auch remote (digital oder Virtuell) ermöglichen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
5 EXHIBITION CRAFT · Herausragende Einzelleistung eines Ausstellungsprojekts oder einer räumlichen Inszenierung.															
1 Art Direction / Dramaturgie	Räumlichen Inszenierung, die von einer herausragenden künstlerischen Leitung und/oder dramaturgischen Qualität geprägt sind.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
2 Architektur	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern: Die baulichen Eigenschaften, die Übereinkunft von funktionalen und gestalterischen Merkmalen in der räumlichen Organisation und Komposition.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
3 Rauminszenierung	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern: Die inszenatorischen Eigenschaften, die Übereinkunft von inhaltlichen und szenischen Merkmalen in der räumlichen und zeitlichen Komposition.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
4 Mediennutzung	Der Einsatz von medialen Mitteln (für Bild, Klang und Ton, Geruch) in Raum und Zeit sowie die Synchronisation dieser Medien weisen herausragende und aussergewöhnliche Qualitäten auf.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
5 Licht	Herausragender Einsatz von Licht als Gestaltungs- und/oder Dramaturgie-Element. Und/oder der Einsatz von besonderen, lichtgestalterisch markanten Lichtquellen und/oder -Techniken.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
6 Partizipation des Publikums	Das Publikum erfährt einen besonders intensiven Austausch mit dem Absender oder untereinander. Und/oder es kann Prozesse und/oder Abläufe, Erscheinungen, Raumbilder, markante Elemente des Auftritts, vor, während und/oder nach dem Besuch besonders stark beeinflussen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	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

Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren						
Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		

2 EVENT																
Ideen, die Veranstaltungen aller Art zu besonderen Erlebnissen machen.																
1 EVENT · Veranstaltungen aller Art, die mithilfe dreidimensionaler Inszenierungen sowie multisensorischer Ansprache zu besonderen Erlebnissen werden.																
Code	Eventtyp	Beschreibung	Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
1	Corporate	Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
2	Employee	Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
3	Consumer	Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
4	Public	Events, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
5	PR	Events und/oder Ereignisse, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
6	Promotion	Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilnehmern (B2B und B2C) inszeniert werden, z.B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
7	Charity	Events und/oder Ereignisse, die einem guten Zweck dienen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
8	Bühnenshow	Besonders kreative oder innovative Bühnenszenierungen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
9	Sponsorenauftritt	Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
10	Guerilla-Aktion	Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
2 HYBRID EVENT · Event-Inszenierungen, die sich sowohl live vor Ort als auch online an Live-Publikum richten.																
1	Corporate	Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
2	Employee	Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
3	Consumer	Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	610,-
4	Public	Events und/oder Ereignisse, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	✓	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.

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	Kategorie definieren und kategorienweise	Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren		
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 396/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.		Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen
	5 PR	Events und/oder Ereignisse, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	6 Promotion	Promotion-Events sind Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilnehmern (B2B und B2C) inszeniert werden, z.B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	7 Charity	Events und/oder Ereignisse, die einem guten Zweck dienen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	8 Bühnenshow	Besonders kreative oder innovative Bühnenszenierungen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	9 Sponsorenauftritt	Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	10 Guerilla-Aktion	Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	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	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	2 Employee	Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	3 Consumer	Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	4 Public	Events und/oder Ereignisse, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	5 PR	Events und/oder Ereignisse, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	6 Promotion	Promotion-Events sind Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilnehmern (B2B und B2C) inszeniert werden, z.B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	7 Charity	Events und/oder Ereignisse, die einem guten Zweck dienen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	8 Bühnenshow	Besonders kreative oder innovative Bühnenszenierungen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	9 Sponsorenauftritt	Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	10 Guerilla-Aktion	Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
4 EVENT CRAFT · Herausragende Einzelleistung eines Veranstaltungsprojekts															
	1 Art Direction / Dramaturgie	Events, die von einer herausragenden künstlerischen Leitung und/oder dramaturgischen Qualität geprägt sind.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
	2 Regie		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	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.

	Kategorie	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren	
			Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 3B/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.		Textmanuskript max. 7000 Zeichen
3	Rauminszenierung	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern; Die inszenatorischen Eigenschaften, die Übereinkunft von inhaltlichen und szenischen Merkmalen in der räumlichen und zeitlichen Komposition.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
4	Mediennutzung	Der Einsatz von medialen Mitteln (für Bild, Klang und Ton, Geruch) in Raum und Zeit sowie die Synchronisation dieser Medien weisen herausragende und aussergewöhnliche Qualitäten auf.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
5	Licht	Herausragender Einsatz von Licht als Gestaltungs- und/oder Dramaturgie-Element. Und/oder der Einsatz von besonderen, lichtgestalterisch markanten Lichtquellen und/oder -Techniken.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
6	Partizipation des Publikums	Das Publikum erfährt einen besonders intensiven Austausch mit dem Absender oder untereinander. Und/oder es kann Prozesse und/oder Abläufe, Erscheinungen, Raumbilder, markante Elemente des Auftritts, vor, während und/oder nach dem Besuch besonders stark beeinflussen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
3 PUBLIC SPACE															
Ideen, die den öffentlichen Raum gestalten: Verkehrs- und Grünflächen, Naturräume, sowie Innenräume: Flächen bzw. Räume in öffentlichen Einrichtungen, Gebäuden oder Geschäften, etc.															
1 INTERIOR · Innenraum-Architektur/-Gestaltung (Geschäfts-, Gastgewerbe-, Büroräume etc.).															
1	Corporate	Büros, Workspaces, Foyers, Townhalls, etc.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
2	Hospitality	Hotels, Restaurants, Bars, Cafés, Lobbies und Lounges, Clubs, Resorts etc.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
3	Retail/Shop Space	Einkaufszentren, Flagship-Stores, Shop-Design, POS-Inszenierungen, Schaufenster, Outlet-Center, usw.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
2 URBAN DESIGN · Stadt- und Stadtraum-Architektur/-Gestaltung (Städte, Stadtteile, Plätze, Parks etc.).															
1	Outdoor Space	Inszenierungen und kommunikativ gestaltete Räume und Einrichtungen im gebauten öffentlichen Raum: Straßen, Plätze, Fußgängerzonen, Einrichtungen für den Verkehr, Sport- und Freizeiteinrichtungen, Pavillons, Stadtmobiliar, Brunnen etc.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
2	Park/Landscape	Inszenierungen und kommunikativ gestaltete Räume und Einrichtungen im landschaftsgärtnerisch gestalteten Raum: Parks, Gärten, Gartenschauen, Gewässer, Mobiliar, Orientierungssysteme, Kunstwerke	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
3 SERVICE DESIGN · Gestaltung eines physischen oder hybriden Gesamtsystems, in dem ein Dienstleistungsprozess abläuft.															
1	Customer Experience	Konzeption von Dienstleistungsprozessen bzw. Gestaltung von Kundenerlebnissen/-erfahrungen. Analog und Digital.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte bzw. Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstigen Wissensvermittlung dienen, sowie 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-Magazin
- 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 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

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 Schutzumschlag
- 4 Katalog
- 5 Sonstiges

4 ONLINE MEDIA

- 1 Portal / Webmagazin / Social-Media-Magazin
- 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

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte bzw. Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstigen Wissensvermittlung dienen, sowie redaktionelle Inhalte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

✓	Pflicht
✓	Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren						
Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		

1 EDITORIAL													
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie Verlagsprodukte mit einer deutlichen Trennung von redaktionellen Beiträgen und Werbung.													
1 MAGAZIN													
Magazine bzw. Zeitschriften sind gedruckte Schriften, die thematisch sortiert sowie oft bebildert und illustriert zu einem Heft gebunden und verkauft werden.													
1 Heft (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation oder eine Erst- bzw. Testausgabe.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓	✓	335,-
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.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓	✓	900,-
3 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
4 Independent	Eine unabhängige Publikation für eine spezielle Zielgruppe, die im Eigenverlag des Herausgebers erscheint. Eingereicht werden können einzelne Ausgaben, Einzelausgaben oder Jahrgänge.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
5 Newcomer	Eine Neuerscheinung, Einzelheft oder mehrere Ausgaben, die im Jahr der Einreichung erstmals publiziert wurden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
6 Sonderausgabe	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe und die Abhebung von den Standards.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
7 Cover (einzeln)		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓	✓	335,-
8 Cover (Serie)		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓	✓	900,-
9 Strecke (Spread) / Beitrag	Artikel, Strecken (Bildstrecken oder andere Strecken mit einer herausragenden Idee), Kolumnen etc.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
10 Beilage/Supplement	Die Beilage einer Publikation, die entweder eigenständig verlegt wird und nur den Vertriebsweg nutzt, oder vom gleichen Herausgeber und Verlag wie die Trägerpublikation verantwortet wird.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
11 Sonstiges		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	610,-
2 ZEITUNG													
Täglich oder regelmäßig in kurzen Zeitabständen erscheinendes, nicht gebundenes/geheftetes Verlagsprodukt mit aktuellen Inhalten (Nachrichten, Berichte).													
1 Ausgabe (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓	✓	335,-
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.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓	✓	900,-
3 Titelseite/Cover (einzeln)		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓	✓	335,-
4 Titelseite/Cover (Serie)		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓	✓	900,-

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte bzw. Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstigen Wissensvermittlung dienen, sowie redaktionelle Inhalte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

	<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>	Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren		
			Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen		Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen	Präsentationsbild
5 Redesign		Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
6 Beitrag			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
7 Bericht			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
8 Sonderausgabe			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
9 Sonstiges			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
3 BUCH																
1 Buch (fiktional)		Bewertet wird Konzept und Gestaltung der Publikation. Der Inhalt ist fiktional.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
2 Buch (nicht fiktional)		Bewertet wird Konzept und Gestaltung der Publikation. Der Inhalt ist nicht-fiktional, sondern z.B. dokumentarisch, wissenschaftlich, autobiografisch, biografisch, eine Reportage oder ein Essay, oder eine Anthologie nicht fiktionaler Texte, wie z.B. Kolumnen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
3 Schutzumschlag			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
4 Katalog			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
5 Sonstiges			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
4 MOBILE/ONLINE MEDIA																
1 Portal / Webmagazin / Social-Media-Magazin		Beurteilt wird das Gesamtkonzept des Mediums. Dies kann auch ein zeitlich begrenztes Projekt sein, wenn die URL nicht mehr anzusteuern ist, muss das Medium auf einer Beta-Seite präsentiert werden, um auch die Funktionalität mitbewerten zu können.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
2 Plattform		Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Plattform.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
3 Podcast (Ausgabe)			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
4 Podcast (Serie)			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓		✓	✓	900,-
5 Vlog/Webcast (Ausgabe)			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
6 Vlog/Webcast (Serie)			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓		✓	✓	900,-
7 Dokumentation		Eine Einzel-Doku oder Doku-Serie online.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
8 Blog			✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte bzw. Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstigen Wissensvermittlung dienen, sowie redaktionelle Inhalte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>	Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren PAUSCHAL
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
5	CROSSMEDIA / SPECIAL USES	Journalistischer/redaktioneller Content, der kreativ auf unterschiedlichen Medien publiziert wird, sowie ungewöhnliche Publikationen.													
	1 Crossmedia Publications	Eine Publikation, deren Konzept über mehrere, sich ergänzende Medien hinweg, z.B. Print und Online, miteinander verzahnt ist.													
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2	CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING	Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie nach journalistischen Kriterien aufbereitete Verlagsprodukte mit dem Ziel, die Bindung einer Organisation, eines Unternehmens zu ihren Kunden zu stärken, deren bzw. dessen Marke zu pflegen und/oder den Umsatz zu steigern.													
1	MAGAZIN	Magazine bzw. Zeitschriften sind gedruckte Schriften, die thematisch sortiert sowie oft bebildert und illustriert zu einem Heft gebunden und verkauft werden.													
	1 Heft (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation oder eine Erst- bzw. Testausgabe.													
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
	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.													
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
	3 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.													
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	4 Independent	Eine unabhängige Publikation für eine spezielle Zielgruppe, die im Eigenverlag des Herausgebers erscheint. Eingereicht werden können einzelne Ausgaben, Einzelausgaben oder Jahrgänge.													
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	5 Newcomer	Eine Neuerscheinung, Einzelheft oder mehrere Ausgaben, die im Jahr der Einreichung erstmals publiziert wurden.													
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	6 Sonderausgabe														
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	7 Cover (einzeln)														
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
	8 Cover (Serie)														
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
	9 Strecke (Spread)/Beitrag														
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	10 Beilage/Supplement	Die Beilage einer Publikation, die entweder eigenständig verlegt wird und nur den Vertriebsweg nutzt, oder vom gleichen Herausgeber und Verlag wie die Trägerpublikation verantwortet wird.													
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	11 Sonstiges														
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte bzw. Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstigen Wissensvermittlung dienen, sowie redaktionelle Inhalte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional		Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren		
			Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL
2 ZEITUNG		Täglich oder regelmäßig in kurzen Zeitabständen erscheinendes, nicht gebundenes/geheftetes Verlagsprodukt mit aktuellen Inhalten (Nachrichten, Berichte).														
1	Ausgabe (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
3	Titelseite/Einzelcover		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
4	Cover (Serie)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
5	Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
6	Beitrag		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
7	Bericht		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
8	Sonderausgabe		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
9	Sonstiges		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3 BUCH																
1	Buch (fiktional)	Bewertet wird Konzept und Gestaltung der Publikation. Der Inhalt ist fiktional.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2	Buch (nicht-fiktional)	Bewertet wird Konzept und Gestaltung der Publikation. Der Inhalt ist nicht-fiktional, sondern z.B. dokumentarisch, wissenschaftlich, autobiografisch, biografisch, eine Reportage oder ein Essay, oder eine Anthologie nicht fiktionaler Texte, wie z.B. Kolumnen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3	Katalog		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
4	Geschäftsbericht		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
5	Sonstiges		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
4 ONLINE MEDIA																
1	Portal / Webmagazin / Social Media Magazin	Beurteilt wird das Gesamtkonzept des Mediums. Dies kann auch ein zeitlich begrenztes Projekt sein, wenn die URL nicht mehr anzusteuern ist, muss das Medium auf einer Beta-Seite präsentiert werden, um auch die Funktionalität mitbewerten zu können.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2	Plattform	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Plattform.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte bzw. Publikationen, die der Nachrichten- und Informationsvermittlung sowie der Unterhaltung, Bildung oder sonstigen Wissensvermittlung dienen, sowie redaktionelle Inhalte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 3B/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
	Eine Einzel-Doku oder Doku-Serie online.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
5	CROSSMEDIA / SPECIAL USES	Journalistischer/redaktioneller Content, der kreativ auf unterschiedlichen Medien publiziert wird, sowie ungewöhnliche Publikationen.													
	Eine Publikation, deren Konzept über mehrere, sich ergänzende Medien hinweg, z.B. Print und Online, miteinander verzahnt ist.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>							<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-

6. COPY

Ausgezeichnet wird in dieser Craft-Kategorie kreatives Schreiben bzw. 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	2 EDITORIAL	3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING	4 STORYTELLING
1 COPY FOR <ul style="list-style-type: none">1 Integrated/Crossmedia2 Print Media3 Online/Social Media4 Packaging5 Terminal6 Digital Out-of-Home	1 COPY FOR <ul style="list-style-type: none">1 Reportage2 Interview3 Essay4 Kolumne/Kommentar5 Porträt6 Bericht7 Buch8 Blog/Vlog	1 COPY FOR <ul style="list-style-type: none">1 Reportage2 Interview3 Essay4 Kolumne/Kommentar5 Porträt6 Bericht7 Buch8 Blog/Vlog	1 STORYTELLING FOR <ul style="list-style-type: none">1 Film (Script/Drehbuch)2 Audio (Script)3 Spatial Experience4 User Experience5 Game

6. COPY

Ausgezeichnet wird in dieser Craft-Kategorie kreatives Schreiben bzw. 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

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate	Teilnahmegebühren
Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.			Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek. Textmanuskript max. 7000 Zeichen Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	
URL Link	Board PDF				Präsentationsbild	
Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl			PAUSCHAL

1 COMMERCIAL

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Werbetexte, die Menschen auf etwas Bestimmtes aufmerksam machen und/oder Menschen zu einer bestimmten Handlung motivieren, z. B. zu einem Kauf, einem Klick auf einen Link, einem Beratungstermin oder einer Spende für einen guten Zweck.

1 COPY FOR

Kategorie	Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
1 Integrated/Crossmedia	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	8		✓		✓	✓	900,-
2 Print Media	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
3 Online/Social Media	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
4 Packaging	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
5 Terminal	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
6 Digital Out-of-Home	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-

2 EDITORIAL

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie außergewöhnliche Sachtexte und literarische Texte, die der Unterhaltung, Bildung, der Nachrichten- und Informationsvermittlung oder sonstigen Wissensvermittlung dienen, sowie redaktionelle Texte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.

1 COPY FOR

Kategorie	Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
1 Reportage	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
2 Interview	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
3 Essay	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
4 Kolumne/Kommentar	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
5 Porträt	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-

6. COPY

Ausgezeichnet wird in dieser Craft-Kategorie kreatives Schreiben bzw. kreative Textgestaltung: von der Headline bis zur Longcopy, von unterschiedlichen redaktionellen Beiträgen bis hin zu Geschichten, welche sowohl kommerzielle als auch ideelle Botschaften beinhalten.

	Kategorie	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren PAUSCHAL
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Präsentationsbild		
6 Bericht		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-	
7 Buch		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-	
8 Blog/Vlog		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-	
3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING																
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie außergewöhnliche Sachtexte und journalistische Texte mit dem Ziel, Menschen auf etwas Bestimmtes aufmerksam zu machen und/oder die Bindung einer Organisation, eines Unternehmens zu ihren bzw. seinen Kunden zu stärken, deren bzw. dessen Marke zu pflegen und/oder den Umsatz zu steigern.																
1 COPY FOR																
1 Reportage		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-	
2 Interview		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-	
3 Essay		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-	
4 Kolumne/Kommentar		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-	
5 Porträt		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-	
6 Bericht		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-	
7 Buch		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-	
8 Blog/Vlog		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-	

6. COPY

Ausgezeichnet wird in dieser Craft-Kategorie kreatives Schreiben bzw. 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

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren						
Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		

4 STORYTELLING

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie außergewöhnliche literarische Texte, die eine unterhaltsame, spannende Geschichte erzählen mit dem Ziel, Menschen auf etwas Bestimmtes aufmerksam zu machen

1 STORYTELLING FOR

Item	Description	Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
1	Film (Script/Drehbuch)	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
2	Audio (Script)	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
3	Spatial Experience	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
		<i>Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.</i>													
4	User Experience	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
5	Game	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-

7. DESIGN

Ausgezeichnet wird in dieser Craft-Kategorie kreative, vor allem exzellente formale Gestaltung von unterschiedlichen Medieninhalten und Objekten. Das sind Ideen, die kreativ bzw. originell oder innovativ mit Flächen, Linien, Schrift, Zeichen, Bildern, Typografie und/oder Farben auf Medienoberflächen aller Art gestaltet worden sind, sowie dreidimensionale bzw. haptisch gestaltete Produkte.

1 GRAPHIC DESIGN	2 INTERFACE DESIGN	3 MOTION DESIGN	4 PACKAGING DESIGN	5 PRODUCT DESIGN
<p>1 PRINT MEDIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>2 PUBLIC SPACE MEDIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Spatial Experience Media 2 POS/POP 3 Shop Window 4 Sonstiges <p>3 SPECIAL MEDIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Orientierungssystem/ Signaletik 2 Logo 3 Key Visual 4 Pictogramm/Icon 5 Infografik/ Datenvisualisierung 6 Schrift/Typografie 7 Merchandise 8 Sonstiges 	<p>1 MOBILE INTERACTIVE MEDIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Web-/Microsite 2 App 3 Portal 4 Plattform 5 Device Display 6 Sonstiges <p>2 STATIONARY INTERACTIVE MEDIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Terminal 2 Digital Out-of-Home 3 Product Display 4 Sonstiges 	<p>1 MOTION DESIGN FOR</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 	<p>1 PACKAGES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Verpackung 2 Promotion-Verpackung/ Sonderform 3 Werbemittel 4 Sonstiges 	<p>1 PRODUCTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Consumer Goods 2 Industrial Goods 3 Werbemittel 4 Sonstiges

7. DESIGN

Ausgezeichnet wird in dieser Craft-Kategorie kreative, vor allem exzellente formale Gestaltung von unterschiedlichen Medieninhalten und Objekten. Das sind Ideen, die kreativ bzw. originell oder innovativ mit Flächen, Linien, Schrift, Zeichen, Bildern, Typografie und/oder Farben auf Medienoberflächen aller Art gestaltet worden sind, sowie dreidimensionale bzw. haptisch gestaltete Produkte.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren						
Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		

1 GRAPHIC DESIGN														
Ausgezeichnet wird in dieser Unterkategorie vor allem die formalästhetische Gestaltung von Printmedien aller Art sowie von einzelnen 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, ...)	Beurteilt werden Kunstplakate, Plakate für Events und Ausstellungen, Infografik-Plakate, Plakatserien, Social Poster Design, Sonstiges. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Aufmerksamkeitsstärke, Typography, Gestaltung, Motivkonzept und Motiv-Eksekutio. Plakate digital als Motiv anlegen und Belegexemplar einsenden – bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 Anzeige (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur, ...)	Beurteilt werden Anzeigen für Kunst und Kulturveranstaltungen, Events und Ausstellungen. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Aufmerksamkeitsstärke, Typography, Gestaltung, Motivkonzept und Motiv-Eksekutio. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3 Bericht	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Berichtsgestaltung mit dem Beurteilungsschwerpunkt auf kreative und überzeugende Vermittlung des Berichtsthemas. Teilaspekte sind hierbei gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Titelkonzept, Image-Teil, Text, Seitengestaltung, Einsatz von Illustration und Fotografie, Informationsgraphik, sowie Verarbeitung.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
4 Buch	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Buchgestaltung mit dem Beurteilungsschwerpunkt auf kreative und überzeugend Vermittlung des Buchinhalts. Teilaspekte sind hierbei gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Umschlags- und Seitengestaltung, Text, sowie buchbinderische Verarbeitung.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
5 Buchcover	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Buchgestaltung mit Fokus auf Titel- und Buchumschlagsgestaltung. Beurteilungsschwerpunkt ist die kreative und überzeugend Vermittlung des Buchinhalts. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Typographie, Design, Text, Illustration, buchbinderischer Verarbeitung, sowie spezielle Kombination der Gestaltungselemente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
6 Kalender	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Kalendergestaltung. Beurteilungsschwerpunkt ist Kreativität und kommunikative Leistung. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Umschlags- und Seitengestaltung, Text, sowie buchbinderische Verarbeitung.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
7 Collaterals	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität einzelner grafischer Arbeiten, die nicht in andere Kategorien passen, sowie digitale Design-Einzel-Lösungen. Beurteilungsschwerpunkt ist Kreativität und kommunikative Leistung der Arbeit. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Aufmerksamkeitsstärke, sowie spezifischer Teilaspekte des Mediums und seiner kommunikativen Aufgabenstellung.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
8 Broschüre	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Broschüregestaltung. Beurteilungsschwerpunkt ist die kreative und kommunikativ überzeugende Vermittlung des Broschüren-Inhalts. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Titel- und Seitengestaltung, Gliederung, Text, Einsatz von Illustration und/oder Fotografie, Informationsgraphik, sowie Verarbeitung.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
9 Print-Produktion	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Printprodukten und deren Verarbeitung. Teilaspekte sind hierbei gestalterische Originalität, die Besonderheit der Umsetzung und Exzellenz der Verarbeitung in Bezug auf Veredelung, Bindung und Druckqualität.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 POS/POP	Designkonzept, das die Verkaufsförderung am Point of Sale und am Point of Purchase unterstützt. Notwendig ist die Visualisierung des Konzeptes inkl. Visualisierung der Medien am Einsatzort (stationär und online) und wie sie die Absatzsteigerung unterstützen. So können wir die Funktion der Leistung verstehen und bewerten.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3 Shop Window	Designkonzept zur Gestaltung eines oder mehrerer Schaufenster. Notwendig ist Beschreibung der Zielsetzung.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3 SPECIAL MEDIA														
1 Orientierungssystem/Signaletik		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-

7. DESIGN

Ausgezeichnet wird in dieser Craft-Kategorie kreative, vor allem exzellente formale Gestaltung von unterschiedlichen Medieninhalten und Objekten. Das sind Ideen, die kreativ bzw. originell oder innovativ mit Flächen, Linien, Schrift, Zeichen, Bildern, Typografie und/oder Farben auf Medienoberflächen aller Art gestaltet worden sind, sowie dreidimensionale bzw. haptisch gestaltete Produkte.

<table border="1"> <tr> <td>✓</td> <td>Pflicht</td> </tr> <tr> <td>✓</td> <td>Optional</td> </tr> </table>	✓	Pflicht	✓	Optional	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren PAUSCHAL
	✓	Pflicht																	
✓	Optional																		
Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild								
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	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
3 Key Visual	Die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Key Visuals, 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. Das Key Visual nimmt in der Kommunikation die „Schlüsselrolle“ ein: Das visuelle Bild wird gleich auf den ersten Blick mit der Marke in Verbindung gebracht und gilt somit als ihr Identitätsmerkmal.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
4 Pictogram/Icon	Stilisierte, einfach wahrzunehmende und zu interpretierende Zeichen/Darstellungen, die bestimmte Informationen vermitteln, z.B. Orientierungszeichen	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
5 Infografik/Datenvisualisierung	Eine kreative gestalterische Qualität der visuellen Darstellung von Data. Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität der Piktogramme die dabei helfen sollen, schnell und für alle verständlich Sachverhalte zu verdeutlichen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
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, handwriten oder illustrated Type. Daher sind auch Schriftentwürfe einzureichen. Die Typografie muss zentraler Bestandteil der Arbeit sein.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
7 Merchandise	Herausragende konzeptionelle und gestalterische Lösungen für Werbemittel und -technik als Teil eines Markenauftritts oder als Stand-Alone-Lösung. Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Aufmerksamkeitsstärke, Nachhaltigkeit, und Verarbeitung.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
2 INTERFACE DESIGN																			
Gestaltung von elektronischen Benutzeroberflächen aller Art. Zum Interfacedesign gehört auch das Interaktionskonzept, die visuelle Gesamtwirkung und somit das Nutzungserlebnis der digitalen Experience.																			
1 MOBILE INTERACTIVE MEDIA																			
1 Web-/Microsite	Grafische Gestaltung von Websites, Microsites & Webspecials, Landingpages.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
2 App	Gestaltungskonzepte von Apps.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
3 Portal	Webseiten mit Portalcharakter, die eine große Menge von Inhalten aggregieren, bzw. komplexe Services und Auswahlmöglichkeiten zugänglich machen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
4 Plattform	Webseite, die (registrierten) NutzerInnen beispielsweise den Austausch von Informationen, Kommunikation und Werbung ermöglicht.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
5 Device Display	Zu Devices gehören technische Produkte, die für einen ganz konkreten Zweck entwickelt wurden und deren Nutzung hauptsächlich von einem Display abhängig ist (Bsp: Smartwatches, Fitness-Tracker, Messgeräte, etc.).	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
2 STATIONARY INTERACTIVE MEDIA · Gestaltung jeglicher digitaler Oberflächen, die interaktiv bedienbar sind und nicht auf Computern, Smartphones, Tablets oder Devices genutzt werden.																			
1 Terminal	Interfaces auf fest installierten Terminals (Bsp.: Exponat-Interfaces & -Experiences, Öffentliche Informations-Terminals, Fahrkarten-Automaten, Check-In- und Bestellsysteme, Besucher-Leitsysteme, etc.).	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
2 Digital Out-of-Home	Digital Billboards und innovative Anzeigesysteme im öffentlichen Raum.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					
3 Product Display	Interfaces auf Produkten, Interfaces in Automobilen, etc.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-					

7. DESIGN

Ausgezeichnet wird in dieser Craft-Kategorie kreative, vor allem exzellente formale Gestaltung von unterschiedlichen Medieninhalten und Objekten. Das sind Ideen, die kreativ bzw. originell oder innovativ mit Flächen, Linien, Schrift, Zeichen, Bildern, Typografie und/oder Farben auf Medienoberflächen aller Art gestaltet worden sind, sowie dreidimensionale bzw. haptisch gestaltete Produkte.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren						
Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		

4 PACKAGING DESIGN

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie grafisch gestaltete Produktverpackungen aller Art, die unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgaben Informationen zum Produkts mit Aspekten verbinden, die Konsumenten einen Kaufanreiz bieten.

1 PACKAGES

Verpackung	Designkonzept für seriell produzierte Packagings unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgaben.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
2 Promotion-Verpackung/Sonderform	Temporäre/limitierte Verpackungen für ausgewählte Anlässe.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
3 Werbemittel	Verpackungen als Werbemedium, über den Zweck Verpackung hinaus.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-

5 PRODUCT DESIGN

Designierte 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

Consumer Goods	Design für Produkte des privaten Gebrauchs.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
2 Industrial Goods	Design für Produkte des industriellen und geschäftlichen Gebrauchs.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-
3 Werbemittel	Design für Produktproben, Give Aways o. ä.. --- Notwendig ist die Beschreibung der Zielsetzung.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓	✓	✓	610,-

8. IMAGERY

Ausgezeichnet werden in dieser Craft-Kategorie kreative statische Motive bzw. Bildideen/Bildgestaltungen.

1 PHOTOGRAPHY	2 ILLUSTRATION	3 POST-PRODUCTION / CGI
1 PHOTOGRAPHY FOR <ul style="list-style-type: none">1 Brand and Product Presentation2 Online/Social Media3 Editorial4 Spacial Experience5 Corporate Publishing6 Integrated Photographic Objects7 Photography in Moving Images8 Free Works9 Post-Production	1 ILLUSTRATION FOR <ul style="list-style-type: none">1 Brand Building2 Activation3 Spatial Experience4 Online/Social Media5 Editorial6 Corporate Publishing7 Freie Arbeit/Eigenwerbung	1 POST-PRODUCTION / CGI FOR PHOTOGRAPHY <ul style="list-style-type: none">1 Projekt
2 CINEMAGRAPHS / SINGLE IMAGE MONTAGE <ul style="list-style-type: none">1 Cinemagraphs / Single Image Montage		2 POST-PRODUCTION / CGI FOR ILLUSTRATION <ul style="list-style-type: none">1 Projekt
3 HOLISTIC PHOTOGRAPHY OBJECTS <ul style="list-style-type: none">1 Holistic Photography Objects		3 HYBRID POST-PRODUCTION / CGI <ul style="list-style-type: none">1 Projekt

8. IMAGERY

Ausgezeichnet werden in dieser Craft-Kategorie kreative statische Motive bzw. Bildideen/Bildgestaltungen.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile	Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate	Teilnahmegebühren								
Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL

1 PHOTOGRAPHY

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

		Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
1 Brand an Product Presentation	Fotografien, die zum Brand Building einen Beitrag leisten.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 Online/Social Media	Fotografie für den Online-Einsatz und in sozialen Medien.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3 Editorial	Fotografie für redaktionelle Beiträge.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
4 Spatial Experience	Fotografie, die zur Raumerlebnissen/--erfahrungen beitragen. --- Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
5 Corporate Publishing	Fotografie für werbliche redaktionelle Beiträge.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
6 Integrated Photographic Objects		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
7 Photography in Moving Images		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
8 Freie Arbeit/Eigenwerbung	Fotografie ohne Auftrag.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
9 Post-Production		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-

2 CINEMAGRAPHS / SINGLE IMAGE MONTAGE

1 Cinemagraphs / Single Image Montage	Fotografien, in denen eine kleine, sich wiederholende Bewegung stattfindet. Sie entstehen durch die Aufnahme einer Reihe von Fotos, die mit Hilfe einer Bildbearbeitungssoftware zu einer nahtlosen Schleife aufeinanderfolgender Bilder zusammengesetzt werden.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
---------------------------------------	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------	-------	-------------------------------------	---	---	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

3 HOLISTIC PHOTOGRAPHY OBJECTS

1 Holistic Photography Objects	Ganzheitliche Fotografieprojekte. Vom Fotobuch über fotografische Online-Projekte bis hin zu Fotografeausstellungen etc.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
--------------------------------	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------	-------	-------------------------------------	---	---	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

8. IMAGERY

Ausgezeichnet werden in dieser Craft-Kategorie kreative statische Motive bzw. Bildideen/Bildgestaltungen.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren	
Film	Audio	URL	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen	

2 ILLUSTRATION

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

		Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
1 Brand Building	Illustrationen, die zum Brand Building einen Beitrag leisten..	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓		✓	✓	610,-
2 Activation	Illustrationen, die zur Aktivierung/zur Kaufmotivation einen Beitrag leisten.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓		✓	✓	610,-
3 Spatial Experience	Illustration, die zur Raumerlebnissen/-erfahrungen beitragen. --- 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	5	✓	✓		✓	✓	610,-
4 Online/Social Media	Illustration für den Online-Einsatz und/oder in sozialen Medien.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓		✓	✓	610,-
5 Editorial	Illustration für redaktionelle Beiträge.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓		✓	✓	610,-
6 Corporate Publishing	Illustration für werbliche redaktionelle Beiträge.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓		✓	✓	610,-
7 Freie Arbeit / Eigenwerbung	Illustration ohne Auftrag.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓		✓	✓	610,-

3 POST-PRODUCTION / CGI

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie besonders kreative, digital nachbearbeitete Fotografien oder Illustrationen (Motivveränderungen, Licht- oder Farbveränderungen etc.), außerdem rein digital mithilfe von 3D-Computergrafik-Software erstellte Bilder, die wie Fotografien wirken, aber nicht traditionell fotografiert worden sind (z. B. surreale, utopische oder extraterrestrische Motive).

1 POST-PRODUCTION / CGI FOR PHOTOGRAPHY

1 Projekt		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓		✓	✓	610,-
-----------	--	---	---	---	-------	-------	---	---	---	---	---	--	---	---	-------

2 POST-PRODUCTION / CGI FOR ILLUSTRATION

1 Projekt		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓		✓	✓	610,-
-----------	--	---	---	---	-------	-------	---	---	---	---	---	--	---	---	-------

3 HYBRID POST-PRODUCTION / CGI

1 Projekt		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5	✓	✓		✓	✓	610,-
-----------	--	---	---	---	-------	-------	---	---	---	---	---	--	---	---	-------

9. AUDIO

Ausgezeichnet werden in dieser Craft-Kategorie besonders kreative Gestaltungen von Tönen, Klängen, Geräuschen oder Soundeffekten mit elektronischen Mitteln bzw. digitaler Technik in allen Offline- und Online-Medien.

1 RADIO / ONLINE	2 PUBLISHING	3 AUDIO DESIGN	4 MUSIC	5 AUDIO DESIGN AND MUSIC	6 AUDIO CRAFT
1 RADIO/ ONLINE MEDIA <ol style="list-style-type: none"> 1 Radiospot (einzeln) 2 Radiospot (Serie) 3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads 4 Sonstiges 	1 PUBLISHING MEDIA <ol style="list-style-type: none"> 1 Podcast/Webcast (Ausgabe) 2 Podcast/Webcast (Serie) 3 Hörbuch 2 PODCAST/ WEBCAST ADS <ol style="list-style-type: none"> 1 Audio Ad 2 Sponsorship 3 Branded Content 	1 AUDIO DESIGN <ol style="list-style-type: none"> 1 Film 2 Digital Experience 3 Spatial Experience 4 Online/Social Media 5 Motion Design 6 Brand / Corporate Design 7 Audio Logo 	1 MUSIC <ol style="list-style-type: none"> 1 New Composition for Advertising 2 New Music Composition for the Record Industry 3 Use of existing Music (Pick) 4 Brand Partnership Music 5 Brand Experience Music 6 Digital Experience Music 7 Film / Animation Music 	1 OVERALL AUDIO PIECE <ol style="list-style-type: none"> 1 Projekt 	1 AUDIO CRAFT <ol style="list-style-type: none"> 1 Regie 2 Audio Engineering 3 Casting

9. AUDIO

Ausgezeichnet werden in dieser Craft-Kategorie besonders kreative Gestaltungen von Tönen, Klängen, Geräuschen oder Soundeffekten mit elektronischen Mitteln bzw. digitaler Technik in allen Offline- und Online-Medien.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren						
Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		

1 RADIO / ONLINE															
Klassische Radiospots, die auch auf Streaming-Angeboten von Radiosendern oder reinen Webradios gesendet werden können.															
1 RADIO/ONLINE MEDIA															
1 Radiospot (einzeln)	Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
2 Radiospot (Serie)	Radiospot-Serie, bestehend aus mindestens zwei Spots einer Kampagne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 PUBLISHING															
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Audio-Produktionen (Podcast/Webcast) von traditionellen Verlagen und Corporate Publishern sowie Audio-Kreationen für spezielle Podcast-/Webcast-/Werbeformate (Audio Ads oder Sponsorships).															
1 PUBLISHING MEDIA															
Audio-Produktionen klassischer Verlage, von Journalist:innen, Vloggern/Bloggern oder Corporate Publishern.															
1 Podcast/Webcast (Ausgabe)	Vorproduzierter Audio-Einzelpodcast oder live ausgestrahlter Audio-Einzelwebcast/Sendung.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
2 Podcast/Webcast (Serie)	Vorproduzierte Audiopodcast-Serie oder live ausgestrahlte Audiowebscast-Serie/Sendung, bestehend aus mehreren Folgen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
3 Hörbuch		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 PODCAST/WEBCAST ADS															
Audio-Werbeformate in Podcast-/Webcast-Produktionen.															
1 Audio Ad	Audio-Ad, die speziell für Podcast/Webcast erdacht wurde.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 Sponsorship	Sponsorship-Audio-Inhalte, die speziell für Podcast/Webcast erdacht wurden und einen Werbepartner präsentierten und einbinden.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
3 Branded Content	Branded Content, der speziell für Podcast/Webcast erdacht wurde.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-

9. AUDIO

Ausgezeichnet werden in dieser Craft-Kategorie besonders kreative Gestaltungen von Tönen, Klängen, Geräuschen oder Soundeffekten mit elektronischen Mitteln bzw. digitaler Technik in allen Offline- und Online-Medien.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren						
Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		

3 AUDIO DESIGN

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie exzellente Kompositionen, um einen bestimmten Ton oder Soundeffekt zu erzeugen. Dabei handelt es sich um Audio-Elemente, die in einer Vielzahl von Bereichen eingesetzt werden, u.a. in Filmen, in der Fernsehproduktion, im Motion-Design sowie in den Bereichen Digital und Spacial Experiences.

1 AUDIO DESIGN

Item	Description	Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
1 Film	Audio Design speziell produziert für einen Spot oder eine Spot-Serie für z.B. TV, Kino, Web, Showroom oder PoS.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	610,-
2 Digital Experience	Audio Design speziell produziert für die akustische Interaktionsgestaltung mittels Funktionsklängen (UI/UX-Sounds).	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	610,-
3 Spatial Experience	Audio Design speziell produziert für den dreidimensionalen räumlichen Einsatz für z.B. Games, VR/AR-Anwendungen oder Live-Experiences. --- 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	5		✓	✓	✓	✓	610,-
4 Online/Social Media	Audio Design für Websites und Social Media-Assets.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	610,-
5 Motion Design	Audio Design speziell produziert für eindrucksvolle audiovisuelle Gestaltung, z.B. Titelanimationen, Interface-/Interaction Design, Datenvisualisierungen, Erklärfilme, etc.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	610,-
6 Brand/Corporate Design	Ganzheitliche Audio Designkonzepte für Unternehmen und/oder Marken.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	610,-
7 Audio Logo	Audio Design speziell verdichtet zu einem kurzen und prägnanten Audio Logo oder Jingle.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	610,-

4 MUSIC

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Produktionen bzw. künstlerische Werke (freie oder Auftragsarbeiten) aus rhythmisch organisierten Tönen und Klängen.

1 MUSIC

Item	Description	Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
1 New Composition for Advertising		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
2 New Music Composition for the Record Industry		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
3 Use of existing Music (Pick)		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
4 Brand Partnership Music		✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-

9. AUDIO

Ausgezeichnet werden in dieser Craft-Kategorie besonders kreative Gestaltungen von Tönen, Klängen, Geräuschen oder Soundeffekten mit elektronischen Mitteln bzw. digitaler Technik in allen Offline- und Online-Medien.

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL				
	5 Brand Experience Music	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-				
	6 Digital Experience Music	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-				
	7 Film/Animation Music	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-				
5 AUDIO DESIGN AND MUSIC																			
Künstlerische oder kommerzielle Werke, die Audio Design und den Einsatz von Musik kreativ kombinieren.																			
1 OVERALL AUDIO PIECE																			
	1 Projekt	Ganzheitliches Arrangement aus Musik, Sprache und Audio Design für ein komplexe Maßnahme/Aktion.				✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	610,-
6 AUDIO CRAFT																			
Besondere Einzelleistungen im Zusammenhang mit Audio-Medieninhalten bzw. Audio-Anwendungen.																			
1 AUDIO CRAFT																			
	1 Regie	Kreative Regie- oder Konzeptionsleistungen im Audiobereich				✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	610,-
	2 Audio Engineering	Kreative Mix/Mastering/Schnitt- oder sonstige Audiobearbeitungstechniken				✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	610,-
	3 Casting	Besetzung sowie Fit von Sprechern/Stimmen für Audioproduktionen				✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	610,-
	4 Sonstiges	Sonstige Audio Craft-Leistungen, die nicht den oben beschriebenen Kategorien zuzuordnen sind.				✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	610,-

10. FILM

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie besonders kreative Filmproduktionen, die mit echten Schauspielern:innen sowie natürlichen oder gebauten Umgebungen arbeiten.

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 SPECIAL FORMATS

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

6 FILM SKILLS

- 1 Regie
- 2 Kamera
- 3 Schnitt
- 4 Casting
- 5 Post-Production/CGI/VFX
- 6 Set/Production Design

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 DIGITAL EXPERIENCE

- 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 ANIMATION MUSIC VIDEO

- 1 Music Video

4 ANIMATION PUBLISHING

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

5 SPECIAL FORMATS

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

6 ANIMATION SKILLS

- 1 Regie
- 2 Character Development
- 3 Background Design
- 4 Post-Production/CGI/VFX

10. FILM

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie besonders kreative Filmproduktionen, die mit echten Schauspielern sowie natürlichen oder gebauten Umgebungen arbeiten.

✓	Pflicht
✓	Optional

Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise

		Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren			
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL	
1 LIVE ACTION FILM																
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)	Film als Gesamtwerk bis 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
2	TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)	Film als Gesamtwerk ab 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
3	TV-/Kinospot (Serie)	Filme die als Serie produziert und auch geschaltet wurden, welche für TV/Kino produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓		✓	✓	900,-
2 FILM FOR MOBILE/ONLINE MEDIA																
1	Digital Mobile Only (einzeln)	Film, welcher für Mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
2	Digital Mobile Only (Serie)	Filmserie, welche für Mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓		✓	✓	900,-
3	Digital Pre-Roll Ad (einzeln)	Pre-Roll Ad, welche für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
4	Digital Pre-Roll Ad (Serie)	Pre-Roll Ads Serie, welche für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓		✓	✓	900,-
5	Online-Film (einzeln)	Film, welcher für das Internet konzipiert und produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
6	Online-Film (Serie)	Filmserie, welche für das Internet konzipiert und produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓		✓	✓	900,-
3 MUSIC VIDEO																
1	Music Video	Film, der eine Musikkomposition bebildert.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
4 FILM FOR PUBLISHING																
1	Film für Unternehmensdarstellung	Film, der Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen darstellt und zur Selbstdarstellung, für Präsentations- oder Schulungszwecke eingesetzt wird.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
2	Dokumentation	Film, der nonfiktionale Ereignisse dokumentiert (z.B. Biographie, Mockumentary, investigative Dokumentation)	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-

10. FILM

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie besonders kreative Filmproduktionen, die mit echten Schauspielern sowie natürlichen oder gebauten Umgebungen arbeiten.

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>	Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren			
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL	
	3 Public-Service-Film	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-	
	4 Vlog/Webcast (Ausgabe)	Film, der als Vlog/Webcast produziert wurde.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
	5 Vlog/Webcast (Serie)	Filmserie, die als Vlog/Webcast produziert wurde.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
5 SONSTIGES																
	1 Kurzfilm/Sonderformat	Film mit einer Länge von bis zu 30 min., welcher für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert ist.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	2 Taktischer Film	Film, der tagesaktuelle Themen und Entwicklungen reflektiert und eine Reaktion im Bereich der PR provoziert. Es ist eine kurzfristige und nahezu tagesaktuelle Reaktion gemeint. Oft sind es einzelne Schaltungen, die nur an diesem einen Tag oder dieser einen Woche Sinn ergeben. Taktische Filme laufen nie über lange Zeit.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	3 Film für Spatial Experience	Film, der im Bereich Spatial Experience eingesetzt wird und räumliche Erfahrungen erlebbar macht. --- Zur Bewertung muss das kreative Gesamtkonzept ausreichend beschrieben werden um das Filmerlebnis verständlich und bewertbar zu machen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	4 Film für Point-of-Sale	Film, der speziell für einen realen Verkaufsort produziert wurde (z.B. Geschäft, Stand)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	5 Sonstiges	Film, der in keine der oben genannten Kategorien passt.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
6 FILM CRAFT - Herausragende Einzelleistung eines Filmprojekts																
	1 Regie	Künstlerische Leitung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	2 Kamera	Kamera und Licht	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	3 Schnitt	Filmschnitt/Montage	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	4 Casting	Auswahl/Besetzung Darsteller/innen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	5 Post-Production/CGI/VFX	Nachbearbeitung / 3D Bildsynthese/-gestaltung / Visuelle Effekte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	6 Set/Production Design	Szenenbild/-bau	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
	7 Sonstiges	Einzelleistung in einem Bereich, der keiner oben genannten Kategorie zuzuordnen ist.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-

10. FILM

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie besonders kreative Filmproduktionen, die mit echten Schauspielern sowie natürlichen oder gebauten Umgebungen arbeiten.

		Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise		Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Druckservice		Präsentationsformate			Teilnahmegebühren			
✓	Pflicht			Film	Audio	URL	Board	Motiv	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
✓	Optional			max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF	PDF	muss dem ADC physisch vorliegen			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		
2 ANIMATED FILM																	
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Produktionen von Trickfilmen/Animationen, die Bild für Bild traditionell gezeichnet und von einer Trickfilmkamera aufgenommen werden und/oder Trickfilme, 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)		Trickfilm als Gesamtwerk bis 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
2	TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)		Trickfilm als Gesamtwerk ab 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
3	TV-/Kinospot (Serie)		Trickfilme, die als Serie produziert und auch geschaltet wurden, welche für TV/Kino produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓		✓	✓	900,-
2 ANIMATION PUBLISHING																	
1	Digital Mobile Only (einzeln)		Trickfilm, der für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
2	Digital Mobile Only (Serie)		Trickfilmserien, die für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓		✓	✓	900,-
3	Digital Pre-Roll Ad (einzeln)		Animierte Pre-Roll Ads, die für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
4	Digital Pre-Roll Ad (Serie)		Pre-Roll Ads Serien, die für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓		✓	✓	900,-
5	Online-Film (einzeln)		Trickfilm, welcher primär für das Internet konzipiert und produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	1		✓		✓	✓	335,-
6	Online-Film (Serie)		Trickfilmserien, welche primär für das Internet konzipiert und produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	2	8		✓		✓	✓	900,-
3 ANIMATION MUSIC VIDEO																	
1	Music Video		Trickfilm, der eine Musikkomposition bildet.	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
4 ANIMATION PUBLISHING																	
1	Film für Unternehmensdarstellung		Trickfilm, der Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellt (z.B. Image-, Produkt- oder Schulungsfilm)	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-
2	Dokumentation		Trickfilm, der nichtfiktionalen Ereignisse dokumentiert (z.B. Biographie, Mockumentary, investigative Dokumentation)	✓	✓	✓	Board	Motiv	✓	1	5		✓		✓	✓	610,-

10. FILM

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie besonders kreative Filmproduktionen, die mit echten Schauspielern:innen sowie natürlichen oder gebauten Umgebungen arbeiten.

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input type="checkbox"/> Optional	<i>Kategorie</i> <i>Definitionen</i> <i>und</i> <i>Kategoriehinweise</i>	Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren		
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PAUSCHAL
<input checked="" type="checkbox"/>	3 Public-Service-Film		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
<input checked="" type="checkbox"/>	4 Vlog/Webcast (Ausgabe)	Trickfilm, der vorrangig als Vlog/Webcast produziert wurde	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-
<input checked="" type="checkbox"/>	5 Vlog/Webcast (Serie)	Trickfilmserie, die vorrangig als Vlog/Webcast produziert wurde	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	900,-
5 SPECIAL FORMATS															
<input checked="" type="checkbox"/>	1 Kurzfilm/Sonderformat	Trickfilm mit einer Länge von bis zu 30 Minuten, welcher für spezielle Einsatzzwecke oder Medien produziert wurde.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
<input checked="" type="checkbox"/>	2 Taktischer Film	Trickfilm, der tagesaktuelle Themen und Entwicklungen reflektiert und eine Reaktion im Bereich der PR provoziert. Es sind kurzfristige und nahezu tagesaktuelle Reaktionen gemeint. Oft sind es einzelne Schaltungen, die nur an diesem einen Tag oder dieser einen Woche Sinn ergeben. Taktische Filme laufen nie über lange Zeit.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
<input checked="" type="checkbox"/>	3 Film für Spatial Experience	Trickfilm, der im Bereich Spatial Experience eingesetzt wird und räumliche Erfahrungen erlebbar macht. --- Zur Bewertung, muss das kreative Gesamtkonzept ausreichend beschrieben werden um das Filmerlebnis verständlich und bewertbar zu machen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
<input checked="" type="checkbox"/>	4 Film für Point-of-Sale	Trickfilm, der speziell für den Ort des Verkaufs produziert wurde (z.B. Geschäft, Stand)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
6 ANIMATION SKILLS															
<input checked="" type="checkbox"/>	1 Regie	Künstlerische Leitung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
<input checked="" type="checkbox"/>	2 Character Development	Gestaltung der handelnden Figuren	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
<input checked="" type="checkbox"/>	3 Background Design	Gestaltung der Umgebung bzw. der Hintergründe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
<input checked="" type="checkbox"/>	4 Post-Production/CGI/VFX	Nachbearbeitung / 3D Bildsynthese/-gestaltung / Visuelle Effekte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-

11. EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS

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

1 MANDATE	2 INDEPENDENT	3 OUT OF ANY CATEGORY
1 MANDATE 1 Projekt	1 INDEPENDENT 1 Projekt	1 OUT OF ANY CATEGORY 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

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren		
Film	Audio	URL	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		

1 MANDATE														
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie beauftragte, gesponserte oder geförderte Arbeiten/Werke.														
1 MANDATE														
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-
2 INDEPENDENT														
Selbst initiierte, freie Arbeiten/Werke.														
1 INDEPENDENT														
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	610,-

12. INNOVATION / CREATIVES

Ausgezeichnet werden in dieser Kategorie innovative/kreative Ideen, die mithilfe der neuesten Technologien innovative Anwendungen ermöglichen. Einsendungen können sich noch in der Konzeptphase oder im Entwicklungsstadium befinden.

1 CONCEPT	2 PROTOTYPE	3 INNOVATIVE USE OF MEDIA
1 CONCEPT 1 Projekt	1 PROTOTYPE 1 Projekt	1 INNOVATIVE USE OF MEDIA 1 Projekt

12. INNOVATION / CREATIVES

Ausgezeichnet werden in dieser Kategorie innovative/kreative Ideen, die mithilfe der neuesten Technologien innovative Anwendungen ermöglichen. Einsendungen können sich noch in der Konzeptphase oder im Entwicklungsstadium befinden.

<input checked="" type="checkbox"/>	Pflicht
<input checked="" type="checkbox"/>	Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren		
Film	Audio	URL	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link			erforderlich bei Auswahl 39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen		
Board PDF	Motiv PDF	3D muss dem ADC physisch vorliegen								

1 CONCEPT										
Klar umrissener Plan/Entwurf für eine technische Innovation.										
1 CONCEPTS										
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	610,-
2 PROTOTYPE										
Entwurfsmuster/-objekt oder Vorab-Konstruktion einer geplanten Serienfertigung.										
1 PROTOTYPES										
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	610,-
3 INNOVATIVE USE OF MEDIA										
Ideen, die in außergewöhnlich innovativer Weise die klassischen Medien nutzen und diese dadurch neu definieren. Oder Ideen, die neue Medien finden oder erfinden.										
1 INNOVATIVE USE OF MEDIA										
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	610,-

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 2021 und dem 31. Januar 2022 erstmals veröffentlicht wurden. Arbeiten aus Januar 2021, die bereits zum ADC Wettbewerb 2021 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/die Einreicher/in 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 Ausschlussgrund 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 Einzelmeldungen zu Kampagnen bzw. Serien zusammenzufassen, Kategorieänderungen vorzunehmen und Credits redaktionell zu bearbeiten.

Pflichten und Haftung des Einreichers

Der/Die Einreicher/in ist verpflichtet, alle Urheber, auch die ausländischen, namentlich zu benennen. Der Unterzeichner der Einreichungsunterlagen versichert, von dem/der Einreicher/in beauftragt und bevollmächtigt zu sein, die Einreichungsunterlagen auszufüllen, und haftet neben dem/der Einreicher/in für sämtliche Rechtsfolgen, die durch unrichtige Angaben entstehen, gesamtschuldnerisch. Er/sie versichert mit seiner/ihrer Unterschrift,

die Teilnahmebedingungen gelesen zu haben und diese zu akzeptieren. Jeder Einreichende 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 2022 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/Die Einreicher/in verpflichtet sich ferner, bei der Anmeldung auf der Teilnahmeplattform für den Fall einer Rücksendung den materiellen Wert (Materialwert) anzugeben. Der/Die Einreicher/in 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/die Einreicher/in 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/die Einreicher/in 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/der Einreicher/in 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/der Einreicher/in und dem ADC bleibt vorbehalten, nachzuweisen, dass der Schaden höher oder niedriger als der angegebene Betrag ausgefallen ist. Im Falle eines Gewinnes wird dem/der Einreicher/in, dessen Arbeit prämiert wurde, im Anschluss vom ADC eine Urkunde ausgestellt. Hierfür werden die Credit-Angaben des/der Einreicher/in im Vorfeld vereinheitlicht und übernommen. Weitere Urkunden können alle Beteiligten kostenpflichtig erwerben. Des Weiteren erhält der/die Einreicher/in, dessen Arbeit mit Bronze, Silber oder Gold prämiert wurde, einen ADC Nagel. Die Nagelübergabe erfolgt im Rahmen der ADC Award Show an den vom Einreichenden angegebenen Preisabholer. Nicht abgeholte Nägel werden dem/der Einreicher/in einmalig kostenfrei an die Einreicheradresse zugeschickt. Weitere Nägel können alle Beteiligten kostenpflichtig erwerben.

Haftungsfreistellung

Der/Die Einreicher/in 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/die Einreicher/in 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 zuzulasten des ADC ist mit der Rechteeinräumung nicht verbunden. Der/Die Einreicher/in 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/die Einreicher/in, dass fremde Rechte, insbesondere auch ausländische Urheber- und verwandte Schutzrechte, sowohl des Auftraggebers als auch des/der Einreicher/in sowie Dritter der vorstehenden Rechteübertragung nicht entgegenstehen.

Er gewährleistet auch, keine Arbeiten mit rechtswidrigen Inhalten im oben beschriebenen Sinne einzusenden. Der/Die Einreicher/in ist für sämtliche von ihm im Rahmen des ADC Wettbewerbes eingestellten Arbeiten und Inhalte allein verantwortlich. Er/sie 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/die Einreicher/in 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/die Einreicher/in über die Inanspruchnahme unterrichten und ihm, soweit möglich und zumutbar, Gelegenheit zur Abwehr des geltend gemachten Anspruchs geben. Der/Die Einreicher/in 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/Die Einreicher/in 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/Die Einreicher/in 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 2022 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/die Einreicher/in, 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/Die Einreicher/in 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