



Guidelines

ADC Wettbewerb 2025

Einreichungszeitraum:

18. November 2024 bis 22. Januar 2025

Januararbeiten bis 17. Februar 2025

*Liebe Kreative, Agenturen, Auftraggeber*innen,
Mitglieder und Freund*innen,*

es ist so weit: Der ADC Wettbewerb 2025 – der größte und renommierteste Kreativwettbewerb im deutschsprachigen Raum – ist eröffnet!

Die Kreativwirtschaft lebt davon, offen für Veränderung und Neues zu sein. Was gestern noch innovativ war und als Erfolgsrezept galt, kann morgen schon überholt sein. Doch eines bleibt immer: die Kraft der Idee. Genau darin liegt unsere Chance, Arbeiten zu präsentieren, die die Zukunft unserer Branche gestalten. Gesucht werden Ideen, die durch Originalität, Klarheit, handwerkliche Exzellenz und Funktionalität überzeugen – Ideen, die Menschen begeistern, die Erwartungen der Auftraggebenden übertreffen und gleichzeitig Inspiration und Ansporn für Kreative und Kunden sind.

Auch dieses Jahr verleihen wir den Grünen Nagel, basierend auf den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen. Jede Jury kann eine Gold-Arbeit nominieren, die einen herausragenden Beitrag zu einem dieser Ziele leistet. Angesichts der Bundestagswahl 2025 möchte ich besonders SDG-16 hervorheben: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen – ein Beitrag zur Stärkung unserer Demokratie.

Lasst uns diese Chance nutzen und zeigen, was die Kreativwirtschaft von morgen bewegt!



Burkhard Müller
ADC Präsidiumssprecher


Hamburg

Allgemeine Informationen

Teilnahme & Gewinn	01
Bewertung	03
<i>Key Dates</i>	04
Teilnahmegebühren & Zusatzleistungen	05
<i>Wettbewerbsregeln</i>	06
Einreichungsprozess	09
<i>Einreichungsmaterialien</i>	10

Kategorien

Kategorienübersicht	18
Definitionen, Einreichungsmaterialien & Gebühren	19
1. CONCEPT	20
2. CRAFT	46
3. INDEPENDENT & EXPERIMENT	85

Allgemeine Teilnahmebedingungen	89
---------------------------------	----

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 35.000 User).

*Bei einer Prämierung erhalten alle Teilnehmer*innen darüber hinaus*

- pro Gewinn eine **Urkunde** und einen **ADC Nagel** (Gewinnstufen: Auszeichnung, Bronze, Silber, Gold, Sustainability, 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 im Jahr 2025 durchgeführt wird. Die Leistung hierfür ist nicht in den Teilnahmegebühren enthalten.

Ehrungen

- **Grand Prix Nagel** für eine bahnbrechende Arbeit, die unter den Goldprämierungen heraussticht.
- **Sustainability Nagel** für eine Arbeit, die einen nachweislich herausragenden Einfluss auf mindestens eines der **17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen** hat und eine innovative Herangehensweise aufweist. Voraussetzung ist, dass die Kriterien für Gold in einer „For Good“ Kategorie erfüllt sind.

Arbeiten, die in einer „For Good“ Kategorie eingereicht werden, können zusätzlich in weiteren Kategorien eingereicht werden.
- **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.

Ranking

Hinweis:

Ranking-Punkte erhält ausschließlich die Leadagentur (volle Punktzahl). Alle weiteren Credits werden auf der Urkunde, sowie in der **ADC App** und **ADC Gallery** genannt, erhalten aber keine Ranking-Punkte.

Das ADC Kreativranking berücksichtigt die fünf wichtigsten internationalen und nationalen Wettbewerbe: ADC Deutschland, Cannes Lions, D&AD, LIA und One Show. Bei diesen Wettbewerben ausgezeichnete Arbeiten fließen über ein Punktesystem in die Wertung ein. Gold entspricht 6 Punkten, Silber 4 Punkten und Bronze erhält 2 Punkte. Für den Gewinn eines Sustainability Nagels erhält man 6 Punkte. Die höchste Prämierung, wie Grand Prix oder Black Pencil, wird mit 10 Punkten gewertet. Alle Wettbewerbe erhalten zudem den Multiplikations-Faktor 10. Die prämierten Arbeiten des ADC of Europe und Praxisarbeiten des ADC Talent Awards werden mit 50 Prozent der Punkte im Kreativranking berücksichtigt.

Leadagentur

Unter einer Leadagentur verstehen wir eine Agentur, welche die Aufgaben aller Teilbereiche des Marketings koordiniert.

Im seltenen Falle eines geteilten Leads, können nach Rücksprache mit dem ADC Wettbewerbsbüro mehrere Leadagenturen hinterlegt werden. Diese erhalten dann jeweils die volle Punktzahl.

Bewertung

Jury

Die Jury tagt zwei Tage im April 2025 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.**

[Zum ADC Manifest.](#)

Key Dates

Einreichungsbeginn

18. November 2024

adc-wettbewerb.de

**ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM
01. JANUAR – 31. DEZEMBER 2024**

Early Bird 10 %

bis 09. Dezember 2024

Teilnahmeschluss

22. Januar 2025

Late Fee / zzgl. 120,- €

bis 05. Februar 2025

**ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM
01. JANUAR – 15. FEBRUAR 2025**

Teilnahmeschluss

17. Februar 2025

Late Fee / zzgl. 120,- €

bis 28. Februar 2025

Digitale Vorauswahl

31. März bis 06. April 2025

Jurysitzung

08. bis 09. April 2025

Sustainability & Grands Prix Wahlen

10. April 2025

Award Show

22. Mai 2025

Teilnahmegebühren & Zusatzleistungen

Teilnahmegebühren werden pro Einreichung erhoben und variieren je nach Kategorie, Bestandteile-Anzahl und Freigabe-Datum in der Teilnahmeplattform. Alle Teilnahmegebühren verstehen sich in Euro und zzgl. Mehrwertsteuer. Da die Erbringung der Leistung durch den ADC im Jahr 2025 liegt, wird der dann gültige Mehrwertsteuersatz angewandt.

Gewinnen beim ADC Wettbewerb kostet nicht extra!

ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM 01. JANUAR – 31. DEZEMBER 2024

*Bis 09.12.2024
Early Bird / 10 % Rabatt*

automatischer Nachlass auf der Rechnung
pro Einreichung bei Freigabe

*22.01.2025
Offizieller Teilnahmeschluss*

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

*Bis 05.02.2025
Late Fee / zzgl. 120,- €*

automatische Erhebung auf der Rechnung
pro Einreichung/Kategorie bei Freigabe

ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM 01. JANUAR – 15. FEBRUAR 2025

*17.02.2025
Offizieller Teilnahmeschluss*

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

*Bis 28.02.2025
Late Fee / zzgl. 120,- €*

automatische Erhebung auf der Rechnung
pro Einreichung/Kategorie der Freigabe

ES KÖNNEN WEITERE GEBÜHREN ENTSTEHEN:

Rücksendung

70,- €
Aktivierung über die Teilnahmeplattform an die Einreicher*innenadresse. Sendungsrückläufer werden nur nach Absprache und auf Kosten des/der Einreicher*in erneut verschickt. Für Sperrgut oder Pakete über 10 kg fallen ggf. zusätzliche Kosten an.

*Bearbeitung von
Korrekturen*

Falls der/die Einreicher*innen nach Freigabe der Einreichung Änderungen bzw. Korrekturen geltend machen, gehen die hierdurch entstehenden Kosten zu ihren Lasten.

90,- € (geringfügig)
Austausch pro JPG/URL/Board/Exponat
Austausch pro Kurzbeschreibung
Umstellung des Accounts auf eine andere Mailadresse

170,- € (umfassend)
Kategoriewechsel
Austausch pro Film/Casefilm/Audio
Rechnungsänderung

Druckservice

45,- €
Board bzw. je PDF (Board/Motiv)

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de
www.adc.de

Wettbewerbsregeln

Erstellungszeitraum und -ort

Am ADC Wettbewerb können ausschließlich Arbeiten teilnehmen, welche zwischen dem **1. Januar 2024** und dem **15. Februar 2025** erstmals veröffentlicht wurden. Die Arbeiten müssen entweder in Deutschland, Österreich, Luxemburg oder der deutschsprachigen Schweiz veröffentlicht oder entwickelt worden sein.

Veröffentlicht bedeutet die nachweisliche Veröffentlichung mindestens eines Bestandteils (Video, Anzeige, Social Media Ad etc.) in einem Medium oder auf einer digitalen Plattform, das der Öffentlichkeit für den deutschen Markt in dem genannten Zeitraum zugänglich ist oder bei Arbeiten für interne Kommunikation in firmeninternen Netzwerken/Verteilern kommuniziert wurde. Die weiteren Bestandteile der Kampagne müssen im Nachgang veröffentlicht worden sein.

Entwickelt bedeutet, dass die Basisidee der Arbeit oder die wesentliche Exekution der Arbeit nachweislich in Deutschland, Österreich, Luxemburg oder der deutschsprachigen Schweiz entwickelt wurde.

Ausnahme:

Im Specific Creative Sector TECHNOLOGICAL EXPERIMENT können auch **unveröffentlichte** Arbeiten eingereicht werden.

Zusammenhängende Inhalte

Projekt/Kampagne Von einem Projekt bzw. einer Kampagne wird gesprochen, wenn die Bestandteile übergreifend in mehreren Anwendungsbereichen eingereicht werden.

Serie Eine Serie sind mehrere Bestandteile eines Projekts, die alle zusammen innerhalb einer „Leistung“ eingereicht werden. In Kategorien, die den Zusatz „einzeln“/„single“ 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“/„series“ trägt. Je Serie darf zusätzlich höchstens ein Bestandteil in der Kategorie „einzeln“/„single“ 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“/„series“ 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.

Bestandteile einer Kampagne, wie z. B. Filme, dürfen pro spezifischer Leistung (z. B. Casting) nur einmal eingereicht werden.

Das bedeutet:

Ein Film, eine Leistung, eine Einreichung: Wenn ein Film für eine bestimmte Leistung, wie das Casting, eingereicht wird, kann derselbe Film nicht noch einmal für dieselbe Leistung eingereicht werden – auch nicht, wenn er auf verschiedenen Kanälen (z. B. TV und Social Media) ausgespielt wird.

Ausnahme bei unterschiedlichen Versionen: Wenn es zwei verschiedene Versionen desselben Films gibt, die unterschiedliche Casts (oder andere spezifische Leistungen) zeigen, können beide Versionen jeweils einmal für die jeweilige Leistung eingereicht werden.

Beispiel:

Ein Film wird sowohl im TV als auch in Social Media verwendet. Hat er denselben Cast in beiden Versionen, kann er für die Leistung „Casting“ nur einmal eingereicht werden.

Wenn jedoch zwei Versionen desselben Films mit unterschiedlichen Casts produziert wurden, können diese jeweils separat für „Casting“ eingereicht werden.

Zusätzlich gilt: Jeder Film muss in der Kategorie eingereicht werden, für die die jeweilige Leistung vorrangig produziert wurde.

Kennzeichnung

Die Einreicher*innen 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 Leadagenturen oder sonstigen Agenturen (z. B. anhand von Logos, Zeigen von „Botschaftern“) sowie anderen Beteiligten auf dem Einreichungsmaterial (außer bei Eigenwerbung) ist **nicht zulässig**. In allen Kategorien ist darauf zu achten, dass die für die jeweilige Kategorie entscheidende Urheber*innen-Information nicht zu erkennen ist, z. B. dass in der Kategorie „Photography“ der/die Fotograf*in nicht ersichtlich ist (Ausnahme ist die Eigenwerbung bei „Photography“ und „Illustration“). Eigenwerbung liegt dann vor, wenn die Leadagentur und Auftraggeber*in identisch sind. Sprich, wenn die Arbeit für die eigene Marke/Agentur umgesetzt wurde.

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*innen.

Bei Büchern/Zeitschriften/Magazinen ist es erlaubt, dass der/die Urheber*in auf dem Cover sowie im Impressum stehen.

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 2024 liegt, wird der dann gültige Mehrwertsteuersatz angewandt.

Digitale Freigabe

Einreichungen müssen zuerst online angelegt und von den Einreicher*innen verbindlich freigegeben werden. Nach der Freigabe sichtet das ADC Team die digitale Einreichung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln.

Physische Zusendungen

Wenn eine Einreichung physische Bestandteile enthält (Bücher, Magazine, Plakate), so müssen diese online angelegt werden und nach der Freigabe durch das ADC Team an das ADC Büro versandt werden. Die Einreicher*innen erhalten hierfür bei der Freigabe Barcodes und Versandetiketten, um das physische Material zu verschicken.

Einreichungszulassung

Einreichungen sind erst zum Wettbewerb zugelassen, wenn die Freigabe durch das ADC Büro via Mail erfolgt ist und die Gebühren bezahlt wurden. Wenn eine Einreichung physisches Material (Bücher, Magazine, Plakate) enthält, muss dieses zudem im ADC Büro eingegangen sein. Letzteres kann nach Ablauf des Einreichungszeitraum geschehen. Als Teilnahmedatum gilt das Datum der verbindlichen Freigabe durch den/die Einreicher*in auf der Teilnehmepattform.

Einreichungsprozess

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 01 | Als Einreicher*in unter adc-wettbewerb.de registrieren und die Rechnungsadresse bestimmen. | 06 | Einreichung speichern. Mit Beginn des Uploads der Bestandteile können u.a. die Kategorien nicht mehr geändert werden. |
| 02 | Kategorie auswählen, Auftraggeber*in, Produktname und Titel der Arbeit angeben sowie ggf. persönliche Auftragsnummer vergeben. Optionale Rücksendung von physischem Einreichungsmaterial veranlassen. | 07 | Uploads durchführen und Titel der Bestandteile vergeben. |
| 03 | Veröffentlichungsdatum festlegen, Kurzbeschreibung anlegen (Aufgabe, Idee, Lösung max 1.500 Zeichen insgesamt). In Brand Building und Activation Kategorien „Kreativer Ansatz/Storytelling“, „Handlung oder Reaktion“, „Kommunikationsziele“ und „Wirkung und Identität der Marke“ (nur in Brand Building) angeben. | 08 | Ggf. weitere Arbeiten/Leistungen zur Kampagne hinzufügen. |
| 04 | Namen aller Beteiligter in den Credits angeben. | 09 | Einreichung verbindlich zum Wettbewerb freigeben und ADC Teilnahmebedingungen akzeptieren. Das Datum der Freigabe gilt als Teilnahmedatum. |
| 05 | Anzahl der Bestandteile (Board, Motiv, Exponat, Film, Spot, Audio, URL) festlegen.

Siehe Übersicht – Einreichungsmaterialien & Gebühren . | 10 | Es ist möglich mehrere Einreichungen gesammelt zum Wettbewerb freizugeben, indem man diese markiert. Für alle gesammelt freigegebenen Einreichungen wird später eine Gesamtrechnung erzeugt. Für jede einzeln freigegebene Einreichung wird eine einzelne Rechnung generiert. |
| | | 11 | Nach digitaler Prüfung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln seitens des ADC Teams erhält der/die Einreicher*in per E-Mail die Teilnahmebestätigung sowie alle relevanten Unterlagen (Rechnung, Adressetiketten, Barcodes etc.). |
| | | 12 | Falls vorhanden, physisches Material (Exponate) mit Barcodes versehen und versenden (siehe Exponat). |

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

Einreichungsmaterialien

Bestandteile

Jede Einreichung besteht aus mindestens einem Bestandteil, welches auf der Teilnahmeplattform hinterlegt wird. Pro Kategorie gibt es eine minimale und maximale Anzahl von Bestandteilen.

Die Teilnahmegebühren variieren pro Kategorie je nach Anzahl der Bestandteile. Siehe [Übersicht – Einreichungsmaterialien & 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: 390,- € je weiteres Bestandteil.

Folgende Bestandteil-Formate können je Kategorie zur Auswahl stehen:

- **Board**
- **Motiv**
- **Exponat**
- **Film / Spot**
- **Audio**
- **URL**

Präsentationsformate

Darüber hinaus bedarf jede Einreichung eines Thumbnails und eines Beschreibungstextes. Je nach Kategorie kann optional/obligatorisch ein Casefilm angelegt werden, welcher nicht als Bestandteil gilt.

- **Thumbnail**
- **Beschreibungstext**
- **Casefilm**

Bestandteile

Board

Das Board ist eine Übersicht (eine Seite), die anhand von Visualisierungen und Text (max. 100 Wörter) die Bestandteile des Projektes verständlich macht. Es wird bei der Anmeldung in digitaler Form angelegt.

In ausgewählten Kategorien des Bereichs Photography und Brand Identity/ Brand Design werden die Boards physisch der Jury präsentiert. Dafür werden die hochgeladenen Boards über den ADC Druckservice gedruckt. Kategorien, die den Druckservice erfordern, sind der **Übersicht – Einreichungsmaterialien & Gebühren** zu entnehmen. In Brand Identity/Brand Design wird nur ein Board gedruckt.

JPG, Querformat, maximale Qualität, RGB (nicht CMYK), min. 1024 Pixel pro Bildkante und max. 2048 Pixel pro Bildkante, keine Freiflächen.
Obligatorisch in allen Kategorien ohne Druckservice.

PDF, Druckdatei (DIN A2 quer, 594mm x 420mm)
Obligatorisch in allen Kategorien mit Druckservice. Die PDFs werden über den ADC Druckservice gedruckt.
Formatvorgaben des ADC Druckservice.



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 angelegt.

In ausgewählten Kategorien des Bereichs Photography werden die Motive physisch der Jury präsentiert. Dafür werden die hochgeladenen Motive über den ADC Druckservice gedruckt. Kategorien, die den Druckservice erfordern, sind der **Übersicht – Einreichungsmaterialien & Gebühren** zu entnehmen.

JPG, maximale Qualität, RGB (nicht CMYK), min. 1024 Pixel pro Bildkante und max. 2048 Pixel pro Bildkante, keine Freiflächen.

Obligatorisch in allen Kategorien ohne Druckservice.

PDF, Druckdatei (Hoch- oder Querformat, DIN A2, 594mm x 420mm)

Obligatorisch in allen Kategorien mit Druckservice. Die PDFs werden über den ADC Druckservice gedruckt.

Formatvorgaben des ADC Druckservice.



Exponat

Ein Exponat ist ein innerhalb des Projektes entstandenes Produkt (Beispiele: Magazin, Kalender, Packaging, Mailing usw.). Es wird als Bestandteil in digitaler Form (JPG) mit einer Abbildung angelegt und physisch eingesendet.

Zusätzlich müssen bei Büchern, Magazinen, etc. die Innenseiten des Exponats als digitaler Zusatzupload hochgeladen werden.

Die Zusendung des physischen Materials ist zwingend für die Jurierung.

Kategorien, die ein Exponat erfordern, sind der **Übersicht – Einreichungsmaterialien & Gebühren** zu entnehmen.

JPG, maximale Qualität, RGB (nicht CMYK), min. 1024 Pixel pro Bildkante und max. 2048 Pixel pro Bildkante, Hoch- oder Querformat.



Zusatzupload (PDF, nicht größer als 100MB)

Des Weiteren gibt es für Exponate den Bereich „Zusatzupload“ auf der Teilnahmeplattform. Bei Publishing Produkten wie Büchern, Magazinen, Zeitungen etc. MUSS der Inhalt, also die einzelnen Seiten, als **EIN** PDF pro Produkt hochgeladen werden. Dies dient der Jurierung während der digitalen Vorauswahl.

Für andere Exponate ist ein Zusatzupload nicht zwingend erforderlich, kann der Jury bei der digitalen Vorauswahl oder im Falle einer digitalen Jurysitzung aber dazu dienen, das Exponat einer Einreichung noch besser bewerten zu können.

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.

Einsendung

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:

- **Barcode**
Ausdrucken und am Exponat oder an einer separaten Umverpackung (Briefumschlag, Klarsichthülle etc.) anbringen.
- **Adressetiketten**
Ausdrucken und an Versandmaterial anbringen. Innerhalb von 7 Werktagen nach Erhalt der Barcodes und Adressetiketten müssen Exponate im ADC Büro eintreffen (siehe [Einreichungsprozess](#)).

Maße des Exponats max. 70cm x 70cm x 70cm.

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

Film/Spot

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

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	
PAR/Seitenverhältnis	quadratisch/ 1:1	Datenrate	max. 384 kbit/Sek.	
Profil	Base/Main/High			

Audio

Eine innerhalb des Projektes entstandene Audio-Datei.

max. 600 Sek.

Kanäle	Stereo
Container-Format	MP3
Sample-Rate	44,1 oder 48 kHz

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 April 2025

**Angabe bei Passwortgeschützten Seiten –
Benutzer*in: adcwettbewerb / Passwort: adc2025**

Angabe von „http://“ oder „https://“

Digital Media

Digitale Medien umfassen alle digitalen Plattformen, Produkte und Erlebnisse, die für die Marketingkommunikation entwickelt wurden. Dazu gehören Websites, Apps, E-Commerce-Plattformen, AR/VR-Erlebnisse, digitale Services sowie Digital Out of Home Media.

Social Media

Social Media konzentriert sich auf Inhalte, die speziell für soziale Netzwerke wie Instagram, TikTok, LinkedIn oder Facebook konzipiert sind. Der Schwerpunkt liegt auf der kreativen Nutzung plattformspezifischer Formate, direkter Zielgruppenansprache und der Förderung von Interaktionen wie Likes, Shares und Kommentaren.

Präsentationsformate

Die Präsentationsformate Thumbnail, Beschreibungstext und Casefilm zählen nicht als Bestandteil.

Thumbnail

Jede Einreichung benötigt ein Thumbnail (Präsentationsbild), das repräsentativ für die Arbeit steht. Es kann identisch sein zu einem als Motiv angelegtem Bild.

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

Beschreibungstext

Jede Einreichung 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 – Einreichungsmaterialien & Gebühren](#) zu entnehmen.

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



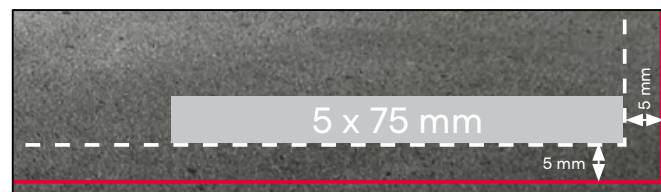
ACHTUNG

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
- Haarlinien 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 CONCEPT

1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN

- 1 BRAND ID FOR COMPANIES, ORGANIZATIONS, INSTITUTIONS
- 1 New
 - 2 Redesign

2 BRAND IDENTITY FOR FOR PRODUCTS, SERVICES, EVENTS

- 1 New
- 2 Redesign

3 BRAND ID FÜR BROADCASTING & STREAMING

- 1 New
- 2 Redesign

4 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN FOR GOOD

2 BRAND COMMUNICATIONS

1 ADVERTISING BRAND & AWARENESS

- 1 Integrated Media
 - 1 Cross-Media Campaign
 - 2 Cross-Media Campaign Online / Social Media Campaign
- 2 Digital Media
 - 1 Web/Microsite
 - 2 App
 - 3 Platform
 - 4 Display Ads
 - 5 Digital Interactive Media
- 3 Social Media
 - 1 In-Feed Ad (Single)
 - 2 In-Feed Ad (Series)
 - 3 Stories Ad (Single)
 - 4 Stories Ad (Series)
 - 5 Reels/TikTok Ad (Single)
 - 6 Reels/TikTok Ad (Series)
 - 7 Influencer Collaboration

- 4 Print Media
 - 1 Print Ad (Single)
 - 2 Print Ad (Series)
 - 3 Poster (Single)
 - 4 Poster (Series)
 - 5 Brochure, Flyer etc.
- 5 Digital Out of Home (DOOH) / Ambient Media
 - 1 DOOH (Single)
 - 2 DOOH (Series)
 - 3 Ambient Media

- 6 Audio Media
 - 1 Radio Spot (Single)
 - 2 Radio Spot (Series)
 - 3 Podcast Pre-,Mid- and Post Roll Ads (Single)
 - 4 Podcast Pre-,Mid- and Post Roll Ads (Series)
- 7 Film Media
 - 1 Cinema Spot
 - 2 TV Spot (Single up to 30 seconds)
 - 3 TV Spot (Series up to 30 seconds)
 - 4 TV Spot (Single over 30 seconds)
 - 5 TV Spot (Series over 30 seconds)
 - 6 In-Feed Video (Single)
 - 7 In-Feed Video (Series)
 - 8 Stories Video (Single)
 - 9 Stories Video (Series)
 - 10 Reels (Single)
 - 11 Reels (Series)
 - 12 Pre-, Mid- and Post-Roll Ads (Single)
 - 13 Pre-, Mid- and Post-Roll Ads (Series)

- 8 Corporate Media
 - 1 Corporate Film
 - 2 Documentary Film
 - 3 Public-Service Film
 - 4 Event Film
 - 5 E-Learning Video
 - 6 Reactive Campaign Film

2 ADVERTISING ACTIVATION & SALES

- 1 Direct Response Media
 - 1 Direct Mail
 - 2 TV Direct Response
 - 3 Online Direct Response
- 2 Promotional Media
 - 1 Seasonal Promotions
 - 2 Flash Sales
 - 3 Loyalty Programs
- 3 Point-of-Sale (POS) Media
 - 1 In-Store Promotions
 - 2 Product Demonstrations
- 4 Digital Sales Media
 - 1 E-Mail Marketing
 - 2 Social Media Sales Promotions
 - 3 Shopable Ads
- 5 Retail Media

3 BRAND COMMUNICATIONS FOR GOOD

3 BRAND RELATIONS

1 PUBLIC RELATIONS

- 1 Media Relations
- 2 Crisis Communication
- 3 Corporate Social Responsibility (CSR)
- 4 Internal Communication
- 5 Influencer Relations

2 AGENDA SURFING

- 1 Trend-Based Campaigns
- 2 Topical Engagement

3 EMPLOYER BRANDING

- 1 Talent Attraction Campaigns
- 2 Recruitment Campaigns
- 3 Loyalty Campaigns

4 CAUSE RELATED MARKETING

- 1 Partnership Campaigns
- 2 Fundraising Campaigns
- 3 Community Engagement Campaigns

5 INFLUENCER MARKETING

- 1 Creative Influencer Content
- 2 Disruptive Influencer Campaigns
- 3 Creative Influencer Collaborations

6 BRAND RELATIONS FOR GOOD

4 DIGITAL EXPERIENCES

1 WEBSITES/MICROSITES

- 1 Brand Websites
- 2 Corporate Websites
- 3 Microsites
- 4 E-Commerce

2 MOBILE APPS

- 1 Brand Apps
- 2 Corporate Apps
- 3 Progressive Web App

3 PLATFORMS & SERVICES

- 1 Web Platform/Service
- 2 Mobile Platform/Service
- 3 Conversational/Service
- 4 Content Platform/Service

4 GAMING

- 1 Gaming Experiences
- 2 Mobile Game
- 3 Browser Game

5 EMERGING TECHNOLOGIES

- 1 Spatial Computing
- 2 Immersive Web
- 3 AI Products/Solutions
- 4 AI Driven Experience
- 5 Blockchain Solutions
- 6 Internet of Things (IoT)

6 DIGITAL TRANSFORMATION

- 1 Business Model
- 2 Digital Tools & Applications

7 DIGITAL EXPERIENCES FOR GOOD

5 SPATIAL EXPERIENCES

1 EXHIBITION

- 1 Exhibition for Brand
- 2 Exhibition for Subject
- 3 Online/Hybrid Exhibition for Brand
- 4 Online/Hybrid Exhibition for Subject
- 5 Museum/Pavilion
- 6 Exhibition
- 7 Trade Show Appearance
- 8 Exhibition/Installation
- 9 Spatial Intervention
- 10 Immersive World

2 EVENT

- 1 Event
- 2 Hybrid Event
- 3 Online Event
- 4 Corporate Event
- 5 Employee Event
- 6 Consumer Event
- 7 Public Event
- 8 PR Event
- 9 Promotion Event
- 10 Charity Event
- 11 Stage Show
- 12 Sponsor Appearance
- 13 Guerilla Action

3 INTERIOR DESIGN

- 1 Corporate
- 2 Hospitality
- 3 Retail/Shop

4 PUBLIC & URBAN DESIGN

- 1 Urban Space
- 2 Park/Landscape

5 SPATIAL SERVICE DESIGN

6 SPATIAL EXPERIENCES FOR GOOD

6 PUBLISHING

1 EDITORIAL

- 1 Magazines
 - 1 Single Issue
 - 2 Series/Volume
 - 3 Redesign
 - 4 Independent
 - 5 Newcomer
 - 6 Special Edition
 - 7 Cover (Single)
 - 8 Cover (Series)
 - 9 Spread/Article
 - 10 Supplement
- 2 Newspapers
 - 1 Single Issue
 - 2 Series/Volume
 - 3 Front Page (Single)
 - 4 Front Page (Series)
 - 5 Redesign
 - 6 Article
 - 7 Format
 - 8 Series
 - 9 Special Edition
- 3 Books
 - 1 Fiction
 - 2 Non-Fiction
 - 3 Cover Design
 - 4 Catalogue

- 4 Mobile & Online Content
 - 1 Portal/Webmagazine/Social Media
 - 2 Platform
 - 3 Documentation
 - 4 Blog
 - 5 Newsletter

2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING

- 1 Corporate Magazines
 - 1 Single Issue
 - 2 Series/Volume
 - 3 Redesign
 - 4 Self-Promotion
 - 5 Newcomer
 - 6 Special Edition
 - 7 Cover (Single)
 - 8 Cover (Series)
 - 9 Spread/Article
 - 10 Supplement
- 2 Corporate Newspapers
 - 1 Single Issue
 - 2 Series/Volume
 - 3 Front Page (Single)
 - 4 Front Page (Series)
 - 5 Redesign
 - 6 Article
 - 7 Format
 - 8 Series
 - 9 Special Edition
- 3 Corporate Books
 - 1 Fiction
 - 2 Non-Fiction
 - 3 Catalogue
 - 4 Annual Report

- 4 Corporate Mobile & Online Content
 - 1 Portal/Webmagazine/Social Media Magazine
 - 2 Platform
 - 3 Documentation
 - 4 Blog
 - 5 Newsletter

3 CROSSMEDIA & SPECIAL USES

4 PUBLISHING FOR GOOD

7 BROADCASTING / STREAMING

1 TV BROADCASTING

- 1 TV Show
- 2 TV Series
- 3 TV News & Journalism

2 RADIO BROADCASTING

- 1 Radio Show
- 2 Radio Series
- 3 Radio New & Journalism
- 4 Podcast & On Demand Audio

3 STREAMING SERVICES

- 1 Streaming Content
- 2 Streaming Series
- 3 Live Event Streaming

4 ONLINE VIDEO PLATFORM

- 1 Single Video Content
- 2 Video Content Series
- 3 Online Live Event Streaming

5 BROADCASTING / STREAMING FOR GOOD

2 CRAFT

8 CRAFT FOR BRAND DESIGN

1 ART DIRECTION FOR BRAND DESIGN

- 1 Print Media
- 2 Digital Media
- 3 Social Media
- 4 Audio Media
- 5 TV/Film Media
- 6 Integrated Media
- 7 other

2 PHOTOGRAPHY FOR BRAND DESIGN

- 1 Print Media
- 2 Digital Media
- 3 Social Media
- 4 other

3 ILLUSTRATION FOR BRAND DESIGN

- 1 Print Media
- 2 Digital Media
- 3 Social Media
- 4 other

4 VIDEOGRAPHY FOR BRAND DESIGN

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 Integrated Media
- 5 other

5 ANIMATION

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 Integrated Media
- 5 other

6 MOTION DESIGN

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 Integrated Media
- 5 other

7 GRAPHIC DESIGN

- 1 Print
- 2 Packaging
- 3 other

8 TYPOGRAPHY

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 Integrated Media
- 5 other

9 PRINTING TECHNIQUES FOR BRAND DESIGN

10AUDIO BRANDING & MUSIC

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 Audio Media
- 4 TV/Film Media
- 5 other

11 INTERFACE DESIGN

12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BRAND DESIGN

9 CRAFT FOR BRAND COMMUNICATION

1 ART DIRECTION

- 1 Print Media
- 2 Digital Media
- 3 Social Media
- 4 Audio Media
- 5 TV/Film Media
- 6 Integrated Media
- 7 other

2 COPYWRITING & STORYTELLING

- 1 Print Media
- 2 Digital Media
- 3 Social Media
- 4 Audio Media
- 5 TV/Film Media
- 6 Integrated Media
- 7 other

3 FILM & VIDEOGRAPHY

- 1 Print Media
- 2 Digital Media
- 3 Social Media
- 4 Audio Media
- 5 TV/Film Media
- 6 Integrated Media
- 7 other

4 PHOTOGRAPHY

- 1 Print Media
- 2 Digital Media
- 3 Social Media
- 4 other

9 CRAFT FOR BRAND COMMUNICATION

5 MOTION DESIGN

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 Integrated Media
- 5 other

6 ANIMATION

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 Integrated Media
- 5 other

7 GRAPHIC DESIGN

- 1 Print Media
- 2 Packaging
- 3 other

8 PRINTING TECHNIQUES FOR BRAND COMMUNICATION

9 AUDIO DESIGN & MUSIC

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 Audio Media
- 4 TV/Film Media
- 5 other

10MEDIA PLANNING & BUYING

11 CREATIVE CODING

- 1 Website/Microsite
- 2 App
- 3 Plattform
- 4 other

12INTERACTIVE DESIGN

- 1 Website/Microsite
- 2 App
- 3 Plattform
- 4 other

13 AR/VR

14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BRAND COMMUNICATION

10 CRAFT FOR DIGITAL EXPERIENCES

1 USER INTERFACE (UI) DESIGN

- 1 Website/Microsite
- 2 App
- 3 Plattform
- 4 other

2 CREATIVE CODING

- 1 Website/Microsite
- 2 App
- 3 Plattform
- 4 other

3 DATA

4 CONTENT MANAGEMENT

5 COPYWRITING & STORYTELLING

- 1 Website/Microsite
- 2 App
- 3 Plattform
- 4 other

6 PHOTOGRAPHY

- 1 Website/Microsite
- 2 App
- 3 Plattform
- 4 other

7 VIDEOGRAPHY

- 1 Website/Microsite
- 2 App
- 3 Plattform
- 4 other

8 MOTION DESIGN

- 1 Website/Microsite
- 2 App
- 3 Plattform
- 4 other

9 AUDIO & MUSIC

- 1 Website/Microsite
- 2 App
- 3 Plattform
- 4 other

10IMMERSION (AR/VR/WEB)

- 1 AR
- 2 VR
- 3 Web
- 4 other

11 BLOCKCHAIN TECHNOLOGY

12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN DIGITAL

11 CRAFT FOR SPATIAL EXPERIENCES

1 ART DIRECTION / DRAMATURGY

2 DIRECTION

3 MEDIA USAGE

4 PHOTOGRAPHY

5 VIDEOGRAPHY

6 LIGHTING DESIGN

7 MUSIC, AUDIO & SOUND DESIGN

8 AUDIENCE PARTICIPATION

9 MOTION DESIGN & INTERACTIVE INSTALLATION

10AR/VR

11 CREATIVE CODING

12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES

12 CRAFT FOR PUBLISHING

- 1 Print Media
- 2 Digital Media
- 3 Social Media
- 4 Integrated Media
- 5 other

2 WRITING & STORYTELLING

- 1 Print Media
- 2 Digital Media
- 3 Social Media
- 4 Integrated Media
- 5 other

3 PHOTOGRAPHY

- 1 Print Media
- 2 Digital Media
- 3 Social Media
- 4 other

4 ILLUSTRATION

- 1 Print Media
- 2 Digital Media
- 3 Social Media
- 4 other

5 GRAPHIC DESIGN

6 TYPOGRAPHY

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 Integrated Media
- 5 other

7 PRINTING TECHNIQUES FOR PUBLISHING

8 DIGITAL PUBLISHING

- 1 E-Books
- 2 E-Magazin
- 3 E-Newspaper
- 4 Website/Microsite
- 5 App
- 6 Plattform
- 7 other

9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS

13 CRAFT FOR BROADCASTING & STREAMING

1 DIRECTION

- 1 Broadcasting
- 2 Streaming

2 SET & PRODUCTION DESIGN

- 1 Broadcasting
- 2 Streaming

3 CINEMATOGRAPHY

- 1 Broadcasting
- 2 Streaming

4 SCRIPT & STORY

- 1 Broadcasting
- 2 Streaming

5 EDITING

- 1 Broadcasting
- 2 Streaming

6 AUDIO DESIGN & MUSIC

- 1 Broadcasting
- 2 Streaming

7 VISUAL EFFECTS (VFX)

- 1 Broadcasting
- 2 Streaming

8 ON-AIR DESIGN

- 1 Broadcasting
- 2 Streaming

9 TITEL DESIGN

- 1 Broadcasting
- 2 Streaming

10LIGHTING DESIGN

- 1 Broadcasting
- 2 Streaming

11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMING

14 CRAFT FOR FILM & VIDEO

1 DIRECTION

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

2 SCRIPT & STORY

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

3 SET & PRODUCTION DESIGN

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

4 CINEMATOGRAPHY

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

5 EDITING

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

6 AUDIO & SOUND DESIGN

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

7 MUSIC

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

14 CRAFT FOR FILM & VIDEO

8 VISUAL EFFECTS (VFX)

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

9 ANIMATION

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

10MOTION DESIGN

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

11 COSTUME DESIGN

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

12 LIGHTING DESIGN

- 1 Digital Media
- 2 Social Media
- 3 TV/Film Media
- 4 other

13 ACTING

Definitionen, Einreichungs- materialien & Gebühren

Bestandteile

- **Film-/Spotdatei**
- **Audiodatei**
- **URL Link**
- **PDF/JPG mit Motiv/Board**
- **Exponat (JPG und physisch)**

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 390,- € pro Bestandteil auf maximal 15 Bestandteile erhöht werden. (Ausgeschlossen sind alle Einreichungen mit einer maximalen Bestandteileanzahl von einem Bestandteil.)

Präsentationsformate

- **Casefilme**
- **Kurzbeschreibungen**
- **Thumbnails**

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

Kategorien

- **1. CONCEPT**
- **2. CRAFT**
- **3. INDEPENDENT & EXPERIMENT**

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN	2 BRAND COMMUNICATIONS	3 BRAND RELATIONS	4 DIGITAL EXPERIENCES
1 BRAND ID FOR COMPANIES, ORGANIZATIONS, INSTITUTIONS - New - Redesign	1 ADVERTISING BRAND & AWARENESS - Integrated Media - Digital Media - Social Media - Print Media - Digital Out of Home (DOOH) / Ambient Media - Audio Media - Film Media - Corporate Media	1 PUBLIC RELATIONS - Media Relations - Crisis Communication - Corporate Social Responsibility (CSR) - Internal Communication - Influencer Relations	1 WEBSITES/MICROSITES - Brand Websites - Corporate Websites - Microsites - E-Commerce
2 BRAND IDENTITY FOR FOR PRODUCTS, SERVICES, EVENTS - New - Redesign	2 ADVERTISING ACTIVATION & SALES - Direct Response Media - Promotional Media - Point-of-Sale (POS) Media - Digital Sales Media - Retail Media	2 AGENDA SURFING - Trend-Based Campaigns - Topical Engagement	2 MOBILE APPS - Brand Apps - Corporate Apps - Progressive Web App
3 BRAND ID FÜR BROADCASTING & STREAMING - New - Redesign	3 BRAND COMMUNICATIONS FOR GOOD	3 EMPLOYER BRANDING - Talent Attraction Campaigns - Recruitment Campaigns - Loyalty Campaigns	3 PLATFORMS & SERVICES - Web Platform/Service - Mobile Platform/Service - Conversational/Service - Content Platform/Service
4 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN FOR GOOD		4 CAUSE RELATED MARKETING - Partnership Campaigns - Fundraising Campaigns - Community Engagement Campaigns	4 GAMING - Gaming Experiences - Mobile Game - Browser Game
DIE BEWERTUNGSKRITERIEN IM EINZELNEN:		5 INFLUENCER MARKETING - Creative Influencer Content - Disruptive Influencer Campaigns - Creative Influencer Collaborations	5 EMERGING TECHNOLOGIES - Spatial Computing - Immersive Web - AI Products/Solutions - AI Driven Experience - Blockchain Solutions - Internet of Things (IoT)
ORIGINALITÄT: Wie überraschend, überzeugend und einzigartig ist die konzeptionelle Idee? Bringt sie frische und neue Ansätze in die Marketingkommunikation ein?		6 BRAND RELATIONS FOR GOOD	
RELEVANZ: Wie gut passt die Idee zur Marke, zum Produkt oder zur Dienstleistung? Ist sie für die Zielgruppe relevant und ansprechend?			
KLARHEIT: Wie klar und verständlich ist die Idee? Kann die Zielgruppe die Botschaft leicht erfassen und nachvollziehen?			
ZIELERREICHUNG: Wie effektiv ist die konzeptionelle Idee in Bezug auf die definierten Kommunikationsziele? Unterstützt sie die Markenbildung oder Verkaufsförderung auf überzeugende Weise?			
UMSETZUNG:: Wurden die richtigen Kanäle und Mittel gewählt, um die Idee zum Leben zu erwecken?			
			6 DIGITAL TRANSFORMATION - Business Model - Digital Tools & Applications
			7 DIGITAL EXPERIENCES FOR GOOD

Hinweis: Die formale Umsetzung bzw. die künstlerisch-handwerkliche Gestaltung der Idee wird in den CRAFT-Kategorien bewertet.

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

5 SPATIAL EXPERIENCE		6 PUBLISHING	7 BROADCASTING / STREAMING
1 EXHIBITION 1 Exhibition for Brand 2 Exhibition for Subject 3 Online/Hybrid Exhibition for Brand 4 Online/Hybrid Exhibition for Subject 5 Museum/Pavillon 6 Exhibition 7 Trade Show Appearance 8 Exhibition/Installation 9 Spatial Intervention 10 Immersive World	3 INTERIOR DESIGN 1 Corporate 2 Hospitality 3 Retail/Shop	1 EDITORIAL 1 Magazines 2 Newspapers 3 Books 4 Mobile & Online Content	1 TV BROADCASTING 1 TV Show 2 TV Series 3 TV News & Journalism
	4 PUBLIC & URBAN DESIGN 1 Urban Space 2 Park/Landscape		
2 EVENT 1 Event 2 Hybrid Event 3 Online Event 4 Corporate Event 5 Employee Event 6 Consumer Event 7 Public Event 8 PR Event 9 Promotion Event 10 Charity Event 11 Stage Show 12 Sponsor Appearance 13 Guerilla Action	5 SPATIAL SERVICE DESIGN	2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING 1 Corporate Magazines 2 Corporate Newspapers 3 Corporate Books 4 Corporate Mobile & Online Content	2 RADIO BROADCASTING 1 Radio Show 2 Radio Series 3 Radio New & Journalism 4 Podcast & On Demand Audio
	6 SPATIAL EXPERIENCES FOR GOOD	3 CROSSMEDIA & SPECIAL USES	3 STREAMING SERVICES 1 Streaming Content 2 Streaming Series 3 Live Event Streaming
		4 PUBLISHING FOR GOOD	4 ONLINE VIDEO PLATFORM 1 Single Video Content 2 Video Content Series 3 Online Live Event Streaming
			5 BROADCASTING / STREAMING FOR GOOD

DIE BEWERTUNGSKRITERIEN IM EINZELNEN:

ORIGINALITÄT:	Wie überraschend, überzeugend und einzigartig ist die konzeptionelle Idee? Bringt sie frische und neue Ansätze in die Marketingkommunikation ein?
RELEVANZ:	Wie gut passt die Idee zur Marke, zum Produkt oder zur Dienstleistung? Ist sie für die Zielgruppe relevant und ansprechend?
KLARHEIT:	Wie klar und verständlich ist die Idee? Kann die Zielgruppe die Botschaft leicht erfassen und nachvollziehen?
ZIELERREICHUNG:	Wie effektiv ist die konzeptionelle Idee in Bezug auf die definierten Kommunikationsziele? Unterstützt sie die Markenbildung oder Verkaufsförderung auf überzeugende Weise?
UMSETZUNG::	Wurden die richtigen Kanäle und Mittel gewählt, um die Idee zum Leben zu erwecken?

Hinweis: Die formale Umsetzung bzw. die künstlerisch-handwerkliche Gestaltung der Idee wird in den CRAFT-Kategorien bewertet.

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

	Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen	Film max. 600 S Audio max. 600 S URL Link Board PDF/JPG Motiv PDF/JPG Exposur JPG & mus. Minimal Maximal Motiv/B Druckse 45€/Board Casefil Beschre max. 1.500 Thumbr PAUSCH											
1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN Die Oberkategorie „Brand Identity / Brand Design“ zeichnet herausragende Arbeiten im Bereich der Markenentwicklung und des Markendesigns aus. Diese Kategorie gliedert sich in zwei zentrale Aspekte: Brand Identity: Der Fokus liegt auf den strategischen Grundlagen der Markenentwicklung. Bewertet wird, wie kreativ Markenwerte, Markenpersönlichkeit und Positionierung konzipiert und in einer klaren und konsistenten Markenbotschaft/Leitidee zum Ausdruck gebracht werden. Brand Design: Diese Unterkategorie konzentriert sich auf die visuelle und gestalterische Konzeption der Markenidentität. Bewertet wird, wie überra- schend und überzeugend strategische Überlegungen in designbasierte Elemente wie Logos, Typografie, Farbpaletten und visuelle Systeme übersetzt werden, um einen kohärenten und ansprechenden Markenauftritt zu schaffen. Bewertet wird, wie originell das Design die Werte und die Persönlichkeit der Marke widerspiegelt und wie effektiv die Originalität zur Markenwahrnehmung und -bindung beiträgt. Entscheidend ist, wie kohärent und ansprechend die Markenidentität gestaltet ist und wie sie auf den verschiedenen Ebenen kommuniziert wird.														
1 BRAND ID FOR COMPANIES, ORGANIZATIONS, INSTITUTIONS														
1 New	Neue CI/CD eines Unternehmens, einer Organisation oder einer Institution, das alle relevanten Medien bzw. Touchpoints inhaltlich miteinander verknüpft.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8	Ein Board	180	✓	✓	995,-
2 Redesign	Umgestaltung der bestehenden CI/CD einer Organisation, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8	Ein Board	180	✓	✓	995,-
2 BRAND IDENTITY FOR FOR PRODUCTS, SERVICES, EVENTS														
1 New	Neue CI/CD eines Produkts, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8	Ein Board	180	✓	✓	995,-
2 Redesign	Umgestaltung der bestehenden CI/CD eines Produkts, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8	Ein Board	180	✓	✓	995,-
3 BRAND ID FÜR BROADCASTING & STREAMING In dieser Kategorie wird die kreativ-strategische Entwicklung von On-Air-Markenidentitäten speziell für TV-Sender / -Formate und Streaming-Dienste bzw. Online-Formate ausgezeichnet. Besondere Berücksichtigung bei der Bewertung des Brand Designs in dieser Kategorie finden spezifische Formate wie z.B. Idents, Promotions/Sendungsankündigungen, Bumper, Opener, Closer Station Breaks, Transitions, Ticker etc.														
1 New	Neue CI/CD eines Franchise-Geschäftsmodells, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8	Ein Board	180	✓	✓	995,-
2 Redesign	Umgestaltung der bestehenden CI/CD eines Franchise-Geschäftsmodells, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8	Ein Board	180	✓	✓	995,-

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

✓ Pflicht ✓ Optional		Kategoriedefinitionen												
4 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN FOR GOOD		Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & mus	Minimal	Maxim	Motiv/E/Druckse 45€/Board	Casefil	Beschre max. 1.500	Thumb	PAUSCH
Ideen, die das Potential haben durch Brand Identity/Brand Design die Welt zu verbessern		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 BRAND COMMUNICATIONS														
Die Oberkategorie „Brand Communication“ umfasst Kampagnen zur Steigerung der Markenbekanntheit sowie zur Förderung direkter Handlungen der Zielgruppe.					Diese Kategorie ist in zwei Haupt-Unterkategorien unterteilt: „Brand Awareness“ und „Activation & Sales“.									
					Bewertet werden die Kreativität der Konzeption der Kampagnen sowie deren Eignung zur Erreichung der Kommunikationsziele.									
1 ADVERTISING BRAND & AWARENESS														
In der Kategorie „Brand Awareness“ werden herausragende Kampagnen ausgezeichnet, die sowohl die Markenbekanntheit als auch die Kundenbindung stärken. Die Kampagnen zeichnen sich durch kreative Ideen aus, die die Marke positionieren und gleichzeitig eine langfristige, emotionale Kundenbindung aufbauen. Die Kommunikationsmaßnahmen haben i. d. R. keine kurzfristigen Ziele (Abverkauf, Traffic, Teilnahme etc.)					Die Bewertungskriterien im Einzelnen: Kreativität: Wie innovativ und originell ist die Ideen hinter der Kampagne? Relevanz: Passt die Kampagne zur Marke und spricht sie die Zielgruppe effektiv an? Engagement: Wie gut schafft es die Kampagne, die Zielgruppe zu involvieren und eine emotionale Bindung zu erzeugen? Markenpositionierung: Wie gut unterstützt die Kampagne die Positionierung der Marke im Markt? Kundenbindung: Fördert die Kampagne die langfristige Bindung und Loyalität der Kunden ?									
Bewertet wird die Fähigkeit, die Marke in den Köpfen der Zielgruppe zu verankern, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und deren Loyalität zu fördern.														
1 Integrated Media														
1.1 Cross-Media Campaign		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		180	✓	✓	995,-
1.2 Cross-Media Campaign Online / Social Media Campaign		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		180	✓	✓	995,-
2 Digital Media														
2.1 Web/Microsite		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	5		180	✓	✓	695,-
2.2 App		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2.3 Platform		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2.4 Display Ads		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2.5 Digital Interactive Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen	Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exposur JPG & mus	Minima	Maxima	Motiv/B Druckse 45€/Board	Casefil	Beschre max. 1.500	Thumbr	PAUSCH
3 Social Media														
3.1 In-Feed Ad (Single)								1	1		180			390.-
3.2 In-Feed Ad (Series)								2	8		180			995.-
3.3 Stories Ad (Single)								1	1		180			390.-
3.4 Stories Ad (Series)								2	8		180			995.-
3.5 Reels/TikTok Ad (Single)								1	1		180			390.-
3.6 Reels/TikTok Ad (Series)								2	8		180			995.-
3.7 Influencer Collaboration								1	5		180			695.-
4 Print Media														
4.1 Print Ad (Single)								1	1		180			390.-
4.2 Print Ad (Series)								2	8		180			995.-
4.3 Poster (Single)								1	1		180			390.-
4.4 Poster (Series)								2	8		180			995.-
4.5 Brochure, Flyer etc.								1	8		180			995.-
5 Digital Out of Home (DOOH) / Ambient Media														
5.1 DOOH (Single)								1	1		180			390.-
5.2 DOOH (Series)								2	8		180			995.-
5.3 Ambient Media								1	5		180			695.-
6 Audio Media														
6.1 Radio Spot (Single)								1	1		180			390.-

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv		Casefilm max. Länge	Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen	Thumbnail	
6.2 Radio Spot (Series)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8			180	✓	✓	995.-
6.3 Podcast Pre-,Mid- and Post Roll Ads (Single)			✓					1	1			180	✓	✓	390.-
6.4 Podcast Pre-,Mid- and Post Roll Ads (Series)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8			180	✓	✓	995.-
7 Film Media															
7.1 Cinema Spot		✓						1	1			180	✓	✓	390.-
7.2 TV Spot (Single up to 30 seconds)		✓						1	1			180	✓	✓	390.-
7.3 TV Spot (Series up to 30 seconds)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8			180	✓	✓	995.-
7.4 TV Spot (Single over 30 seconds)		✓						1	1			180	✓	✓	390.-
7.5 TV Spot (Series over 30 seconds)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8			180	✓	✓	995.-
7.6 In-Feed Video (Single)		✓						1	1			180	✓	✓	390.-
7.7 In-Feed Video (Series)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8			180	✓	✓	995.-
7.8 Stories Video (Single)		✓						1	1			180	✓	✓	390.-
7.9 Stories Video (Series)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8			180	✓	✓	995.-
7.10 Reels (Single)		✓						1	1			180	✓	✓	390.-
7.11 Reels (Series)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8			180	✓	✓	995.-
7.12 Pre-, Mid- and Post-Roll Ads (Single)		✓						1	1			180	✓	✓	390.-
7.13 Pre-, Mid- and Post-Roll Ads (Series)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8			180	✓	✓	995.-
8 Corporate Media															

1. CONCEPT



In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimal Anzahl	Maximal Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. Länge	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL
8.1 Corporate Film	Unternehmensfilme sind Produktionen, die das Image und die Werte eines Unternehmens darstellen. Sie zielen darauf ab, das Unternehmen positiv darzustellen, Vertrauen zu schaffen und die Marke zu stärken. Diese Filme können die Geschichte des Unternehmens, seine Mission, Vision und Kultur sowie seine Produkte und Dienstleistungen hervorheben. Bewertet wird, die konzeptionelle Qualität bzw. wie originell der Film die Markenidentität kommuniziert und eine emotionale Verbindung zur Zielgruppe herstellt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
8.2 Documentary Film	Zusammenhang mit einer Marke dokumentieren und analysieren. Sie dienen nicht nur der Information und Aufklärung, sondern vor allem auch dem Brand-Building und basieren auf tatsächlichen Begebenheiten. Bewertet wird die Kreativität/Originalität des Films und wie gut der Dokumentarfilm das Thema recherchiert und präsentiert, sowie die Fähigkeit, die Zuschauer*innen zu informieren und zu fesseln.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
8.3 Public-Service Film	Public-Service-Filme sind Filme, die soziale, gesundheitliche, ökologische oder gesellschaftliche Anliegen einer Marke ansprechen. Sie werden produziert, um das Bewusstsein für wichtige Themen zu schärfen und Verhaltensänderungen zu fördern. Bewertet wird die konzeptionelle Qualität bzw. wie originell der Film die Botschaft vermittelt, das Bewusstsein schärft und die Zielgruppe zum Handeln motiviert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
8.4 Event Film	Eventfilme dokumentieren und präsentieren besondere Marken-Veranstaltungen wie Konferenzen, Messen, Firmenfeiern oder Produktpräsentationen. Sie dienen dazu, die Atmosphäre und die Höhepunkte des Events festzuhalten und die Reichweite der Veranstaltung zu erhöhen. Bewertet wird die konzeptionelle Qualität bzw. die Originalität/Kreativität, mit der der Film den Kern der Veranstaltung einfängt und die Marke oder das Unternehmen positiv darstellt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
8.5 E-Learning Video	E-Learning Videos sind Bildungs- und Schulungsvideos einer Marke, die darauf abzielen, Wissen zu vermitteln und Fähigkeiten zu entwickeln. Sie werden häufig in Unternehmen für Mitarbeitertrainings oder von Bildungseinrichtungen für Online-Kurse eingesetzt, dienen aber immer auch der Identifikation bzw. dem Employer-Branding. Bewertet wird die konzeptionelle Qualität bzw. die Originalität/Kreativität bei der Vermittlung der Bildungsinhalte.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
8.6 Reactive Campaign Film	Reaktive Kampagnenfilme sind kurzfristig produzierte Filme, die im Sinne der Marke schnell auf aktuelle Ereignisse, Trends oder Krisen reagieren. Sie werden eingesetzt, um unmittelbare Aufmerksamkeit zu erzeugen und eine schnelle Reaktion der Zielgruppe zu erreichen. Bewertet wird, wie schnell und effektiv der Film im Sinne der Marke mit der kreativen Idee auf das Ereignis reagiert und wie gut er die gewünschte Botschaft vermittelt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
2 ADVERTISING ACTIVATION & SALES Die Unterkategorie „Activation & Sales“ konzentriert sich auf Kampagnen, die darauf abzielen, direkte Aktionen der Zielgruppe wie Dialoge, Verkäufe, Registrierungen oder andere spezifische Aktionen zu fördern. Diese Kommunikationsmaßnahmen zeichnen sich durch ihre Fähigkeit aus, schnelle und messbare Ergebnisse zu erzielen. Bewertet wird, wie effektiv die Kampagnenidee die Zielgruppe aktivieren und zu konkreten Handlungen motivieren, sei es durch Verkaufsförderung, Kundenbindungsprogramme oder interaktive Erlebnisse. Die Bewertungskriterien im Einzelnen: Kreativität: Wie innovativ und originell sind die Ideen hinter der Kampagne? Effektivität: Wie gut erreicht die Kampagne ihre Ziele in Bezug auf Verkäufe und Aktivierung? Direktheit: Wie klar und überzeugend ist die Aufforderung zur Handlung? Zielgruppenansprache: Wie gut wird die Zielgruppe erreicht und zu einer Handlung motiviert? Messbarkeit: Wie gut lassen sich die Ergebnisse der Kampagne messen und nachweisen? Nachhaltigkeit: Wie nachhaltig und langfristig sind die positiven Effekte der Maßnahmen auf die Markenwahrnehmung?														
1 Direct Response Media														
1.1 Direct Mail	Physische Postsendungen, die direkt an potenzielle Kunden geschickt werden und zu einer sofortigen Handlung auffordern.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
1.2 TV Direct Response	TV-Spots, die zu einer sofortigen Handlung wie einem Kauf oder einer Anmeldung auffordern.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
1.3 Online Direct Response	Online-Werbespots und Anzeigen, die auf unmittelbare Konversionen abzielen, wie z.B. Bestellungen oder Anmeldungen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
2 Promotional Media														

1. CONCEPT



In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

✓ ✓ Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen	Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exposat JPG & muss	Minimal	Maximal	Motiv/B Druckse 45€/ Board	Casefil	Beschr max. 1.500	Thumbn	PAUSCH
2.1 Seasonal Promotions	Kampagnen, die zeitlich begrenzte Angebote oder saisonale Verkäufe bewerben (z.B. Black Friday, Weihnachtsaktionen).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
2.2 Flash Sales	Kampagnen, die kurzfristige Verkaufsaktionen und begrenzte Angebote hervorheben.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
2.3 Loyalty Programs	Kampagnen, die auf Kundenbindungsprogramme und Treueaktionen abzielen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
3 Point-of-Sale (POS) Media														
3.1 In-Store Promotions	Werbemaßnahmen direkt am Verkaufsort, wie z.B. Displays, freistehende Aufsteller, (Ständees) oder digitale Bildschirme.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
3.2 Product Demonstrations	Präsentation, Vorführungen und Demonstrationen von Produkten am Verkaufsort.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
4 Digital Sales Media														
4.1 E-Mail Marketing	E-Mail-Kampagnen, die spezielle Angebote oder Rabatte bewerben und direkte Kaufaufrufe enthalten.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
4.2 Social Media Sales Promotions	Kampagnen auf sozialen Medien, die direkte Verkaufsförderung und limitierte Angebote hervorheben.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
4.3 Shopable Ads	Interaktive Anzeigen auf sozialen Medien oder Websites, die es ermöglichen, Produkte direkt zu kaufen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
5 Retail Media	Retail Media bezieht sich auf Werbemöglichkeiten, die direkt in und um Einzelhandelsumgebungen platziert sind, häufig auf den digitalen Plattformen von Einzelhändler*innen selbst. Es umfasst digitale Werbeanzeigen auf den Websites, Apps und anderen digitalen Kanälen von Einzelhändler*innen, wie zum Beispiel Amazon, Walmart oder Zalando. Auch In-Store-Displays, digitale Screens.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
3 BRAND COMMUNICATIONS FOR GOOD		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
Ideen, die das Potential haben durch Brand Communication die Welt zu verbessern														

1. CONCEPT



In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

✓	Pflicht	Kategoriedefinitionen
✓	Optional	

Bestandteile							Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat				Casefilm max. Länge	Beschreibungstext	Thumbnail	
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv	max. 1.500 Zeichen		PAUSCHAL

3 BRAND RELATIONS

Die Oberkategorie „Brand Relations“ konzentriert sich auf alle Aspekte der Pflege und Verbesserung der Reputation einer Marke sowie des Aufbaus von Markenbeziehungen, die nicht unter Brand Communications bewertet werden können, i.d.R. ohne den Einsatz von „Paid Media“.

In diesen Kategorien werden herausragende Strategien und Maßnahmen zur Stärkung und zum Schutz des öffentlichen Ansehens einer Marke, eines Unternehmens oder einer Organisation ausgezeichnet.

Bewertet wird die kreative Konzeption bzw. wie originell und effektiv die Maßnahmen dazu beitragen, eine positive Markenwahrnehmung zu fördern, das Vertrauen der Zielgruppen zu stärken und die Marke langfristig in einem positiven Licht darzustellen.

Die Bewertungskriterien im Einzelnen:

Kreativität: Wie innovativ und originell sind die Ideen hinter der Maßnahmen?

Strategische Ausrichtung: Wie gut ist die übergeordnete Strategie auf die Pflege und Stärkung der Markenreputation ausgerichtet?

Effektivität: Wie wirksam sind die Maßnahmen in Bezug auf die Verbesserung und den Schutz der Markenwahrnehmung?

Kohärenz: Wie konsistent und kohärent sind die Maßnahmen über verschiedene Kanäle und Aktivitäten hinweg?

Innovation: Wie kreativ und innovativ sind die Ansätze zur Stärkung der Markenreputation?

Nachhaltigkeit: Wie nachhaltig und langfristig sind die positiven Effekte der Maßnahmen auf die Markenwahrnehmung?

1 PUBLIC RELATIONS

Die Unterkategorie „Public Relations“ (PR) umfasst spezifische Aktivitäten und Kampagnen, die dazu dienen, die Beziehung zwischen der Marke und der Öffentlichkeit zu gestalten und zu pflegen. In dieser Kategorie werden herausragende PR-Kampagnen ausgezeichnet, die darauf abzielen, eine positive Medienberichterstattung zu generieren, Krisenkommunikation zu managen, soziale Verantwortung zu demonstrieren, die interne Kommunikation zu fördern und die Zusammenarbeit mit Influencer*innen zu stärken.

Bewertet werden die Effektivität der PR-Maßnahmen in Bezug auf die Kommunikationsziele und ihr Beitrag zur Markenreputation.

Die Bewertungskriterien im Einzelnen:

Originalität: Wie überraschend, überzeugend und einzigartig ist die kreative Idee der Maßnahme?

Medienresonanz: Wie erfolgreich sind die PR-Maßnahmen in Bezug auf die mediale Berichterstattung und Reichweite?

Krisenbewältigung: Wie effektiv sind die Maßnahmen zur Bewältigung von Krisensituationen und zum Schutz der Markenreputation?

Soziale Verantwortung: Wie gut kommunizieren die Maßnahmen die sozialen, ökologischen und ethischen Aktivitäten der Marke?

Mitarbeiterengagement: Wie effektiv sind die internen Kommunikationsstrategien in Bezug auf Transparenz und Mitarbeiterbindung?

Einfluss: Wie gut gelingt es den PR-Maßnahmen, durch die Zusammenarbeit mit Influencer*innen und anderen Multiplikatoren die Markenbotschaften authentisch zu verbreiten?

1 Media Relations	Kampagnen, die darauf abzielen, positive Beziehungen zu Medien aufzubauen und Berichterstattung über die Marke zu generieren. Bewertet wird neben der Kreativität die Fähigkeit, medienrelevante Inhalte zu schaffen und eine breite Medienresonanz zu erzielen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		180	✓	✓	995,-
2 Crisis Communication	Strategien und Maßnahmen zur Kommunikation in Krisensituationen, um das Vertrauen der Öffentlichkeit zu erhalten und die Reputation der Marke zu schützen und klarzustellen. Bewertet wird neben der Kreativität die Effektivität und Schnelligkeit der Reaktion sowie die Klarheit und Transparenz der Kommunikation.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		180	✓	✓	995,-

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

		Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. Länge	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Thumbnail	
✓ Pflicht	Kategoriedefinitionen													
✓ Optional														
3 Corporate Social Responsibility (CSR)	PR-Kampagnen, die sich auf die sozialen, ökologischen und ethischen Aktivitäten eines Unternehmens konzentrieren. Bewertet wird neben der Kreativität, wie gut die CSR-Maßnahmen kommuniziert werden und welchen positiven Einfluss sie auf die Markenwahrnehmung und die Gesellschaft haben.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		180	✓	✓	995,-
4 Internal Communication	PR-Kommunikationsstrategien, die darauf abzielen, die Mitarbeiter*innen eines Unternehmens zu informieren, zu motivieren und zu binden. Bewertet wird neben der Kreativität die Effektivität der internen Kommunikation in Bezug auf Transparenz, Mitarbeiterengagement und die Förderung einer positiven Unternehmenskultur.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		180	✓	✓	995,-
5 Influencer Relations	PR-Kampagnen, die auf die Zusammenarbeit mit Influencer*innen abzielen, um die Marke authentisch zu präsentieren und deren Reichweite und Glaubwürdigkeit zu nutzen. Bewertet werden die kreative Konzeption sowie die Originalität bei der Auswahl der Influencer*innen, die Authentizität der Zusammenarbeit und der Einfluss auf die Zielgruppe.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		180	✓	✓	995,-
2 AGENDA SURFING In der Kategorie „Agenda Surfing“ werden herausragende Kampagnen ausgezeichnet, die aktuelle gesellschaftliche, politische oder kulturelle Themen und Trends kreativ nutzen, um die Markenbotschaft zu stärken und die Sichtbarkeit zu erhöhen. Die Kampagnen zeichnen sich durch Aktualität und Relevanz aus, indem sie die öffentliche Aufmerksamkeit aufgreifen und in den Kontext der Marke stellen. Die Bewertungskriterien im Einzelnen: Kreativität: Wie innovativ und originell ist die Integration des Themas in die Markenkommunikation? Relevanz: Wie gut nutzt die Kampagne aktuelle Trends oder Themen? Aktualität: Wie schnell und effektiv reagiert die Kampagne auf aktuelle Ereignisse? Markenpassung: Wie gut passt das Thema zur Marke und ihrer Botschaft. Engagement: Wie gut fördert die Kampagne das Engagement und die Interaktion der Zielgruppe?														
1 Trend-Based Campaigns	Trend-Based Campaigns nutzen aktuelle gesellschaftliche, kulturelle oder technologische Trends, um die Markenbotschaft zu verstärken und die Relevanz der Marke zu erhöhen. Diese Kampagnen greifen populäre und weitverbreitete Trends auf, die in der breiten Öffentlichkeit Anklang finden und in verschiedenen Medien und Plattformen präsent sind. Beispiel: Eine Modefirma könnte eine Kampagne starten, die den aktuellen Trend zur Nachhaltigkeit aufgreift, indem sie ihre umweltfreundlichen Produktionsmethoden und nachhaltigen Materialien hervorhebt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Topical Engagement	Topical Engagement bezieht sich auf Maßnahmen, die gezielt auf aktuelle Ereignisse, Nachrichten oder saisonale Themen eingehen. Diese Kampagnen sind oft kurzfristig und reagieren schnell auf spezifische Anlässe oder Entwicklungen, um die Marke im Kontext dieser Ereignisse zu positionieren und das öffentliche Interesse zu nutzen. Beispiel: Eine Marke könnte während eines großen Sportereignisses wie der Fußball-Weltmeisterschaft eine Kampagne starten, die sich auf das Event bezieht und Produkte oder Dienstleistungen bewirbt, die im Zusammenhang mit dem Event stehen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 EMPLOYER BRANDING In der Kategorie „Employer Branding“ werden herausragende Kampagnen und Strategien ausgezeichnet, die darauf abzielen, ein Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren und die Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit zu stärken. Diese Kategorie umfasst Maßnahmen zur Gewinnung neuer Talente, zur Förderung des Mitarbeiterengagements und zum Aufbau einer positiven Arbeitgebermarke. Bewertet wird, wie gut die Kampagnen die Arbeitgeberattraktivität kommunizieren, die Mitarbeiterbindung fördern und zu einer positiven Wahrnehmung des Unternehmens als Arbeitgeber beitragen.														
1 Talent Attraction Campaigns	Kampagnen, die darauf abzielen, neue Talente für das Unternehmen zu gewinnen. Bewertet wird, wie gut die Kampagne potenzielle Bewerber*innen anspricht und das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber positioniert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Recruitment Campaigns	Kampagnen, die darauf abzielen, neue Mitarbeiter*innen für das Unternehmen zu gewinnen. Bewertet wird, wie gut die Kampagne potenzielle Bewerber*innen anspricht und das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber positioniert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Loyalty Campaigns	Maßnahmen, die darauf abzielen, das Engagement und die Zufriedenheit der bestehenden Mitarbeiter*innen zu fördern. Bewertet wird, wie gut die Kampagne zur Mitarbeiterbindung und -motivation beiträgt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

1. CONCEPT



In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

Pflicht Optional Kategoriedefinitionen		Film	Audio	URL	Board	Motiv	Expona	Minimal	Maxim	Motiv/E	Casefil	Beschre	Thumbr	PAUSCH												
4 CAUSE RELATED MARKETING Die Kategorie „Cause Related Marketing“ zeichnet herausragende Kommunikationsmaßnahmen aus, bei denen sich Unternehmen gemeinsam mit gemeinnützigen Organisationen für soziale oder ökologische Anliegen einsetzen. Ziel dieser Marketingaktivitäten ist es, sowohl die Marke zu stärken als auch einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Bewertet wird, wie effektiv die Kampagnen, die Partnerschaft und das unterstützte Anliegen kommunizieren, das Markenimage verbessern und das Bewusstsein und Engagement der Zielgruppe fördern.																										
1 Partnership Campaigns	In dieser Unterkategorie werden Kampagnen ausgezeichnet, bei denen Unternehmen mit gemeinnützigen Organisationen zusammenarbeiten, um soziale oder ökologische Anliegen zu unterstützen. Der Fokus liegt auf der Stärke der Partnerschaft und der gemeinsamen Anstrengung, positive Veränderungen zu bewirken. Bewertet wird die Kreativität, mit der das Ziel erreicht wird.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-												
2 Fundraising Campaigns	Diese Unterkategorie umfasst Kampagnen, die darauf abzielen, das Bewusstsein für ein soziales oder ökologisches Anliegen zu schärfen und gleichzeitig Spenden oder andere Formen der Unterstützung zu generieren. Bewertet wird die Kreativität und Effektivität der Kampagne in der Ansprache der Zielgruppe, die Mobilisierung von Ressourcen und der Einfluss auf das unterstützte Anliegen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-												
3 Community Engagement Campaigns	In dieser Unterkategorie werden Kampagnen ausgezeichnet, bei denen Unternehmen die Gemeinschaft aktiv in soziale oder ökologische Projekte einbinden. Bewertet werden die Kreativität der Mobilisierung und der positive Einfluss auf die beteiligten Akteur*innen und die unterstützte Sache.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-												
5 INFLUENCER MARKETING In der Kategorie „Influencer Marketing“ werden kreative und konzeptionell stimmige Kampagnenideen ausgezeichnet, bei denen Marken mit Influencer*innen auf Social Media Plattformen zusammenarbeiten, um Produkte, Dienstleistungen oder Markenbotschaften zu bewerben. Der Fokus liegt dabei auf der authentischen und glaubwürdigen Vermittlung der Markenbotschaft durch die Influencer*innen, die als Meinungsführer ihre Zielgruppe direkt ansprechen und beeinflussen können. Im Unterschied zur klassischen Testimonial-Werbung wird beim Influencer Marketing ein Produkt, eine Marke oder ein Unternehmen durch direkte Platzierung oder indirektes Sponsoring in den Content eines reichweitenstarken Social Media Meinungsführers (Influencer) integriert. Dadurch kann eine Marke gezielt und positiv bei der anvisierten Zielgruppe etabliert werden. Die Gestaltung des Contents wird dabei weitgehend dem/den Influencer*innen überlassen, um dessen Glaubwürdigkeit zu wahren. Kooperationen mit Influencer*innen sollten immer indirekten Charakter haben.																										
1 Creative Influencer Content	In dieser Subkategorie werden Influencer*innen -Projekte ausgezeichnet, die sich durch originelle Markeninszenierungen auszeichnen. Im Fokus der Bewertung steht die kreative Idee von einzigartigen Markenerlebnissen, die durch Influencer*innen vermittelt werden und das Publikum auf außergewöhnliche Weise einbeziehen. Ausgezeichnet wird die überraschende und überzeugende Idee zur Inszenierung von Markenbotschaften.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-												
2 Disruptive Influencer Campaigns	In dieser Subkategorie werden Influencer*innen -Kampagnen ausgezeichnet, die traditionelle Marketingstrategien mit disruptiven und kreativen Ansätzen herausfordern. Ausgezeichnet werden Projekte, die mit etablierten Normen brechen und durch kreativen Mut und Originalität neue Wege im Influencer Marketing beschreiten. Bewertet wird die unkonventionelle Konzeption bzw. der Regelbruch, der neue Maßstäbe in der Influencer*Innen Kommunikation setzt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-												
3 Creative Influencer Collaborations	Diese Unterkategorie zeichnet unorthodoxe Formen der Zusammenarbeit zwischen Marken und Influencer*innen aus. Im Vordergrund steht die Entwicklung neuer, unkonventioneller Partnerschaftsmodelle, die traditionelle Marketingansätze herausfordern und neue Wege der Markenpräsentation eröffnen. Bewertet wird die kreative und außergewöhnliche Idee der Zusammenarbeit.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-												

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

- ☒ Pflicht
- ☒ Optional

Kategoriedefinitionen

6 BRAND RELATIONS FOR GOOD		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
Ideen, die das Potential haben durch Brand Relations die Welt zu verbessern.														
4 DIGITAL EXPERIENCES														
Diese Oberkategorie umfasst ein breites Spektrum an digitalen Produkten und Plattformen, darunter Websites, Apps, Plattformen, E-Commerce-Lösungen und andere innovative digitale Medien, die im Rahmen von Kommunikationsmaßnahmen entwickelt wurden.		Die Bewertungskriterien im Einzelnen:												
		Kreativität: Wie innovativ und originell ist das digitale Produkt?												
Ein zentraler Bewertungsaspekt in allen Kategorien dieser Oberkategorie ist die User Experience (UX). UX wird hier nicht als separate Unterkategorie behandelt, sondern ist konzeptioneller und damit integraler Bestandteil der Bewertung, unabhängig davon, ob es sich um eine Website, eine App, eine Plattform oder ein anderes interaktives Medium handelt.		Technische Umsetzung: Wie gut ist die technische Umsetzung in Bezug auf Funktionalität, Performance und Stabilität?												
		Benutzerfreundlichkeit: Wie intuitiv und nutzerfreundlich ist die Lösung gestaltet?												
Da die User Experience in jeder dieser Kategorien entscheidend ist, wird sie als Querschnittskompetenz in allen Konzeptkategorien dieser Oberkategorie berücksichtigt. Die Qualität der UX bestimmt maßgeblich, wie gut eine digitale Lösung ihre Zielgruppe erreicht und deren Bedürfnisse erfüllt. Bewertet werden die kreative Konzeption und deren technische Umsetzung, die Benutzerfreundlichkeit sowie die Effektivität der digitalen Lösung in Bezug auf die Kommunikationsziele.		Zielerreichung: Wie gut unterstützt das digitale Produkt die definierten Kommunikations- und Geschäftsziele?												
		Design: Wie ansprechend und konsistent ist das Design in Bezug auf die Kommunikationsziele?												
1 WEBSITES/MICROSITES														
Websites, die durch ihre Exzellenz bestechen														
1 Brand Websites	Zweck: Konzentriert sich auf die Präsentation einer einzelnen Marke oder eines bestimmten Produkts. Ziel ist es, die Markenidentität zu kommunizieren, das Markenimage zu stärken und eine emotionale Bindung zur Zielgruppe aufzubauen. In dieser Unterkategorie werden Websites (ausgenommen Corporate Websites) ausgezeichnet, die mit originellen Ideen eine wirkungsvolle Online-Präsenz und Markenidentität schaffen. Bewertet wird die kreative Konzeption der Brand Experience, einschließlich Usability, Design und Technik.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Corporate Websites	Zweck: Dient der Repräsentation des gesamten Unternehmens. Sie stellt die übergeordnete Organisation in den Vordergrund und informiert über das Unternehmen als Ganzes, einschließlich seiner Marken, Produkte, Dienstleistungen und Unternehmenspolitik. In dieser Unterkategorie werden Unternehmenswebsites ausgezeichnet, die mit originellen Ideen eine aufmerksamkeitsstarke und umfassende Online-Präsenz schaffen. Bewertet wird die Originalität/Innovation der Präsentation des Unternehmens, einschließlich Benutzerfreundlichkeit, Design und Technik.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

	Kategoriedefinitionen	Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahme- gebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. Länge	Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen	Thumbnail	
3 Microsites	Zweck: Microsites sind kleine, fokussierte Websites, die in der Regel für spezielle Kampagnen, Produkte, Events oder Aktionen erstellt werden. Sie sind oft unabhängig von der Hauptwebsite eines Unternehmens und verfolgen ein klares, spezifisches Ziel, wie z. B. die Bewerbung eines neuen Produkts, die Durchführung einer zeitlich begrenzten Aktion oder die Bereitstellung detaillierter Informationen zu einem bestimmten Thema. Microsites bieten eine gezielte und meist visuell ansprechende Nutzererfahrung, um die Aufmerksamkeit auf eine bestimmte Botschaft oder ein bestimmtes Ziel zu lenken. Diese Unterkategorie umfasst spezialisierte Microsites, die für bestimmte Kampagnen oder Aktionen entwickelt wurden. Bewertet wird die Originalität, mit der die Microsite das Ziel unterstützt, einschließlich Benutzerfreundlichkeit, Design und Technik.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 E-Commerce	Zweck: Fokus und Funktionalität sind eindeutig auf den Verkauf ausgerichtet. In dieser Unterkategorie werden E-Commerce-Websites ausgezeichnet, die den Online-Verkauf von Produkten und Dienstleistungen ermöglichen. Bewertet wird die Originalität des Einkaufserlebnisses, einschließlich Benutzerfreundlichkeit, Design und Technik.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 MOBILE APPS Mobile Apps, die durch ihre Exzellenz bestehen														
1 Brand Apps	Brand Apps werden speziell entwickelt, um die Interaktion und das Engagement einer Marke mit ihren Kunden zu fördern. Sie sind oft marketingorientiert und bieten Inhalte, Spiele, exklusive Angebote oder interaktive Erlebnisse, die die Markenbindung stärken sollen. Beispiele sind Apps von Mode-, Automobil- oder Lebensmittelmarken, die sich auf Storytelling, Produkterlebnisse und Markenidentität konzentrieren. Bewertet wird die Originalität des App-Konzepts einschließlich Benutzerfreundlichkeit, Design und Technik.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Corporate Apps	Corporate Apps sind in der Regel für interne oder externe Geschäftszwecke eines Unternehmens konzipiert. Sie richten sich oft an Mitarbeiter*innen, Partner*innen oder Kunden und bieten Funktionen wie Kommunikation, Datenaustausch, Schulung oder Geschäftsprozesse. Beispiele sind HR-Apps, CRM-Apps oder Intranet-Apps, die auf die Effizienzsteigerung und Produktivität innerhalb des Unternehmens ausgerichtet sind. Bewertet wird die Originalität des App-Konzepts einschließlich Benutzerfreundlichkeit, Design und Technik.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Progressive Web App	Progressive Web Apps (PWAs) kombinieren die Vorteile von Websites und Apps. Sie bieten Offline-Funktionalität, schnelle Ladezeiten und Push-Benachrichtigungen, sind aber direkt über den Browser zugänglich, ohne Installation. PWAs bieten somit ein App-ähnliches Nutzer*innenerlebnis bei einfacherer Zugänglichkeit. Bewertet wird die Originalität des PWA-Konzepts einschließlich Benutzerfreundlichkeit, Design und Technik.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 PLATFORMS & SERVICES Plattformen, Produkte und Services, die durch ihre Exzellenz und Nutzen bestehen.														
1 Web Platform/Service	Webplattformen sind komplexe digitale Lösungen, die über den Browser zugänglich sind und interaktive Dienstleistungen wie E-Commerce, Social Media, Content-Management oder Cloud-Dienste bereitstellen. Im Gegensatz zu klassischen Websites, die vorwiegend zur Information dienen, und Apps, die speziell für mobile Geräte entwickelt wurden, bieten Webplattformen umfassende Funktionalitäten und ermöglichen Nutzer*innen, komplexe Aufgaben direkt online auszuführen. Bewertet wird die Originalität der Plattform in Bezug auf Design, Funktionalität und Nutzer*innenerlebnis.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Mobile Platform/Service	In dieser Unterkategorie werden herausragende mobile Plattformen oder Dienste ausgezeichnet, die speziell für die Nutzung auf mobilen Geräten entwickelt wurden. Dazu gehören Plattformen, die über Apps oder mobile Webdienste bereitgestellt werden und umfassende Funktionen wie E-Commerce, Social Networking, Informationsdienste oder maßgeschneiderte Lösungen bieten. Bewertet wird die Originalität, wie die Plattform auf die Bedürfnisse mobiler Nutzer*innen zugeschnitten ist und wie effektiv sie das mobile Nutzungserlebnis gestaltet. Abgrenzung: Im Gegensatz zu „Websites“ sind mobile Plattformen speziell auf die Anforderungen und Einschränkungen mobiler Geräte zugeschnitten und bieten oft erweiterte Funktionen, die über eine reine Informationsbereitstellung hinausgehen. Im Vergleich zu „Apps“ sind mobile Plattformen in der Regel nicht nur als einzelne Anwendungen konzipiert, sondern umfassen ein ganzes Ökosystem an mobilen Diensten und Schnittstellen, die nahtlos zusammenarbeiten.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen	Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Expos JPG & mus	Minima	Maxima	Motiv/B/Druckse 45€/Board	Casefil	Beschre max. 1.500	Thumbr	PAUSCH
3 Conversational/Service	Ein „Conversational Service“ bezeichnet interaktive digitale Anwendungen, die auf Dialog und Kommunikation zwischen Benutzer*in und System basieren, um Informationen bereitzustellen oder Aufgaben zu erledigen. Beispiele hierfür sind Chatbots, Sprachassistenten und interaktive FAQ-Systeme. Diese Services nutzen in der Regel natürliche Sprachverarbeitung (NLP) und KI, um die Nutzeranfragen zu verstehen und darauf zu reagieren. Bewertet werden die Originalität des Konzepts einschließlich der Benutzerfreundlichkeit, das Design und die Technik. Abgrenzung: Websites und Apps: Websites und Apps bieten oft vordefinierte Inhalte und Funktionen an, während Conversational Services einen dynamischen Dialog ermöglichen, der auf individuelle Nutzerbedürfnisse eingeht. Web-Plattformen/Services: Web-Plattformen bieten umfangreichere, funktionsbasierte Interaktionen, während Conversational Services oft als integrierte Lösung innerhalb dieser Plattformen fungieren.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 Content Platform/Service	Ein „Content Platform Service“ ist eine digitale Plattform, die darauf spezialisiert ist, Inhalte (Content) zu erstellen, zu verwalten, zu verbreiten und zu monetarisieren. Diese Plattformen bieten oft Werkzeuge und Funktionen für die Erstellung und Veröffentlichung von verschiedenen Medientypen wie Text, Video, Audio und interaktive Inhalte an. Sie ermöglichen es den Nutzer*innen, Inhalte zu konsumieren, zu teilen und mit ihnen zu interagieren. Bewertet werden die Originalität des Konzepts einschließlich der Benutzerfreundlichkeit, das Design und die Technik. Abgrenzung: Websites: Während Websites in der Regel eine spezifische Informationsstruktur und begrenzte Interaktionsmöglichkeiten bieten, sind Content Platform Services darauf ausgelegt, eine große Menge an Inhalten dynamisch zu verwalten und Benutzerinteraktionen zu fördern. Apps: Content Platform Services können als Apps verfügbar sein, bieten aber im Gegensatz zu herkömmlichen Apps meist umfangreichere Inhalte und Interaktionsmöglichkeiten. Web-Plattformen/Services: Diese umfassen eine breite Palette an Anwendungen. Content Platform Services fokussieren sich speziell auf das Content Management und die Verbreitung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 GAMING In der Kategorie „Gaming“ werden herausragende kreative Leistungen und Innovationen in der Entwicklung und Gestaltung von Spielen ausgezeichnet. Diese Kategorie umfasst digitale und interaktive Spiele, die auf verschiedenen Plattformen wie PC, Konsole, Mobile und Web angeboten werden. Bewertet werden die Originalität der Spielidee einschließlich der ästhetischen und erzählerischen Qualitäten des Spiels sowie das Spielerlebnis, die Interaktivität und der technische Anspruch.														
1 Gaming Experiences	Die Kategorie „Gaming Experiences“ zeichnet herausragende kreative Leistungen bei der Gestaltung von Spielerlebnissen aus, die über das traditionelle Gaming hinausgehen. Sie umfasst immersive und interaktive Erlebnisse, die durch Spiele oder spielähnliche Umgebungen in physischen, digitalen oder hybriden Räumen geschaffen werden. Dazu gehören auch der innovative Einsatz von Technologien wie Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR), Mixed Reality (MR) sowie Live-Events und Community-Interaktionen, die das Spielerlebnis auf einzigartige Weise bereichern. Bewertet werden die Originalität der Spielidee, insbesondere das Spielerlebnis, die Interaktivität und der technische Anspruch.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Mobile Game	Die Kategorie „Mobile Game“ würdigt herausragende kreative und technische Leistungen in der Entwicklung von Spielen, die speziell für mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets konzipiert wurden. Mobile Games zeichnen sich durch ihre intuitive Steuerung, kurze Spieldauer und leichte Zugänglichkeit aus, die es ermöglichen, sie jederzeit und überall zu spielen. Die Kategorie umfasst sowohl eigenständige Spiele als auch Erweiterungen bestehender Marken, die für mobile Plattformen adaptiert wurden. Bewertet werden die Originalität der Spielidee einschließlich der ästhetischen und erzählerischen Qualitäten des Spiels sowie das Spielerlebnis, die Interaktivität und der technische Anspruch.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Browser Game	Die Kategorie „Browser Game“ würdigt herausragende Spiele, die vollständig im Webbrowser gespielt werden können, ohne dass eine zusätzliche Installation oder spezielle Hardware erforderlich ist. Diese Spiele sind typischerweise plattformunabhängig und können auf verschiedenen Geräten wie Desktops, Laptops, Tablets und Smartphones gespielt werden. Browser Games bieten eine schnelle und einfache Zugänglichkeit und umfassen eine breite Palette von Genres, von Casual Games bis hin zu komplexen Multiplayer-Erlebnissen. Bewertet werden die Originalität der Spielidee, insbesondere das Spielerlebnis, die Interaktivität und der technische Anspruch.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

1. CONCEPT



In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen.

Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

✓	Pflicht
✓	Optional

Kategoriedefinitionen

der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.															
Pflicht	Optional	Kategoriedefinitionen													
5 EMERGING TECHNOLOGIES															
Die Kategorie „Emerging Technologies“ würdigt innovative und zukunftsweisende Projekte, die neue Technologien auf kreative und wirkungsvolle Weise in der Marketingkommunikation, im Design oder in der Nutzererfahrung einsetzen. Sie umfasst alle Formen von Kommunikationslösungen, die neue technologische Möglichkeiten nutzen, um außergewöhnliche und transformative Erlebnisse zu schaffen. Projekte in dieser Kategorie nutzen Technologien, die sich noch in der Entwicklung befinden oder erst kürzlich Einzug in den Mainstream gehalten haben, und bieten neue Perspektiven und Anwendungsmöglichkeiten. Bewertet wird wie gut die Technologie in das kreative Konzept integriert ist? Schafft sie ein neues oder verbessertes Nutzer*innenerlebnis?															
1 Spatial Computing	„Spatial Computing“ beschreibt die Integration von digitalen und physischen Räumen, um immersive und interaktive Erlebnisse zu schaffen, bei denen digitale Informationen und Objekte in die reale Welt eingebettet werden. Diese Technologie ermöglicht eine neue Art der Wahrnehmung, Navigation und Interaktion mit der physischen Umgebung. Sie umfasst Technologien wie Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), Mixed Reality (MR) und 3D-Interaktion, die die Grenze zwischen digitaler und physischer Welt verwischen und ein nahtloses, interaktives Erlebnis schaffen. Bewertet wird die Kreativität bzw. Originalität, mit der physische Umgebungen durch digitale Erweiterungen bereichert werden und eine erweiterte, kontextabhängige Interaktion ermöglichen.														
2 Immersive Web	Das „Immersive Web“ beschreibt die Erweiterung herkömmlicher Web-Technologien um immersive Erlebnisse, die es dem/der Nutzer*in ermöglichen, direkt im Browser in virtuelle Welten einzutauchen oder 3D-Inhalte zu erleben. Mit Hilfe von Technologien wie WebXR, WebGL und WebVR können interaktive und dreidimensionale Inhalte ohne zusätzliche Software oder spezielle Hardware direkt über den Browser zugänglich gemacht werden. Ziel ist es, das Web über zweidimensionale Webseiten hinaus zu einer Plattform zu entwickeln, die immersive und interaktive Erlebnisse bietet. Bewertet wird: Wie originell und innovativ ist der Einsatz immersiver Web-Technologien? Werden neue Nutzungsmöglichkeiten für das Web geschaffen?														
3 AI Products/Solutions	Diese Unterkategorie umfasst Projekte, die künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen nutzen, um personalisierte und intelligente Lösungen zu bieten. Bewertet wird die Innovation, die Benutzerfreundlichkeit, die Effektivität der AI-Modelle und die technische Umsetzung.														
4 AI Driven Experience	Diese Unterkategorie umfasst Projekte, die mittels künstlicher Intelligenz neuartige Erlebnisse schaffen. Bewertet wird die Innovation und Originalität der Idee und des Erlebnisses. Wichtig ist, dass die Idee erst durch den Einsatz von KI möglich oder besonders wird.														
5 Blockchain Solutions	Diese Unterkategorie umfasst dezentrale Plattformen und Anwendungen, die auf Blockchain-Technologie basieren. Bewertet wird die Innovation, die Benutzerfreundlichkeit, die Sicherheit und die technische Umsetzung.														
6 Internet of Things (IoT)	Diese Unterkategorie umfasst Projekte, die IoT-Technologien nutzen, um vernetzte Geräte und Systeme zu schaffen. Bewertet wird die Innovation, die Benutzerfreundlichkeit, die Integration und der Einfluss der IoT-Lösungen auf die Lebensqualität und Effizienz.														

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice	Casefilm max. Länge	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL			
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen			45€/ Board/Motiv							

1. CONCEPT



In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

Pflicht Optional		Kategoriedefinitionen														Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minima	Maxima	Motiv/B/Board	Casefilm	Beschreibung	Thumbnail	PAUSCHALE			
																max. 600 S	max. 600 S	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & mus.			45€/Board		max. 1.500					
6 DIGITAL TRANSFORMATION																															
In der Kategorie „Digitale Transformation“ werden kreative Projekte ausgezeichnet, die digitale Technologien auf innovative Weise nutzen, um tiefgreifende Veränderungen herbeizuführen. Sie hebt Initiativen hervor, die durch die Nutzung neuer digitaler Möglichkeiten bestehende Geschäftsmodelle in Frage stellen und neu definieren, die Effizienz und Qualität von Prozessen verbessern oder das Kundenerlebnis revolutionieren. Die Auszeichnung in dieser Kategorie würdigt nicht nur den kreativen Einsatz von Technologie, sondern auch die Fähigkeit, mit Hilfe dieser Technologien nachhaltige und zukunftsweisende Veränderungen zu bewirken. Bewertet wird der Innovationsgrad der digitalen Lösung im Hinblick auf das adressierte Problem und die eingesetzte Technologie. Schafft sie neue Möglichkeiten oder verändert sie bestehende Prozesse grundlegend?																															
1 Business Model		In dieser Kategorie werden innovative Ansätze ausgezeichnet, die Geschäftsmodelle durch digitale Technologien neu definieren oder verändern. Dazu gehören Projekte, die traditionelle Geschäftsprozesse oder -strukturen grundlegend verändern, um neue Einnahmequellen zu erschließen, bestehende Märkte zu revolutionieren oder völlig neue Märkte zu schaffen. Bewertet wird, wie effektiv die digitale Transformation zur Erneuerung oder Schaffung eines Geschäftsmodells beiträgt und wie kreativ die Integration digitaler Technologien erfolgt. Bewertet wird, wie originell und bahnbrechend der Ansatz ist, ein bestehendes Geschäftsmodell durch digitale Technologien zu transformieren oder ein völlig neues Geschäftsmodell zu etablieren.														✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5				180	✓	✓		695,-
2 Digital Tools & Applications		In der Kategorie „Digital Tools & Applications“ werden herausragende digitale Lösungen ausgezeichnet, die als Werkzeuge oder Hilfsmittel entwickelt wurden, um bestimmte Aufgaben zu erleichtern oder Probleme zu lösen. Diese Anwendungen zeichnen sich durch ihre Funktionalität, Effizienz und Benutzerfreundlichkeit aus und bieten ihren Nutzer*innen einen kontinuierlichen Mehrwert. Dazu gehören Softwareanwendungen, mobile Anwendungen, Software-as-a-Service-Plattformen (SaaS) und andere digitale Werkzeuge, die in verschiedenen Bereichen wie Produktivität, Organisation, Kommunikation oder Bildung eingesetzt werden. Bewertet wird die Neuheit und Originalität der Anwendung? Bringt sie innovative Ansätze in ihren Anwendungsbereich?														✓	✓	✓		✓	✓	1	5				180	✓	✓		695,-
7 DIGITAL EXPERIENCES FOR GOOD																															
Ideen, die das Potential haben durch Digital Experience die Welt zu verbessern.																✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓		695,-	

1. CONCEPT



In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

☒	Pflicht
☐	Optional

Kategoriedefinitionen

Bestandteile						Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Teilnahmegebühren
Film	max. 600 Sek.	Audio	max. 600 Sek.	URL	Link	Board			
						PDF/JPG			
Motiv						PDF/JPG			
Exponat						JPG & muss dem ADC physisch vorliegen			
Minimale Anzahl									
Maximale Anzahl									
Motiv/Board über Druckservice						45€/Board/Motiv			
Casefilm max. Länge									
Beschreibungstext						max. 1.500 Zeichen			
Thumbnail									
PAUSCHAL									

5 SPATIAL EXPERIENCES

Die Kategorie „Spatial Experiences“ würdigt herausragende Projekte, die durch kreative und innovative Gestaltung physischer und virtueller Räume unvergessliche Erlebnisse schaffen. Bewertet wird insbesondere die konzeptionelle Idee, die räumliche Gestaltung, die Interaktion mit den Besucher*innen und die Gesamterfahrung.

Die Bewertungskriterien im Einzelnen:

Kreativität: Wie innovativ und originell ist die räumliche Gestaltung?

Gestaltung: Wie gut ist die räumliche Inszenierung und das Design umgesetzt?

Interaktivität: Wie gut fördert das Projekt die Interaktion und das Engagement der Besucher*innen?

Zielerreichung: Wie effektiv unterstützt das Projekt die definierten Kommunikations- und Geschäftsziele?

Immersion: Wie stark ist das Eintauchen und die immersive Qualität des Erlebnisses?

1 EXHIBITION

1 Exhibition for Brand	Diese Unterkategorie würdigt Ausstellungen, die speziell für die Darstellung und Promotion einer Marke entwickelt wurden. Bewertet wird, wie gut die Ausstellung die Markenwerte kommuniziert und eine emotionale Verbindung zur Zielgruppe herstellt.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
2 Exhibition for Subject	Diese Unterkategorie umfasst Ausstellungen, die sich auf ein spezifisches Thema oder einen bestimmten Gegenstand konzentrieren. Bewertet wird, wie gut das Thema präsentiert wird und welche Wirkung die Ausstellung auf die Besucher*innen hat.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
3 Online/Hybrid Exhibition for Brand	Diese Unterkategorie würdigt virtuelle oder hybride Ausstellungen, die für die Darstellung und Promotion einer Marke entwickelt wurden. Bewertet wird die Integration digitaler und physischer Elemente sowie die Interaktivität und das Benutzer*innenerlebnis.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
4 Online/Hybrid Exhibition for Subject	Diese Unterkategorie umfasst virtuelle oder hybride Ausstellungen, die sich auf ein spezifisches Thema konzentrieren. Bewertet wird die kreative Nutzung digitaler Medien zur Präsentation des Themas und die Interaktivität.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
5 Museum/Pavillon	Diese Unterkategorie würdigt dauerhafte oder temporäre Museen und Pavillons, die künstlerische, kulturelle oder informative Inhalte präsentieren. Bewertet wird die Gestaltung, die kuratorische Qualität und die Besucherinteraktion.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
6 Exhibition	Diese Unterkategorie umfasst allgemeine Ausstellungen, die eine Vielzahl von Inhalten präsentieren. Bewertet wird die Gesamtkonzeption, die Gestaltung und die Wirkung auf die Besucher*innen.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
7 Trade Show Appearance	Diese Unterkategorie würdigt Messeauftritte und -stände, die Unternehmen und Produkte präsentieren. Bewertet wird die kreative Gestaltung, die Besucherinteraktion und die Erreichung der Messeziele.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
8 Exhibition/Installation	Diese Unterkategorie umfasst einzelne Exponate oder Installationen, die Teil einer größeren Ausstellung oder eines Events sind. Bewertet wird die kreative Idee, die Gestaltung und die Interaktion mit den Besucher*innen.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
9 Spatial Intervention	Diese Unterkategorie würdigt temporäre oder dauerhafte räumliche Interventionen im öffentlichen oder privaten Raum. Bewertet wird die kreative Nutzung des Raums, die Interaktion mit der Umgebung und die Wirkung auf die Zielgruppe.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
10 Immersive World	Diese Unterkategorie umfasst vollständig immersive Umgebungen, die die Besucher*innen in eine andere Realität eintauchen lassen. Bewertet wird die immersive Qualität, die Gestaltung und die emotionale Wirkung auf die Besucher*innen.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

✓	Pflicht
✓	Optional

Kategoriedefinitionen

2 EVENT																
Die Kategorie „Event“ würdigt herausragende Konzepte von physischen und virtuellen Veranstaltungen, die durch kreative und innovative Gestaltung sowie durch eine gelungene Interaktion mit den Teilnehmenden einprägsame Erlebnisse schaffen. Bewertet wird: wie originell und überzeugend ist das Konzept hinter dem Event? Inwiefern greift es die Marke, das Thema oder die Botschaft auf und setzt diese kreativ um?																
Beispiele hierfür sind Firmenveranstaltungen, Produktpräsentationen, Messeauftritte, kulturelle Events.																
1 Event	Diese Unterkategorie würdigt allgemeine Events, die kreative Konzepte und innovative Umsetzungen nutzen, um unvergessliche Erlebnisse zu schaffen. Bewertet wird die konzeptionelle Idee, die Gestaltung und die Interaktion mit den Teilnehmer*innen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
2 Hybrid Event	Diese Unterkategorie umfasst hybride Events, die sowohl physische als auch digitale Komponenten kombinieren. Bewertet wird die Integration beider Elemente und die Gesamterfahrung der Teilnehmer*innen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
3 Online Event	Diese Unterkategorie würdigt vollständig virtuelle Events, die über digitale Plattformen abgehalten werden. Bewertet wird die Interaktivität, das Benutzer*innenerlebnis und die kreative Nutzung digitaler Medien.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
4 Corporate Event	Diese Unterkategorie umfasst Events, die für Unternehmen und deren Stakeholder organisiert werden. Bewertet wird die Professionalität, die Gestaltung und die Erreichung der Unternehmensziele.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
5 Employee Event	Diese Unterkategorie würdigt Events, die speziell für Mitarbeiter*innen eines Unternehmens organisiert werden, um Motivation, Engagement und Teamgeist zu fördern. Bewertet wird die Gestaltung, die Interaktivität und die Wirkung auf die Teilnehmer*innen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
6 Consumer Event	Diese Unterkategorie umfasst Events, die auf Endverbraucher abzielen und ein Marken- oder Produkterlebnis bieten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Besucherinteraktion und die Erreichung der Marketingziele.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
7 Public Event	Diese Unterkategorie würdigt öffentliche Events, die für eine breite Öffentlichkeit zugänglich sind. Bewertet wird die Gestaltung, die Organisation und die Wirkung auf die Teilnehmer*innen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
8 PR Event	Diese Unterkategorie umfasst Events, die speziell zur Förderung der Öffentlichkeitsarbeit und des Images eines Unternehmens oder einer Organisation organisiert werden. Bewertet wird die kreative Umsetzung und die Erreichung der PR-Ziele.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
9 Promotion Event	Diese Unterkategorie würdigt Events, die speziell zur Verkaufsförderung und Promotion eines Produkts oder einer Dienstleistung organisiert werden. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Besucherinteraktion und die Erreichung der Verkaufsziele.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
10 Charity Event	Diese Unterkategorie umfasst Events, die für wohltätige Zwecke organisiert werden. Bewertet wird die Gestaltung, die Organisation und die Wirkung auf die Teilnehmer*innen und die Erreichung der Spendenziele.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
11 Stage Show	Diese Unterkategorie würdigt Bühnenshows, die durch kreative Inszenierung und beeindruckende Performances ein unvergessliches Erlebnis schaffen. Bewertet wird die künstlerische Umsetzung, die Technik und die Wirkung auf das Publikum.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
12 Sponsor Appearance	Diese Unterkategorie umfasst die Präsenz von Sponsoren auf Events und deren kreative Integration in das Gesamterlebnis. Bewertet wird die Sichtbarkeit, die Gestaltung und die Effektivität der Sponsorenpräsenz.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
13 Guerilla Action	Diese Unterkategorie würdigt unkonventionelle und überraschende Aktionen, die im öffentlichen Raum stattfinden und hohe Aufmerksamkeit erzeugen. Bewertet wird die Kreativität, die Durchführung und die Wirkung auf die Zielgruppe.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		

1. CONCEPT



In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

Pflicht Optional Kategoriedefinitionen		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
		Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss	Minima	Maxima	Motiv/B Druckse 45€/Board	Casefil	Beschre max. 1.500	Thumbr	PAUSCH	
3 INTERIOR DESIGN Diese Unterkategorie würdigt herausragende Konzeption von Innenraumgestaltungen, die ästhetisch ansprechend und funktional sind. Bewertet wird die konzeptionelle Idee, die Gestaltung und die Benutzererfahrung.															
1 Corporate		Diese Unterkategorie umfasst Innenraumgestaltungen für Büros, Arbeitsumgebungen und Geschäftsräumen von Unternehmen. Bewertet werden die Originalität/Kreativität des Designkonzept, das die Unternehmenskultur und Markenidentität widerspiegelt, sowie die Funktionalität und das Wohlbefinden der Mitarbeiter*innen fördert.													695,-
2 Hospitality		Diese Unterkategorie würdigt Innenraumgestaltungen für Hotels, Restaurants, Cafés und andere Gastgewerbe. Bewertet werden das Ambiente, das ästhetische Konzept und wie gut der Raum das Erlebnis und den Komfort der Gäste unterstützt.													695,-
3 Retail/Shop		Diese Unterkategorie umfasst die Innenraumgestaltung von Einzelhandelsgeschäften, Showrooms und Verkaufsflächen. Bewertet werden die Originalität/Kreativität des Designkonzepts einschließlich der Produktpräsentation sowie die Art und Weise, wie das Design das Einkaufserlebnis und die Markenidentität unterstützt.													695,-
4 PUBLIC & URBAN DESIGN Diese Unterkategorie umfasst Projekte, die städtische Räume gestalten und verbessern. Bewertet wird die kreative Nutzung des Raums, die Interaktion mit der Umgebung und die Wirkung auf die Zielgruppe.															
1 Urban Space		Diese Unterkategorie umfasst die Gestaltung und Verbesserung öffentlicher Räume wie Plätze, Straßen, Fußgängerzonen oder städtische Begegnungszonen. Bewertet werden die innovative Nutzung des Raums, die ästhetische und funktionale Gestaltung sowie die Förderung sozialer Interaktionen und Aufenthaltsqualität im urbanen Kontext.													695,-
2 Park/Landscape		Diese Unterkategorie würdigt die Gestaltung von Parks, Gärten und anderen Landschaftsbereichen. Bewertet werden die originelle ästhetische und ökologische Gestaltung, die Integration in die Umgebung sowie die Schaffung von Erholungsräumen und Naturerlebnissen für die Besucher*innen.													695,-
5 SPATIAL SERVICE DESIGN Service Design innerhalb von „Spatial Experiences“ konzentriert sich auf die Gestaltung und Optimierung von Dienstleistungen, die physische und räumliche Elemente einbeziehen, um die Benutzererfahrung zu verbessern. Bewertet wird die konzeptionelle Idee, die Gestaltung und die Effektivität der räumlichen Lösung, um den Service zu optimieren und die Kundenzufriedenheit zu steigern. Die Bewertungskriterien im Einzelnen: Kreativität: Wie originell und innovativ sind die räumlichen Lösungen? Räumlicher Fokus: Wie gut werden physische und räumliche Elemente genutzt, um den Service zu verbessern? Benutzerfreundlichkeit: Wie intuitiv und nutzerfreundlich sind die räumlichen Interaktionen? Kreativität: Wie kreativ und innovativ sind die räumlichen Lösungen? Integration: Wie gut sind die physischen Elemente in den gesamten Service integriert? Effektivität: Wie effektiv ist die räumliche Lösung in Bezug auf die Verbesserung der Servicequalität und Kundenzufriedenheit? Beispiele: Gesundheitswesen: Verbesserung der Behandlungsstationen, von der Anmeldung bis zur Nachsorge, unter Berücksichtigung von Wartezeiten, Informationsflüssen und Patientenkomfort. Öffentlicher Verkehr: Optimierung der Nutzererfahrung im öffentlichen Nahverkehr durch gut gestaltete Informationssysteme, einfache Ticketkäufe und bequeme Umsteigemöglichkeiten.															
6 SPATIAL EXPERIENCES FOR GOOD Ideen, die das Potential haben durch Spatial Experience die Welt zu verbessern.															

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

✓	Pflicht
✓	Optional

Kategoriedefinitionen

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Teilnahmegebühren
Film max. 600 Sek.	Minimale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. Länge	PAUSCHAL
Audio max. 600 Sek.	Maximale Anzahl		Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	
URL Link			Thumbnail	
Board PDF/JPG				
Motiv PDF/JPG				
Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen				

6 PUBLISHING

Die Oberkategorie „Publishing“ umfasst alle kreativen Arbeiten, die sich mit der Erstellung, Gestaltung und Verbreitung von redaktionellen Inhalten in unterschiedlichen Medienformaten beschäftigen. Ausgezeichnet werden herausragende journalistische und publizistische Projekte, die durch ihre

konzeptionelle, gestalterische und inhaltliche Qualität überzeugen. In dieser Kategorie wird unterschieden zwischen Editorial (Trennung von Werbung und Redaktion) und Corporate Publishing/Content Marketing (redaktionelle Auftragsarbeit).

1 EDITORIAL

Die Unterkategorie „Editorial“ umfasst alle Formen von redaktionellen Inhalten, die in traditionellen und digitalen Medien veröffentlicht werden. Hierbei sind journalistische und werbliche Inhalte klar voneinander getrennt, um die Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit der redaktionellen Arbeit zu gewährleisten. Diese Kategorie würdigt Arbeiten, die durch ihre inhaltliche Tiefe, gestalterische Qualität und journalistische Integrität überzeugen.

1 Magazines

Herausragende visuelle und redaktionelle Gestaltung von Magazinen, die durch klare Konzepte überzeugen; definiert durch erstmalig oder regelmäßig erscheinende Printmedien, die Themen auf innovative Weise präsentieren und vertiefen.

1.1 Single Issue	Einzelne Ausgabe eines Magazins. Bewertet wird die Gesamtkonzeption, das Design und die redaktionelle Qualität.						✓	1	1		180	✓	✓	390.-
1.2 Series/Volume	Mehrere Ausgaben eines Magazins im Jahresverlauf. Bewertet wird die Konsistenz, die Entwicklung und die Qualität über mehrere Ausgaben hinweg.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		180	✓	✓	995.-
1.3 Redesign	Neu gestaltete Ausgaben eines bestehenden Magazins. Bewertet wird die Effektivität und Kreativität des Redesigns.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	5		180	✓	✓	695.-
1.4 Independent	Unabhängig veröffentlichte Magazine. Bewertet wird die Originalität und die Unabhängigkeit in Inhalt und Design.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
1.5 Newcomer	Neue Magazine, die kürzlich auf den Markt gekommen sind. Bewertet wird die Innovation und Marktpositionierung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
1.6 Special Edition	Sonderausgaben eines Magazins. Bewertet wird die Kreativität und Relevanz des Themas.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
1.7 Cover (Single)	Ein einzelnes Magazin-Cover. Bewertet wird die Gestaltung und visuelle Wirkung.						✓	1	1		180	✓	✓	390.-
1.8 Cover (Series)	Mehrere Cover eines Magazins im Jahresverlauf. Bewertet wird die Konsistenz und Kreativität der Covergestaltung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		180	✓	✓	995.-
1.9 Spread/Article	Einzelne Artikel oder Beitragsseiten. Bewertet wird die Gestaltung und Qualität der Inhalte.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
1.10 Supplement	Beilagen oder Supplemente eines Magazins. Bewertet wird die Integration und der Mehrwert für die Leser.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

Pflicht	Optional	Kategoriedefinitionen														Film	Audio	URL	Board	Motiv	Expona	Minima	Maxim	Motiv/E	Druckse	Casefil	Beschre	Thumb	PAUSCH									
		2 Newspapers																																				
		Herausragendes Design und journalistische Qualität von Zeitungen, mit innovativer Aufbereitung von Inhalten; definiert durch periodisch erscheinende Print- und Digitalmedien, die einen starken Fokus auf Nachrichten und Berichterstattung mit aktuellem und universellen Inhalt haben.																																				
2.1 Single Issue		Einzelne Ausgabe einer Zeitung. Bewertet wird die Gesamtkonzeption, das Design und die redaktionelle Qualität.																											1	1			180					390.-
2.2 Series/Volume		Mehrere Ausgaben einer Zeitung im Jahresverlauf. Bewertet wird die Konsistenz, die Entwicklung und die Qualität über mehrere Ausgaben hinweg.																											2	8			180					995.-
2.3 Front Page (Single)		Einzelne Titelseiten einer Zeitung. Bewertet wird die Gestaltung und visuelle Wirkung.																											1	1			180					390.-
2.4 Front Page (Series)		Mehrere Titelseiten einer Zeitung im Jahresverlauf. Bewertet wird die Konsistenz und Kreativität der Gestaltung.																											2	8			180					995.-
2.5 Redesign		Neu gestaltete Ausgaben einer bestehenden Zeitung. Bewertet wird die Effektivität und Kreativität des Redesigns.																											2	5			180					695.-
2.6 Article		Einzelne Artikel oder Beiträge. Bewertet wird die Gestaltung und Qualität der Inhalte.																											1	5			180					695.-
2.7 Format		Besondere Formate. Bewertet wird die Innovation und Kreativität in der Formgestaltung.																											1	5			180					695.-
2.8 Series		Serien von Artikeln oder Beiträgen. Bewertet wird die Konsistenz und Qualität der Serie.																											2	5			180					695.-
2.9 Special Edition		Sonderausgaben einer Zeitung. Bewertet wird die Kreativität und Relevanz des Themas.																											2	5			180					695.-
		3 Books																																				
		Kreativ gestaltete Bücher und gebundene Druckwerke, die durch herausragende visuelle und inhaltliche Qualität bestechen; definiert durch einmalige oder seriell konzipierte Publikationen, die komplexe Sachthemen oder Geschichten in ansprechender Form aufbereiten.																																				
3.1 Fiction		Bücher im Bereich Belletristik. Bewertet wird die Gestaltung und die Qualität der Veröffentlichung.																											1	5			180					695.-
3.2 Non-Fiction		Sachbücher. Bewertet wird die Gestaltung und die Qualität der Veröffentlichung.																											1	5			180					695.-
3.3 Cover Design		Schutzzumschläge und Buchcover. Bewertet wird die visuelle Gestaltung und die Wirkung.																											1	5			180					695.-
3.4 Catalogue		Produktkataloge. Bewertet wird die Gestaltung und die Nutzerfreundlichkeit.																											1	5			180					695.-

1. CONCEPT



In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

✓ Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen														Film	Audio	URL	Board	Motiv	Expos	Minima	Maxima	Motiv/B/Druckse	Casefil	Beschre	Thumbr	PAUSCH																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												</

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

✓ ✓ Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen	Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Expositional JPG & mus.	Minima	Maxima	Motiv/B/Druckseite 45€/Board	Casefilm	Beschreibung max. 1.500	Thumbnail	PAUSCH
1.6 Special Edition	Sonderausgaben eines Unternehmensmagazins. Bewertet wird die Kreativität und Relevanz des Themas.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
1.7 Cover (Single)	Ein einzelnes Unternehmensmagazin-Cover. Bewertet wird die Gestaltung und visuelle Wirkung.						✓	1	1		180	✓	✓	390.-
1.8 Cover (Series)	Mehrere Cover eines Unternehmensmagazins im Jahresverlauf. Bewertet wird die Konsistenz und Kreativität der Covergestaltung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		180	✓	✓	995.-
1.9 Spread/Article	Einzelne Artikel oder Beitragsseiten in Unternehmensmagazinen. Bewertet wird die Gestaltung und Qualität der Inhalte.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
1.10 Supplement	Beilagen oder Supplemente eines Unternehmensmagazins. Bewertet wird die Integration und der Mehrwert für die Leserinnen und Leser.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
2 Corporate Newspapers Unternehmenszeitungen, die kreative visuelle Gestaltung und Inhalte bieten, welche ein Unternehmen oder eine Marke repräsentieren; definiert durch unternehmensinterne oder -externe Zeitungen, die der Kommunikation von Firmennews dienen.														
2.1 Single Issue	Einzelne Ausgabe einer Unternehmenszeitung. Bewertet wird die Gesamtkonzeption, das Design und die redaktionelle Qualität.						✓	1	1		180	✓	✓	390.-
2.2 Series/Volume	Mehrere Ausgaben einer Unternehmenszeitung im Jahresverlauf. Bewertet wird die Konsistenz, die Entwicklung und die Qualität über mehrere Ausgaben hinweg	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		180	✓	✓	995.-
2.3 Front Page (Single)	Einzelne Titelseiten einer Unternehmenszeitung. Bewertet wird die Gestaltung und visuelle Wirkung.						✓	1	1		180	✓	✓	390.-
2.4 Front Page (Series)	Mehrere Titelseiten einer Unternehmenszeitung im Jahresverlauf. Bewertet wird die Konsistenz und Kreativität der Gestaltung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		180	✓	✓	995.-
2.5 Redesign	Neu gestaltete Ausgaben einer bestehenden Unternehmenszeitung. Bewertet wird die Effektivität und Kreativität des Redesigns.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
2.6 Article	Einzelne Artikel oder Beiträge in Unternehmenszeitungen. Bewertet wird die Gestaltung und Qualität der Inhalte.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
2.7 Format	Besondere Formate. Bewertet wird die Innovation und Kreativität in der Formatgestaltung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
2.8 Series	Serien von Artikeln oder Beiträgen in Unternehmenszeitungen. Bewertet wird die Konsistenz und Qualität der Serie.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		180	✓	✓	995.-
2.9 Special Edition	Sonderausgaben einer Unternehmenszeitung. Bewertet wird die Kreativität und Relevanz des Themas.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
3 Corporate Books Firmenpublikationen in Buchform, die mit kreativer Gestaltung und inhaltlicher Qualität überzeugen und die Unternehmensidentität unterstreichen; definiert durch gebundene Werke, die von Unternehmen zur Markenbildung oder internen Kommunikation genutzt werden.														
3.1 Fiction	Bücher im Bereich Belletristik, die von Unternehmen veröffentlicht werden. Bewertet wird die Gestaltung und die Qualität der Veröffentlichung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv		Casefilm max. Länge	Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL
3.2 Non-Fiction	Sachbücher, die von Unternehmen veröffentlicht werden. Bewertet wird die Gestaltung und die Qualität der Veröffentlichung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695.-
3.3 Catalogue	Produktkataloge von Unternehmen. Bewertet wird die Gestaltung und die Nutzerfreundlichkeit.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695.-
3.4 Annual Report	Geschäftsberichte von Unternehmen. Bewertet wird die Gestaltung und die Verständlichkeit der Informationen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695.-
4 Corporate Mobile & Online Content Unternehmensinhalte, die mobil oder online veröffentlicht werden und durch innovative digitale Präsentation und Benutzerfreundlichkeit bestechen; definiert durch digitale Inhalte, die speziell für mobile Endgeräte oder Online-Plattformen produziert werden.															
4.1 Portal/Webmagazine/Social Media Magazine	Bewertet wird die kreative Gestaltung, Benutzerfreundlichkeit und die redaktionelle Qualität von Online-Portalen, Webmagazinen und Social Media Magazinen. Diese Plattformen sollten durch ihre innovative Nutzung von digitalen Medien und die effektive Vermittlung von Inhalten überzeugen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695.-
4.2 Platform	Diese Unterkategorie umfasst umfassende digitale Plattformen, die verschiedene Inhalte und Dienstleistungen anbieten. Bewertet wird die kreative Gestaltung, Benutzerfreundlichkeit und die redaktionelle Qualität der Plattform.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695.-
4.3 Documentation	Digitale Dokumentationen, die umfassende und gut recherchierte Inhalte präsentieren. Bewertet wird die inhaltliche Tiefe, die kreative Gestaltung sowie die Wirkung auf die Zielgruppe.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695.-
4.4 Blog	Blogs, die durch ihre kreative und redaktionelle Qualität überzeugen. Bewertet wird die Relevanz der Inhalte, die visuelle Gestaltung und die Benutzerfreundlichkeit.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695.-
4.5 Newsletter	Digitale Newsletter, die regelmäßig an eine Zielgruppe versendet werden. Bewertet wird die kreative Gestaltung, die Relevanz der Inhalte und die Effektivität der Kommunikation.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695.-
3 CROSSMEDIA & SPECIAL USES Würdigt innovative Publikationen, die verschiedene Medienformate und Kanäle kombinieren, um eine kohärente und effektive Kommunikation für Unternehmen zu schaffen		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695.-
4 PUBLISHING FOR GOOD Ideen, die das Potential haben durch Publishing die Welt zu verbessern.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695.-

1. CONCEPT



In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

✓	Pflicht
✓	Optional

Kategoriedefinitionen

Bestandteile							Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat				Casefilm max. Länge	Beschreibungstext	Thumbnail	
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv	max. 1.500 Zeichen		PAUSCHAL

7 BROADCASTING / STREAMING

Die Kategorie „Broadcasting & On-Air-Design“ umfasst alle kreativen und konzeptionellen Ideen, die in den Bereichen TV, Streaming und Radio umgesetzt werden.

Bewertet werden Originalität, Relevanz und kreative Umsetzung der Konzepte für TV-, Radio- und Streaming-Plattformen. Diese Kategorie honoriert den innovativen Einsatz von Technologie, die Qualität der Inhalte und die Fähigkeit, ein breites Publikum zu erreichen und zu binden. Auch als Umfeld für Marketingkommunikation.

1 TV BROADCASTING

1 TV Show	Kreative Ideen für TV-Shows, einschließlich Drama, Comedy, Reality und Talkshows. Bewertet wird die Originalität, Kreativität und das Potenzial zur Zuschauer*innenbindung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
2 TV Series	Kreative Ideen für TV-Serien. Bewertet wird die Originalität, die narrative Struktur, die Charakterentwicklung und das Potenzial für eine langfristige Zuschauer*innenbindung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		180	✓	✓	995.-
3 TV News & Journalism	Kreative Konzepte für Nachrichten- und Journalismusformate. Bewertet wird die innovative Form der Informationsvermittlung, die visuelle Präsentation.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-

2 RADIO BROADCASTING

1 Radio Show	Kreative Ideen für Radiosendungen, einschließlich Talkshows, Musikshows und Dokumentationen. Bewertet wird die Originalität, Kreativität und das Potenzial zur Hörer*innenbindung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
2 Radio Series	Kreative Ideen für Radio-Serien. Bewertet wird die narrative Struktur, die Themenvielfalt und das Potenzial für eine langfristige Hörer*innenbindung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		180	✓	✓	995.-
3 Radio New & Journalism	Kreative Konzepte für Nachrichten- und Journalismusformate im Radio. Bewertet wird die Informationsvermittlung, die akustische Präsentation und die Hörer*innenbindung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
4 Podcast & On Demand Audio		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
4.1 Podcast & On Demand Audio (Single Episode)	Kreative Ideen für einzelne Podcast-Episoden. Bewertet wird die Originalität bzw. Kreativität und das Potenzial zur Hörer*innenbindung.		✓					1	1		180	✓	✓	390.-
4.2 Podcast & On Demand Audio (Series Concept)	Kreative Ideen für Podcast-Serien. Bewertet wird Originalität bzw. Kreativität, die narrative Struktur, die Themenvielfalt und das Potenzial für eine langfristige Hörer*innenbindung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		180	✓	✓	995.-

1. CONCEPT

In der Hauptkategorie „Concept“ liegt der Schwerpunkt auf der Bewertung des kreativen Konzepts bzw. der originellen Idee, die den eingereichten Arbeiten zugrunde liegt. Es geht darum, wie gut die Leitidee entwickelt und umgesetzt wurde, um die Ziele der Kampagne zu erreichen. Bewertet werden Originalität, Relevanz und Klarheit der konzeptionellen Idee sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Botschaft auf innovative und effektive Weise zu vermitteln.

✓ Pflicht ✓ Optional Kategoriedefinitionen		Bestandteile							Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. Länge	Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL
3 STREAMING SERVICES In dieser Kategorie werden herausragende Formate und kreative Inhalte ausgezeichnet, die auf digitalen Streaming-Plattformen angeboten werden. Dabei geht es um die Konzeption und Produktion von Serien, Filmen, Shows und Events, die speziell für Plattformen wie RTL+, Joyn, Netflix, Amazon Prime, Disney+ und ähnliche Streaming-Dienste konzipiert wurden. Bewertet wird, wie innovativ und ansprechend die Inhalte konzipiert und gestaltet sind, wie gut sie die Zielgruppe erreichen und wie erfolgreich sie das Potenzial der jeweiligen Streaming-Plattform ausschöpfen.														
1 Streaming Content	Konzeptionelle Ideen für Inhalte auf Streaming-Plattformen, insbesondere Serien, Filme und Dokumentationen. Bewertet werden Originalität/Kreativität und das Potenzial zur Zuschauer*innenbindung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
2 Streaming Series	Konzeptionelle Ideen für Streaming-Serien. Bewertet werden die narrative Struktur, die Charakterentwicklung und das Potenzial zur langfristigen Zuschauer*innenbindung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
3 Live Event Streaming	Konzeptionelle Ideen für Live-Streaming-Events, einschließlich Konzerte, Sportveranstaltungen und Live-Shows. Bewertet werden der kreative Einsatz der Streaming-Technologie und das Potenzial zur Zuschauer*innenbindung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-
4 ONLINE VIDEO PLATFORM In dieser Kategorie werden herausragende kreative und konzeptionelle Leistungen bei Videoformaten ausgezeichnet, die speziell für Online-Plattformen wie YouTube, Vimeo, Twitch und ähnliche Plattformen entwickelt wurden. Bewertet wird, wie gut die Inhalte an die spezifischen Dynamiken und Zielgruppen dieser Plattformen angepasst sind, einschließlich Kreativität, Interaktivität, Konsistenz und Zielgruppenansprache.														
1 Single Video Content	Diese Unterkategorie umfasst einzelne, eigenständige Videos, die für eine Online-Plattform produziert wurden. Bewertet werden die kreative Idee, die Qualität der Umsetzung, die Interaktivität und wie gut das Video die beabsichtigte Botschaft vermittelt.	✓						1	1		180	✓	✓	390.-
2 Video Content Series	Diese Unterkategorie konzentriert sich auf Serien von Videos, die in einem zusammenhängenden Format veröffentlicht werden, sei es als Episoden einer Show, regelmäßige Inhalte eines Channels oder eine inhaltlich zusammenhängende Serie. Bewertet wird die Originalität der Idee, sowie die Konsistenz der Serie, die kreative Gestaltung und die Fähigkeit, das Publikum über die verschiedenen Episoden hinweg zu binden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		180	✓	✓	995.-
3 Online Live Event Streaming	Diese Unterkategorie konzentriert sich auf Serien von Videos, die in einem zusammenhängenden Format veröffentlicht werden, sei es als Episoden einer Show, als regelmäßiger Inhalt eines Kanals oder als zusammenhängende Serie. Bewertet werden die Originalität der Idee, die Kohärenz der Serie, die kreative Gestaltung und die Fähigkeit, das Publikum über die einzelnen Episoden hinweg zu binden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		180	✓	✓	995.-
5 BROADCASTING / STREAMING FOR GOOD Ideen, die das Potential haben durch Broadcasting/Streaming die Welt zu verbessern.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695.-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

8 CRAFT FOR BRAND DESIGN		9 CRAFT FOR BRAND COMMUNICATION			10 CRAFT FOR DIGITAL EXPERIENCES	
1 ART DIRECTION FOR BRAND DESIGN 1 Print Media 2 Digital Media 3 Social Media 4 Audio Media 5 TV/Film Media 6 Integrated Media 7 other	6 MOTION DESIGN 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 Integrated Media 5 other	1 ART DIRECTION 1 Print Media 2 Digital Media 3 Social Media 4 Audio Media 5 TV/Film Media 6 Integrated Media 7 other	6 ANIMATION 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 Integrated Media 5 other	13 AR/VR 14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BRAND COMMUNICATION	1 USER INTERFACE (UI) DESIGN 1 Website/Microsite 2 App 3 Plattform 4 other	8 MOTION DESIGN 1 Website/Microsite 2 App 3 Plattform 4 other
2 PHOTOGRAPHY FOR BRAND DESIGN 1 Print Media 2 Digital Media 3 Social Media 4 other	7 GRAPHIC DESIGN 1 Print 2 Packaging 3 other	2 COPYWRITING & STORYTELLING 1 Print Media 2 Digital Media 3 Social Media 4 Audio Media 5 TV/Film Media 6 Integrated Media 7 other	7 GRAPHIC DESIGN 1 Print Media 2 Packaging 3 other		2 CREATIVE CODING 1 Website/Microsite 2 App 3 Plattform 4 other	9 AUDIO & MUSIC 1 Website/Microsite 2 App 3 Plattform 4 other
3 ILLUSTRATION FOR BRAND DESIGN 1 Print Media 2 Digital Media 3 Social Media 4 other	8 TYPOGRAPHY 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 Integrated Media 5 other	3 FILM & VIDEOGRAPHY 1 Print Media 2 Digital Media 3 Social Media 4 Audio Media 5 TV/Film Media 6 Integrated Media 7 other	8 PRINTING TECHNIQUES FOR BRAND COMMUNICATION		3 DATA	10 IMMERSION (AR/VR) 1 AR 2 VR 3 Web 4 other
4 VIDEOGRAPHY FOR BRAND DESIGN 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 Integrated Media 5 other	9 PRINTING TECHNIQUES	4 PHOTOGRAPHY 1 Print Media 2 Digital Media 3 Social Media 4 other	9 AUDIO DESIGN & MUSIC 1 Digital Media 2 Social Media 3 Audio Media 4 TV/Film Media 5 other	10 MEDIA PLANNING & BUYING	4 CONTENT MANAGEMENT	11 BLOCKCHAIN TECHNOLOGY
5 ANIMATION 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 Integrated Media 5 other	10 AUDIO BRANDING & MUSIC 1 Digital Media 2 Social Media 3 Audio Media 4 TV/Film Media 5 other	5 MOTION DESIGN 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 Integrated Media 5 other	11 CREATIVE CODING 1 Website/Microsite 2 App 3 Plattform 4 other	12 INTERACTIVE DESIGN 1 Website/Microsite 2 App 3 Plattform 4 other	5 COPYWRITING & STORYTELLING 1 Website/Microsite 2 App 3 Plattform 4 other	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN DIGITAL
	11 INTERFACE DESIGN				6 PHOTOGRAPHY 1 Website/Microsite 2 App 3 Plattform 4 other	
	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BRAND DESIGN				7 VIDEOGRAPHY 1 Website/Microsite 2 App 3 Plattform 4 other	

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

11 CRAFT FOR SPATIAL EXPERIENCES		12 CRAFT FOR PUBLISHING		13 CRAFT FOR BROADCASTING & STREAMING															
1 ART DIRECTION / DRAMATURGY	2 DIRECTION	3 MEDIA USAGE	4 PHOTOGRAPHY	5 VIDEOGRAPHY	6 LIGHTING DESIGN	7 MUSIC, AUDIO & SOUND DESIGN	8 AUDIENCE PARTICIPATION	9 MOTION DESIGN & INTERACTIVE INSTALLATION	10 AR/VR	11 CREATIVE CODING	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	1 ART DIRECTION FOR PUBLISHING	8 DIGITAL PUBLISHING	1 DIRECTION	9 TITEL DESIGN				
												1 Print Media	1 E-Books	1 Broadcasting	1 Broadcasting				
												2 Digital Media	2 E-Magazin	2 Streaming	2 Streaming				
												3 Social Media	3 E-Newspaper						
3 MEDIA USAGE	4 PHOTOGRAPHY	5 VIDEOGRAPHY	6 LIGHTING DESIGN	7 MUSIC, AUDIO & SOUND DESIGN	8 AUDIENCE PARTICIPATION	9 MOTION DESIGN & INTERACTIVE INSTALLATION	10 AR/VR	11 CREATIVE CODING	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
																4 Integrated Media	4 Website/Microsite	1 Broadcasting	2 Streaming
																5 other	5 App	2 Streaming	
																	6 Plattform		
4 PHOTOGRAPHY	5 VIDEOGRAPHY	6 LIGHTING DESIGN	7 MUSIC, AUDIO & SOUND DESIGN	8 AUDIENCE PARTICIPATION	9 MOTION DESIGN & INTERACTIVE INSTALLATION	10 AR/VR	11 CREATIVE CODING	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
																	7 other		
5 VIDEOGRAPHY	6 LIGHTING DESIGN	7 MUSIC, AUDIO & SOUND DESIGN	8 AUDIENCE PARTICIPATION	9 MOTION DESIGN & INTERACTIVE INSTALLATION	10 AR/VR	11 CREATIVE CODING	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
6 LIGHTING DESIGN	7 MUSIC, AUDIO & SOUND DESIGN	8 AUDIENCE PARTICIPATION	9 MOTION DESIGN & INTERACTIVE INSTALLATION	10 AR/VR	11 CREATIVE CODING	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
7 MUSIC, AUDIO & SOUND DESIGN	8 AUDIENCE PARTICIPATION	9 MOTION DESIGN & INTERACTIVE INSTALLATION	10 AR/VR	11 CREATIVE CODING	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
8 AUDIENCE PARTICIPATION	9 MOTION DESIGN & INTERACTIVE INSTALLATION	10 AR/VR	11 CREATIVE CODING	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
9 MOTION DESIGN & INTERACTIVE INSTALLATION	10 AR/VR	11 CREATIVE CODING	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
10 AR/VR	11 CREATIVE CODING	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
11 CREATIVE CODING	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
9 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN PUBLISHING PRODUCTS	2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
2 SET & PRODUCTION DESIGN	3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
3 CINEMATOGRAPHY	10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
10 LIGHTING DESIGN	11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	27 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
13 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	27 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	28 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	27 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	28 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	29 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	27 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	28 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	29 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	30 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
16 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	27 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	28 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	29 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	30 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	31 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
17 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	27 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	28 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	29 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	30 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	31 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	32 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
18 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	27 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	28 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	29 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	30 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	31 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	32 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	33 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
19 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	27 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	28 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	29 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	30 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	31 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	32 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	33 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	34 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
20 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	27 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	28 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	29 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	30 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	31 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	32 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	33 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	34 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	35 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
21 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	27 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	28 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	29 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	30 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	31 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	32 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	33 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	34 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	35 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	36 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS				
22 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	23 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	24 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	25 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	26 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	27 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	28 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	29 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMINGS	30 AI											

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

14 CRAFT FOR FILM & VIDEO			15 CRAFT FOR AUDIO		
1 DIRECTION 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other	7 MUSIC 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other	13 ACTING 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other	1 DIRECTION 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other	6 MUSIC ADAPTION 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other	11 AUDIO BRANDING/ CORPORATE SOUND DESIGN 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other
2 SCRIPT & STORY 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other	8 VISUAL EFFECTS (VFX) 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other	14 CASTING 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other	2 SCRIPT & STORY 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other	7 VOICEOVER & NARRATION 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other	12 INTEGRATED AUDIO PRODUCTION 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other
3 SET & PRODUCTION DESIGN 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other	9 ANIMATION 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN FILM AND VIDEO	3 SOUND DESIGN 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other	8 PODCAST PRODUCTION 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other	13 ARTIST/BRAND PARTNERSHIP 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other
4 CINEMATOGRAPHY 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other	10 MOTION DESIGN 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other r		4 AUDIO EDITING & MIXING 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other	9 RADIO PRODUCTION 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other	14 CASTING 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other
5 EDITING 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other	11 COSTUME DESIGN 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other		5 NEW MUSIC 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other	10 AUDIO LOGO 1 Broadcasting 2 Radio/TV 3 Streaming 4 Video 5 other	15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN AUDIO
6 AUDIO & SOUND DESIGN 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other	12 LIGHTING DESIGN 1 Digital Media 2 Social Media 3 TV/Film Media 4 other				

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

✓	Pflicht
✓	Optional

Kategoriedefinitionen

Bestandteile								Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Teilnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl			Motiv/Board über Druckservice	Casefilm max. Länge	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen					45€/Board/Motiv	Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen	
											Thumbnail	

8 CRAFT FOR BRAND DESIGN

Die Kategorie „Craft for Brand Design“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um eine starke und kohärente Markenidentität zu gestalten. Bewertet wird die Qualität der Ausführung, die kreative Umsetzung und die ästhetische Gestaltung.

Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

1 ART DIRECTION FOR BRAND DESIGN

Diese Unterkategorie würdigt die kreative Leitung und visuelle Führung bei der Entwicklung von Markenidentitäten.

Bewertet wird die kreative Vision, die Konsistenz und wie gut die visuelle Kommunikation die Markenwerte widerspiegelt.

1 Print Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 Audio Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 TV/Film Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
6 Integrated Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
7 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2 PHOTOGRAPHY FOR BRAND DESIGN

Diese Unterkategorie umfasst die Erstellung und Auswahl von Fotografien, die zur visuellen Identität der Marke beitragen.

Bewertet wird die fotografische Qualität, die Originalität und wie gut die Bilder die Markenwerte widerspiegeln.

1 Print Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



Pflicht		Kategoriedefinitionen													
Optional		Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Expos JPG & mus	Minima	Maxima	Motiv/B/ Druckse 45€/Board	Casefil	Beschre max. 1.500	Thumbr	PAUSCH	
4 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 ILLUSTRATION FOR BRAND DESIGN															
Diese Unterkategorie umfasst die Erstellung von Illustrationen, die zur visuellen Identität und Kommunikation der Marke beitragen.															
Bewertet wird die künstlerische Qualität, die Originalität und wie gut die Illustrationen die Markenwerte vermitteln.															
1 Print Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4 VIDEOGRAPHY FOR BRAND DESIGN															
Diese Unterkategorie umfasst die Kreation und Auswahl von Bewegtbildern, die zur visuellen Identität einer Marke beitragen.															
Bewertet werden die filmische Qualität, die Originalität und der Beitrag zum Gesamtkonzept.															
1 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 TV/Film Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4 Integrated Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

✓ Pflicht ✓ Optional		Kategoriedefinitionen		Bestandteile										Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
				Film	Audio	URL	Board	Motiv	Expos	Minima	Maxima	Motiv/B	Casefil	Beschre	Thumbn	PAUSCH				
				max. 600 S	max. 600 S	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & muss			45€/Board		max. 1.500						
5 ANIMATION																				
Diese Unterkategorie würdigt die kreative Umsetzung von animierten Inhalten, die zur visuellen Identität einer Marke beitragen.				(Animation wird fälschlicherweise oft mit Motion Design gleichgesetzt: Motion Design verhält sich zur Animation wie Grafikdesign zur Illustration. Während Animation und Illustration oft eigenständig eine Geschichte erzählen, verstärkt Motion Design i. d. R. die Botschaft einer Kommunikationsmaßnahme durch bewegte grafische Bildelemente).																
Bewertet wird die Qualität der Animationstechnik, die Originalität. Dabei liegt der Fokus sowohl auf der ästhetischen Ausführung als auch auf der narrativen Wirkung der Animation bzw. das Storytelling).																				
1 Digital Media				✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-				
2 Social Media				✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-				
3 TV/Film Media				✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-				
4 Integrated Media				✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-				
5 other				✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-				
6 MOTION DESIGN																				
In dieser Unterkategorie wird die Gestaltungsidee von animierten Grafiken, Typografie und anderen bewegten visuellen Elementen ausgezeichnet, die zur visuellen Markenidentität beitragen.				(Motion Design wird fälschlicherweise oft mit Animation gleichgesetzt: Motion Design verhält sich zur Animation wie Grafikdesign zur Illustration. Während Animation und Illustration oft eigenständig eine Geschichte erzählen, verstärkt Motion Design i. d. R. die Botschaft einer Kommunikationsmaßnahme durch bewegte grafische Bildelemente).																
Bewertet werden die technische Präzision, die Kreativität und die visuelle Dynamik, die mit dem bewegten Design verbunden sind.																				
1 Digital Media				✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-				
2 Social Media				✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-				
3 TV/Film Media				✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-				
4 Integrated Media				✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-				
5 other				✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-				

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



Pflicht
Optional

Kategoriedefinitionen

✓ Pflicht ✓ Optional		Kategoriedefinitionen													
		Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren	
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. Länge	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
7 GRAPHIC DESIGN															
Diese Unterkategorie umfasst die Gestaltung visueller Elemente wie Logos, Farben, Formen und Layouts, die zur Markenidentität beitragen.															
Bewertet wird die kreative Ausführung, die Kohärenz und die visuelle Wirkung der Designelemente.															
1 Print		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 Packaging		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
8 TYPOGRAPHY															
Diese Unterkategorie würdigt die Auswahl und Gestaltung von Schriftarten, die zur Markenidentität beitragen.															
Bewertet wird die Typografie in Bezug auf Lesbarkeit, Stil und wie gut sie zur Marke passt.															
1 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 TV/Film Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4 Integrated Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
9 PRINTING TECHNIQUES															
Diese Unterkategorie würdigt innovative und hochwertige Drucktechniken, die zur physischen Präsentation der Marke beitragen.															
Bewertet wird die technische Ausführung, die Kreativität und die visuelle Wirkung der Druckerzeugnisse.															
		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



✓	Pflicht
✓	Optional

Kategoriedefinitionen

✓ Pflicht ✓ Optional Kategoriedefinitionen		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. Länge	Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
10 AUDIO BRANDING & MUSIC															
Diese Unterkategorie würdigt die Entwicklung und Umsetzung von auditiven Markenidentitäten.															
Bewertet wird der kreative und konsistente Einsatz von Klangelementen, um die Marke akustisch zu repräsentieren und wiedererkennbar zu machen, sowie die Erstellung von Sounddesigns und Musikkompositionen, die zur Markenidentität beitragen.															
Bewertet werden die kreative Umsetzung, die technische Qualität und die Fähigkeit, die akustische Identität der Marke zu prägen.															
1 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 Audio Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4 TV/Film Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
11 INTERFACE DESIGN															
Diese Unterkategorie umfasst die Gestaltung von Benutzeroberflächen, die zur Interaktion mit der Marke beitragen.															
Bewertet wird die Originalität, die Benutzerfreundlichkeit und die audiovisuelle Gestaltung.															
		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BRAND DESIGN															
Bewertung des KI-Einsatzes in allen Craft für Brand Design Unterkategorien: Diese Unterkategorie würdigt den Einsatz von Künstlicher Intelligenz in allen Bereichen des Brand Designs.															
Bewertet wird die Kreativität und wie gut der KI-Einsatz zur Gestaltung beiträgt.															
		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



Pflicht
Optional

Kategoriedefinitionen

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Teilnahmegebühren
Film max. 600 Sek.				
Audio max. 600 Sek.				
URL Link				
Board PDF/JPG				
Motiv PDF/JPG				
Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen				
Minimale Anzahl				
Maximale Anzahl				
Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv				
Casefilm max. Länge				
Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen				
Thumbnail				
PAUSCHAL				

9 CRAFT FOR BRAND COMMUNICATION

Craft for Brand Communication würdigt herausragende handwerkliche, gestalterische und technische Fähigkeiten, die bei der Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen zur Vermittlung von Markenbotschaften eingesetzt werden. In dieser Kategorie liegt der Fokus auf der Exzellenz in der Ausführung von visuellem, verbalem und audiovisuellem Content, der die Identität, Werte und Botschaften einer Marke effektiv transportiert. Bewertet werden Kreativität, Präzision und Qualität der Umsetzung in Bereichen wie Art Direction, Copywriting, Design, Fotografie, Filmproduktion, Sounddesign etc.. Es geht darum, wie gut die gestalterischen und technischen Mittel genutzt werden, um die kommunikative Wirkung zu maximieren und eine nachhaltige Verbindung zur Zielgruppe aufzubauen. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

tät, Präzision und Qualität der Umsetzung in Bereichen wie Art Direction, Copywriting, Design, Fotografie, Filmproduktion, Sounddesign etc.. Es geht darum, wie gut die gestalterischen und technischen Mittel genutzt werden, um die kommunikative Wirkung zu maximieren und eine nachhaltige Verbindung zur Zielgruppe aufzubauen. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

1 ART DIRECTION

Diese Unterkategorie würdigt die kreative Leitung und visuelle Führung bei der Entwicklung von Marketingkampagnen.

Bewertet wird die kreative Vision, die Konsistenz und wie gut die visuelle Kommunikation die Markenbotschaften vermittelt. Art Direction umfasst die ganzheitliche Gestaltung und Sicherstellung einer kohärenten visuellen Sprache.

1 Print Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 Audio Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 TV/Film Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
6 Integrated Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
7 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2 COPYWRITING & STORYTELLING

Diese Unterkategorie umfasst die Erstellung von Texten und Geschichten, die zur Markenkommunikation beitragen.

Bewertet wird die kreative Ausführung, die Klarheit der Botschaft und die Fähigkeit, die Zielgruppe zu fesseln und zu überzeugen.

1 Print Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
---------------	--	---	---	---	---	---	---	---	---	--	-----	---	---	-------

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



✓ ✓ Pflicht Optional		Kategoriedefinitionen													
		Film	Audio	URL	Board	Motiv	Expos	Minima	Maxima	Motiv/B	Casefil	Beschr	Thumbr	PAUSCH	
		max. 600 S	max. 600 S	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & muss			Druckse		max. 1500			
										45€/ Board					
2	Digital Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3	Social Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4	Audio Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
5	TV/Film Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
6	Integrated Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
7	other	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 FILM & VIDEOGRAPHY															
Diese Unterkategorie umfasst die gesamte Produktion von Filmen und Videos, einschließlich Drehbuch, Regie, Kameraarbeit und Postproduktion.															
Bewertet wird die Qualität der Produktion, die kreative Ausführung und die visuelle Wirkung. Professionelle Film- und Videoproduktion ist entscheidend für die Qualität und Wirkung der visuellen Markenkommunikation.															
1	Print Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2	Digital Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3	Social Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4	Audio Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
5	TV/Film Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
6	Integrated Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
7	other	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

	Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen													
4 PHOTOGRAPHY															
Diese Unterkategorie umfasst die Erstellung und Auswahl von Fotografien und Videos, die zur visuellen Identität und Kommunikation der Marke beitragen. Bewertet wird die fotografische Qualität, die Originalität und wie gut die Bilder die Botschaften vermitteln. Hochwertige Fotografien können die emotionale Wirkung und die visuelle Anziehungskraft einer Marke verstärken.															
1 Print Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
5 MOTION DESIGN															
In dieser Unterkategorie wird die Gestaltungsidee von animierten Grafiken, Typografie und anderen bewegten visuellen Elementen ausgezeichnet, die zur Markenkommunikation beitragen. Bewertet werden die technische Präzision, die Kreativität und die visuelle Dynamik, die mit dem bewegten Design verbunden sind. (Motion Design wird fälschlicherweise oft mit Animation gleichgesetzt: Motion Design verhält sich zur Animation wie Grafikdesign zur Illustration. Während Animation und Illustration oft eigenständig eine Geschichte erzählen, verstärkt Motion Design i. d. R. die Botschaft einer Kommunikationsmaßnahme durch bewegte grafische Bildelemente).															
1 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 TV/Film Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4 Integrated Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
6 ANIMATION															
In dieser Unterkategorie wird die Gestaltungsidee von animierten Grafiken, Typografie und anderen bewegten visuellen Elementen ausgezeichnet, die zur Markenkommunikation beitragen. Bewertet werden die technische Präzision, die Kreativität und die visuelle Dynamik, die mit dem bewegten Design verbunden sind. (Motion Design wird fälschlicherweise oft mit Animation gleichgesetzt: Motion Design verhält sich zur Animation wie Grafikdesign zur Illustration. Während Animation und Illustration oft eigenständig eine Geschichte erzählen, verstärkt Motion Design i. d. R. die Botschaft einer Kommunikationsmaßnahme durch bewegte grafische Bildelemente).															
1 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen	Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Expos JPG & mus	Minima	Maxima	Motiv/B Druckse 45€/Board	Casefiln	Beschre max. 1.500	Thumbr	PAUSCH
2 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 TV/Film Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 Integrated Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
7 GRAPHIC DESIGN														
Diese Unterkategorie würdigt die kreative Gestaltung visueller Elemente wie Anzeigen, Plakate, Broschüren und andere Marketingmaterialien. Bewertet wird die kreative Ausführung, die Kohärenz und die visuelle Wirkung der Designelemente. Graphic Design ist entscheidend für die visuelle Wiedererkennbarkeit und den visuellen Stil der Kommunikationsmaßnahmen.														
1 Print Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Packaging		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
8 PRINTING TECHNIQUES FOR BRAND COMMUNICATION														
Diese Unterkategorie würdigt innovative und hochwertige Drucktechniken, die zur physischen Präsen- tation der Marke beitragen. Bewertet wird die technische Ausführung, die Kreativität und die visuelle Wirkung der Druckerzeugnisse.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
9 AUDIO DESIGN & MUSIC														
In dieser Unterkategorie wird die Qualität des Audiodesigns und der Musikkomposition, die zur Marketingkommunikation beitragen, sowie deren technische Umsetzung bewertet. Bewertet werden Originalität, technische Präzision, Konsistenz mit der Markenbotschaft und die emotionale Wirkung der auditiven Elemente.														
1 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Audio Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen	Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Expositional JPG & muss	Minimal	Maximal	Motiv/B Druckse 45€/ Board	Casefilm	Beschreibung max. 1.500	Thumbnail	PAUSCH
4 TV/Film Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
10 MEDIA PLANNING & BUYING Diese Unterkategorie würdigt die kreative strategische Planung und den Einkauf von Medienplatzierungen, um die Reichweite und Effektivität von Marketingkampagnen zu maximieren. Bewertet wird die Effizienz, die Zielgruppenansprache und die Erreichung der Kommunikationsziele.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
11 CREATIVE CODING Diese Unterkategorie würdigt den Einsatz von Creative Coding im Bereich des Brand Designs. Creative Coding bezieht sich auf die Nutzung von Programmierung als kreatives Werkzeug, um dynamische, interaktive und oft datengetriebene visuelle Erlebnisse zu schaffen.														
1 Website/Microsite		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 App		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Plattform		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
12 INTERACTIVE DESIGN Diese Unterkategorie würdigt herausragende Leistungen im Bereich des Interactive Designs, das darauf abzielt, nutzerzentrierte, interaktive Erlebnisse für Marken zu schaffen.														
1 Website/Microsite		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 App		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Plattform		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
13 AR/VR Diese Unterkategorie würdigt herausragende Leistungen im Bereich der Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) für Brand Design. AR/VR-Technologien ermöglichen es, immersive Markenerlebnisse zu schaffen, bei denen digitale Inhalte nahtlos mit der physischen Welt (AR) oder in einer vollständig virtuellen Umgebung (VR) interagieren.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

✓	Pflicht
✓	Optional

Kategoriedefinitionen

14 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BRAND COMMUNICATION															
Bewertung des KI-Einsatzes in allen Craft für Brand Communication Unterkategorien: Diese Unterkategorie würdigt den Einsatz von Künstlicher Intelligenz in allen Bereichen der Markenkommunikation.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
Bewertet wird die Effektivität, die Kreativität und wie gut der KI-Einsatz zur Gesamtgestaltung der Kommunikation beiträgt. KI-gestützte Prozesse können die Effizienz und Kreativität bei der Markenkommunikation steigern.															
10 CRAFT FOR DIGITAL EXPERIENCES															
Diese Kategorie zeichnet herausragende handwerkliche und technische Leistungen aus, die digitale Markenerlebnisse schaffen und verstärken. In dieser Kategorie liegt der Fokus auf der exzellenten Gestaltung und Umsetzung digitaler Interaktionen, die eine tiefe und nachhaltige Verbindung zwischen Marke und Nutzer*in herstellen.								Bewertet werden Kreativität, Benutzerfreundlichkeit, visuelle Gestaltung und technologische Innovation. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.							
1 USER INTERFACE (UI) DESIGN															
Diese Unterkategorie würdigt herausragende Leistungen im Bereich des UI-Designs, das darauf abzielt, benutzerfreundliche und ästhetisch ansprechende digitale Interfaces zu schaffen.															
Bewertet wird die Klarheit, Intuitivität und visuelle Gestaltung der Benutzeroberflächen.															
1 Website/Microsite		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
2 App		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
3 Plattform		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
4 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
2 CREATIVE CODING															
1 Website/Microsite		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
2 App		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
3 Plattform		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
4 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

Pflicht ✓ Optional Kategoriedefinitionen															
		Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Expos JPG & mus	Minima	Maxima	Motiv/B Druckse 45€/Board	Casefil	Beschre max. 1.500	Thumbr	PAUSCH	
3 DATA Diese Unterkategorie umfasst die Fähigkeiten und Techniken, die zur Analyse von Nutzerdaten und zur Generierung von Erkenntnissen eingesetzt werden. Bewertet wird die Genauigkeit, Relevanz und Anwendbarkeit der Datenanalysen sowie die Fähigkeit, datenbasierte Entscheidungen zu unterstützen.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4 CONTENT MANAGEMENT Diese Unterkategorie umfasst die handwerklichen Fähigkeiten im Bereich der Erstellung, Organisation und Verwaltung von digitalen Inhalten. Bewertet wird die Effektivität des Content-Management-Systems (CMS), die Benutzerfreundlichkeit, die Qualität der Inhalte und die Effizienz der Arbeitsabläufe.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
5 COPYWRITING & STORYTELLING Copywriting für digitale Medien zielt darauf ab, Leser:innen zu überzeugen oder zu einer bestimmten Handlung zu motivieren, sei es ein Kauf, eine Anmeldung oder das Teilen von Inhalten. Es umfasst die Erstellung von Texten, die speziell für digitale Kanäle wie Websites, Apps und Social Media optimiert sind. Bewertet werden Kreativität, Relevanz und Wirksamkeit der Texte im Hinblick auf die Zielgruppe und die Kommunikationsziele.															
1 Website/Microsite		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 App		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 Plattform		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
6 PHOTOGRAPHY Photographie in digitalen Medien bezieht sich auf die handwerkliche Kunst und Technik der Erstellung, Bearbeitung und Präsentation von Fotografien für digitale Plattformen. Bewertet wird die kreative Qualität der Bilder, die technische Umsetzung in Bezug auf Komposition, Beleuchtung und Nachbearbeitung sowie die Fähigkeit der Fotografie, die gewünschte Botschaft effektiv zu vermitteln und das visuelle Erlebnis in digitalen Kontexten zu bereichern.															
1 Website/Microsite		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 App		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen	Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Expos JPG & mus	Minima	Maxima	Motiv/B Druckse 45€/Board	Casefiln	Beschre max. 1.500	Thumbr	PAUSCH
3 Plattform		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
7 VIDEOGRAPHY Videography für digitale Medien umfasst die kreative und technische Gestaltung von Bewegtbildinhalten für digitale Plattformen. Bewertet wird die Qualität der Kameraführung, die Komposition der Bilder, der Einsatz von Licht und Ton sowie die filmische Umsetzung der Idee. Im Fokus steht die Fähigkeit des Videos, durch visuelles Storytelling die gewünschte Botschaft eindrucksvoll zu vermitteln und ein immersives Erlebnis für die Zielgruppe zu schaffen.														
1 Website/Microsite		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 App		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Plattform		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
8 MOTION DESIGN Motion Design für digitale Medien umfasst die kreative Gestaltung von animierten visuellen Inhalten, die Grafik, Text und Bild in Bewegung setzen, um komplexe Botschaften verständlich und ästhetisch ansprechend zu vermitteln. Dabei spielt es eine zentrale Rolle in der Verbesserung der User Experience, indem es Informationen intuitiver vermittelt, Interaktionen visuell unterstützt und eine flüssige, angenehme Nutzererfahrung schafft. Bewertet werden die Qualität der Animationen, die visuelle Kohärenz, der Einsatz von Timing und Rhythmus sowie die Wirkung auf die Zielgruppe. Im Fokus steht die Fähigkeit, durch dynamisches Design Aufmerksamkeit zu erzeugen, emotionale Resonanz zu schaffen und die Benutzerfreundlichkeit zu steigern.														
1 Website/Microsite		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 App		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Plattform		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



Pflicht
Optional

Kategoriedefinitionen

Bestandteile								Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice	Casefilm max. Länge	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL		
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen			45€/Board/Motiv		max. 1500 Zeichen				
	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		
	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-		

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

✓	Pflicht
✓	Optional

Kategoriedefinitionen

12 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN DIGITAL

Bewertung des KI-Einsatzes in allen Craft für Digital Media Solutions Unterkategorien:
Diese Unterkategorie würdigt den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) zur Unterstützung kreativer Prozesse in digitalen Medienlösungen.

Bewertet wird, wie effektiv und innovativ KI eingesetzt wird, um Design, Entwicklung, Datenanalyse oder Content Management zu verbessern und kreative Prozesse zu unterstützen.

Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

1 ART DIRECTION / DRAMATURGY

In dieser Kategorie werden herausragende Leistungen in der visuellen und narrativen Inszenierung von Räumen und Erlebnissen ausgezeichnet.

Bewertet wird, wie gut visuelle Elemente, Szenografie und dramaturgische Konzepte ineinandergreifen, um eine fesselnde und kohärente räumliche Inszenierung zu schaffen. Der Fokus liegt auf der kreativen und ästhetischen Leitung, die die Atmosphäre, den emotionalen Fluss und die Besucherführung gestaltet, um ein unvergessliches Erlebnis zu schaffen.

2 DIRECTION

In dieser Kategorie wird die künstlerische und organisatorische Leitung von Raumerlebnissen gewürdigt, die das Zusammenspiel aller kreativen und technischen Elemente steuert.

3 MEDIA USAGE

Diese Kategorie bezieht sich auf die kreative und effektive Integration audiovisueller Medien in räumliche Erlebnisse.

Bewertet wird, inwieweit die eingesetzten Medien – wie Projektionen, interaktive Displays, Sound- und Lichtinstallationen – das Gesamterlebnis verstärken und eine immersive, kohärente und eindrucksvolle Atmosphäre schaffen. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die technische Umsetzung und den sinnvollen Einsatz der Technologien im Raum gelegt.

Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. Länge	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL
✓	✓	✓	✓	✓	✓		1	5		180	✓	✓	695,-
✓	✓	✓	✓	✓	✓		1	5		180	✓	✓	695,-
✓	✓	✓	✓	✓	✓		1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

✓ Pflicht ✓ Optional		Kategoriedefinitionen												
4	PHOTOGRAPHY	Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & mus	Minima	Maxima	Motiv/B/Druckse 45€/Board	Casefiln	Beschre max. 1.500	Thumb	PAUSCH
	Diese Kategorie würdigt den kreativen und gezielten Einsatz von Fotografie als Stilmittel, um die konzeptionell angestrebte Wirkung eines Raumerlebnisses zu verstärken und zu unterstützen. Bewertet wird, wie gut die Fotografie in die Gesamtinszenierung integriert ist, um Atmosphäre, Stimmung und Interaktion der Besucher*innen mit dem Raum visuell zu unterstützen und zu intensivieren. Entscheidend sind die ästhetische Qualität der Bilder, ihre emotionale Wirkung sowie ihre Integration in das räumliche Gesamtkonzept.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
	Diese Kategorie umfasst die kreative und technische Umsetzung von Bewegtbild-Inhalten, die Teil einer räumlichen Inszenierung sind. Videografie wird hier als visuelles und narratives Element eingesetzt, um die Atmosphäre zu unterstützen, emotionale Akzente zu setzen oder die Storytelling-Aspekte einer räumlichen Erfahrung zu verstärken. Bewertet wird die Qualität der Bildgestaltung, die Integration in den Raum, die ästhetische Kohärenz und die Wirkung auf die Gesamterfahrung der Besucher*innen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
	Diese Unterkategorie umfasst die handwerklichen Fähigkeiten im Bereich der Lichtgestaltung. Bewertet wird die kreative und technische Umsetzung von Lichtkonzepten, die Atmosphäre, Stimmung und visuelle Wirkung erzeugen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
	Diese Unterkategorie umfasst die Qualität der Audio- und Soundgestaltung sowie deren technische Umsetzung in räumlichen Erlebnissen, einschließlich Ausstellungen, Installationen und Events. Bewertet werden die technische Präzision, die kreative Nutzung von Sound und Musik im Raum und die Wirkung auf das räumliche Erlebnis.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
	Diese Kategorie würdigt die Gestaltung und Umsetzung von interaktiven Elementen, die die aktive Einbeziehung der Besucher*innen in eine räumliche Erfahrung fördern. Diese Kategorie bewertet die kreativen und technischen Ansätze, mit denen der/die Teilnehmer*in angeregt werden, auf unterschiedliche Weise mit der Umgebung zu interagieren – sei es durch physische Handlungen, digitale Schnittstellen oder durch partizipative Installationen. Bewertet wird, wie gut die Partizipation zur Verstärkung der Botschaft beiträgt, das Engagement der Besucher*innen fördert und die Gesamterfahrung intensiviert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



Pflicht
Optional

Kategoriedefinitionen

9	MOTION DESIGN & INTERACTIVE INSTALLATION	Diese Unterkategorie umfasst die Gestaltung von interaktiven Installationen, die Besucher*innen zur Teilnahme und Interaktion anregen. Bewertet wird die Kreativität, die Benutzerfreundlichkeit, die technische Umsetzung und die Wirkung auf die Besucher*innen. Motion Design für räumliche Erfahrungen umfasst die kreative Gestaltung von animierten visuellen Inhalten, die Grafik, Text und Bild in Bewegung setzen, um komplexe Botschaften verständlich und ästhetisch ansprechend zu vermitteln.	Im Fokus steht die Fähigkeit, durch dynamisches Design Aufmerksamkeit zu erzeugen, emotionale Resonanz zu schaffen und das Erlebnis zu intensivieren.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
10	AR/VR	Diese Unterkategorie würdigt herausragende Leistungen im Bereich der Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) für Spatial Experiences. AR/VR-Technologien ermöglichen es, immersive Markenerlebnisse zu schaffen, bei denen digitale Inhalte nahtlos mit der physischen Welt (AR) oder in einer vollständig virtuellen Umgebung (VR) interagieren.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
11	CREATIVE CODING	Diese Unterkategorie würdigt den Einsatz von Creative Coding im Bereich Spatial Experiences. Creative Coding bezieht sich auf die Nutzung von Programmierung als kreatives Werkzeug, um dynamische, interaktive und oft datengetriebene visuelle Erlebnisse zu schaffen.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
12	AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN SPATIAL EXPERIENCES	Bewertung des KI-Einsatzes in allen Craft für Digital Media Solutions Unterkategorien: Diese Unterkategorie würdigt den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) zur Unterstützung kreativer Prozesse in räumlichen Erlebnissen. Bewertet wird, wie effektiv und innovativ KI eingesetzt wird, um Architektur, Innenraumgestaltung, Ausstellungskonzeption oder Eventproduktion zu verbessern und kreative Prozesse zu unterstützen.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



Pflicht
Optional

Kategoriedefinitionen

Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Teilnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. Länge Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen						

12 CRAFT FOR PUBLISHING

Craft for Publishing umfasst die handwerklichen, gestalterischen und technischen Fähigkeiten, die für die Erstellung, Gestaltung und Produktion von gedruckten und digitalen Publikationen erforderlich sind. In dieser Kategorie werden die einzelnen Disziplinen bewertet, die zur visuellen und inhaltlichen Qualität von Büchern, Magazinen, Zeitungen, digitalen Publikationen und anderen redaktionellen Produkten beitragen. Es geht darum herausragende kreative und technische Einzelleistungen in der Publikationsgestaltung zu würdigen, die die Inhalte auf bestmögliche Weise kommunizieren und gleichzeitig die Leser ästhetisch ansprechen.

Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

1 ART DIRECTION FOR PUBLISHING

Diese Unterkategorie würdigt die kreative Leitung und visuelle Führung bei der Entwicklung von Verlagsprodukten (Editorial & Corporate).

Bewertet wird die kreative Vision, die Konsistenz und wie gut die visuelle Kommunikation die Inhalte vermittelt. Art Direction umfasst die ganzheitliche Gestaltung und Sicherstellung einer kohärenten visuellen Sprache.

1 Print Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 Integrated Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2 WRITING & STORYTELLING

Diese Unterkategorie würdigt herausragende Leistungen im Bereich des Schreibens und der Inhaltserstellung für Publikationen.

Bewertet wird die kreative und effektive Nutzung von Sprache, die Fähigkeit, fesselnde Geschichten zu erzählen und die Relevanz und Qualität der Inhalte.

1 Print Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



✓ Pflicht ✓ Optional		Kategoriedefinitionen																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
3	Social Media																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								</

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv		Casefilm max. Länge	Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL
✓ Pflicht ✓ Optional		Kategoriedefinitionen													
5 GRAPHIC DESIGN In dieser Unterkategorie werden herausragende kreative grafische Leistungen im Bereich Editorial Design ausgezeichnet. Bewertet wird die kreative und ansprechende Gestaltung von Zeitschriften, Zeitungen, Büchern und anderen Publikationen, einschließlich Layout, Bildauswahl und typografischer Gestaltung.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
6 TYPOGRAPHY Diese Unterkategorie umfasst die handwerklichen Fähigkeiten und das künstlerische Talent auf dem Gebiet der Typografie. Bewertet wird der funktionale Einsatz von Schriftarten, Schriftgrößen und Schriftanordnungen, um Lesbarkeit und ästhetische Qualität zu gewährleisten. Vor allem aber auch die Originalität in der Gestaltung des Mediums Schrift.															
1 Digital Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
2 Social Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
3 TV/Film Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
4 Integrated Media		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
7 PRINTING TECHNIQUES FOR PUBLISHING Diese Unterkategorie würdigt innovative und hochwertige Drucktechniken, die in Publikationen angewendet werden. Bewertet wird die technische Präzision, die kreative Nutzung von Druckverfahren und die Gesamteffektivität der Druckqualität.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
8 DIGITAL PUBLISHING Diese Unterkategorie umfasst die handwerklichen Fähigkeiten und die technische Umsetzung von digitalen Publikationen, einschließlich E-Books, Online-Magazinen und anderen digitalen Medien. Bewertet wird die Benutzerfreundlichkeit, die interaktive Gestaltung und die technische Umsetzung.															
1 E-Books		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
2 E-Magazin		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



</
--

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

☒ Pflicht ☒ Optional		Kategoriedefinitionen													
2 SET & PRODUCTION DESIGN															
Diese Unterkategorie würdigt die kreative Gestaltung und Planung von Sets und Szenenbildern, die zur visuellen Ästhetik und Erzählung der Produktion beitragen.															
Bewertet wird die Originalität, Detailgenauigkeit und wie gut das Design zur Gesamtproduktion passt.															
1 Broadcasting			☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
2 Streaming			☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
3 CINEMATOGRAPHY															
Diese Unterkategorie umfasst die Kameraführung und Beleuchtung, die zur visuellen Qualität und Stimmung der Produktion beitragen.															
Bewertet wird die technische Präzision, Kreativität und wie gut die visuelle Erzählung unterstützt wird.															
1 Broadcasting			☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
2 Streaming			☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
4 SCRIPT & STORY															
Diese Unterkategorie umfasst die Entwicklung von Skripten, Geschichten und Inhalten, die die Erzählung und Botschaft der Produktion tragen.															
Bewertet wird die Kreativität, Originalität und wie gut die Inhalte zur Gesamtproduktion passen.															
1 Broadcasting			☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
2 Streaming			☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
5 EDITING															
Diese Unterkategorie würdigt den Schnitt und die Postproduktion, die den Erzählfluss und die visuelle Kohärenz sicherstellen.															
Bewertet wird die technische Ausführung, Kreativität und wie gut der Schnitt zur Gesamtproduktion beiträgt.															
1 Broadcasting			☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
2 Streaming			☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



✓ ✓ Pflicht ✓ Optional	Kategoriedefinitionen														Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minima	Maxima	Motiv/B/Drucksee	Casefiln	Beschre	Thumb	PAUSCH				
		6 AUDIO DESIGN & MUSIC																													
		Diese Unterkategorie umfasst die Gestaltung und Mischung von Ton, die zur Atmosphäre und Klarheit der Produktion beitragen.																													
		Bewertet wird die technische Präzision, Kreativität und wie gut der Ton die Erzählung unterstützt.																													
1 Broadcasting																✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-			
2 Streaming																✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-			
		7 VISUAL EFFECTS (VFX)																													
		Diese Unterkategorie umfasst die Erstellung und Integration von visuellen Effekten, die die visuelle Erzählung und Glaubwürdigkeit der Produktion verbessern.																													
		Bewertet wird die technische Ausführung, Kreativität und wie gut die Effekte zur Gesamtproduktion beitragen.																													
1 Broadcasting																✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-			
2 Streaming																✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-			
		8 ON-AIR DESIGN																													
		Diese Unterkategorie würdigt die Erstellung von Animationen und bewegten Grafiken, die zur visuellen Dynamik und Informationsvermittlung einer Show oder Sendung beitragen.																													
		Bewertet wird die technische Präzision, Kreativität und wie gut die Animationen zur Gesamtproduktion passen.																													
1 Broadcasting																✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-			
2 Streaming																✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-			
		9 TITEL DESIGN																													
		Diese Unterkategorie würdigt die Gestaltung von Titelsequenzen (Vorspann) einer Sendung.																													
		Bewertet wird die Originalität, Kreativität und wie gut der Vorspann zur Sendung passt.																													
1 Broadcasting																✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-			
2 Streaming																✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-			

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

✓ Pflicht ✓ Optional		Kategoriedefinitionen													
10 LIGHTING DESIGN															
Diese Unterkategorie würdigt die Gestaltung und Implementierung von Beleuchtungskonzepten, die zur visuellen Ästhetik und Stimmung beitragen.															
Bewertet wird die technische Präzision, Kreativität und wie gut die Beleuchtung zur Gesamtproduktion passt.															
1 Broadcasting			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Streaming			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
11 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN BROADCASTING AND STREAMING															
Bewertung des KI-Einsatzes in allen Craft für Broadcasting and Streaming Unterkategorien: Diese Unterkategorie würdigt den Einsatz von KI in allen Bereichen der Broadcasting and Streaming-Produktion.															
Bewertet wird die Effektivität, Kreativität und wie gut der KI-Einsatz zur Gesamtproduktion beiträgt.															
14 CRAFT FOR FILM & VIDEO															
Craft for Film and Video umfasst die handwerklichen und kreativen Fähigkeiten, die für die Produktion von Film- und Videoinhalten erforderlich sind. In dieser Kategorie werden herausragende Leistungen in den Bereichen Kamera, Regie, Drehbuch, Schnitt, Sounddesign, visuelle Effekte (VFX), Beleuchtung, Bühnenbild, Kostümdesign, Schauspiel etc. ausgezeichnet.			Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.												
1 DIRECTION															
Diese Unterkategorie umfasst die künstlerische und technische Leitung von Film- und Videoproduktionen.															
Bewertet wird die Vision des Regisseurs, die Führung der Darsteller, die inszenatorische Qualität und die Fähigkeit, die erzählerische und emotionale Wirkung des Films zu maximieren.															
1 Digital Media			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Social Media			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 TV/Film Media			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 other			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



✓ Pflicht ✓ Optional		Kategoriedefinitionen													Film		Audio		URL		Board		Motiv		Exponat		Minimal		Maximal		Motiv/B/Druckservice		Casefilm		Beschreibung		Thumbnail		PAUSCHALE	
															max. 600 S		max. 600 S		Link		PDF/JPG		PDF/JPG		JPG & muss						45€/Board									
2 SCRIPT & STORY																																								
Diese Unterkategorie würdigt herausragende Leistungen im Bereich des Schreibens und der Inhaltserstellung für Film- und Videoproduktionen.																																								
Bewertet wird die kreative und effektive Dramaturgie, die Nutzung von Sprache, die Fähigkeit, fesselnde Geschichten zu erzählen und die Relevanz und Qualität der Inhalte.																																								
1 Digital Media												✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓			695,-												
2 Social Media												✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓			695,-												
3 TV/Film Media												✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓			695,-												
4 other												✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓			695,-												
3 SET & PRODUCTION DESIGN																																								
Diese Unterkategorie würdigt die kreative und handwerkliche Gestaltung von Film- und Videoproduktionen.																																								
Bewertet wird das Set-Design, die Ausstattung und die visuelle Inszenierung, die zur Schaffung einer glaubwürdigen und ansprechenden Umgebung beitragen.																																								
1 Digital Media												✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓			695,-												
2 Social Media												✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓			695,-												
3 TV/Film Media												✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓			695,-												
4 other												✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓			695,-												
4 CINEMATOGRAPHY																																								
Diese Unterkategorie umfasst die technische und künstlerische Umsetzung der Kameraführung in Film- und Videoproduktionen.																																								
Bewertet wird die Bildkomposition, die Kamerabewegung, die Beleuchtung und die visuelle Ästhetik, die die erzählerische Wirkung unterstützen.																																								
1 Digital Media												✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓			695,-												
2 Social Media												✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓			695,-												
3 TV/Film Media												✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓			695,-												

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



✓ Optional	Kategoriedefinitionen													
4 other	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
5 EDITING														
Diese Unterkategorie würdigt herausragende Leistungen im Bereich der Film- und Videobearbeitung.														
Bewertet wird der Schnitt, die Montage, der Rhythmus und die Kontinuität, die zur Erzählung der Geschichte und zur emotionalen Wirkung beitragen.														
1 Digital Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 Social Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 TV/Film Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4 other	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
6 AUDIO & SOUND DESIGN														
Diese Unterkategorie umfasst die kreative und technische Gestaltung des Tons in Film- und Videoproduktionen.														
Bewertet wird die Qualität und Originalität der Soundeffekte, die Mischung der Tonspuren und die Gesamtklanglandschaft, die die visuelle Erzählung unterstützt														
1 Digital Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 Social Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
3 TV/Film Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
4 other	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
7 MUSIC														
Diese Unterkategorie würdigt die Komposition von Originalmusik für Film- und Videoproduktionen.														
Bewertet wird die musikalische Kreativität, die Kompositionsqualität und die Fähigkeit der Musik, die emotionale Wirkung der visuellen Erzählung zu verstärken.														
1 Digital Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	
2 Social Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-	

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

✓ ✓ Pflicht Optional		Kategoriedefinitionen													
		Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Expona JPG & mus	Minima	Maxim		Motiv/E Druckse 45€/Board	Casefil	Beschre max. 1.500	Thumbr	PAUSCH
2	Social Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
3	TV/Film Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
4	other	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
11 COSTUME DESIGN															
Diese Unterkategorie würdigt die Gestaltung von Kostümen für Film- und Videoproduktionen.															
Bewertet wird die kreative und handwerkliche Qualität der Kostüme, ihre historische und kontextuelle Genauigkeit und ihr Beitrag zur Charakterentwicklung und visuellen Ästhetik.															
1	Digital Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
2	Social Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
3	TV/Film Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
4	other	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
12 LIGHTING DESIGN															
Diese Unterkategorie umfasst die kreative und technische Gestaltung der Beleuchtung in Film- und Videoproduktionen.															
Bewertet wird die Qualität der Beleuchtung, ihre Fähigkeit, die Stimmung und Atmosphäre zu beeinflussen und die visuelle Erzählung zu unterstützen.															
1	Digital Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
2	Social Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
3	TV/Film Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-
4	other	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	695,-

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen														Film	Audio	URL	Board	Motiv	Expos	Minima	Maxima	Motiv/B	Druckse	Casefil	Beschre	Thumbr	PAUSCH			
13 ACTING																															
Die Unterkategorie „Acting“ würdigt herausragende schauspielerische Leistungen in filmischen Kommunikationsmaßnahmen, wie beispielsweise Werbung, Imagefilmen oder Online-Videos.																															
Bewertet wird die Fähigkeit der Schauspieler Charaktere überzeugend zu verkörpern, Emotionen präzise zu vermitteln und die Botschaft des Films durch ihre Performance zu verstärken.																															
1 Digital Media																							1	5			180				695,-
2 Social Media																							1	5			180				695,-
3 TV/Film Media																							1	5			180				695,-
4 other																							1	5			180				695,-
14 CASTING																															
Diese Unterkategorie würdigt herausragende Leistungen bei der Auswahl und Besetzung von Darsteller:innen für filmische Kommunikationsmaßnahmen, wie Werbung, Unternehmensfilme oder digitale Kampagnen etc..																															
Bewertet wird, wie gut die gewählten Schauspieler oder Models zur Markenbotschaft und zur kreativen Idee passen, sowie deren Eignung, um das emotionale und narrative Ziel der Produktion überzeugend zu unterstützen.																															
1 Digital Media																							1	5			180				695,-
2 Social Media																							1	5			180				695,-
3 TV/Film Media																							1	5			180				695,-
4 other																							1	5			180				695,-
15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN FILM AND VIDEO																															
Bewertung des KI-Einsatzes in allen Craft für Film and Video Unterkategorien: Diese Unterkategorie würdigt den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) zur Unterstützung kreativer Prozesse in der Film- und Videoproduktion.																															
Bewertet wird, wie effektiv und innovativ KI eingesetzt wird, um Produktion, Kameraführung, Schnitt, Sounddesign, Musikkomposition, visuelle Effekte und andere kreative Prozesse zu verbessern und zu unterstützen.																															
																							1	5			180				695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



Pflicht
Optional

Kategoriedefinitionen

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Teilnahmegebühren
Film max. 600 Sek.				
Audio max. 600 Sek.				
URL Link				
Board PDF/JPG				
Motiv PDF/JPG				
Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen				
Minimale Anzahl				
Maximale Anzahl				
Motiv/Board über Druckservice 45€/Board/Motiv				
Casefilm max. Länge				
Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen				
Thumbnail				
PAUSCHAL				

15 CRAFT FOR AUDIO

In der Kategorie „Craft for Audio“ werden herausragende spezifische handwerkliche und kreative Leistungen im Bereich der Audioproduktion für unterschiedliche Kommunikationsformate wie Werbung, Film, Podcast, digitale Medien etc. ausgezeichnet. Bewertet werden u.a. die Qualität des Sounddesigns, die technische Umsetzung sowie die kreative Integration von Audioelementen, die maßgeblich zur emotionalen Wirkung und Unterstützung der Kommunikationsziele beitragen.

Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

1 DIRECTION

Diese Unterkategorie umfasst die künstlerische und technische Leitung von Audioproduktionen.

Bewertet wird die kreative Vision des Regisseurs, die Führung der Sprechenden, Einsatz von Sound und Musik, die inszenatorische Qualität und die Fähigkeit, die erzählerische und emotionale Wirkung des Films zu maximieren.

1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 Video		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2 SCRIPT & STORY

Diese Unterkategorie würdigt herausragende Leistungen im Bereich des Schreibens und der Inhaltserstellung für Audioproduktionen.

Bewertet wird die kreative und effektive Dramaturgie, die Nutzung von Sprache, die Fähigkeit, fesselnde Geschichten zu erzählen und die Relevanz und Qualität der Inhalte.

1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen	Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Expos JPG & mus	Minima	Maxima	Motiv/B/ Druckse 45€/Board	Casefiln	Beschr max. 1.500	Thumbr	PAUSCH
4 Video		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 SOUND DESIGN														
Diese Unterkategorie würdigt die kreative und technische Gestaltung von Soundeffekten und Klanglandschaften.														
Bewertet wird die Originalität, die Qualität der Soundeffekte und deren Beitrag zur Verstärkung der erzählerischen und emotionalen Wirkung des Projekts.														
1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 Video		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 AUDIO EDITING & MIXING														
Diese Unterkategorie umfasst die Kunst und Technik des Schneidens und Mischens von verschie- denen Tonspuren, um Dramaturgie und/oder ein harmonisches und ausgewogenes Klangerlebnis zu schaffen.														
Bewertet wird die Klarheit, die Balance und die dynamische Gestaltung des Mixes.														
1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 Video		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



Pflicht
Optional

Kategoriedefinitionen

✓ Pflicht ✓ Optional		Kategoriedefinitionen																		
Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.																				
		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren					
Film	max. 600 Sek.	Audio	max. 600 Sek.	URL	Link	Board	PDF/JPG	Motiv	PDF/JPG	Exponat	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice	45€/Board/Motiv	Casefilm max. Länge	Beschreibungstext	max. 1.900 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL
5 NEW MUSIC																				
New Music umfasst die Komposition und Produktion originaler Musikstücke, die speziell für den Einsatz in unterschiedlichen Kommunikationsmaßnahmen wie Werbung, Film, Video, digitalen Medien oder Events entwickelt werden. Ziel ist es, durch maßgeschneiderte Musik eine einzigartige Atmosphäre zu schaffen, die die Botschaft und Emotionen des Projekts verstärkt und eine starke Verbindung zur Zielgruppe herstellt.																				
Bewertet werden die kreative Qualität, Originalität und Passgenauigkeit der Komposition sowie ihre Fähigkeit, die gewünschte Stimmung und Wirkung zu erzeugen und die Kommunikationsziele optimal zu unterstützen.																				
1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	✓	695,-
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	✓	695,-
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	✓	695,-
4 Video		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	✓	695,-
6 MUSIC ADAPTION																				
Music Adaptation bezieht sich auf die kreative Neuinterpretation und Anpassung bestehender Musikwerke für den Einsatz in unterschiedlichen Kommunikationsmaßnahmen, wie Werbung, Film, oder digitalen Medien. Dabei geht es darum, Musik gezielt auf die jeweilige Botschaft, Zielgruppe und Stimmung abzustimmen, um eine starke emotionale Wirkung zu erzielen.																				
Bewertet werden die Originalität und kreative Nutzung des Werks, die Passgenauigkeit zur jeweiligen Anwendung sowie der Mehrwert, den die Musik zur Verstärkung der Aussagekraft der Kommunikationsmaßnahme beiträgt.																				
1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	✓	695,-
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	✓	695,-
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	✓	695,-
4 Video		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			180	✓	✓	✓	695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



	Pflicht Optional	Kategoriedefinitionen														
7 VOICEOVER & NARRATION																
Diese Unterkategorie umfasst die kreative und technische Gestaltung von Voiceover- und Erzählstimmen.																
Bewertet wird die Stimmqualität, die Interpretation des Textes und die Fähigkeit, die gewünschte Botschaft klar und wirkungsvoll zu vermitteln.																
1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓		695,-	
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓		695,-	
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓		695,-	
4 Video		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓		695,-	
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓		695,-	
8 PODCAST PRODUCTION																
Diese Unterkategorie umfasst die Produktion von Podcasts, von der Konzeption über die Aufnahme bis hin zur Bearbeitung.																
Bewertet wird die Qualität der Produktion, die Kreativität und die Fähigkeit, die Zuhörer*innen zu fesseln und zu informieren.																
1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓		695,-	
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓		695,-	
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓		695,-	
4 Video		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓		695,-	
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓		695,-	
9 RADIO PRODUCTION																
Diese Unterkategorie würdigt die Produktion von Radiosendungen.																
Bewertet wird die technische Qualität, die Kreativität in der Gestaltung der Sendung und die Fähigkeit, ein fesselndes und informatives Hörerlebnis zu schaffen.																
1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓		695,-	

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

✓ Pflicht ✓ Optional	Kategoriedefinitionen	Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Expos JPG & mus	Minima	Maxima	Motiv/B Druckse 45€/Board	Casefil	Beschre max. 1.500	Thumbr	PAUSCH
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 Video		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
10 AUDIO LOGO Die Kategorie „Audio Logo“ würdigt herausragende Leistungen in der Gestaltung und Produktion von prägnanten, wiedererkennbaren und markenrelevanten akustischen Signaturen. Audio Logos sind kurze Klangsequenzen, die eine Marke in wenigen Sekunden hörbar machen und ihr eine eindeutige akustische Identität verleihen. Bewertet wird die Kreativität, Prägnanz und Einprägsamkeit des Audio Logos sowie seine Fähigkeit, die Markenidentität und -botschaft klar zu kommunizieren und emotional zu verstärken.														
1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 Video		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
11 AUDIO BRANDING/CORPORATE SOUND DESIGN Audio Branding bezieht sich auf die gezielte Gestaltung und den Einsatz von Klang und Musik zur Stärkung der Markenidentität und -kommunikation. Es umfasst die Entwicklung von individuellen Audio-Elementen wie Audio-Logos, Markenmelodien, Stimmen oder Soundscapes, die eine Marke akustisch wiedererkennbar machen und eine emotionale Verbindung zur Zielgruppe herstellen. Bewertet werden Originalität, Konsistenz, Wiedererkennungswert und die Fähigkeit des Audio Brandings, die Markenwerte und -botschaften effektiv zu transportieren und in verschiedenen Kontexten und Medien konsistent zu funktionieren.														
1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

2. CRAFT



Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.

Pflicht		Kategoriedefinitionen														
Optional			Film max. 600 S	Audio max. 600 S	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exposat JPG & mus	Minima	Maxima		Motiv/B Druckse 45€/Board	Casefiln	Beschre max. 1.500	Thumbr	PAUSCH
4	Video								1	5			180			695,-
5	other								1	5			180			695,-
12 INTEGRATED AUDIO PRODUCTION Die Kategorie Integrated Audio Production würdigt herausragende Audioproduktionen, die sich durch eine ganzheitliche und kreative Umsetzung auszeichnen. Hierbei werden alle Elemente wie Musik, Sprache, Soundeffekte und deren Zusammenspiel betrachtet. Bewertet wird die harmonische Integration dieser Komponenten, die Qualität der Produktion sowie die kreative Nutzung von Audio.																
1	Broadcasting								1	5			180			695,-
2	Radio/TV								1	5			180			695,-
3	Streaming								1	5			180			695,-
4	Video								1	5			180			695,-
5	other								1	5			180			695,-
13 ARTIST/BRAND PARTNERSHIP Diese Kategorie würdigt herausragende Kollaborationen zwischen Künstler und Marken im Audiobereich. Im Fokus stehen kreative Partnerschaften, bei denen Künstler mit ihrem einzigartigen Stil und ihrer künstlerischen Vision zur Markenkommunikation beitragen. Bewertet wird, wie gut die Zusammenarbeit zwischen Künstler und Marke harmoniert, inwieweit sie den Markenkern stärkt und in welcher Weise die künstlerische Integrität erhalten bleibt.																
1	Broadcasting								1	5			180			695,-
2	Radio/TV								1	5			180			695,-
3	Streaming								1	5			180			695,-
4	Video								1	5			180			695,-
5	other								1	5			180			695,-

2. CRAFT

Die Kategorie „Craft“ würdigt die handwerklichen, technischen und gestalterischen Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die konzeptionelle Ideen zu gestalten. Bewertet wird die kreative Umsetzung, die Qualität der Ausführung und die ästhetische Gestaltung. Ziel ist es, spezifische kreative Leistungen und damit handwerkliches Können zu identifizieren und zu würdigen.



✓ Pflicht ✓ Optional		Kategoriedefinitionen											Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice		Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)		Teilnahmegebühren	
		Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exposat	Minima	Maxima	Motiv/B/Druckservice	Casefilm	Beschreibung	Thumbnail	PAUSCHAL								
		max. 600 S	max. 600 S	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen					max. 1.900 Zeichen										
14 CASTING																						
Diese Unterkategorie würdigt die kreative und präzise Auswahl von Stimmen bzw. Sprecher:innen für audio-basierte Kommunikationsmaßnahmen, wie Werbespots, Podcasts, Hörspiele oder Corporate Audio-Projekte etc.																						
Bewertet wird, wie gut die Stimmen zur Markenbotschaft, zum Ton und zur emotionalen Wirkung des Projekts passen. Entscheidend ist, dass die gewählten Sprecher:innen die richtige Stimmqualität, Authentizität und Ausdruckskraft mitbringen, um die beabsichtigte Wirkung des Audio-Inhalts bestmöglich zu unterstützen.																						
1 Broadcasting		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-								
2 Radio/TV		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-								
3 Streaming		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-								
4 Video		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-								
5 other		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-								
15 AI-ASSISTED CREATIVE PROCESSES IN AUDIO																						
Diese Unterkategorie würdigt den Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) zur Unterstützung kreativer Prozesse im Audiobereich.																						
Bewertet wird, wie effektiv und innovativ KI eingesetzt wird, um Sounddesign, Audiomixing, Musikkomposition, Voiceover, Audiotbearbeitung und andere kreative Prozesse zu verbessern und zu unterstützen.																						
		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-								

3. INDEPENDENT & EXPERIMENT

Die Hauptkategorie „Independent & Experiment“ zeichnet kreative Projekte aus, die unabhängig, ohne konkreten Auftrag oder als Prototypen im Rahmen eines Forschungsprojektes entstanden sind. Die Arbeiten zeichnen sich durch künstlerische Freiheit, Originalität und/oder technische Innovation aus. Bewertet werden die kreative Idee bzw. die Innovationskraft einschließlich der Umsetzung und die Wirkung des Projektes.

16 COMMUNICATION ARTS

1 INDEPENDENT PHOTOGRAPHY

- 1 Fine Art Photography
- 2 Documentary Photography
- 3 Conceptual Photography
- 4 AI-Assisted Creative Processes in Photography

2 INDEPENDENT FILM & VIDEO

- 1 Short Film
- 2 Documentary Film
- 3 Experimental Film

3 INDEPENDENT ANIMATION & MOTION DESIGN

- 1 2D Animation
- 2 3D Animation
- 3 Motion Design

4 INDEPENDENT ILLUSTRATION & GRAPHIC DESIGN

- 1 Illustration
- 2 Poster Art

5 INDEPENDENT DIGITAL & INTERACTIVE PROJECTS

- 1 Interactive Narratives
- 2 Web Experiments
- 3 VR/AR Experiences
- 4 Digital Arts

6 INDEPENDENT AUDIO & MUSIC PROJECTS

- 1 Sound Art
- 2 Music Composition
- 3 Podcast

7 FREE SPATIAL INSTALLATION & INTERVENTION

- 1 Installation Art
- 2 Public Art Projects
- 3 Temporary Spatial Installations

17 TECHNOLOGICAL EXPERIMENT

1 DIGITAL MEDIA SOLUTION PROTOTYPES

2 AI-ASSISTED PROTOTYPES

3 CREATIVE TECHNOLOGY PROTOTYPES

3. INDEPENDENT & EXPERIMENT

Die Hauptkategorie „Independent & Experiment“ zeichnet kreative Projekte aus, die unabhängig, ohne konkreten Auftrag oder als Prototypen im Rahmen eines Forschungsprojektes entstanden sind. Die Arbeiten zeichnen sich durch künstlerische Freiheit, Originalität und/oder technische Innovation aus. Bewertet werden die kreative Idee bzw. die Innovationskraft einschließlich der Umsetzung und die Wirkung des Projektes.

- ☒ Pflicht
- ☐ Optional

Kategoriedefinitionen

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice		Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)		Teilnahmegebühren	
Film	max. 600 Sek.	Audio	max. 600 Sek.	URL	Link	Board	PDF/JPG	Motiv	PDF/JPG
Exponat	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice	45€/Board/Motiv	Casefilm max. Länge	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL

16 COMMUNICATION ARTS

Diese Oberkategorie umfasst freie kreative Arbeiten an der Schwelle zur Kunst in verschiedenen Bereichen der Kommunikation.

Bewertet wird die kreative Gestaltung, die konzeptionelle Tiefe und die technische Qualität der Werke.

1 INDEPENDENT PHOTOGRAPHY

Die Kategorie „Independent Photography“ zeichnet Fotoprojekte aus, die unabhängig, ohne konkreten Auftrag oder in einem Forschungsprojekt als Prototypen entstanden sind. Im Fokus stehen künstlerische Freiheit, Originalität und/oder technische Innovation.

Bewertet werden Idee, Umsetzung und Wirkung.

1 Fine Art Photography	Künstlerische Fotografieprojekte, die durch ihre ästhetische Qualität und konzeptionelle Tiefe überzeugen. Bewertet wird die kreative Vision und die technische Umsetzung.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	11	☒		☒	☒	695,-
2 Documentary Photography	Dokumentarische Fotografieprojekte, die gesellschaftliche, kulturelle oder persönliche Geschichten erzählen. Bewertet wird die erzählerische Kraft und die technische Qualität der Bilder.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	11	☒		☒	☒	695,-
3 Conceptual Photography	Konzeptuelle Fotografieprojekte, die durch innovative Ideen und konzeptionelle Ansätze auffallen. Bewertet wird die Originalität und die Klarheit der konzeptionellen Umsetzung.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	11	☒		☒	☒	695,-
4 AI-Assisted Creative Processes in Photography	In dieser Kategorie wird der Einsatz von Künstlicher Intelligenz im kreativen Prozess der Fotografie gewürdigt. Bewertet werden die Kreativität, die technische Umsetzung und der Beitrag der KI zur kreativen Vision.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	11	☒		☒	☒	695,-

2 INDEPENDENT FILM & VIDEO

1 Short Film	Freie Kurzfilme, die durch ihre erzählerische Kraft und künstlerische Umsetzung überzeugen. Bewertet wird die Kreativität, die Regie und die technische Qualität.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
2 Documentary Film	Freie Dokumentarfilme, die durch ihre tiefgründige Erzählweise und informative Inhalte beeindrucken. Bewertet wird die narrative Tiefe und die technische Umsetzung.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
3 Experimental Film	Freie experimentelle Filme, die durch ihre innovative Erzählweise und unkonventionellen Ansätze hervorstechen. Bewertet wird die Originalität und die künstlerische Umsetzung.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-

3 INDEPENDENT ANIMATION & MOTION DESIGN

Bewertet werden Arbeiten, die unabhängig, ohne konkreten Auftrag oder in einem Forschungsprojekt als Prototypen entstanden sind. Im Fokus stehen künstlerische Freiheit, Originalität und technische Innovation, wobei Idee, Umsetzung und Wirkung im Vordergrund stehen.

1 2D Animation	Freie 2D-Animationsprojekte, die durch ihre kreative Gestaltung und technische Präzision beeindrucken. Bewertet wird die Animationstechnik und die visuelle Kreativität.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
2 3D Animation	Freie 3D-Animationsprojekte, die durch ihre innovative Nutzung von 3D-Technologie und kreativen Ansätze überzeugen. Bewertet wird die technische Umsetzung und die kreative Gestaltung.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-
3 Motion Design	Freie Motion-Graphics-Projekte, die durch ihre dynamische visuelle Gestaltung und kreative Animationen beeindrucken. Bewertet wird die kreative Idee und die technische Umsetzung.	☒	☒	☒	☒	☒	☒	1	5		180	☒	☒	695,-

3. INDEPENDENT & EXPERIMENT

Die Hauptkategorie „Independent & Experiment“ zeichnet kreative Projekte aus, die unabhängig, ohne konkreten Auftrag oder als Prototypen im Rahmen eines Forschungsprojektes entstanden sind. Die Arbeiten zeichnen sich durch künstlerische Freiheit, Originalität und/oder technische Innovation aus. Bewertet werden die kreative Idee bzw. die Innovationskraft einschließlich der Umsetzung und die Wirkung des Projektes.

✓ Pflicht ✓ Optional		Kategoriedefinitionen										Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimal	Maximal	Motiv/Board	Casefilm	Beschreibung	Thumbnail	PAUSCHALE	
4 INDEPENDENT ILLUSTRATION & GRAPHIC DESIGN																									
Bewertet werden Arbeiten, die unabhängig, ohne konkreten Auftrag oder in einem Forschungsprojekt als Prototypen entstanden sind. Im Fokus stehen künstlerische Freiheit, Originalität und technische Innovation, wobei Idee, Umsetzung und Wirkung im Vordergrund stehen.																									
1 Illustration		Freie Illustrationen, die durch ihre kreative Gestaltung und technische Präzision beeindrucken. Bewertet wird die kreative Vision und die technische Umsetzung.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Poster Art		Freie Plakatkunst, die durch ihre visuelle Wirkung und kreative Gestaltung auffällt. Bewertet wird die Originalität und die gestalterische Qualität.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
5 INDEPENDENT DIGITAL & INTERACTIVE PROJECTS																									
Unabhängige, freie Projekte die durch ihre Exzellenz, Neuartigkeit und Originalität bestechen																									
1 Interactive Narratives		Freie interaktive Erzählungen, die durch ihre innovative Nutzung von Interaktivität und kreative Erzählweise beeindrucken. Bewertet wird die kreative Idee und die technische Umsetzung.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Web Experiments		Freie Web-Experimente, die durch ihre innovative Nutzung von Webtechnologien und kreative Ansätze überzeugen. Bewertet wird die technische Umsetzung und die kreative Gestaltung.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 VR/AR Experiences		Freie VR/AR-Erlebnisse, die durch ihre immersive Qualität und kreative Nutzung von VR/AR-Technologien beeindrucken. Bewertet wird die technische Umsetzung und die immersive Qualität.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
4 Digital Arts		Freie digitale Kunstprojekte, die durch ihre innovative Nutzung digitaler Technologien und kreative Ansätze überzeugen. Bewertet wird die technische Umsetzung und die künstlerische Gestaltung.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
6 INDEPENDENT AUDIO & MUSIC PROJECTS																									
1 Sound Art		Freie Klangkunstprojekte, die durch ihre innovative Nutzung von Klängen und kreative Gestaltung überzeugen. Bewertet wird die kreative Idee und die technische Umsetzung.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Music Composition		Freie Musikkompositionen, die durch ihre musikalische Qualität und kreative Gestaltung beeindrucken. Bewertet wird die kreative Vision und die technische Umsetzung.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Podcast		Freie Podcasts, die durch ihre erzählerische Kraft und technische Qualität überzeugen. Bewertet wird die kreative Gestaltung und die technische Umsetzung.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
7 FREE SPATIAL INSTALLATION & INTERVENTION																									
Alle Arten räumlicher Inszenierungen, die keinem konkreten Thema zugeschrieben werden können und in unabhängigem, experimentellen oder sozialen Kontext entstanden sind.																									
1 Installation Art		Freie Installationskunstprojekte, die durch ihre innovative Nutzung von Räumen und kreative Gestaltung beeindrucken. Bewertet wird die kreative Idee und die technische Umsetzung.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
2 Public Art Projects		Freie Kunstprojekte im öffentlichen Raum, die durch ihre gesellschaftliche Relevanz und kreative Gestaltung überzeugen. Bewertet wird die kreative Idee und die Wirkung auf die Öffentlichkeit.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
3 Temporary Spatial Installations		Freie temporäre Rauminstallationen, die durch ihre innovative Nutzung von Räumen und kreative Gestaltung beeindrucken. Bewertet wird die kreative Idee und die technische Umsetzung.										✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

3. INDEPENDENT & EXPERIMENT

Die Hauptkategorie „Independent & Experiment“ zeichnet kreative Projekte aus, die unabhängig, ohne konkreten Auftrag oder als Prototypen im Rahmen eines Forschungsprojektes entstanden sind. Die Arbeiten zeichnen sich durch künstlerische Freiheit, Originalität und/oder technische Innovation aus. Bewertet werden die kreative Idee bzw. die Innovationskraft einschließlich der Umsetzung und die Wirkung des Projektes.

- ☒ Pflicht
- ☒ Optional

Kategoriedefinitionen

Bestandteile							Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Teilnahmegebühren		
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv/Board über Druckservice	Casefilm max. Länge	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen			45€/ Board /Motiv		max. 1.500 Zeichen		
✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-
✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		180	✓	✓	695,-

Allgemeine
Teilnahmebedingungen

Allgemeine Teilnahmebedingungen

Veranstalter*in 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*innen, Personen oder Firmen mit Arbeiten, an denen sie urheberrechtlich beteiligt waren. Der/Die Einreicher*in 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 2024 und dem 15. Februar 2025 erstmals veröffentlicht wurden. Arbeiten aus Januar 2024, die bereits zum ADC Wettbewerb 2024 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/einer Auftraggeber*in – 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/die Auftraggeber*in vom/von der Einreicher*in 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/die ausländische Urheber*in 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/von der Einreicher*in 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/die Einreicher*in 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):	DEUTED33XXX

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 Auftraggeber*innen nachzufragen. Weiter behält sich der ADC das Recht vor, auch ohne Rücksprache mit dem/die Einreicher*in Einzeleinreichungen zu Kampagnen bzw. Serien zusammenzufassen, Kategorieänderungen vorzunehmen und Credits redaktionell zu bearbeiten.

Pflichten und Haftung des/der Einreicher*in

Der/Die Einreicher*in ist verpflichtet, alle Urheber*innen, 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, gesamtschuld-

nerisch. 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 und damit der ADC Wettbewerb enden mit der Beendigung der Grands Prix Wahlen. Plagiats- und Dublettenhinweise sind an das ADC Wettbewerbsteam zu richten. Der/Die Einreicher*in versichert, unter den registrierten Kontaktdaten mindestens bis Ende September 2025 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*innen, 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/die Einreicher*in 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/die vom/ von den Einreicher*innen angegebenen Nagelabholer*in. Nicht abgeholte Nägel werden dem/der Einreicher*in einmalig kostenfrei an die Einreicher*innenadresse 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*in des Wettbewerbs, und stimmt der Ausübung der Rechte sowie dem Verleih oder Verkauf der auf allen Medien übertragenen Arbeiten durch den ADC, den ADC Verlag, den ADC of Europe oder durch den vom ADC offiziell beauftragten Verlag oder Vertrieb zu. Eine Ausübungspflicht zulasten des ADC ist mit der Rechteeinräumung nicht verbunden. Der/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/der Auftraggeber*in 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*innen 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.

einzuräumen. Der ADC beabsichtigt, alle eingesandten Arbeiten auf dem ADC Festival im Mai 2025 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*in des Wettbewerbs zu nutzen. Bis zur Bearbeitung der Rücksendungen nach dem ADC Festival behält der ADC die Arbeiten in seinem Besitz. Ferner werden alle Gewinner*innenarbeiten veröffentlicht und/oder öffentlich zugänglich gemacht, insbesondere im Rahmen der ADC Gallery, ADC Virtual Gallery 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

Salzufer 15-16
 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

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