



*Ab*

*ADC Wettbewerb 2019*

**Teilnahmebedingungen**

Teilnahmeschluss:

*15. Januar 2019*

## Liebe kreative *Menschen*,

Designer, Magazinmacher, Regisseure, Komponisten, Fotografen, Illustratoren, Szenografen,  
Innenarchitekten, Interfacedesigner, Entwickler, Werber, Art Direktoren & Texter, ...  
liebe Agenturen, Studios, Verlage, Filmproduktionen, Freelanceteams, Unternehmen,  
Marken & Start-ups, ...  
liebe Kolleginnen und Kollegen,

### **euer Wettbewerb startet wieder.**

Der ADC Wettbewerb ist Deutschlands wichtigster Kreativwettbewerb.  
Und er ist euer Forum. Jeder hat die Chance, Nägel zu gewinnen – unabhängig davon, ob man als  
neues Studio das erste Mal einreicht oder sich als renommierte Agentur seit Jahren hier beweist.  
Hier zählt nur, dass ihr das Beste gebt, was ihr habt: eure Arbeiten.  
Über 350 Juroren in 27 transparent gewählten und ausgewogen besetzten Jurys werden sich die  
Arbeiten anschauen, diskutieren und prämiieren.  
Mehrere tausend Einreichungen von Agenturen und Unternehmen aus Deutschland, Österreich und  
der deutschsprachigen Schweiz gingen 2018 ins Rennen um die ADC Nägel.  
Das Ergebnis: 50 goldene, 91 silberne und 200 bronzene Nägel sowie 245 Auszeichnungen.

### **Jetzt seid ihr dran!**

Im Art Directors Club für Deutschland (ADC) e.V. sind die führenden kreativen Köpfe des Landes  
vereint. Sie kommen aus allen Disziplinen, wie digitale Medien, Werbung, Design, Editorial,  
audiovisuelle Medien sowie räumliche Inszenierung, und bilden die Jury des ADC Wettbewerbs.  
Somit ist es eine erstklassige Gelegenheit, euch mit eurer Arbeit zu behaupten und in der  
Kreativbranche sowie in Rankings auf euch aufmerksam zu machen.

Im Rahmen des ADC Festivals im Mai 2019 werden eure prämierten Arbeiten dann in einer  
zweiwöchigen Ausstellung im Museum der Arbeit in Hamburg und auf der Bühne der ADC Award  
Show präsentiert. Das bedeutet, dass sich ca. 20.000 Leute eure Gewinnerarbeiten live anschauen  
werden.  
Zudem werden sie in unserer Gewinnergalerie sowie in der ADC App digital für alle sichtbar  
veröffentlicht.

### **Das ADC Festival in Hamburg ist auch euer Festival.**

Denn hier treffen wir uns alle. Das größte und wichtigste kreative Branchenevent im  
deutschsprachigen Raum bietet euch mit verschiedenen Veranstaltungen wie dem zweitägigen  
Kongress, der Expo, Open Space, der Award Show und der After Show Party ein inspirierendes und  
abwechslungsreiches Programm.

### **Mit eurer guten Arbeit fängt das alles an.**

**Also: Reicht ein und zeigt der Welt, wie gut ihr seid!**

## Heinrich Paravicini

### **ADC Präsident**

Art Directors Club für Deutschland (ADC) e.V.



# Allgemeine Informationen

<i>Jurierung &amp; Gewinn</i>	01
Key Dates	02
<i>Festivalübersicht</i>	03
Wettbewerbsregeln	04
<i>Einreichungsprozess</i>	05
Teilnahmegebühren & Zusatzleistungen	06
<i>Präsentationsformate</i>	08
Allgemeine Teilnahmebedingungen	36

# Kategorien & Definitionen

<i>Kategorieübersicht</i>	18
Printmedien	20
<i>Audiovisuelle Medien</i>	21
Digital	23
<i>Dialogmarketing / Promotion / Media</i>	25
Branded Content / PR	26
<i>Kommunikation im Raum</i>	27
Event	29
<i>Design</i>	30
Editorial	31
<i>Craft</i>	33
Integrated / Innovation	34

## Jurierung & Gewinn

**Die hochkarätige Jury tagt zwei Tage im Mai 2019 während des ADC Festivals in Hamburg und setzt sich ausschließlich aus ADC Mitgliedern, den führenden Köpfen der deutschsprachigen Kreativbranche, zusammen. Jeder der 27 Jurys steht ein Juryvorsitzender vor, der die jeweilige Jury bei der Wahl der fünf Grands Prix vertritt. Der gesamten Jury steht der ADC Jury Chairman vor.**

### *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?

### *Ehrungen*

Auszeichnung	für eine Arbeit, die den ADC Kriterien entspricht.
Bronze	für eine außerordentlich kreative Arbeit in ihrer jeweiligen Kategorie.
Silber	für eine Arbeit, die in ihrer Kategorie Maßstäbe setzt.
Gold	für eine Arbeit, die besonders herausragend ist und ihre jeweilige Kategorie neu definiert.
Grand Prix	für eine bahnbrechende Arbeit, die unter den jeweiligen Goldprämierungen in den Bereichen Werbung, Film und Ton, Design, Editorial, digitale Medien und Kommunikation im Raum heraussticht.

### *Für deine Teilnahme erhältst du*

- **eine Bewertung durch eine hochkarätige Jury, bestehend aus über 370 ADC Mitgliedern**
- **die Veröffentlichung deiner Arbeit in der ADC App**

### *Bei einer Prämierung erhältst du darüber hinaus*

- **die Veröffentlichung deiner Arbeit in der ADC Gewinnergalerie**
- **pro Einreichung eine Gewinnerurkunde und einen ADC Nagel (Gewinnstufen: Bronze, Silber, Gold, Grand Prix) an die Einreicheradresse**
- **ein digitales Gewinner-Kit in der jeweiligen Gewinnstufe**
- **freien Eintritt nach rechtzeitiger namentlicher Anmeldung eines Preisabholers und eines Kunden zur ADC Award Show für Bronze-, Silber-, Gold-Gewinner sowie freien Eintritt nach rechtzeitiger namentlicher Anmeldung des Preisabholers für Gewinner bei Eigenwerbung und in den Craft-Kategorien; Informationen: [adc.de/gewinnerinfo](http://adc.de/gewinnerinfo)**
- **die kostenlose Teilnahme am ADC of Europe für Gold-Gewinner sowie vergünstigte Teilnahme bei Auszeichnung und für Bronze- und Silber-Gewinner; Informationen: [adceurope.org](http://adceurope.org)**

Im Falle eines Gewinnes entstehen keine zusätzlichen Kosten!

## Key Dates

*Öffnung der Teilnehmepattform*

**6. November 2018**  
[adc-wettbewerb.de](http://adc-wettbewerb.de)

*Early Bird 10 %*

**bis 20. November 2018**

*Offizieller Teilnahmeschluss*

**15. Januar 2019**

*Late Fee / zzgl. 120.-€*

**bis 29. Januar 2019**

**ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM**  
**1. JANUAR – 31. DEZEMBER 2018**

*Offizieller Teilnahmeschluss*

**12. Februar 2019**

**ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM**  
**1. – 31. JANUAR 2019**

*Credit-Anpassungen*

**5. März 2019**

## ADC

*Jurysitzung*

**21.–22. Mai 2019**  
Volksparkstadion (HSV),  
Sylvesterallee 7  
22525 Hamburg

*Bekanntgabe der Shortlist*  
*Bekanntgabe Gewinner (bis Silber)*

**21. Mai 2019**  
**22. Mai 2019**  
jeweils ab 23:00 Uhr  
per Mail (Einreicheradresse) und in der [ADC App](#)

*Award Show*

**24. Mai 2019**  
Verleihung der Nägel  
Bekanntgabe aller Gold und Grand Prix Gewinner

21. MAI / DIENSTAG	22. MAI / MITTWOCH	23. MAI / DONNERSTAG	24. MAI / FREITAG	25. MAI / SAMSTAG – 2. JUNI / SONNTAG
10:00 – 19:00	10:00 – 19:00		09:00 – 12:00	10:00 – 17:00
<b>1. JURYTAG</b> HSV – Sylvesterallee 7	<b>2. JURYTAG</b> HSV – Sylvesterallee 7		<b>GRAND PRIX WAHLEN</b> Kampnagel – Jarrestr. 20	<b>AUSSTELLUNG</b> Museum der Arbeit – Wiesendamm 3
		10:00 – 18:00	10:00 – 17:00	
		<b>KONGRESS</b> <b>EXPO</b> <b>OPEN SPACE</b> Kampnagel – Jarrestr. 20		
		13:00 – 15:00	09:00 – 17:00	
		<b>VERNISSAGE AUSSTELLUNG</b> Museum der Arbeit – Wiesendamm 3	<b>AUSSTELLUNG</b> Museum der Arbeit – Wiesendamm 3	
		15:00 – 17:00	20:00 – 22:30	
		<b>AUSSTELLUNG</b> Museum der Arbeit – Wiesendamm 3	<b>AWARD SHOW</b> Kampnagel – Jarrestr. 20	
		18:00	22:30 – 04:00	
		<b>JUNIOR PREISVERLEIHUNG</b> Kampnagel – Jarrestr. 20	<b>AFTER SHOW PARTY</b> Kampnagel – Jarrestr. 20	

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de  
www.adc.de

## Wettbewerbsregeln

<i>Erstellungszeitraum</i>	Teilnehmen können ausschließlich Arbeiten, welche zwischen dem <b>1. Januar 2018 und dem 31. Januar 2019</b> in Deutschland, Österreich, Luxemburg oder der deutschsprachigen Schweiz veröffentlicht oder entwickelt wurden.
<i>Mehrfacheinreichung</i>	Arbeiten können mehrfach in unterschiedlichen Hauptkategorien eingereicht werden, jedoch nur <b>einmal pro Subkategorie</b> .
<i>Anonymität</i>	Die Arbeiten müssen für die Jury <b>anonym</b> aufbereitet werden. Die Nennung von Lead Agenturen oder sonstiger beteiligter Agenturen (z. B. anhand von Logos, Zeigen von „Botschaftern“) auf Einreichungsmaterial (außer bei Eigenwerbung) ist <b>nicht zulässig</b> . Nicht anonyme Einreichungen in den Jurysitzungen führen zum Wettbewerbsausschluss.
<i>Gebühren</i>	Die Teilnahmegebühren und sonstige Zusatzgebühren fallen <b>für jede Einreichung/Subkategorie</b> gesondert an.
<i>Zusammenhängende Inhalte</i>	Eine Einreichung muss sich auf <b>eine Arbeit oder eine zusammenhängende Kampagne/Serie</b> beziehen. Die Einreichung nicht zusammenhängender Arbeiten als Kampagne/Serie – auch für denselben Kunden – ist nicht zulässig.
<i>Kennzeichnung</i>	Der Einreicher ist dazu aufgefordert, zusammenhängende Arbeiten in unterschiedlichen Kategorien mit Hilfe der Anwendung „ <b>Weitere Kategorie</b> “ anzulegen und so kenntlich zu machen, dass es sich um ein <b>Projekt/Kampagne</b> handelt. Zu Präsentationszwecken ermittelt der ADC die erfolgreichsten Projekte des Wettbewerbes. Die Letztentscheidung, was als Projekt gilt, obliegt dem ADC.
<i>Digitale Freigabe &amp; Zusendungen</i>	Einreichungen müssen zuerst online angelegt und vom Einreicher verbindlich freigegeben werden. Nach der Freigabe prüft das ADC Team die digitale Einreichung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln. Anschließend sendet der Einreicher <b>innerhalb von 7 Werktagen</b> alle Unterlagen (mit dem physischen Material) an das ADC Büro.
<i>Einreichungszulassung</i>	Einreichungen sind erst zum Wettbewerb zugelassen, wenn <b>alle relevanten Einreichungsbestandteile und Unterlagen</b> im ADC Büro eingegangen sind sowie die Gebühren bezahlt wurden.

## Einreichungsprozess

- |   |   |
|---|---|
| <p><i>01</i> Jede Arbeit muss online angelegt werden: Als Einreicher unter <a href="http://adc-wettbewerb.de">adc-wettbewerb.de</a> registrieren und die Rechnungsadresse bestimmen.</p> <p><i>02</i> Kategorie auswählen, Auftraggeber, Produktname und Titel der Arbeit angeben sowie ggf. persönliche Auftragsnummer vergeben. Optionale Rücksendung von physischem Einreichungsmaterial veranlassen.</p> <p><i>03</i> Veröffentlichungsdatum festlegen, Kurzbeschreibung anlegen (Aufgabe, Idee, Lösung max 1.500 Zeichen insgesamt).</p> <p><i>04</i> Namen aller Beteiligten in den Credits angeben.</p> <p><i>05</i> Anzahl der digitalen Teile (Board, Motiv, 3D, Film, Spot, Audio, URL) festlegen<br/><b>Achtung:</b> Hinweise beachten! <a href="#">Siehe Übersicht –Uploadformate &amp; Gebühren</a>.</p> <p><i>06</i> Einreichung speichern.<br/>Mit Beginn des Uploads der Teile können u.a die Kategorien nicht mehr geändert werden.</p> <p><i>07</i> Uploads durchführen und Titel der Teile vergeben.</p> | <p><i>08</i> Einreichung verbindlich freigeben. Es ist möglich, mehrere Einreichungen gesammelt freizugeben, indem man diese markiert.</p> <p><i>09</i> Nach digitaler Prüfung auf Einhaltung der <a href="#">Wettbewerbsregeln</a> seitens des ADC Teams erhält der Einreicher per E-Mail alle relevanten Unterlagen.</p> <p><i>10</i> Alles ausdrucken! Barcodes, Adressetiketten, Rechnung, Einsendeliste und Einsendeblatt.<br/><b>Achtung:</b> Bitte unterschreiben!</p> <p><i>11</i> Physisches Material entsprechend aufbereiten und mit <b>Barcodes</b> versehen (<a href="#">siehe physische Präsentationsformate</a>) oder den <b>Druckservice</b> <a href="http://adc.creativeprinting.de">adc.creativeprinting.de</a> nutzen.</p> <p><i>12</i> Einsendeblatt, Einsendeliste und physisches Material gut verpacken, um Versandbeschädigungen zu vermeiden. Für das physische Material kann auch der Druckservice genutzt werden.<br/>Informationen unter: <a href="http://adc.creativeprinting.de">adc.creativeprinting.de</a></p> <p><i>13</i> Alle Unterlagen <b>innerhalb von 7 Werktagen</b> zum ADC Büro schicken.<br/><b>Achtung:</b> Bitte Adressetiketten verwenden!</p> |
|---|---|

**Achtung:**  
Zwischenspeichern und finale Freigabe nicht vergessen!

Bei Fragen jeglicher Art das ADC Wettbewerbsteam anrufen!

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

E-Mail:  
[wettbewerb@adc.de](mailto:wettbewerb@adc.de)



Teilnahmegebühren &  
*Zusatzleistungen*

## Teilnahmegebühren & Zusatzleistungen

Teilnahmegebühren werden pro Einreichung erhoben und variieren je nach Kategorie, Teile-Anzahl und Freigabe-Datum in der Teilnahmeplattform (siehe [Key Dates](#)).  
**Gewinnen beim ADC Wettbewerb kostet nicht extra!**

### ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM 1. JANUAR – 31. DEZEMBER 2018

*Bis 20.11.2018  
Early Bird / 10 %*

automatischer Nachlass auf der Rechnung  
pro Einreichung / Kategorie bei Freigabe

*15.01.2019  
Offizieller Teilnahmeschluss*

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

*Bis 29.01.2019  
Late Fee / zzgl. 120,- €*

automatische Erhebung auf der Rechnung  
pro Einreichung / Kategorie bei Freigabe

### ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM 1. – 31. JANUAR 2019

*12.02.2019  
Offizieller Teilnahmeschluss*

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

Es können weitere Gebühren entstehen:

*Zusatzpräsentation*

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

*Rücksendung*

**70,- €**  
Aktivierung über die Teilnahmeplattform an die Einreicheradresse.  
Sendungsrückläufer werden nur nach Absprache und  
auf Kosten des Einreichers erneut verschickt.

*Bearbeitung von  
Korrekturen*

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

**90,- € (geringfügig)**

Austausch pro JPG / URL / Pappe / 3D  
Austausch pro Kurzbeschreibung, Textmanuskript  
Korrekturen von Pappen (z. B. Zuschnitt)  
Rechnungsänderung  
**170,- € (umfassend)**

Kategoriewechsel  
Austausch pro Film / Casofilm / Audio

# Präsentationsformate

## Digitale Präsentationsformate

**Jede Einreichung besteht aus Teilen, die in digitaler Form in der Teilnahmeplattform hinterlegt werden und gegebenenfalls physisch nachgereicht werden müssen. Die Teilnahmegebühren variieren pro Kategorie je nach Anzahl der Teile.**

**Folgende Teil-Formate können zusammengestellt werden:**

### *Teile*

Jede Einreichung besteht aus Teilen, die in digitaler Form in der Teilnahmeplattform hinterlegt werden und gegebenenfalls physisch nachgereicht werden müssen. Pro Einreichung können bis zu 8 Teile (in den Teilnahmegebühren enthalten) zusammengestellt und angelegt werden. Bei jeder Einreichung besteht die Möglichkeit, die Anzahl der Teile bis auf 15 zu erweitern (Ausgeschlossen sind Einreichungen mit max. einem Teil). Kosten: 335,00€ je weiteres Teil.

Folgende Teil-Formate stehen zur Auswahl:

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

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

- Präsentationsbild
- Beschreibungstext
- Casefilm
- Textmanuskript
- Zusatzpräsentation

### *Board*

Das Board ist eine Übersicht, die anhand von Visualisierungen und Text (max. 100 Wörter) die Bestandteile des Projektes verständlich macht. Es wird bei der Anmeldung in digitaler Form (JPEG) angelegt. Kategorien, die eine physische Einsendung (A2 quer) des Boards erfordern, sind der Übersicht – Präsentationsformate zu entnehmen.

**Querformat, JPEG, RGB**

**mind. 1024 Pixel pro Bildkante und nicht mehr als insgesamt 2048 Pixel.**



*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 (JPEG) hinterlegt. Kategorien, die eine physische Einsendung (A2 hoch/quer) des Motivs erfordern, sind der Übersicht – Präsentationsformate zu entnehmen.

**Hoch- oder Querformat, JPEG, RGB  
mind. 1024 Pixel pro Bildkante und nicht mehr als insgesamt 2048 Pixel.**



*3D*

Ein 3D ist ein innerhalb des Projektes entstandenes Produkt (Beispiele: Magazin, Kalender, Packaging, Mailing u. v. m.). Es wird als Teil in digitaler Form (JPEG) mit einer Abbildung angelegt. Kategorien, die ein 3D erfordern, sind der Übersicht – Präsentationsformate zu entnehmen. Der physische Versand des Belegexemplares ist in dieser Kategorie Pflicht.

**Hoch- oder Querformat, JPEG, RGB  
mind. 1024 Pixel pro Bildkante und nicht mehr als insgesamt 2048 Pixel.**



*Film/Spot*

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

**max. 600 Sek.**

Beispiel – Film/Spot

	Film SD 4:3	Film SD 16:9	Film HD	Film Full HD
<b>Auflösung</b>	768 x 576 Px	1024 x 576 Px	1280 x 720 Px	1920 x 1080 Px
<b>Level</b>	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
<b>Datenrate max.</b>	7500 kbit/Sek.	7500 kbit/Sek.	15 000 kbit/Sek.	15 000 kbit/Sek.

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

*Audio*

Eine innerhalb des Projektes entstandene Audio-Datei.

**max. 600 Sek.**

Beispiel – Audio

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

*URL*

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

**Aktiv bis Ende Mai 2019**

**Angabe bei Passwort-geschützten Seiten –  
Benutzer: adcwettbewerb / Passwort: adc2019**

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

Beispiel – Website  
Beispiel – Social Media  
Beispiel – Download  
Beispiel – Film

*Präsentationsbild*

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

**Hoch- oder Querformat, JPEG, RGB  
mind. 1024 Pixel pro Bildkante und nicht mehr als insgesamt 2048 Pixel.**

*Beschreibungstext*

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

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

*Casefilm*

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

[Übersicht – Präsentationsformate](#) zu entnehmen

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

[Beispiel – Casefilm](#)

*Textmanuskript*

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

[Übersicht – Präsentationsformate](#) zu entnehmen.

**max. 7000 Zeichen inklusive Leerzeichen**

*Zusatzpräsentation*

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

**Specs siehe jeweiliges Format**

## Physische Präsentationsformate

### Physisches Einreichungsmaterial

Kategorien, die physisches Einreichungsmaterial für Boards, Motive und 3Ds erfordern, sind der [Übersicht – Präsentationsformate](#) zu entnehmen.

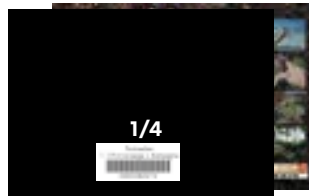
Nach der Freigabe prüft das ADC Team die digitale Aufbereitung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln. Anschließend erhält der Einreicher via E-Mail folgende Unterlagen:

- **Einsendeblatt (pro Einreichung) – ausdrucken**
  - **Einsendeliste (alle Einreichungen) – ausdrucken und unterschreiben**
  - **Barcode für jedes angelegte Teil – ausdrucken und am physischen Teil anbringen. Bei digitalen Teilen (Film, Spot, Audio, URL) ein separates leeres Blatt benutzen.**
  - **Adressetiketten – ausdrucken und an Versandmaterial anbringen**
- Innerhalb von 7 Werktagen müssen alle Unterlagen mit dem physischen Material im ADC Büro eintreffen ([siehe Einreichungsprozess](#)).

### Board/Motiv

Ein physisches Board / Motiv zeigt das als Teil angelegte JPEG auf einer Pappe.

- **schwarze, starre Pappe oder schwarze Leichtschaumplatte**
- **Barcode auf Rückseite der Pappe anbringen**
- **mehrteilige Einreichungen nach Reihenfolge durchnummerieren (1/4, 2/4, 3/4 usw.)**



#### BOARD

DIN A2 quer (420 mm x 594 mm)

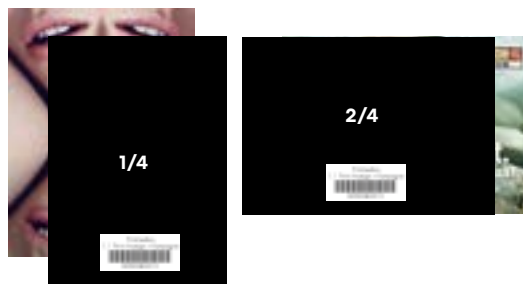
#### Oder den Druckservice nutzen:

Preis pro Pappe:

26,- € zzgl. MwSt.

+ 3,- € zzgl. MwSt. (Versand)

Informationen: [adc.creativeprinting.de](http://adc.creativeprinting.de)



#### MOTIV

DIN A2 quer  
(420 mm x 594 mm)

DIN A2 hoch  
(594 mm x 420 mm)

### 3D

Ein physisches 3D ist das Belegexemplar stellvertretend für das als Teil angelegte JPEG.

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

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



# Uploadformate & Gebühren

**TEILE:** Film-/Spotdatei, Audiodatei, URL Link, JPG Datei mit Motiv/Board, 3D JPG (Bild vom 3D Bestandteil).

**ANZAHL TEILE:** Gibt die minimale und maximale Anzahl der Teile pro Kategorie vor. Bei Pauschalen Einreichungen kann die Anzahl der Teile für einen Aufpreis von 335,00€ pro Teil auf maximal 15 Teile erhöht werden, (Ausgeschlossen sind alle Einreichungen mit einer maximalen Teileanzahl von einem Teil).

- \* **Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.**
- \*\* **Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV / Kino Kampagne / Einzelspot ist ausgeschlossen.**
- \*\*\* **Eine weitere Einreichung in der Kategorie Onlinefilm ist ausgeschlossen.**
- \*\*\*\* **Plakat Digital als Motiv anlegen und Originale bis „A0“ zusenden.**

**PHYSISCHE EINREICHUNG:** Das Teil physisch an das ADC Büro senden (siehe Seite 13 der Teilnahmebedingungen).  
Motiv/Board – Das als Teil hochgeladene JPG auf eine Pappe aufziehen oder über den Druckservice bestellen [adc.creativeprinting.de](http://adc.creativeprinting.de).  
3D – Das als JPG hochgeladene 3D als

Belegexemplar an das ADC Büro senden.

**DIGITALE PRÄSENTATION:** Casefilme, Zusatzpräsentationen, Textmanuskripte, Kurzbeschreibung und Präsentationsbild gelten NICHT als Teil und müssen dem ADC nur digital vorliegen.

**TEILNAHMEGEBÜHREN:** In einigen Kategorien ist es möglich, nur für ein Teil zu bezahlen. Ab dem zweiten Teil der Einreichung wird die Einreichung pauschal abgerechnet.

	Teile			Anzahl Teile		Physische Einreichung	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren			
	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv JPEG	3D JPEG		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Teil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO TEIL
<b>1. Printmedien</b>														
<b>1. Print-Anzeige</b>														
1				Motiv		2	8	✓		Casefilm		✓	✓	945.-
2				Motiv		2	8	✓		Casefilm		✓	✓	945.-
3				Motiv		1	1	✓		Casefilm		✓	✓	425.-
4				Motiv		1	1	✓		Casefilm		✓	✓	425.-
5				Board / Motiv		1	15	✓		Casefilm		✓	✓	335.-
<b>2. Print-Anzeige – Craft</b>														
				Motiv		1	15	✓		Casefilm		✓	✓	210.-
<b>3. Out-of-Home</b>														
1				Motiv		2	8			Casefilm		✓	✓	945.-
2				Motiv		1	1			Casefilm		✓	✓	425.-
3				Board		1	15		✓			✓	✓	335.-
4				Board / Motiv		1	15			Casefilm		✓	✓	335.-
5				Board / Motiv		1	15			Casefilm		✓	✓	335.-
6				Board / Motiv		1	15			Casefilm		✓	✓	335.-
<b>4. Out-of-Home – Craft</b>														
1				Motiv		1	15			Casefilm		✓	✓	210.-
2				Motiv		1	15			Casefilm		✓	✓	210.-
3				Motiv		1	15			Casefilm		✓	✓	210.-
4				Motiv		1	15			Casefilm		✓	✓	210.-
5				Board / Motiv		1	15			Casefilm		✓	✓	210.-
6				Board / Motiv		1	15			Casefilm		✓	✓	210.-
<b>2. Audiovisuelle Medien</b>														
<b>1. Film</b>														
1	✓					2	8			Casefilm		✓	✓	975.-
2	✓					1	1			Casefilm		✓	✓	610.-
3	✓					1	15			Casefilm		✓	✓	610.-
4	✓					1	15			Casefilm		✓	✓	610.-
5	✓					1	15			Casefilm		✓	✓	610.-
6	✓					1	15			Casefilm		✓	✓	210.-
7	✓					1	15			Casefilm		✓	✓	610.-
8	✓					1	15			Casefilm		✓	✓	335.-
9	✓					1	15		✓			✓	✓	335.-

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de  
www.adc.de

✓	Pflicht
✓	Optional
✓	und / oder

	Teile					Anzahl Teile		Physische Einrei- chung	Präsentationsformate				Teilnahme- gebühren		
	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv JPEG	3D JPEG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Teil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO TEIL
2. Film – Craft	✓					1	15			Casefilm				210.-	
3. Audio															
1 Radio Kampagne		✓				2	8			Casefilm	✓	✓	✓		870.-
2 Radio Einzelspot		✓				1	1			Casefilm	✓	✓	✓		335.-
3 Podcast / Webcast		✓	✓			1	15			Casefilm	✓	✓	✓	335.-	
4 Innovative Nutzung von Audio		✓				1	15			Casefilm	✓	✓	✓	335.-	
4. Audio – Craft		✓				1	15			Casefilm	✓	✓	✓	210.-	
5. Musik / Sound	✓	✓				1	15			Casefilm		✓	✓	210.-	
3. Digital															
1. Digitale Kommunikation															
1 Digitale Kampagne	✓	✓	✓	Board		2	8		✓			✓	✓		870.-
2 Display-Ad			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	335.-	
3 Interaktiver Onlinefilm	✓			Board		1	15		✓			✓	✓	335.-	
4 Microsite			Website	Board		1	2			Casefilm		✓	✓		455.-
5 Unternehmenswebsite			Website	Board		1	2			Casefilm		✓	✓		455.-
6 Digitale Installation			✓	Board		1	8		✓	Film / Audio		✓	✓		455.-
7 VR- / AR-Experience	✓		✓	Board		1	8		✓			✓	✓		610.-
8 Games			✓	Board		1	8		✓			✓	✓		455.-
9 Innovative Nutzung von digitalen Medien			✓	Board		1	8		✓	Film / Audio		✓	✓		455.-
2. Social Media															
1 Social-Media-Aktivierung			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	335.-	
2 Einzel-Post*			✓	Board		1	1		✓			✓	✓	335.-	
3 Influencer-Marketing			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	335.-	
4 Innovative Nutzung von Social Media			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	335.-	
3. Digitale Produkte/Services															
1 Onlinebusiness			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	455.-	
2 Webservices			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	455.-	
3 App / Mobile Anwendung			Download	Board		1	15			Casefilm		✓	✓	455.-	
4 Internet of Things			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	455.-	
5 Innovative Nutzung von digitalen Produkten / Services			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	455.-	
4. Digital – Craft															
1 Interface-Design			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	210.-	
2 Usability			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	210.-	
3 Digitale Animation			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	210.-	
4 Sounddesign			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	210.-	
5 Innovative Technologie			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	210.-	
6 Innovative Nutzung von Daten			✓	Board		1	15		✓			✓	✓	210.-	
4. DIALOGMARKETING / PROMOTION / MEDIA															
1. Dialogmarketing															
1 Dialog Print-Anzeige B2C				Board		1	4	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335.-	610.-
2 Dialog Print-Anzeige B2B				Board		1	4	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335.-	610.-
3 Dialog Mailing B2C					✓	1	4	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335.-	610.-
4 Dialog Mailing B2B					✓	1	4	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335.-	610.-
5 Dialog Mail Digital B2C	✓	✓	✓	Board		1	4			Casefilm		✓	✓	335.-	610.-

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

	Teile						Anzahl Teile		Physische Einreichung	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren		
	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv JPEG	3D JPEG		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Teil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO TEIL
6 Dialog Mail Digital B2B	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4			Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335.-	610.-
7 Dialog Broadcast	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335.-	610.-
8 Dialog Digital			<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335.-	610.-
9 Dialog Social Media / Network			<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335.-	610.-
10 Dialog Mobile			<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335.-	610.-
11 Dialog Crossmediale Kampagne	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		870.-
12 Dialog Alternative	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335.-	610.-
2. Promotion				Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	15	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335.-	
3. Innovativ Nutzung von Medien				Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
<b>5. BRANDED CONTENT / PR</b>																
<b>1. Branded Content/Entertainment</b>																
1 Publikationen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
2 Event / Live Experience	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
3 Video-Content	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
4 Audio-Content		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
5 Games			<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
6 Social-Media-Aktivierung			<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
2. PR	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
3. Real Time Advertising	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
<b>6. Kommunikation im Raum</b>																
1. Exhibition Experience themenbezogen				Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
2. Exhibition Experience markenbezogen				Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
3. Exhibition Experience themenbezogen – Craft				Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		335.-
4. Exhibition Experience markenbezogen – Craft				Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		335.-
5. Spatial Experience				Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
6. Spatial Experience – Craft				Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		335.-
<b>7. Event</b>																
1. Event Experience				Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
2. Event Experience – Craft				Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		335.-
<b>8. DESIGN</b>																
<b>1. Design Interdisziplinär</b>																
1 Corporate Identity / Visual Identity				Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		335.-
2 On-Air-Design-Package	<input checked="" type="checkbox"/>			Board			2	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		335.-
3 Digitales Mediendesign	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Board			1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		455.-
<b>2. Design Disziplin</b>																
1 Logodesign / Keyvisual				Motiv / Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	15	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	
2 Kunst- / Kultur- / Veranstaltungsplakat ****				Motiv			1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
3 Kalender					<input checked="" type="checkbox"/>		1	15	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	
4 Packaging / Branding				Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
5 Promotional Packaging & Sonderformen				Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
6 Produktdesign				Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
7 Einzelarbeiten / Collaterals				Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
8 Fashion- / Textildesign				Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
9 Design-Innovation				Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
10 Raumdesign				Board	<input checked="" type="checkbox"/>		1	15	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	
11 Broschüre / Katalog					<input checked="" type="checkbox"/>		1	15	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	
12 Bericht					<input checked="" type="checkbox"/>		1	15	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	
13 Buch					<input checked="" type="checkbox"/>		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
14 Buchcover				Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
15 Buch- / Broschüre Serie					<input checked="" type="checkbox"/>		2	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		455.-

✓	Pflicht
✓	Optional
✓	und / oder

	Teile				Anzahl Teile		Physische Einreichung	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren			
	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv JPEG	3D JPEG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Teil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO TEIL
<b>3. Design - Craft</b>															
1	Typografie			Board	✓	1	4	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210.-	335.-
2	Schriftgestaltung			Board	✓	1	4	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210.-	335.-
3	Interface-Design		✓	Board		1	4	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210.-	335.-
4	Print / Produktion			Board	✓	1	4	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210.-	335.-
5	Nachhaltiges Design			Board	✓	1	4	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210.-	335.-
6	Infografik / Data-Visualisation			Board		1	4	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210.-	335.-
<b>9. EDITORIAL</b>															
1. Magazin															
2. Zeitung															
1	Ausgabe				✓	1	1	✓		Casefilm		✓	✓	210.-	
2	Jahrgang				✓	2	4	✓		Casefilm		✓	✓	455.-	
3	Coverserie			Motiv		2	15	✓		Casefilm		✓	✓	210.-	
4	Einzelcover			Motiv		1	1	✓		Casefilm		✓	✓	210.-	
5	Beitrag			Motiv	✓	1	4	✓		Casefilm		✓	✓	210.-	455.-
6	Digital		✓	Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	455.-	
7	Medienübergreifend	✓		✓	Board	✓	1	4	✓	Casefilm		✓	✓	610.-	
3. Corporate Publishing - Intern															
4. Corporate Publishing - Extern B2C															
5. Corporate Publishing - Extern B2B															
1	Ausgabe Magazin / Zeitung				✓	1	1	✓		Casefilm		✓	✓	210.-	
2	Jahrgang Magazin / Zeitung				✓	2	4	✓		Casefilm		✓	✓	455.-	
3	Bericht				✓	1	1	✓		Casefilm		✓	✓	210.-	
4	Buch				✓	1	4	✓		Casefilm		✓	✓	210.-	455.-
5	Broschüre / Katalog				✓	1	4	✓		Casefilm		✓	✓	210.-	455.-
6	Digital		✓	Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	455.-	
7	Medienübergreifend	✓		✓	Board	✓	1	4	✓	Casefilm		✓	✓	610.-	
<b>10. CRAFT</b>															
1. Text															
1	Kampagne			Board / Motiv		2	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	455.-	
2	Einzeltext			Board / Motiv		1	1	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210.-	
2.	Fotografie			Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210.-	455.-
3.	Illustration			Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210.-	455.-
4.	Animation	✓		✓	Board		1	8		✓		✓	✓	210.-	455.-
<b>11. INTEGRATED / INNOVATION</b>															
1.	Ganzheitliche Kommunikation	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓		1.155.-
2.	Next Level	✓	✓	✓	Board		1	4	✓	✓		✓	✓	335.-	610.-
3.	Data Driven Creativity	✓	✓	✓	Board		1	4	✓	✓		✓	✓	335.-	610.-

Kategorien &  
*Definitionen*

1. PRINTMEDIEN	2. AUDIOVISUELLE MEDIEN	3. DIGITAL	4. DIALOGMARKETING / PROMOTION / MEDIA	5. BRANDED CONTENT / PR	6. KOMMUNIKATION IM RAUM	7. EVENT	8. DESIGN	9. EDITORIAL	10. CRAFT	11. INTEGRATED / INNOVATION
1. Print-Anzeige	1. Film	1. Digitale Kommunikation	1. Dialogmarketing	1. Branded Content / Entertainment	1. Exhibition Experience themenbezogen	1. Event Experience	1. Design Interdisziplinär	1. Magazin	1. Text	1. Ganzheitliche Kommunikation
1 Kampagne B2C	1 TV / Kino Kampagne ***	1 Digitale Kampagne	1 Dialog Print-Anzeige B2C	1 Publikationen	2. Exhibition Experience markenbezogen	1 Corporate Event	1 Corporate Identity / Visual Identity	2. Zeitung	1 Kampagne	2. Next Level
2 Kampagne B2B	2 TV / Kino Einzelspot ***	2 Display-Ad	2 Dialog Print-Anzeige B2B	2 Event / Live Experience	1 Museum / Pavillon	2 Employee Event	2 On-Air-Design-Package	1 Ausgabe	2 Einzeltext	3. Data Driven Creativity
3 Einzelmotiv B2C *	3 Point of Sale	3 Interaktiver Onlinefilm	3 Dialog Mailing B2C	3 Video-Content	2 Ausstellung	3 Consumer Event	3 Digitales Mediendesign	2 Jahrgang	2. Fotografie	
4 Einzelmotiv B2B*	4 Film für Unternehmensdarstellung	4 Microsite	4 Dialog Mailing B2B	4 Audio-Content	3 Messeauftritt	4 Public Event	2. Design Disziplin	3 Coverserie	1 Produkt	
5 Innovative Nutzung von Print	5 Onlinefilm **	5 Unternehmenswebsite	5 Dialog Mail Digital B2C	5 Games	4 Exponate und Installationen	5 Promotion Event	1 Logodesign / Keyvisual	4 Einzelcover	2 Fashion	
2. Print-Anzeige – Craft	6 Promotionspot	6 Digitale Installation	6 Dialog Mail Digital B2B	6 Social-Media-Aktivierung	5 Räumliche Intervention	6 Charity Event	2 Kunst- / Kultur- / Veranstaltungsplakat ****	5 Beitrag	3 Architektur	
1 Text	7 Musikvideo	7 VR- / AR- Experience	7 Dialog Broadcast	2. PR	6 Andere	7 Public Relations Event	3 Kalender	6 Digital	4 Porträt	
2 Fotografie	8 Kurzfilm / Sonderformat	8 Games	8 Dialog Digital	1 Kampagne	3. Exhibition Experience themenbezogen – Craft	8 Bühnenshows	4 Packaging / Branding	7 Medienübergreifend	5 Selfpromotion	
3 Illustration	9 Innovative Nutzung von Film	9 Innovative Nutzung von digitalen Medien	9 Dialog Social Media / Network	2 Corporate Communication	4. Exhibition Experience markenbezogen – Craft	9 Sponsorenauftritt	5 Promotional Packaging & Sonderformen	3. Corporate Publishing – interne Kommunikation	6 Editorial	
4 Art Direction	2. Film – Craft	2. Social Media	10 Dialog Mobile	3 Brand-Communication	1 Rauminzenierung	10 Guerilla-Aktion	6 Produktdesign	4. Corporate Publishing – externe Kommunikation-B2C	3. Illustration	
3. Out-of-Home	1 Regie	1 Social-Media-Aktivierung	11 Dialog Crossmediale Kampagne	4 CSR / Krisenkommunikation	2 Storytelling	11 Andere	7 Einzelarbeiten / Collaterals	5. Corporate Publishing – externe Kommunikation-B2B	1 Editorial	
1 Kampagne	2 Kamera	2 Einzel-Post*	12 Dialog Alternative	5 Public Affairs	3 Medien / Film	2. Event Experience – Craft	8 Fashion- / Textildesign	1 Ausgabe Magazin / Zeitung	2 Werbung	
2 Einzelmotiv	3 Schnitt	3 Influencer-Marketing	2. Promotion	6 Influencer / Celebrity	4 VR / AR	1 Rauminzenierung	9 Design-Innovation	2 Jahrgang Magazin / Zeitung	3 Freie Arbeit	
3 Digital Out-of-Home	4 Casting	4 Innovative Nutzung von Social Media	1 Aktion B2C	3. Real Time Advertising	5 Innovative Technologien	2 Storytelling	10 Raumdesign	3 Bericht	4. Animation	
4 Ambient	5 Set- / Production-Design	3. Digitale Produkte / Services	2 Aktion B2B		6 Licht	3 Medien / Film	11 Broschüre / Katalog	4 Buch	1 Animation	
5 Innovative Nutzung von Out-of-Home	3. Audio	1 Onlinebusiness	3 Werbemittel B2C		7 Musik / Sound	4 VR / AR	12 Bericht	5 Broschüre / Katalog	2 Visual Effects (VFX)	
6 Interactive	1 Radio Kampagne	2 Webservice	4 Werbemittel B2B		8 Grafikdesign	5 Innovative Technologien	13 Buch	6 Digital	3 Motion-Graphics	
4. Out-of-Home – Craft	2 Radio Einzelspot	3 App / Mobile Anwendung	3. Innovative Nutzung von Medien		9 Partizipation des Publikums	6 Licht	14 Buchcover	7 Medienübergreifend	4 Innovative Nutzung von Technologie	
1 Text	3 Podcast / Webcast	4 Internet of Things			5. Spatial Experience	7 Musik / Sound	15 Buch- / Broschüre Serie			
2 Fotografie	4 Innovative Nutzung von Audio	5 Innovative Nutzung von digitalen Produkten / Services			1 Hospitality	8 Grafikdesign	3. Design – Craft			
3 Illustration	4. Audio – Craft	4. Digital – Craft			2 Corporate Interieur	9 Partizipation des Publikums	1 Typografie			
4 Art Direction	1 Regie	1 Interface-Design			3 Retail		2 Schriftgestaltung			
5 Innovation	2 Schnitt	2 Usability			4 Outdoor		3 Interface-Design			
6 Digitale Gestaltung	3 Casting	3 Digitale Animation			5 Andere		4 Print / Produktion			
	4 Text	4 Sounddesign			6. Spatial Experience – Craft		5 Nachhaltiges Design			
	5 Innovation der Produktion	5 Innovative Technologien			1 Storytelling		6 Infografik / Data-Visualisation			
	5. Musik / Sound	6 Innovative Nutzung von Daten			2 Medien / Film					
	1 Neue Originalkomposition				3 VR / AR					
	2 Nutzung bestehender Originalmusik				4 Innovative Technologien					
	3 Sounddesign				5 Licht					
	4 Akustisches Markendesign				6 Musik / Sound					
					7 Grafikdesign					
					8 Partizipation des Publikums					

\* Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.  
 \*\* Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV / Kino Kampagne / Einzelspot ist ausgeschlossen.  
 \*\*\* Eine weitere Einreichung in der Kategorie Onlinefilm ist damit ausgeschlossen.  
 \*\*\*\* Plakat Digital als Motiv anlegen und Originale bis „A0“ zusenden.

Jede Arbeit darf pro Subkategorie nur einmal eingereicht werden.

Arbeiten können dennoch in mehreren Hauptkategorien eingereicht werden.

Achtung: Kategorie-spezifische Hinweise in den Definitionen beachten.

KATEGORIEBEREICH
Hauptkategorie
Subkategorie

# Kategorien & Definitionen

## 1. Printmedien

### *1. Print-Anzeige*

Anzeigen, die in Magazinen/Zeitungen erschienen sind.  
Pro Pappe nur ein Motiv aufziehen.

- **1. Kampagne B2C**
- **2. Kampagne B2B**  
Mit mind. 2 Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.
- **3. Einzelmotiv B2C**
- **4. Einzelmotiv B2B**  
Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.
- **5. Innovative Nutzung von Print**  
Außergewöhnliche Media- und Inszenierungsideen im Bereich Print.

### *2. Print-Anzeige - Craft*

- **1. Text**
- **2. Fotografie**
- **3. Illustration**
- **4. Art Direction**

### *3. Out-of-Home*

- **1. Kampagne**  
Mit mind. 2 Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv als Einzelmotiv eingereicht werden.
- **2. Einzelmotiv**  
Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.
- **3. Digital Out-of-Home**  
Verwendung von digitalen Technologien als Grundlage einer Idee.
- **4. Ambient**  
Medien im unmittelbaren Lebensumfeld bestimmter Zielgruppen. Sie begegnen häufig in Situationen, wo nicht mit werblicher Ansprache gerechnet wird.
- **5. Innovative Nutzung von Out-of-Home**  
Bekannte Out-of-Home-Formate, die für außergewöhnliche Media- und Inszenierungsideen genutzt werden.
- **6. Interactive**  
Formate, die mit der Zielgruppe in Interaktion treten.

4. *Out-of-Home - Craft*

- 1. Text
- 2. Fotografie
- 3. Illustration
- 4. Art Direction
- 5. Innovation
- 6. Digitale Gestaltung

## 2. Audiovisuelle Medien

1. *Film*

- **1. TV / Kino Kampagne**  
Mit mind. 2 Filmen.
- **2. TV / Kino Einzelspot**
- **3. Point of Sale**  
Produktwerbung / Produktinformation direkt am Point of Sale (Messen, Stores usw.).
- **4. Film für Unternehmensdarstellung**  
Filme, die Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellen (z. B. Imagefilm).
- **5. Onlinefilm**  
Onlinefilme sind kurze, lineare Filme, die eigens für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden.

Eine weitere Einreichung in den Kategorien Einzelspot und Kampagne ist damit ausgeschlossen. Casefilme sind in dieser Kategorie nicht gewünscht.

Nichtlineare Filme mit multimedialen/interaktiven Bestandteilen in der Kategorie Digitale Kommunikation > Interaktiver Onlinefilm einreichen.

- **6. Promotionspot**  
Einzelspot mit werblicher und informierender Funktion (z. B. aus bestehendem Content Material zusammengeschnitten, wie Kino-Trailer, TV-On-Air-Promos, Image-Trailer, Event-Trailer, Games-Trailer, Sponsoringhinweise).
- **7. Musikvideo**
- **8. Kurzfilm / Sonderformat**  
Filme, die für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert sind, (z. B. Digital Outdoor, Mobiltelefon, Projektion).
- **9. Innovative Nutzung von Film**  
Außergewöhnliche Media- und Inszenierungsideen.



*2. Film - Craft*

- **1. Regie**
- **2. Kamera**
- **3. Schnitt**
- **4. Casting**
- **5. Set- / Production-Design**

*3. Audio*

- **1. Radio Kampagne**  
Mit mind. zwei Spots.
- **2. Radio Einzelspot**
- **3. Podcast / Webcast**  
Werblich genutzte Aufnahmen auf digitalen Datenträgern.  
Bewertet werden Qualität und Stimmigkeit von Produktion und Text.
- **4. Innovative Nutzung von Audio**  
Außergewöhnliche Media- und Inszenierungsideen mit einer Audio-Kernidee.

*4. Audio - Craft*

- **1. Regie**
- **2. Schnitt**
- **3. Casting**
- **4. Text**
- **5. Innovation der Produktion**

*5. Musik / Sound*

- **1. Neue Originalkomposition**  
Neue Musikkomposition, die eigens für Werbenutzung komponiert und produziert wurde. Bewertet wird die kompositorische und kreative Leistung sowie die Produktionsqualität im Zusammenspiel mit der Werbearbeit.
- **2. Nutzung bestehender Originalmusik**  
Bewertet wird die besonders gelungene und kreative Auswahl eines vorbestehenden Musikwerkes, die maßgeblich für die Idee und die Wirkung des Werbefilms, des Funkspots, der Veranstaltung etc. ist.
- **3. Sounddesign**  
Sounddesign und Geräuschcollagen, die eigens für die Werbenutzung designt und produziert wurden. Bewertet wird die kreative und künstlerische Leistung sowie die Produktionsqualität im Zusammenspiel mit der Werbearbeit.
- **4. Akustisches Markendesign**  
Soundlogos, Jingles(-Packages), Sender-Identitäten als komplexe klangliche Inszenierungen und akustische Installationen für Marken und Produkte sowie akustische Markenführung.

## 3. Digital

### 1. Digitale Kommunikation

- **1. Digitale Kampagne**  
Mit mind. 3 digitalen Medienformaten.  
Bestehend aus einem oder mehreren digitalen Kanälen, z. B. Microsite, Social- Media-Aktion, Viral.
- **2. Display-Ad**  
Einzelwerbemittel wie Banner, Interstitials, Pre-Rolls, Homepage Events, Rich-Media-Buchungen etc.  
Arbeiten mit mind. 3 digitalen Medienformaten in der Kategorie Digitale Kampagne einreichen.
- **3. Interaktiver Onlinefilm**  
Filme, die interaktive Entscheidungsszenarien oder miteinander episodentypisch verknüpfte Medieninhalte enthalten.  
Filme ohne multimediale/interaktive Bestandteile in der Kategorie Film > Onlinefilm einreichen.
- **4. Microsite**  
Eine Werbeseite, die unabhängig von einer Unternehmenswebseite mit temporären oder thematisch eingegrenzten Inhalten arbeitet.  
Bewertet wird die Webseite (keine Case-Study-Landingpage).
- **5. Unternehmenswebseite**  
Marken- oder Unternehmensauftritte sowie Portale.  
Bewertet wird die Website (keine Case-Study-Landingpage).
- **6. Digitale Installation**  
Digitalmediale Installationen und Inszenierungen in räumlichen Kommunikationszusammenhängen (Messen, Brandspaces, Museen, Ausstellungen, Bühnen) und im öffentlichen Raum.
- **7. VR- / AR-Experience**  
Immersive Erlebnisse, die den Nutzern neue Sichtweisen und Welten eröffnen.
- **8. Games**  
Digitale Spiele, die im Rahmen von Kampagnen oder Promotions entwickelt wurden oder Werbezwecken dienen.
- **9. Innovative Nutzung von digitalen Medien**  
Arbeiten, die neue Dienste, Geräte oder Interfaces auf unerwartete Weise mit innovativer Technik verbinden, um ungewöhnliche, kreative Interaktionsszenarien zu initiieren.

### 2. Social Media

- **1. Social-Media-Aktivierung**  
Kampagnen, die sich mehrerer Social-Media-Kanäle bedienen.
- **2. Einzel-Post**  
Einzelnes Posting, das durch besondere Kreativität besticht und sich z. B. viral verbreitet.  
Arbeiten mit mehreren Bestandteilen in der Kategorie Social-Media-Aktivierung einreichen.
- **3. Influencer-Marketing**  
Gezieltes Einbinden von Influencern in Markenstrategien zum effizienten Erreichen von Zielgruppen.
- **4. Innovative Nutzung von Social Media**  
Außergewöhnliche Nutzung von Social Media.

### 3. Digitale Produkte/Services

- **1. Onlinebusiness**  
Geschäftsmodelle, die durch einen besonders intelligenten Einsatz digitaler Kanäle überzeugen. Start-up-Ideen oder neue Geschäftsmodelle, die für Produkte, Unternehmen oder eine Kampagne kreiert wurden (z. B. DANKE-MILLION – Tipp24.com)
- **2. Webservices**  
Onlineshops, Konfiguratoren und weitere Webservices, die in Design, User Experience usw. einen besonders nützlichen, kreativen oder ungesesehenen Ansatz verfolgen.
- **3. App / Mobile Anwendungen**  
Apps und mobile Services, die in Design und User-Experience einen besonders nützlichen, kreativen oder ungesesehenen Ansatz verfolgen.  
*Kostenfreien Download-Link als URL anlegen.*
- **4. Internet of Things**  
Smart Services zur Vernetzung von physischen und virtuellen Gegenständen.
- **5. Innovative Nutzung von digitalen Produkten / Services**  
Außergewöhnlicher Einsatz von Technologie bei digitalen Produkten und Services.

### 4. Digital - Craft

- **1. Interface-Design**  
User-Interfaces, die durch ein besonders gutes Design bestechen.
- **2. Usability**  
Arbeiten, die durch eine herausragende, intuitive Nutzerführung bestechen.
- **3. Digitale Animation**  
Bewegt看, das in Größe, Erzählform oder Machart nicht den klassischen Filmstrukturen folgt, z.B. GIFs, Looping-Videos und Cinemagraphs.
- **4. Sounddesign**  
Digitale Arbeiten, die durch ein besonders gutes Sounddesign überzeugen.
- **5. Innovative Technologien**  
Arbeiten mit Schwerpunkt auf dem außergewöhnlichen Einsatz von Technologie im Bereich digitale Medien.
- **6. Innovative Nutzung von Daten**  
Die Auswertung und Interpretation von Daten als handwerkliche Grundlage einer Kommunikationsstrategie.

## 4. Dialogmarketing / Promotion / Media

### 1. Dialogmarketing

Ausschließlich Kundengewinnungsmaßnahmen/Kundenbindungsmaßnahmen, deren Hauptziel es ist, einen direkten Dialog auszulösen.

Verkaufsförderungsmaßnahmen in der Kategorie Promotion einreichen.

- **1. Dialog Print-Anzeige B2C**
- **2. Dialog Print-Anzeige B2B**  
Eine Print-Anzeige, die im Dialog zur Zielgruppe steht.
- **3. Dialog Mailing B2C**
- **4. Dialog Mailing B2B**  
Ein physisches personalisiertes oder nicht personalisiertes Mailing direkt an den Konsumenten.
- **5. Dialog Mail Digital B2C**
- **6. Dialog Mail Digital B2B**  
Eine digitale personalisierte oder nicht personalisierte Mail direkt an den Konsumenten. *Adressdaten bei physischen Mailings anonymisieren.*
- **7. Dialog Broadcast**  
Film und Audio, z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast.
- **8. Dialog Digital**  
E-Mail, E-Newsletter, Microsite etc.
- **9. Dialog Social Media / Network**  
Speziell für ein Social Network oder eine Social Community entwickelte Dialogmaßnahme. Diese nutzen Gruppendynamiken, bedienen sich sozialer Regeln und spielen mit dem Drang, innerhalb eines Social Networks tatsächlich auch zu interagieren, virtuelle Erlebnisse zu teilen etc.
- **10. Dialog Mobile**  
SMS, MMS, Bluetooth und andere mobile Kommunikation.
- **11. Dialog Crossmediale Kampagne**  
Kampagnen und Programme, die das Ziel haben, durch den Einsatz unterschiedlicher, zeitlich und inhaltlich aufeinander abgestimmter Medien (analog und/oder digital) den Konsumenten über verschiedene Kanäle zu einer einheitlichen Reaktion zu bewegen.
- **12. Dialog Alternative**  
Dialogmaßnahmen, die nicht in Print, Mail, Broadcast, Digital, Social Media oder Mobile Marketing passen, und neue mediale Wege gehen.

## 2. Promotion

Eine zeitlich befristete Aktivität, deren Ziel es ist, die Marketingstrategie eines bestimmten Produktes oder einer Dienstleistung zu unterstützen, um zusätzliche Kaufanreize zu schaffen.

- **1. Aktion B2C**
- **2. Aktion B2B**  
Maßnahmen zur direkten Ansprache der Zielgruppen am Point of Sale, auf Messen, auf der Straße, in der Gastronomie oder im Handel, (z. B. Produktpräsentationen, Roadshows, Verkostungen, Probefahrten, Sampling-Aktionen, Gewinnspiele).
- **3. Werbemittel B2C**
- **4. Werbemittel B2B**  
Anfassbare Utensilien, die bei Promotions zum Einsatz kommen. Auch alles, was zur Promotionsausstattung gehört, wie Stände, Outfits, Dekoelemente, Präsentationswände etc.  
Werbemittel als 3D anlegen und Belegexemplar zusenden.

## 3. Innovative Nutzung von Medien

Ideen, die in außergewöhnlicher Weise die klassischen Medien nutzen und diese dadurch neu definieren. Ideen, die neue Medien finden oder erfinden.

# 5. Branded Content / PR

## 1. Branded Content / Entertainment

Informativer und/oder unterhaltender Inhalt, der von einer Unternehmens-/Produktmarke produziert und den Konsumenten auf verschiedenen Kanälen bereitgestellt wird – in Form von Podcasts, YouTube-Channels, redaktionellen Beiträgen etc.

Die Inhalte sollen nicht als klassische Werbung wahrgenommen werden, sondern Ziel ist es, Geschichten und Themen mit emotionaler Wirkung um die eigene Marke bewusst und intelligent aufzubauen, guten Content zu kreieren und eine langfristige Markenbindung zu schaffen.

- **1. Publikationen**
- **2. Event / Live Experience**
- **3. Video-Content**
- **4. Audio-Content**
- **5. Games**
- **6. Social-Media-Aktivierung**

## 2. PR

Bewertet werden kreative PR-Ideen, die im Rahmen der Kommunikation entstanden sind.

- **1. Kampagne**
- **2. Corporate Communication**
- **3. Brand-Communication**
- **4. CSR / Krisenkommunikation**
- **5. Public Affairs**
- **6. Influencer / Celebrity**

## 3. Real Time Advertising

Real Time Advertising ist eine Kommunikationsform, die die Konsumenten in „Echtzeit“ erreicht, und zwar mit Hilfe eines Mediums. Real Time Advertising weiß, wo sich eine Zielgruppe aufhält und in welcher Stimmungslage sie sich gerade befindet, und reagiert darauf mit einer spezifischen Ansprache meist über Social-Media-Kanäle oder digitale Touch-Points. Real Time Advertising wird häufig durch eine Veranstaltung bestimmt oder ist eine Reaktion auf Konsumentenäußerungen bzw. -handlungen. Oft wird dabei eine mediale Interaktion mit dem Kunden hergestellt.

# 6. Kommunikation im Raum

## 1. Exhibition Experience themenbezogen

Einzureichen sind Räumlichkeiten oder räumliche Inszenierungen, die primär zur Informationsvermittlung geschaffen wurden.

## 2. Exhibition Experience markenbezogen

- **1. Museum / Pavillon etc.**  
Dauerhafte oder temporäre Gebäude, die für Ausstellungen konzipiert und gestaltet wurden.  
Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren.
- **2. Ausstellung**  
Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten.  
Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren.
- **3. Messeauftritt**  
Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen.  
Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Board visualisieren.
- **4. Exponate und Installationen**  
Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen.
- **5. Räumliche Intervention**  
Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen.
- **6. Andere**  
Projekte, die unter der Überschrift „Exhibition Experience“ eingeordnet werden können, jedoch in keine der Subkategorien passen.

*3. Exhibition Experience  
themenbezogen – Craft*

- **1. Rauminszenierung**
- **2. Storytelling**

*4. Exhibition Experience  
markenbezogen – Craft*

- **3. Medien / Film**
- **4. VR / AR**
- **5. Innovative Technologien**
- **6. Licht**
- **7. Musik / Sound**
- **8. Grafikdesign**
- **9. Partizipation des Publikums**

*5. Spatial Experience*

Einzureichen sind öffentliche oder kommerzielle Räumlichkeiten, temporär oder dauerhaft, deren Gestaltung einer besonderen Intention oder Idee folgt.

- **1. Hospitality**  
Hotels, Restaurants, Bars, Clubs.
- **2. Corporate Interieur**  
Lobbys, Büros, Arbeitsplätze, Konferenz- und Meetingbereiche, Lounges und Gemeinflächen, Kunden- oder Besucherzentren.
- **3. Retail**  
Einkaufszentren, Flagship-Stores, Shop-Design, POS-Inszenierungen, Schaufenster.
- **4. Outdoor**  
Urbane Plätze und Szenerien, Grünflächen, Denkmäler oder Installationen, Educational Parks, touristische Attraktionen.
- 
- **5. Andere**  
Projekte, die unter der Überschrift „Spatial Experience“ eingeordnet werden können, jedoch in keine der Subkategorien passen.

*5. Spatial Experience – Craft*

- **1. Storytelling**
- **2. Medien / Film**
- **3. VR / AR**
- **4. Innovative Technologien**
- **5. Licht**
- **6. Musik / Sound**
- **7. Grafikdesign**
- **8. Partizipation des Publikums**

## 7. Event

### 1. Event Experience

- **1. Corporate Event**  
Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten.
- **2. Employee Event**  
Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten.
- **3. Consumer Event**  
Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten.
- **4. Public Event**  
Events, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind.
- **5. Promotion Event**  
Promotion-Events sind Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilnehmern (B2B und B2C) inszeniert werden, z.B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung.
- **6. Charity Event**  
Events, die einem guten Zweck dienen.
- **7. Public Relations Event**  
Events, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden.
- **8. Bühnenshows**  
Darbietungen vor Publikum.
- **9. Sponsorenauftritt**  
Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.
- **10. Guerilla-Aktion**  
Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.
- **11. Andere**  
Projekte, die unter der Überschrift „Event-Experiences“ eingeordnet werden können, jedoch in keine der Subkategorien passen.

### 2. Event Experience - Craft

- **1. Raumin szenierung**
- **2. Storytelling**
- **3. Medien / Film**
- **4. VR / AR**
- **5. Innovative Technologien**
- **6. Licht**
- **7. Musik / Sound**
- **8. Grafikdesign**
- **9. Partizipation des Publikums**



## 8. Design

### 1. Design Interdisziplinär

- **1. Corporate Identity / Visual Identity**
- **2. On-Air-Design-Package**  
Speziell kreiertes Design und Design-Package für Filme, Clips, Einzelprogramme und Sender, z. B. Main-Title-Sequences (Kino), Vor- und Abspann (TV) inkl. Typokonzept, Inserts etc. für ein einzelnes Programm, komplettes Design-Package eines Senders, animiertes Design für Webclips.
- **3. Digitales Mediendesign**  
PC, Tablet, Mobile, Kiosk etc.

### 2. Design Disziplin

- **1. Logodesign / Keyvisual**  
Die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Logos, unabhängig vom Rest des Corporate Designs, steht im Vordergrund. Darüber hinaus werden auch die Komplexität, die Größe des Einsatzgebietes und der Kontext berücksichtigt. Daher sind auch Anwendungsbeispiele einzureichen.
- **2. Kunst- / Kultur- / Veranstaltungsplakat**  
Plakate digital als 3D anlegen und Belegexemplar einsenden – bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert.
- **3. Kalender**  
Wand-/Tischkalender (max. 100 cm breit x 150 cm hoch) digital als 3D anlegen und Belegexemplar einsenden. Bei abweichenden Formaten bitte Rücksprache mit dem ADC Team halten.
- **4. Packaging / Branding**  
Seriell produzierte Packagings. Bewertet werden Konzeption, Gestaltungsqualität und die adäquate Funktion im jeweiligen Markt.
- **5. Promotional Packaging & Sonderformen**  
Kleinauflage, Sonderverpackung, PoS- und Promo Packaging etc.
- **6. Produktdesign**  
Shape- und Formdesign, Industrial Design, Möbeldesign.
- **7. Einzelarbeiten / Collaterals**  
Einzelne grafische Arbeiten, die nicht in andere Kategorien passen und digitale Design-Einzel-Lösungen.
- **8. Fashion- / Textildesign**
- **9. Design-Innovation**  
Innovative Designarbeiten aus allen Bereichen des Grafikdesigns, Produktdesigns und Digital Designs, die ADC Design-Kategoriegrenzen sprengen oder über die Definition einzelner Kategorien hinausgehen.

- **10. Raumdesign**  
Interior Design und Möbeldesign, Markenarchitektur, Wegeleitsystem etc.
- **11. Broschüre / Katalog**
- **12. Bericht**  
Geschäftsbericht, Nachhaltigkeitsbericht etc.
- **13. Buch**
- **14. Buchcover**
- **15. Buch- / Broschüre Serie**

### 3. Design - Craft

- **1. Typografie**  
Bewertet wird die handwerkliche Qualität der Typografie in Satz, handritten oder illustrated Type. Daher sind auch Schriftentwürfe einzureichen. Die Typografie muss zentraler Bestandteil der Arbeit sein.
- **2. Schriftgestaltung**  
Fontdesign, Satzschriften, Displayschriften, experimentelle Fonts sind mit kompletten Alphabeten und Type-Specimens einzureichen.
- **3. Interface-Design**  
Bewertet wird die gestalterische Darstellung der Benutzeroberfläche.
- **4. Print / Produktion**  
Produktionsarbeiten für Packaging und Print.
- **5. Nachhaltiges Design**  
Kreative, nachhaltige Designlösungen für eine Marke oder ein Produkt
- **6. Infografik / Data-Visualisation**  
Eine kreative gestalterische Qualität der visuellen Darstellung von Daten.

## 9. Editorial

### 1. Magazin

### 2. Zeitung

Ganzseitige Anzeigen, die einen Beitrag unterbrechen, sind in der Präsentation auszusparen. Doppelseiten digital als ein Motiv anlegen und auf einer Pappe aufziehen.

- **1. Ausgabe**  
Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe.
- **2. Jahrgang**  
Beurteilt wird das durch alle Ausgaben hindurch erkennbare Gesamtkonzept des gesamten Jahrgangs.  
Ausgaben, welche den gesamten Jahrgang repräsentieren.
- **3. Coverserie**  
Mind. 2 Bestandteile.
- **4. Einzelcover**

*3. Corporate Publishing -  
interne Kommunikation*

*4. Corporate Publishing -  
externe Kommunikation B2C*

*5. Corporate Publishing -  
externe Kommunikation B2B*

- **5. Beitrag**  
Artikel, Strecken (Bildstrecken oder andere Strecken mit einer herausragenden Idee), Kolumnen etc.  
Mind. 4 Beispiele eines Jahrgangs
  - **6. Digital**  
Medienübergreifende Einzelleistungen, z. B. die Fortführung/Vertiefung eines Printbeitrags im Internet, eine auf mehreren Medienkanälen durchgeführte Aktion oder rein digitale Einzelbeiträge auf allen digitalen Plattformen (Blogs, digitale Magazine, Apps etc.).
  - **7. Medienübergreifend**  
Medienübergreifende Gesamtkonzeptionen, z. B. der Gesamtauftritt auf mehreren Medienkanälen (Print, Internet, App etc.) oder der Gesamtauftritt einer Mediengruppe. Bewertet wird die sinnvolle Nutzung bzw. Verknüpfung verschiedener Medien im Sinne eines editorischen Gesamtkonzeptes.
- 
- **1. Ausgabe Magazin / Zeitung**  
Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe.
  - **2. Jahrgang / Magazin**  
Beurteilt wird das durch alle Ausgaben hindurch erkennbare Gesamtkonzept des gesamten Jahrgangs.  
Max. jedoch 8 Ausgaben, welche den gesamten Jahrgang repräsentieren.
  - **3. Bericht**  
Jahresbericht, Nachhaltigkeitsbericht oder Geschäftsbericht
  - **4. Buch**  
An Mitarbeiter (intern), Kunden/Privatpersonen (extern – B2C) oder Unternehmen (extern – B2B) gerichtete Publikation in Buchform
  - **5. Broschüre / Katalog**  
An Mitarbeiter (intern), Kunden/Privatpersonen (extern – B2C) oder Unternehmen (extern – B2B) gerichtete Publikation oder Publikationsreihen (keine Buchform).
  - **6. Digital**  
Medienübergreifende Einzelleistungen, z. B. die Fortführung/Vertiefung eines Printbeitrags im Internet, eine auf mehreren Medienkanälen durchgeführte Aktion oder rein digitale Einzelbeiträge auf allen digitalen Plattformen (Blogs, digitale Magazine, Apps etc.).
  - **7. Medienübergreifend**  
Medienübergreifende Gesamtkonzeptionen, z. B. der Gesamtauftritt auf mehreren Medienkanälen (Print, Internet, App etc.) oder der Gesamtauftritt einer Mediengruppe. Bewertet wird die sinnvolle Nutzung bzw. Verknüpfung verschiedener Medien im Sinne eines editorischen Gesamtkonzeptes.

## 10. Craft

### 1. Text

Den zu bewertenden Text auf dem Board niederschreiben (ergänzende Visualisierungen sind erlaubt). Bei Texten von Anzeigen das ursprüngliche Motiv einreichen.

- **1. Kampagne**
- **2. Einzeltext**

### 2. Fotografie

Reine Fotografie ohne Veröffentlichungszusammenhang (KEINE Texte etc.). Das Motiv muss im Look der Veröffentlichung entsprechen, nicht jedoch im Ausschnitt.

- **1. Produkt**
- **2. Fashion**
- **3. Architektur**
- **4. Porträt**
- **5. Selfpromotion**
- **6. Editorial**

### 3. Illustration

- **1. Editorial**
- **2. Werbung**
- **3. Freie Arbeit**

### 4. Animation

- **1. Animation**  
Ein bewegter Film, der mit Hilfe von Einzelbildbewegungen entstanden ist, die nicht Liveaction bzw. „in-camera“ sind, dessen Stilistik nicht die Wirklichkeit imitiert, sondern eine neue Bildwelt eröffnet. Dazu zählen dann alle Techniken des klassischen Trickfilms (3D, Stop-Motion, Legetrick etc.).
- **2. Visual Effects (VFX)**  
Ein Film oder ein Teil eines Filmes, dessen Ziel es ist, so auszusehen, als wäre er wirklich mit einer Kamera in der echten Welt gefilmt worden.
- **3. Motion-Graphics**  
Ein Film, der primär aus animierten Typo- und/oder Grafikelementen besteht oder diese Elemente in einen Realfilmteil integriert hat.
- **4. Innovative Nutzung von Technologie**  
Ein Film, der dadurch heraussticht, dass die Technik, in der er erstellt wurde, neue Maßstäbe setzt, u. a. durch Innovation der Umsetzung (Machinima, Filme in Game-Engines etc.).

## 11. Integrated / Innovation

### *1. Ganzheitliche Kommunikation*

Komplexe multimediale Kampagnen, die auf einer medianeutralen Idee basieren und durch die intelligente Verzahnung von Kanälen, Disziplinen und Medien einen ganzheitlichen Auftritt schaffen. Die verschiedenen Kommunikationsmittel können sich dabei ergänzen, aufeinander aufbauen, temporär aufeinander folgen – müssen aber erkennbar miteinander verknüpft sein, z. B. durch Gestaltung, Text oder Keyvisual. Neue, zukunftsweisende Kommunikations-Ideen jenseits des klassischen Kampagnenbegriffs. Das kann z. B. eine Produktentwicklung durch eine Agentur sein, eine Smart-TV-App, eine PR-Idee.  
Bestehend aus mind. 3 unterschiedlichen Medienformaten.

### *2. Next Level*

Arbeiten, die eine völlig neue Dimension haben, die jeden vorgefertigten „Kommunikationscontainer“ sprengen. Arbeiten, die eine völlig neue Verbindung zwischen Marke und Mensch herstellen. Arbeiten, die technologisch innovativ oder sogar patentreif sind. Oder jene, die einen „Consumer-Insight“ überraschend intelligent nutzen.

### *3. Data Driven Creativity*

Projekte, Kampagnen oder Maßnahmen, die auf der Grundlage der Auswertung von Daten, wie bspw. Nutzerdaten, Bewegungsprofile oder Einkaufsverhalten, entstanden sind, oder bei denen die laufende Auswertung von Daten die Kreation während des Kampagnenzeitraumes beeinflusst hat.

Allgemeine  
*Teilnahmebedingungen*

# Allgemeine Teilnahmebedingungen

**Teilnahmeberechtigt sind alle Urheber, Personen oder Firmen mit Arbeiten, an denen sie urheberrechtlich beteiligt waren. Der Einreicher sichert zu, dass Rechte Dritter der vom ADC beabsichtigten Nutzung der eingesandten Arbeiten nicht entgegenstehen und dass diese einer Teilnahme am ADC Wettbewerb ausdrücklich zugestimmt haben. Am ADC Wettbewerb können ausschließlich Arbeiten teilnehmen, welche zwischen dem 1. Januar 2018 und dem 31. Januar 2019 erstmals veröffentlicht wurden. Arbeiten aus Januar 2018, die bereits zum ADC Wettbewerb 2018 eingereicht wurden, sind in derselben Kategorie nicht noch einmal teilnahmeberechtigt. Die Arbeiten müssen entweder in Deutschland, Österreich, Luxemburg oder der deutschsprachigen Schweiz veröffentlicht oder entwickelt worden sein. Die Arbeiten dürfen inhaltlich oder formal nicht mit einer bereits veröffentlichten Arbeit übereinstimmen. Ferner müssen die Arbeiten im Auftrag eines Auftraggebers – außer bei Eigenwerbung – realisiert und veröffentlicht worden sein. Eine Arbeit, welche ausschließlich zur Teilnahme am ADC Wettbewerb realisiert und veröffentlicht wurde, ist nicht teilnahmeberechtigt. Außerdem muss der Auftraggeber vom Einreicher über die Teilnahme der Arbeit am ADC Wettbewerb in Kenntnis gesetzt worden sein und der Teilnahme der Arbeit am ADC Wettbewerb ausdrücklich zugestimmt haben. Bei allen Arbeiten, die nicht in Deutschland konzipiert wurden, muss der ausländische Urheber eindeutig genannt werden. Neben der Angabe einer Kurzbeschreibung sind detaillierte Angaben zur Veröffentlichung der Arbeiten bei der Einreichung zu machen, wie das Datum der Erstveröffentlichung und die Nennung des Mediums oder des Ortes, wo die Arbeiten veröffentlicht wurden.**

## Erstattung

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

## Zahlungsart

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

## Bankverbindung

Empfänger:	Art Directors Club e. V.
Bank:	Berliner Volksbank eG
IBAN:	DE98 1009 0000 2468 3400 06
BIC (SWIFT):	BEVODEBBXXX

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 ADC behält sich vor, Arbeiten vom Wettbewerb und / oder von der Veröffentlichung auszuschließen, wenn sie nicht den allgemeinen Einreichungsvorgaben oder den Teilnahmebedingungen entsprechen oder wenn es zu der Überzeugung gelangt, dass sie eine Schädigung des ADC, des ADC Wettbewerbes oder der Herausgabe von ADC Publikationen zur Folge haben könnten. Alle Einreichungen können vor der Jurysitzung von einer Zulassungskommission, bestehend aus ADC Mitgliedern, hinsichtlich der Einhaltung der Teilnahmebedingungen überprüft werden. Zudem können Arbeiten bei Verstoß gegen die allgemeinen Einreichungsvorgaben oder die Teilnahmebedingungen durch die Jury ausgeschlossen werden. Ein Ausschließungsgrund ist u. a. gegeben, wenn an der Originalität, der Urheberschaft oder dem Auftragscharakter der Arbeit Zweifel oder wenn wettbewerbliche Bedenken bestehen. Bei Zweifeln ist die Zulassungskommission auch berechtigt, die Angaben zur Veröffentlichung zu überprüfen und bei dem angegebenen Medium und den Auftraggebern nachzufragen. Weiter behält sich der ADC das Recht vor, auch ohne Rücksprache mit dem Einreicher Einzelmeldungen zu Kampagnen bzw. Serien zusammenzufassen, Kategorieänderungen vorzunehmen und Credits redaktionell zu bearbeiten.

## Pflichten und Haftung des Einreichers

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

Er versichert mit seiner Unterschrift, die Teilnahmebedingungen gelesen zu haben und diese zu akzeptieren. Jeder Einreicher unterwirft sich mit der Einreichung einer oder mehrerer Arbeiten den Teilnahmebedingungen und dem Bewertungsverfahren. Es gilt der Schiedsspruch der Jury. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Jurierung ist beendet, wenn dem ADC Büro das unterzeichnete Ergebnis des Jury Chairman vorliegt. Plagiats- und Dublettenhinweise sind an das ADC Wettbewerbsteam zu richten. Der Einreicher versichert, unter den registrierten Kontaktdaten mindestens bis Ende September 2019 erreichbar zu sein oder im Falle einer Änderung das ADC Büro unverzüglich per E-Mail zu benachrichtigen. Das ADC Team kontaktiert nach dem ADC Wettbewerb alle Gewinner, um die Aufbereitung der Daten zu klären. Der Einreicher verpflichtet sich ferner, bei der Anmeldung auf der Teilnahmeplattform für den Fall einer Rücksendung den materiellen Wert (Materialwert) anzugeben. Der Einreicher hat den Art Directors Club für Deutschland (ADC) e. V. des Weiteren auf die Verwendung von GEMA-pflichtigem Material (insbesondere Musikkompositionen oder Teile hiervon, Sounds, O-Töne) in seinem Werk hinzuweisen. Der ADC übernimmt für die im Rahmen des Wettbewerbes stattfindenden GEMA-pflichtigen Nutzungen (z. B. Aufführung oder sonstige öffentliche Wahrnehmbarmachung der GEMA-pflichtigen Teile des Werkes im Rahmen des ADC Festivals, insbesondere im Rahmen der Jurierung, der Ausstellung etc.) die entsprechenden GEMA-Gebühren und meldet die Nutzung bei der GEMA an. Im Übrigen sichert der Einreicher zu, dass sonstige Rechte Dritter dieser Nutzung nicht entgegenstehen.

## Pflichten und Haftung des ADC

Schadensersatzansprüche wegen Pflichtverletzung und aus unerlaubter Handlung, Ansprüche auf Ersatz vergeblicher Aufwendungen sowie Ersatz für nicht vorhersehbare Schäden und Mangelfolgeschäden sind sowohl gegenüber dem ADC als auch gegenüber seinen Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen ausgeschlossen. Dies gilt nicht, wenn der Schaden vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurde. Die Beschränkung gilt ferner nicht bei der Verletzung vertragswesentlicher Pflichten, d. h. solcher vertraglicher Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Einreicher regelmäßig vertrauen darf und deren Verletzung auf der anderen Seite die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet. Die Haftungsbeschränkung gilt weiterhin nicht für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, wenn der ADC die Pflichtverletzung zu vertreten hat, sowie für Schäden, die auf dem Fehlen einer zugesicherten Eigenschaft beruhen oder für die eine Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz vorgesehen ist. Wegen unverschuldeter Irrtümer und Druck- oder Übermittlungsfehler, die den ADC zur Anfechtung berechtigen, kann der Einreicher Schadensersatz als Folge der Anfechtung nicht geltend machen. Außer in den Fällen der schuldhaften Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, in

Produkthaftungsfällen sowie bei vorsätzlich oder grob fahrlässig verursachten Schäden ist die Haftung des ADC der Höhe nach auf das Doppelte des Wertes der jeweiligen Teilnahmegebühren des Einreichers beschränkt. Im Falle einer Beschädigung der Arbeit, die über die durch die Teilnahme am Wettbewerb bedingte Abnutzung hinausgeht, sowie der Entwendung oder des sonstigen Verlustes der eingesandten Arbeit haftet der ADC nur bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit. Im Übrigen ist die Haftung ausgeschlossen. Im Falle einer Haftung des ADC wird lediglich der bei der Anmeldung auf der Teilnahmeplattform angegebene materielle Wert ersetzt; dem Einreicher und dem ADC bleibt vorbehalten, nachzuweisen, dass der Schaden höher oder niedriger als der angegebene Betrag ausgefallen ist. Im Falle eines Gewinnes wird dem Einreicher, dessen Arbeit prämiert wurde, im Anschluss vom ADC eine Urkunde ausgestellt. Hierfür werden die Credit-Angaben des Einreichers im Vorfeld vereinheitlicht und übernommen. Weitere Urkunden können alle Beteiligten kostenpflichtig erwerben. Des Weiteren erhält der Einreicher, dessen Arbeit mit Bronze, Silber oder Gold prämiert wurde, einen ADC Nagel. Die Nagelübergabe erfolgt im Rahmen der ADC Awards Show an den vom Einreicher angegebenen Preisabholer. Nicht abgeholte Nägel werden dem Einreicher einmalig kostenfrei an die Einreicheradresse zugesandt. Weitere Nägel können alle Beteiligten kostenpflichtig erwerben.

## Haftungsfreistellung

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



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

### Veröffentlichung und Nutzungsrechte

Der Einreicher räumt dem ADC ein einfaches, nicht ausschließliches, zeitlich und örtlich uneingeschränktes Nutzungsrecht ein, die eingesandte Arbeit zu veröffentlichen, zu vervielfältigen, zu verbreiten, auszustellen, öffentlich zu präsentieren, zu senden, im Internet öffentlich zugänglich zu machen und auf andere körperliche wie unkörperliche Weise beliebig in Printmedien sowie allen digitalen Medien zu nutzen. Der ADC darf hierzu Dritten Unterlizenzen einräumen. Der Einreicher garantiert, dass er im Falle der Nutzung von Fremdmaterialien in seiner Arbeit die Einwilligung der jeweiligen Rechteinhaber für die Nutzung dieser Bestandteile durch den ADC im Rahmen der vorgenannten Publikationsformen eingeholt hat und dass es ihm möglich ist, dem ADC die vorstehenden Rechte wirksam einzuräumen. Der ADC beabsichtigt, alle eingesandten Arbeiten auf dem ADC Festival im

Mai 2019 auszustellen und öffentlich vorzuführen und die besten Arbeiten auf der Bühne der ADC Awards Show zu präsentieren. Der ADC beabsichtigt ferner, ausgezeichnete Arbeiten auch nach dem Wettbewerb zu Zwecken der Eigenwerbung für den ADC als Veranstalter des Wettbewerbs zu nutzen. Bis zur Bearbeitung der Rücksendungen nach dem ADC Festival behält der Art Directors Club für Deutschland (ADC) e. V. die Arbeiten in seinem Besitz. Ferner werden alle Gewinnerarbeiten veröffentlicht und/oder öffentlich zugänglich gemacht, insbesondere im Rahmen einer ADC Gewinnergalerie, von ADC Ausstellungen, der ADC Roadshow und weiteren Publikationen. Für diese Zwecke verpflichtet sich der Einreicher, auf Anfrage druckfähige Daten oder weitere Exemplare zur Verfügung zu stellen. Auf die beschränkte Haftung des ADC für Abnutzung, Beschädigung und Verlust wird verwiesen. Der Einreicher kann keinen Einfluss auf Inhalt und Art der Wiedergabe seiner prämierten Arbeit nehmen.

**Art Directors Club für Deutschland (ADC) e. V.**  
Franklinstraße 15  
10587 Berlin

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

Vereinsregistergericht  
Amtsgericht: Charlottenburg, Berlin  
Vereinsregisternummer: VR 21502 B  
USt-IdNr.: DE221140109