



**Ad**

**Guideline**

*ADC Wettbewerb 2020*

**Einreichungszeitraum:**

*21. Oktober 2019 bis 14. Januar 2020*

## 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.  
450 Juroren in 30 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 2019 ins Rennen um die ADC Nägel.  
Das Ergebnis: 47 goldene, 104 silberne und 180 bronzene Nägel sowie 268 Auszeichnungen.

### **Wir freuen uns auf EURE Arbeiten**

Wer wir sind? Im Art Directors Club für Deutschland (ADC) sind die führenden kreativen Köpfe des  
Landes vereinigt. Sie kommen aus allen Disziplinen, wie digitale Medien, Werbung, Design, Editorial,  
audiovisuelle Medien sowie räumliche Inszenierung, und bilden die Jury des ADC Wettbewerbs.

Und der ADC ist eine Non-Profit Organisation, uns geht es darum, die beste Kreation zu prämiieren  
und ihr eine Plattform zu geben. Dabei sind wir damit nicht nur der größte deutschsprachige  
Kreativwettbewerb, sondern auch der neutralste, bestbesetzte und der wichtigste.  
Somit ist es eine erstklassige Gelegenheit, euch mit eurer Arbeit zu behaupten und in der  
Kreativbranche sowie in Rankings auf euch aufmerksam zu machen. Und wir sind der einzige  
Wettbewerb der in allen relevanten Rankings (hohe) Punkte bekommt. Also:

### **Wenn nicht hier, wo dann?**

Im Rahmen des ADC Festivals im Mai 2020 werden eure prämierten Arbeiten dann in einer  
zweiwöchigen Ausstellung 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 der ADC App digital und auf [adc.de](http://adc.de) 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.  
Lasst sie fliegen.**

## Heinrich Paravicini

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



# Allgemeine Informationen

<i>Teilnahme &amp; Gewinn</i>	01
Bewertungskriterien	02
<i>Key Dates</i>	03
Festivalübersicht	04
<i>Wettbewerbsregeln</i>	05
Einreichungsprozess	06
<i>Teilnahmegebühren &amp; Zusatzleistungen</i>	08
Präsentationsformate	10
<i>Allgemeine Teilnahmebedingungen</i>	39

# Kategorien & Definitionen

<i>Kategorieübersicht</i>	20
Printmedien	21
<i>Audiovisuelle Medien</i>	22
Digital	24
<i>Dialogmarketing / Promotion / Media</i>	26
Branded Content / PR	27
<i>Kommunikation im Raum</i>	28
Event	30
<i>Design</i>	31
Editorial	32
<i>Craft</i>	34
Integrated / Innovation	35

## Teilnahme & Gewinn

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

*Für deine Teilnahme erhältst du*

- die Bewertung deiner Einreichung durch eine hochkarätige Jury, bestehend aus 450 ADC Mitgliedern
- die Veröffentlichung deiner Arbeit in der ADC App

*Bei einer Prämierung erhältst du darüber hinaus*

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

*Ehrungen*

- Grand Prix-Nagel für eine bahnbrechende Arbeit, die unter den jeweiligen Goldprämierungen in den Bereichen Digital, Design, Räumliche Inszenierung / Event, Editorial Werbung und Film & Ton heraussticht.
- Gold-Nagel für eine Arbeit, die besonders herausragend ist und ihre jeweilige Kategorie neu definiert.
- Silber-Nagel für eine Arbeit, die in ihrer Kategorie Maßstäbe setzt.
- Bronze-Nagel für eine außerordentlich kreative Arbeit in ihrer jeweiligen Kategorie.
- Auszeichnung für eine Arbeit, die den ADC Kriterien entspricht.

*NEU!*

- bei Praxisarbeiten des Junior Wettbewerbs werden 50 % der Punkte im ADC Kreativranking zusätzlich der Agentur angerechnet.
- alle Junior Goldgewinner werden zum [Talent ADC](http://Talent ADC) eingeladen und dürfen fünf Jahre das ADC Netzwerk und dessen kreative Expertise nutzen.

## Bewertungskriterien

Die hochkarätige Jury tagt zwei Tage im Mai 2020 während des ADC Festivals in Hamburg und setzt sich ausschließlich aus ADC Mitgliedern, den führenden Köpfen der deutschsprachigen Kreativbranche, zusammen. Jeder der 30 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. [Alle Infos zur ADC Jury 2020.](#)

### *Originalität*

Ist die Arbeit originär und originell?

### *Klarheit*

Kommuniziert die Arbeit ihre Inhalte verständlich?

### *Kraft*

Bewirkt die Arbeit eine Bewusstseinsveränderung?

### *Machart*

Ist die Arbeit handwerklich überzeugend?

### *Freude*

Beglückt, berührt oder bereichert die Arbeit?

### *Exzellente kreative Kommunikation...*

hat eine Idee.

ist verständlich.

ist überzeugend.

ist handwerklich perfekt.

macht Freude.

ist dienlich.

ist weder rassistisch noch diskriminierend.

## Key Dates

*Einreichungsbeginn*

**21. Oktober 2019**  
[adc-wettbewerb.de](http://adc-wettbewerb.de)

*Early Bird 10 %*

**bis 04. November 2019**

*Teilnahmeschluss*

**14. Januar 2020**

*Late Fee / zzgl. 120.-€*

**bis 29. Januar 2020**

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

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

*Teilnahmeschluss*

**11. Februar 2020**

*Credit-Anpassungen*

**05. März 2020**

## ADC Festival 2020

*Jurysitzung*

**12. - 13. Mai 2020**  
Volksparkstadion (HSV),  
Sylvesterallee 7  
22525 Hamburg

*Bekanntgabe Gewinner (bis Silber)*

**13. Mai 2020**  
jeweils ab 16:00 Uhr  
per Mail (Einreicheradresse) und in der [ADC App](#)

*Vernissage / Ausstellung*

**14. - 24. Mai 2020**  
Museum der Arbeit  
Wiesendamm 3,  
22305 Hamburg

*Award Show/  
Aftershow Party*

**15. Mai 2020**  
Verleihung der Nägel  
Bekanntgabe aller Gold und Grand Prix Gewinner

12. MAI 2020  
DIENSTAG

13. MAI 2020  
MITTWOCH

14. MAI 2020  
DONNERSTAG

15. MAI 2020  
FREITAG

16. MAI 2020 – 24. MAI 2020  
SAMSTAG – SONNTAG

**1. JURYTAG**

HSV – Sylvesterallee 7

**2. JURYTAG**

HSV – Sylvesterallee 7

**FESTIVAL**

Kongress

EXPO

Open Space

Kampnagel – Jarrestr. 20

**AUSSTELLUNG**

Museum der Arbeit – Wiesendamm 3

**VERNISSAGE**

**OPENING AUSSTELLUNG**

Museum der Arbeit – Wiesendamm 3

**JUNIOR AWARD SHOW  
/ GET-TOGETHER**

**AWARD SHOW**

**AFTER SHOW PARTY**

Kampnagel – Jarrestr. 20

# Wettbewerbsregeln

<i>Erstellungszeitraum</i>	Teilnehmen können ausschließlich Arbeiten, welche zwischen dem <b>1. Januar 2019 und dem 31. Januar 2020</b> in Deutschland, Österreich, Luxemburg oder der deutschsprachigen Schweiz veröffentlicht oder entwickelt wurden.
<i>Mehrfacheinreichung</i>	Jede Kampagne darf pro Subkategorie nur einmal eingereicht werden, jedoch <b>mehrfach je Hauptkategorie</b> .  Arbeiten welche nicht pro Subkategorie als Kampagne eingereicht werden, jedoch eindeutig eine Kampagne sind, werden im Nachgang vom ADC zu einer Einreichung zusammengezogen.
<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. Der ADC übernimmt trotz digitaler Sichtugn und Freigabe der Einreichung keine Gewährleistung für die Inhalte der Einreicher.
<i>Gebühren</i>	Die Teilnahmegebühren und sonstige Zusatzgebühren fallen <b>für jede Einreichung/Subkategorie</b> gesondert an. Alle Teilnahmegebühren zzgl. 19% MwSt.
<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 sichtet 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.
Physische Präsentationsformate Board / Motiv	Einreichungen mit physischen Boards / Motiven müssen den Druckservice des ADC nutzen, s.h. <a href="#">Physische Präsentationsformate</a> unter Einreicherinformationen.
<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.

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de  
www.adc.de

## Einreichungsprozess

- |    |  |    |
|----|--|----|
| 01 | Jede Arbeit muss online angelegt werden: Als Einreicher unter <a href="http://adc-wettbewerb.de">adc-wettbewerb.de</a> registrieren und die Rechnungsadresse bestimmen.                            |    |
| 02 | Kategorie auswählen, Auftraggeber, Produktname und Titel der Arbeit angeben sowie ggf. persönliche Auftragsnummer vergeben. Optionale Rücksendung von physischem Einreichungsmaterial veranlassen. | 08 |
| 03 | Veröffentlichungsdatum festlegen, Kurzbeschreibung anlegen (Aufgabe, Idee, Lösung max 1.500 Zeichen insgesamt).  | 09 |
| 04 | Namen aller Beteiligten in den Credits angeben.  | 10 |
| 05 | 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> .              | 11 |
| 06 | Einreichung speichern.<br>Mit Beginn des Uploads der Teile können u.a die Kategorien nicht mehr geändert werden.   | 12 |
| 07 | Uploads durchführen und Titel der Teile vergeben.  | 13 |
|    |  | 14 |

### ADC Support

Nutze unsere Einreichungsberatung um deine Fragen zu klären. Wir stehen dir gerne via Telefon, Mail, oder FaceTime zur Verfügung.

Wir freuen uns auf dich!

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](#)).  
Alle Teilnahmegebühren verstehen sich zzgl. 19% MwSt.

**Gewinnen beim ADC Wettbewerb kostet nicht extra!**

## ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM

### 1. JANUAR – 31. DEZEMBER 2019

*Bis 04.11.2019  
Early Bird / 10 %*

automatischer Nachlass auf der Rechnung  
pro Einreichung / Kategorie bei Freigabe

*14.01.2020  
Offizieller Teilnahmeschluss*

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

*Bis 29.01.2020  
Late Fee / zzgl. 120,- €*

automatische Erhebung auf der Rechnung  
pro Einreichung / Kategorie bei Freigabe

## ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM

### 1. – 31. JANUAR 2020

*11.02.2020  
Offizieller Teilnahmeschluss*

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

## ES KÖNNEN WEITERE GEBÜHREN ENTSTEHEN:

*Physische Präsentationsformate*

### **30,- € pro Board / Motiv (Starre Pappe)**

Im Falle einer physischen Kategorie werden Boards / Motive über den ADC Druckservice produziert und an das ADC Büro versandt, die Kosten werden über die Teilnahmegebühren je Pappe abgerechnet.

*Zusatzpräsentation*

### **170,- € pro Datei und Einreichung**

Aktivierung über die Teilnahmeplattform  
zusätzlicher Upload (Film / Spot / Casefilm / URL / Audio)  
als Support-Material

*Rücksendung*

### **70,- €**

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

*Bearbeitung von  
Korrekturen*

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

### **90,- € (geringfügig)**

Austausch pro JPEG / URL / Pappe / 3D  
Austausch pro Kurzbeschreibung, Textmanuskript  
Rechnungsänderung

### **170,- € (umfassend)**

Kategoriewechsel  
Austausch pro Film / Casefilm / Audio

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de  
www.adc.de

# Präsentationsformate

## Digitale Präsentationsformate

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

Pro Einreichung müssen Teile zusammengestellt und angelegt werden [Übersicht – Präsentationsformate](#). Bei jeder Einreichung besteht die Möglichkeit, die Anzahl der durch den ADC vorgegebenen Teile bis auf 15 zu erweitern (Ausgeschlossen sind Einreichungen mit max. einem Teil).  
Kosten: 335,- € je weiteres Teil.

Folgende Teil-Formate können je Kategorie zur Auswahl stehen:

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

Darüber hinaus bedarf jede Einreichung eines Präsentationsbildes und eines Beschreibungstextes. Je nach Kategorie kann optional/obligatorisch ein Casefilm, eine Zusatzpräsentation und ein Textmanuskript angelegt werden, welche nicht als 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 (PDF) angelegt. Sollte die Kategorie das Board physisch fordern, wird das Board automatisch via Druckservice an den ADC übermittelt. Physische Kategorien sind der [Übersicht – Präsentationsformate](#) zu entnehmen.

### Querformat, PDF



+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de  
www.adc.de

*Motiv*

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

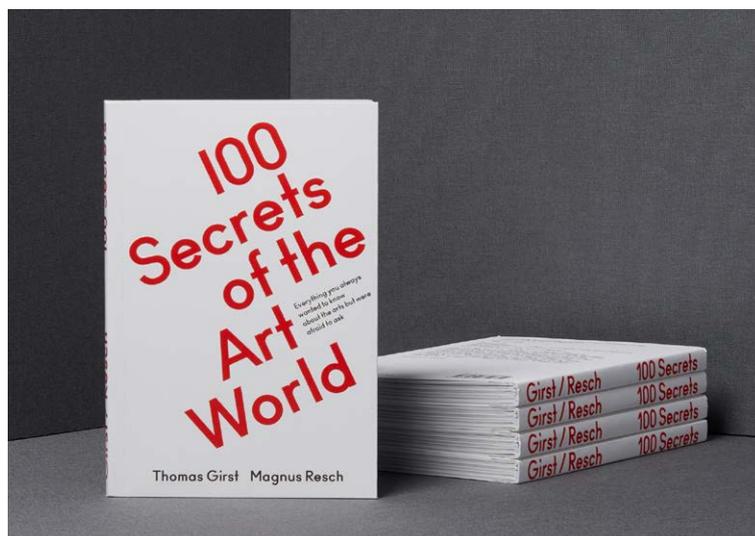
**Hoch- oder Querformat, [PDF](#)**



*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 (PDF) mit einer Abbildung angelegt. Kategorien, die ein 3D erfordern, sind der Übersicht – Präsentationsformate zu entnehmen. Der physische Versand des Belegexemplares an das ADC Büro ist in dieser Kategorie Pflicht.

**Hoch- oder Querformat, [PDF](#)**



*Film/Spot*

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

**max. 600 Sek.**

	Film SD 4:3	Film SD 16:9	Film HD	Film Full HD
<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.**

<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-Seite, zu einem Download (z. B. App), zu einem Film/Spot oder zu einer Landingpage, welche die Case-Study zeigt. **Achtung:** Anonyme Aufbereitung!

**Aktiv bis Ende Mai 2020**

**Angabe bei Passwort-geschützten Seiten –  
Benutzer: adcwettbewerb / Passwort: adc2020**

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

### *Präsentationsbild*

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

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

### *Beschreibungstext*

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

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

### *Casefilm*

Der Casefilm (Präsentationsfilm) beschreibt das Projekt und gibt einen audiovisuellen Überblick zur Einreichung. Kategorien, in denen Casefilme obligatorisch oder optional angelegt werden, sind der [Übersicht – Präsentationsformate](#) zu entnehmen  
**max. 180 Sek. (Specs siehe Film / Spot)**

### *Textmanuskript*

Das Textmanuskript gibt ausschließlich den Text der innerhalb des Projektes entstandenen Ergebnisse wieder (Beispiel: eine Abschrift eines Radiospots oder der Claim einer Print-Anzeige). Kategorien, in denen ein Textmanuskript obligatorisch angelegt werden muss, sind der [Übersicht – 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. Boards / Motive werden automatisch über den ADC Druckservice produziert und an das ADC Büro versandt.

Die Abrechnung der Kosten für den Pappendruck erfolgt zzgl. der Teilnahmegebühren.

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

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

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

### *Board/Motiv*

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



#### BOARD

DIN A2 quer (420mm x 594mm)

Informationen ADC Druckservice beachten!

#### Preis je Board

30,- € zzgl. MwSt.



#### MOTIV

DIN A2 quer  
(420 mm x 594mm)

DIN A2 hoch  
(594 mm x 420 mm)

Informationen ADC Druckservice beachten!

#### Preis je Motiv

30,- € zzgl. MwSt.

### *3D*

Ein physisches 3D ist als Belegexemplar stellvertretend für das als Teil angelegte PDF an das ADC Büro zu senden.

- **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!



**FORMAT INKL. ANSCHNITT**

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

**ENDFORMAT**

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

**HILFSLINIE SICHERHEITABSTAND**

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

**DATEI**

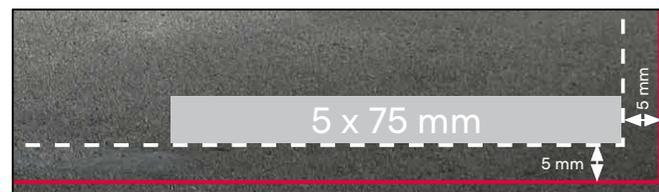
- Dateityp: PDF
- Dateigröße: max. 60 MB
- PDF Standard: PDF-X3:2002
- Kompatibilität: Acrobat 4 (PDF 1.3)
- Auflösung: 300 dpi
- Farbraum: nur CMYK, kein RGB
- Zielfarbraum: ISO-Coated V2 300%
- Transparenzen reduziert
- Schriften eingebettet
- Haarlilien werden automatisch auf 0,076 mm gesetzt
- Min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

**ACHTUNG**

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

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

Größe der Box: 5 x 75 mm



Bitte in diesem Bereich keine Texte oder wichtigen Inhalt platzieren!

Bei Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

ReproCourier  
Ringbahnstraße 16/18/20  
12099 Berlin  
Tel.: 030 - 4 64 45 61  
Email: [adc@reprocourier.de](mailto:adc@reprocourier.de)  
[www.reprocourier.de](http://www.reprocourier.de)

# Uploadformate & Gebühren

**TEILE:** Film-/Spotdatei, Audiodatei, URL Link, PDF Datei mit Motiv / Board, 3D PDF (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. € 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 als PDF hochgeladene 3D als Belegexemplar an das ADC Büro senden (siehe Seite 13 der Teilnahmebedingungen).

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

**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. Alle Gebühren zzgl. 19% MwSt..

	Teile				Anzahl Teile		Physische Einreichung*, Druck-service	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren		
	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D PDF	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		✓	✓	945.-
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 Einreichung*, Druck-service	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren		
	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D PDF	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Physisch Board/Motiv/3D*	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro 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	✓	✓	✓		945.-
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.-
6. Animation	✓		✓	Board		1	15			Casefilm		✓	✓		210.-
<b>3. DIGITAL</b>															
1. Digitale Kommunikation															
1 Digitale Kampagne			✓	Board		2	8		✓			✓	✓		945.-
2 Display/Social Media Maßnahmen			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
3 Website			✓	Board		1	2		✓			✓	✓		335.-
4 Content Marketing			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
5 Social Media Kampagne			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
6 Influencer Marketing			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
7 Innovative Nutzung von digitalen Kanälen			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
8 Data-Driven Creativity			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
9 Conversational/Voice Experience			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
10 KI/Machine Learning			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
11 Innovative Technologien			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
2. Digitale Erlebnisse															
1 Interactive Storytelling			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
2 Games			Download	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
3 AR Effekt			Download	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
4 AR Experience			Download	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
5 VR Experience			Download	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
6 Conversational/Voice/Bots			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
7 Digitale Installation			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
8 KI/Machine Learning			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
9 Innovative Technologien			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
3. Digitale Produkte/Services															
1 Digitales Produkt			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
2 Digitaler Service			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
3 Plattform			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
4 App/Mobile Anwendung			Download	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
5 Usability			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
6 Interface-Design			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
7 Conversational/Voice/Bots			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
8 Künstliche Intelligenz			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
9 Innovative Technologien			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		335.-
4. Digital – Craft			✓	Board		1	15		✓			✓	✓		210.-
<b>4. DIALOGMARKETING / PROMOTION / MEDIA</b>															
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.-

✓	Pflicht
✓	Optional
✓	und / oder

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

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

	Teile				Anzahl Teile		Physische Einreichung*, Druckservice	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren		
	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D PDF	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>3. Design – Craft</b>														
1				Board	<input checked="" type="checkbox"/>	1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
2				Board	<input checked="" type="checkbox"/>	1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
3			<input checked="" type="checkbox"/>	Board		1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
4				Board	<input checked="" type="checkbox"/>	1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
5				Board	<input checked="" type="checkbox"/>	1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
6				Board		1	4	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	335.-
<b>9. EDITORIAL</b>														
<b>1. Magazin</b>														
1					<input checked="" type="checkbox"/>	1	1	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	
2					<input checked="" type="checkbox"/>	2	12	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		455.-
3					<input checked="" type="checkbox"/>	2	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	
4					<input checked="" type="checkbox"/>	1	1	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210.-
5				Motiv		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	455.-
6					<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	455.-
7					<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	455.-
<b>2. Zeitung</b>														
1					<input checked="" type="checkbox"/>	1	1	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210.-
2					<input checked="" type="checkbox"/>	2	12	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		455.-
3					<input checked="" type="checkbox"/>	1	1	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210.-
4				Motiv		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	455.-
<b>3. Digital</b>														
1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			1	8		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		455.-
2			<input checked="" type="checkbox"/>	Board		1	12			Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		455.-
3	<input checked="" type="checkbox"/>					2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	Casefilm / Audio / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		455.-
4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board / Motiv		1	8		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		455.-
<b>4. Corporate Publishing - Intern</b>														
<b>5. Corporate Publishing - Extern B2C</b>														
<b>6. Corporate Publishing - Extern B2B</b>														
1					<input checked="" type="checkbox"/>	1	1	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210.-
2					<input checked="" type="checkbox"/>	2	12	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		455.-
3					<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210.-
4					<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	455.-
5					<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	455.-
6					<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	455.-
7			<input checked="" type="checkbox"/>	Board		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		455.-
8	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Board	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		610.-
<b>10. CRAFT</b>														
<b>1. Text</b>														
1				Board / Motiv		2	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		455.-
2				Board / Motiv		1	1	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210.-
2.				Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	455.-
3.	<input checked="" type="checkbox"/>			Motiv	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>		Casefilm / Audio / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	210.-	455.-
<b>11. INTEGRATED / INNOVATION</b>														
1.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		1.155.-
2.	<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"/>	355.-	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	1 Ausgabe	1 Kampagne	2. Next Level
2 Kampagne B2B	2 TV / Kino Einzelspot ***	2 Display/Social Media Maßnahmen	2 Dialog Print-Anzeige B2B	2 Event / Live Experience	1 Museum / Pavillon	2 Employee Event	2 Digitales Mediendesign	2 Jahrgang	2 Einzeltext	
3 Einzelmotiv B2C *	3 Point of Sale	3 Website	3 Dialog Mailing B2C	3 Video-Content	2 Ausstellung	3 Consumer Event	2. Design Disziplin	3 Coverserie	2. Fotografie	
4 Einzelmotiv B2B*	4 Film für Unternehmensdarstellung	4 Content Marketing	4 Dialog Mailing B2B	4 Audio-Content	3 Messeauftritt	4 Public Event	1 Logodesign / Keyvisual	4 Einzelcover	1 Editorial	
5 Innovative Nutzung von Print	5 Onlinefilm **	5 Social Media Kampagne	5 Dialog Mail Digital B2C	5 Games	4 Exponate und Installationen	5 Promotion Event	2 Kunst- / Kultur- / Veranstaltungsplakat ****	5 Beitrag	2 Werbung	
2. Print-Anzeige – Craft	6 Promotionspot	6 Influencer Marketing	6 Dialog Mail Digital B2B	6 Social-Media-Aktivierung	5 Räumliche Intervention	6 Charity Event	3 Kalender	6 Sonderausgabe	3 Freie Arbeit	
1 Text	7 Musikvideo	7 Innovative Nutzung von digitalen Kanälen	7 Dialog Broadcast	2. PR	6 Andere	7 Public Relations Event	4 Packaging / Branding	7 Newcomer	3. Illustration	
2 Fotografie	8 Kurzfilm / Sonderformat	8 Data-Driven Creativity	8 Dialog Digital	1 Corporate / Brand Related	3. Exhibition Experience themenbezogen – Craft	8 Bühnenshows	5 Promotional Packaging & Sonderformen	2. Zeitung	1 Editorial	
3 Illustration	9 Innovative Nutzung von Film	9 Conversational/Voice Experience	9 Dialog Social Media / Network	2 Cause Related	4. Exhibition Experience markenbezogen – Craft	9 Sponsorenauftritt	6 Produktdesign	1 Ausgabe	2 Werbung	
4 Art Direction	2. Film – Craft	10 KI/Machine Learning	10 Dialog Mobile	3 Media Relations	1 Rauminszenierung	10 Guerilla-Aktion	7 Einzelarbeiten / Collaterals	2 Jahrgang	3 Freie Arbeit	
3. Out-of-Home	1 Regie	11 Innovative Technologien	11 Dialog Crossmediale Kampagne	4 Public Affairs	2 Storytelling	11 Andere	8 Design-Innovation	3 Einzelcover		
1 Kampagne	2 Kamera	2. Digitale Erlebnisse	12 Dialog Alternative	2. Echtzeit / Live	3 Medien / Film	2. Event Experience – Craft	9 Raumdesign	4 Beitrag		
2 Einzelmotiv *	3 Schnitt	1 Interactive Storytelling	2. Promotion	1 Agenda-Surfing	4 VR / AR	1 Rauminszenierung	10 Broschüre / Katalog	3. Digital		
3 Digital Out-of-Home	4 Casting	2 Games	1 Aktion B2C	2 Live Broadcasting	5 Innovative Technologien	2 Storytelling	11 Bericht	1 Podcast		
4 Ambient	5 Set- / Production-Design	3 AR Effekt	2 Aktion B2B	3 Targeting/ Realtime Advertising	6 Licht	3 Medien / Film	12 Buch	2 Newsletter		
5 Innovative Nutzung von Out-of-Home	3. Audio	4 AR Experience	3 Werbemittel B2C		7 Musik / Sound	4 VR / AR	13 Buchcover	3 Videokolumne		
6 Interactive	1 Radio Kampagne	5 VR Experience	4 Werbemittel B2B		8 Grafikdesign	5 Innovative Technologien	14 POS / Shopwindow	4 Medienübergreifend		
4. Out-of-Home – Craft	2 Radio Einzelspot	6 Conversational/Voice Experience	3. Innovative Nutzung von Medien		9 Partizipation des Publikums	6 Licht	3. Design – Craft	4. Corporate Publishing – interne Kommunikation		
1 Text	3 Podcast / Webcast	7 Digitale Installation			5. Spatial Experience	7 Musik / Sound	1 Typografie	5. Corporate Publishing – externe Kommunikation-B2C		
2 Fotografie	4 Innovative Nutzung von Audio	8 KI/Machine Learning			1 Hospitality	8 Grafikdesign	2 Schriftgestaltung	6. Corporate Publishing – externe Kommunikation-B2B		
3 Illustration	4. Audio – Craft	9 Innovative Technologien			2 Corporate Interieur	9 Partizipation des Publikums	3 Interface-Design	1 Ausgabe Magazin / Zeitung		
4 Art Direction	1 Regie	3. Digitale Produkte / Services			3 Retail		4 Print / Produktion	2 Jahrgang Magazin / Zeitung		
5 Innovation	2 Schnitt	1 Digitales Produkt			4 Outdoor		5 Nachhaltiges Design	3 Bericht		
6 Digitale Gestaltung	3 Casting	2 Digitaler Service			5 Andere		6 Infografik / Data-Visualisation	4 Beitrag		
	4 Text	3 Plattform			6. Spatial Experience – Craft			5 Buch		
	5 Innovation der Produktion	4 App/Mobile Anwendung			1 Storytelling			6 Broschüre / Katalog		
	5. Musik / Sound	5 Usability			2 Medien / Film			7 Digital		
	1 Neue Originalkomposition	6 Interface Design			3 VR / AR			8 Medienübergreifend		
	2 Nutzung bestehender Originalmusik	7 Conversational/Voice Experience			4 Innovative Technologien					
	3 Sounddesign	8 Künstliche Intelligenz			5 Licht					
	4 Akustisches Markendesign	9 Innovative Technologien			6 Musik / Sound					
	6. Animation	4. Digital – Craft			7 Grafikdesign					
	1 Animation	1 Digitale Kommunikation			8 Partizipation des Publikums					
	2 Visual Effects (VFX)	2 Digitale Erlebnisse								
	3 Motion-Graphics	3 Digitale Produkte/Services								
	4 Innovative Nutzung von Technologie									

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.

- \* 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 3D anlegen und Original bis A0 zuschicken.

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\***  
Mit mind. 2 Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.
- **2. Kampagne B2B\*\***  
Mit mind. 2 Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.
- **3. Einzelmotiv B2C\***  
Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.
- **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**  
Motive, die konzeptionell stark sind und darüber hinaus noch eine besondere Textqualität bei Headline und/oder Copy haben.
- **2. Fotografie**  
Printmotive mit herausragender fotografischer Qualität.  
Bewertet wird die Fotografie im Kontext mit dem Veröffentlichungszusammenhang.
- **3. Illustration**  
Printmotive mit außergewöhnlicher Illustration.  
Bewertet wird die Illustration im Kontext mit dem Veröffentlichungszusammenhang.
- **4. Art Direction**  
Printmotive, die im Zusammenspiel von Layout, Bild, Typografie exzellent gestaltet sind.

\* B2C = Business to Consumer

\*\* B2B = Business to Business

## Kategorien & Definitionen

### *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**  
Motive, die konzeptionell stark sind und darüber hinaus noch eine besondere Textqualität bei Headline und/oder Copy haben.
- **2. Fotografie**  
Motive mit herausragender fotografischer Qualität. Bewertet wird die Fotografie im Kontext mit dem Veröffentlichungszusammenhang.
- **3. Illustration**  
Motive mit aussergewöhnlicher Illustration.
- **4. Art Direction**  
Motive, die im Zusammenspiel von Layout, Bild, Typografie exzellent gestaltet sind.
- **5. Innovation**  
Außergewöhnliche Out-of-Home Projekte.
- **6. Digitale Gestaltung**  
Exzellente Nutzung von digitalen Möglichkeiten in Out-of-Home.

## 2. Audiovisuelle Medien

### 1. Film

- **1. TV / Kino Kampagne**  
Mit mind. 2 Filmen.
- **2. TV / Kino Einzelspot**  
Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.
- **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.

- **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**  
Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.
- **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.

### 3. 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

### 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.).

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de  
www.adc.de

## 3. Digital

### 1. Digitale Kommunikation

Digitale Kommunikationsmaßnahmen, die durch ungesehene und innovative Kreation Botschaften vermitteln.

- **1. Kampagne**  
Kampagnen, die im Kern digital gedacht sind und digital funktionieren. Bestehend aus unterschiedlichen Werbemitteln in einem oder mehreren Kanälen: z.B. als Film, Display Ad, Social-Media-Maßnahme, Website.
- **2. Display / Social Media Maßnahmen**  
Display-Ad: Einzelwerbemittel wie Banner, Interstitials, Pre-Rolls, Homepage Events, Rich-Media-Buchungen etc.  
Social Media: Einzelne Postings oder Storys. Arbeiten mit mehreren Bestandteilen sind in der Kategorie Social Media Kampagne einzureichen.
- **3. Website**  
Landing Page: Eine Webseite/Unterseite, die mit temporären oder thematisch eingegrenzten Inhalten arbeitet.  
Unternehmenswebsite: Marken- oder Unternehmensauftritt.
- **4. Content Marketing**  
Digital zur Verfügung gestellte Inhalte, die einem klar identifizierbaren Marketingziel dienen (z.B. Markenbildung, Vermittlung von Produktnutzen etc.). Eingereicht werden können Film-, Audio- oder Textinhalte als Serie oder Einzelformat, die für einen digitalen Kanal erstellt wurden.
- **5. Social Media Kampagne**  
Kampagnen, die einen oder mehrere Social-Media-Kanäle nutzen.
- **6. Influencer Marketing**  
Gezieltes Einbinden von Influencern/Content Creators in digitale Kommunikationsmaßnahmen.
- **7. Innovative Nutzung von digitalen Kanälen**  
Arbeiten, die digitale Dienste, Geräte oder Interfaces auf unerwartete Weise nutzen oder mit Technik verbinden, um neue und ungewohnte, kreative Interaktionen zu initiieren..
- **8. Data-Driven Creativity**  
Projekte, Kampagnen oder Maßnahmen, die auf der Grundlage der Auswertung von Daten wie z.B. Nutzerdaten, Bewegungsprofile oder Einkaufsverhalten entstanden sind, oder bei denen die laufende Auswertung von Daten die Kreation während des Kampagnenzeitraumes beeinflusst hat.
- **9. Conversational / Voice Experience**  
Kommunikationsmaßnahmen, die digitale Dialogkanäle für eine individuelle und/oder personalisierte Kommunikation nutzen w.z.B. Alexa Skills, Google Actions, Chatbots in Messengern etc.
- **10. KI / Machine Learning**  
Arbeiten, die durch die Einbindung von KI / Machine Learning Algorithmen eine neue, ungewöhnliche und/oder überraschende Kommunikation ermöglichen.
- **11. Innovative Technologie**  
Arbeiten mit Schwerpunkt auf dem außergewöhnlichen Einsatz von Technologie im Bereich digitale Kommunikation.  
Dies umfasst sowohl den innovativen Einsatz von bestehenden Technologien als auch deren Weiterentwicklung sowie die Neuentwicklung technologischer Lösungen. .

## 2. Digitale Erlebnisse

Narrativ geprägte, digitale Inszenierungen, die dem User ein ungewohntes und innovatives Erlebnis bieten

- **1. Interactive Storytelling**  
Digitale Narrativen, bei denen der Ablauf nicht linear vorbestimmt ist und durch den Nutzer beeinflusst werden kann. Z.B interactive Filme, Installationen, Digitales POS.
- **2. Games**  
Virtuelle Erlebnisse, die durch visuelle als auch durch interaktive Inszenierung glänzen.
- **3. AR Effekt**  
Mixed Reality Erlebnisse auf AR-Basis, Effekte, Filter und Linsen.
- **4. AR Experience**  
AR-Erlebnisse, die durch ein neues Format oder Narrativ dem User ein ungewohntes Erlebnis oder Nutzen bieten. .
- **5. VR Experience**  
Immersive VR-Erlebnisse, die sowohl durch ein Narrativ als auch durch visuell neugedachte Inszenierungen dem User ein nachhaltiges Erlebnis bieten.
- **6. Conversational / Voice Experience**  
Sprachgesteuerte und Voicegestützte Anwendungen und Erlebnisse, die durch Voice-Interfaces den User ein Narrativ, einen Nutzen oder Hilfe bieten.
- **7. Digitale Installation**  
Digitalmediale Installationen und Inszenierungen in räumlichen Kommunikationsszusammenhängen (Messen, Brand Spaces, Museen, Ausstellungen, Bühnen) und im öffentlichen Raum.
- **8. KI / Machine Learning**  
Arbeiten, die künstliche Intelligenz/Machine Learning auf kreative Weise einsetzen.
- **9. Innovative Technologie**  
Innovative Nutzung/Einsatz oder Entwicklung von Technologie im digitalen oder realen Raum.

### 3. Digitale Produkte / Services

Digitale Produkte und Services, die durch ungesehene und innovative Kreation Nutzen bieten.

- **1. Digitales Produkt**  
Softwaregestützte Produkte oder Dienstleistungen, die irgendeine Form von Nutzen bieten.
- **2. Digitaler Service**  
Komplette (digitale) Prozesse einer Dienstleistung. Websites und mobile Apps als Teil davon oder Abbildung des gesamten Prozesses: Abläufe im Unternehmen oder sämtliche persönliche und automatisierte Berührungspunkte mit Kunden.
- **3. Plattform**  
E-Commerce-Sites, Websites oder Plattformen sowie Portale.
- **4. App / Mobile Anwendung**  
Mobile Apps, Websites oder Anwendungen, die durch Innovation, Benutzerfreundlichkeit, erweiterte Funktionen und überlegenes Design neue Standards setzen. Diese soll hilfreiche Funktionen beinhalten, das Leben der Menschen bereichern und/oder das Erledigen von Aufgaben erleichtern.
- **5. Usability**  
(Mobile) Websites oder Anwendungen, die durch innovatives Design und nützliche Funktionen das beste Benutzererlebnis bieten.
- **6. Interface Design**  
(Mobile) Websites oder Anwendungen, die neue Standards im Design der Benutzeroberfläche setzen.
- **7. Conversational / Voice Experience**  
Sprachaktivierte Apps und Geräte, die eine besondere Benutzerfreundlichkeit und Funktionalität bieten. Innovative Nutzung von Messaging- und Bot-Funktionen, einschließlich IM-, SMS-, Nachrichten- und KI-Chatbots in mobilen Websites und Apps.
- **8. Künstliche Intelligenz**  
Produkte, Anwendungen und Services, die auf einer KI-Technologie basieren, wie z.B. Machine Learning, Deep Learning etc.
- **9. Innovative Technologie**  
Produkte, Anwendungen und Services, die auf neuen entstehenden Technologien basieren, die in keine andere Kategorie passen.

### 4. Digital – Craft

- **1. Digitale Kommunikation**  
Digitale Kommunikationsmaßnahmen, die durch eine besonders exzellente Exekution hervorstechen.
- **2. Digitale Erlebnisse**  
Digitale Erlebnisse, die durch eine besonders exzellente Exekution hervorstechen.
- **3. Digitale Produkte / Services**  
Digitale Produkte & Services, die durch eine besonders exzellente Exekution hervorstechen.

## 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.

\* B2C = Business to Consumer

\*\* B2B = Business to Business

## 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**

\* B2C = Business to Consumer

\*\* B2B = Business to Business

## 2. PR

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

- **1. Corporate / Brand Related**  
Die Kommunikationsaktivitäten beziehen sich nur auf Unternehmen und Marke.
- **2. Cause Related**  
Zeitlich befristete Zusammenarbeit bzw. Kooperation zwischen einem Unternehmen und einer Nonprofit-Organisation (NPO)
- **3. Media Relations**  
Nutzung von elektronischen Medien für die gezielte Platzierung eigener Botschaften sowie die Herstellung und Verbreitung von Medienerzeugnissen durch Organisationen.
- **4. Public Affairs**  
Die strategische, kommunikative Einflussnahme auf politische Entscheidungsprozesse durch Organisationen.

## 3. Echtzeit / Live

- **1. Agenda-Surfing**
- **2. Live Broadcasting**
- **3. Targeting / Realtime Advertising**

# 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*

*4. Exhibition Experience  
markenbezogen – Craft*

- **1. Raumin szenierung**  
Raumgestaltung innerhalb eines Projektes.
- **2. Storytelling**  
Umgang mit dem Storytelling, der Dramaturgie oder der Erzählperspektive.
- **3. Medien / Film**  
Medieneinsatz innerhalb eines Projektes.
- **4. VR / AR**  
Umgang mit VR oder AR.
- **5. Innovative Technologien**  
Innovative Einsatz von Technologien als auch der besonders kreative Einsatz innovativer Technologien.
- **6. Licht**  
Einsatz von Licht als Gestaltungselement.
- **7. Musik / Sound**  
Einsatz von Musik/Sound oder anderen akkustischen Elementen.
- **8. Grafikdesign**  
Kreatives Grafik-Design innerhalb eines Projektes.
- **9. Partizipation des Publikums**  
Besonders kreative Idee zur Einbindung des Publikums oder Besucher.

*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.

## 6. Spatial Experience - Craft

- **1. Storytelling**  
Umgang mit dem Storytelling, der Dramaturgie oder der Erzählperspektive.
- **2. Medien / Film**  
Medieneinsatz innerhalb eines Projektes.
- **3. VR / AR**  
Umgang mit VR oder AR.
- **4. Innovative Technologien**  
Innovative Einsatz von Technologien als auch der besonders kreative Einsatz innovativer Technologien.
- **5. Licht**  
Einsatz von Licht als Gestaltungselement.
- **6. Musik / Sound**  
Einsatz von Musik/Sound oder anderen akkustischen Elementen.
- **7. Grafikdesign**  
Kreatives Grafik-Design innerhalb eines Projektes.
- **8. Partizipation des Publikums**  
Besonders kreative Idee zur Einbindung des Publikums oder Besucher.

## 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. Rauminzenierung**  
Raumgestaltung innerhalb eines Projekte.
- **2. Storytelling**  
Umgang mit dem Storytelling, der Dramaturgie oder der Erzählperspektive.
- **3. Medien / Film**  
Medieneinsatz innerhalb eines Projektes.
- **4. VR / AR**  
Umgang mit VR oder AR.
- **5. Innovative Technologien**  
Innovative Einsatz von Technologien als auch der besonders kreative Einsatz innovativer Technologien.
- **6. Licht**  
Einsatz von Licht als Gestaltungselement.
- **7. Musik / Sound**  
Einsatz von Musik/Sound oder anderen akkustischen Elementen.
- **8. Grafikdesign**  
Kreatives Grafik-Design innerhalb eines Projektes.
- **9. Partizipation des Publikums**  
Besonders kreative Idee zur Einbindung des Publikums oder Besucher.

## 8. Design

### 1. Design Interdisziplinär

- **1. Corporate Identity / Visual Identity**  
Medienübergreifende Darstellung eines Unternehmens.
- **2. 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**  
Bei Formaten über 100 cm breit x 150 cm hoch, 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. 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.
- **9. Raumdesign**  
Interior Design und Möbeldesign, Markenarchitektur, Wegeleitsystem etc.
- **10. Broschüre / Katalog**
- **11. Bericht**  
Geschäftsbericht, Nachhaltigkeitsbericht etc.
- **12. Buch**
- **13. Buchcover**
- **14. POS / Shopwindow**

### 3. Design - Craft

- **1. Typografie**  
Bewertet wird die handwerkliche Qualität der Typografie in Satz, handwriten oder illustrated Type. Daher sind auch Schriftentwürfe einzureichen. Die Typografie muss zentraler Bestandteil der Arbeit sein.
- **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 Data

## 9. Editorial

### 1. Magazin

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**  
Pro Coverserie darf nur ein Motiv eingereicht werden.
- **5. Beitrag**  
Artikel, Strecken (Bildstrecken oder andere Strecken mit einer herausragenden Idee), Kolumnen etc.
- **6. Sonderausgabe**  
Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe und die Abhebung von den Standarts.
- **7. Newcomer**

### 2. Zeitung

- **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. Einzelcover**
- **4. Beitrag**  
Artikel, Strecken (Bildstrecken oder andere Strecken mit einer herausragenden Idee), Kolumnen etc.

### 3. Digital

- **1. Podcast**
- **2. Newsletter**
- **3. Videokolumne**
- **4. Medienübergreifend**

### 4. Corporate Publishing – interne Kommunikation

- **1. Ausgabe Magazin / Zeitung**  
Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe.

### 5. Corporate Publishing – externe Kommunikation B2C

- **2. Jahrgang / Magazin**  
Beurteilt wird das durch alle Ausgaben hindurch erkennbare Gesamtkonzept des gesamten Jahrgangs.  
*Max. jedoch 8 Ausgaben, welche den gesamten Jahrgang repräsentieren.*

### 6. Corporate Publishing – externe Kommunikation B2B

- **3. Bericht**  
Jahresbericht, Nachhaltigkeitsbericht oder Geschäftsbericht.
- **4. Beitrag**  
Beurteilt wird ein Artikel, eine Strecke (Bildstrecke oder andere Strecke mit einer herausragenden Idee), Kolumnen etc.
- **5. Buch**  
An Mitarbeiter (intern), Kunden/Privatpersonen (extern – B2C) oder Unternehmen (extern – B2B) gerichtete Publikation in Buchform.
- **6. Broschüre / Katalog**  
An Mitarbeiter (intern), Kunden/Privatpersonen (extern – B2C) oder Unternehmen (extern – B2B) gerichtete Publikation oder Publikationsreihen (keine Buchform).
- **7. 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.).
- **8. 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.

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de  
www.adc.de

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

### *2. Fotografie*

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

- **1. Editorial**  
Kontext gebundene Motive.
- **2. Werbung**  
Inhaltlich gebundene Motive.
- **3. Freie Arbeit**

### *3. Illustration*

- **1. Editorial**  
Kontext gebundene Motive.
- **2. Werbung**  
Inhaltlich gebundene Motive.
- **3. Freie Arbeit**

## 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.

Allgemeine  
*Teilnahmebedingungen*

# Allgemeine Teilnahmebedingungen

Veranstalterin des ADC Wettbewerbs ist die Art Directors Club GmbH, Berlin (nachfolgend „ADC“ genannt), im Auftrag des Art Directors Club für Deutschland e. V.. Teilnahmeberechtigt sind alle Urheber, Personen oder Firmen mit Arbeiten, an denen sie urheberrechtlich beteiligt waren. Der Einreicher sichert zu, dass Rechte Dritter der vom ADC beabsichtigten Nutzung der eingesandten Arbeiten nicht entgegenstehen und dass diese einer Teilnahme am ADC Wettbewerb ausdrücklich zugestimmt haben. Am ADC Wettbewerb können ausschließlich Arbeiten teilnehmen, welche zwischen dem 1. Januar 2019 und dem 31. Januar 2020 erstmals veröffentlicht wurden. Arbeiten aus Januar 2019, die bereits zum ADC Wettbewerb 2019 eingereicht wurden, sind in derselben Kategorie nicht noch einmal teilnahmeberechtigt. Die Arbeiten müssen entweder in Deutschland, Österreich, Luxemburg oder der deutschsprachigen Schweiz veröffentlicht oder entwickelt worden sein. Die Arbeiten dürfen inhaltlich oder formal nicht mit einer bereits veröffentlichten Arbeit übereinstimmen. Ferner müssen die Arbeiten im Auftrag eines Auftraggebers – außer bei Eigenwerbung – realisiert und veröffentlicht worden sein. Eine Arbeit, welche ausschließlich zur Teilnahme am ADC Wettbewerb realisiert und veröffentlicht wurde, ist nicht teilnahmeberechtigt. Außerdem muss der Auftraggeber vom Einreicher über die Teilnahme der Arbeit am ADC Wettbewerb in Kenntnis gesetzt worden sein und der Teilnahme der Arbeit am ADC Wettbewerb ausdrücklich zugestimmt haben. Bei allen Arbeiten, die nicht in Deutschland konzipiert wurden, muss der ausländische Urheber eindeutig genannt werden. Neben der Angabe einer Kurzbeschreibung sind detaillierte Angaben zur Veröffentlichung der Arbeiten bei der Einreichung zu machen, wie das Datum der Erstveröffentlichung und die Nennung des Mediums oder des Ortes, wo die Arbeiten veröffentlicht wurden.

## Erstattung

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

## Zahlungsart

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

## Bankverbindung

Empfänger:	Art Directors Club GmbH
Bank:	Deutsche Bank
IBAN:	DE77 3007 0010 0500 0070 00
BIC (SWIFT):	DEUTED3333

Als Verwendungszweck bitte Beleg- und Kundennummer angeben.

## Vorbehalte / Verstöße

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

## Pflichten und Haftung des Einreichers

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

Er versichert mit seiner Unterschrift, die Teilnahmebedingungen gelesen zu haben und diese zu akzeptieren. Jeder Einreicher unterwirft sich mit der Einreichung einer oder mehrerer Arbeiten den Teilnahmebedingungen und dem Bewertungsverfahren. Es gilt der Schiedsspruch der Jury. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Jurierung ist beendet, wenn dem ADC Büro das unterzeichnete Ergebnis des Jury Chairman vorliegt. Plagiats- und Dublettenhinweise sind an das ADC Wettbewerbssteam zu richten. Der Einreicher versichert, unter den registrierten Kontaktdaten mindestens bis Ende September 2020 erreichbar zu sein oder im Falle einer Änderung das ADC Büro unverzüglich per E-Mail zu benachrichtigen. Das ADC Team kontaktiert nach dem ADC Wettbewerb alle Gewinner, um die Aufbereitung der Daten zu klären. Der Einreicher verpflichtet sich ferner, bei der Anmeldung auf der Teilnahmeplattform für den Fall einer Rücksendung den materiellen Wert (Materialwert) anzugeben. Der Einreicher hat den ADC des Weiteren auf die Verwendung von GEMA-pflichtigem Material (insbesondere Musikkompositionen oder Teile hiervon, Sounds, O-Töne) in seinem Werk hinzuweisen. Der ADC übernimmt für die im Rahmen des Wettbewerbes stattfindenden GEMA-pflichtigen Nutzungen (z. B. Aufführung oder sonstige öffentliche Wahrnehmbarmachung der GEMA-pflichtigen Teile des Werkes im Rahmen des ADC Festivals, insbesondere im Rahmen der Jurierung, der Ausstellung etc.) die entsprechenden GEMA-Gebühren und meldet die Nutzung bei der GEMA an. Im Übrigen sichert der Einreicher zu, dass sonstige Rechte Dritter dieser Nutzung nicht entgegenstehen.

### Pflichten und Haftung des ADC

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

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

### Haftungsfreistellung

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

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

### Veröffentlichung und Nutzungsrechte

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

Mai 2020 auszustellen und öffentlich vorzuführen und die besten Arbeiten auf der Bühne der ADC Award Show zu präsentieren. Der ADC beabsichtigt ferner, ausgezeichnete Arbeiten auch nach dem Wettbewerb zu Zwecken der Eigenwerbung für den ADC als Veranstalter des Wettbewerbs zu nutzen. Bis zur Bearbeitung der Rücksendungen nach dem ADC Festival behält der ADC die Arbeiten in seinem Besitz. Ferner werden alle Gewinnerarbeiten veröffentlicht und/oder öffentlich zugänglich gemacht, insbesondere im Rahmen einer ADC Gewinnergalerie, von ADC Ausstellungen, der ADC Roadshow und weiteren Publikationen. Für diese Zwecke verpflichtet sich der Einreicher, auf Anfrage druckfähige Daten oder weitere Exemplare zur Verfügung zu stellen. Auf die beschränkte Haftung des ADC für Abnutzung, Beschädigung und Verlust wird verwiesen. Der Einreicher kann keinen Einfluss auf Inhalt und Art der Wiedergabe seiner prämierten Arbeit nehmen.

### Art Directors Club GmbH

Franklinstraße 15  
10587 Berlin

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

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