



## **Guidelines**

# *ADC Wettbewerb 2021*

**Einreichungszeitraum:**

*27. Oktober 2020 bis 16. Februar 2021*

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

## Liebe *Kreative*.

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

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

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

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

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

**Warum der ADC seinen Wettbewerb reformiert.**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Hier steht wie das Einreichen geht.



Dörte Spengler-Ahrens  
ADC Präsidentin



Prof. Richard Jung  
ADC Fachbereichsvorstand Forschung & Lehre

# Allgemeine Informationen

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

# Kategorien

Kategorienübersicht	15
Definitionen, Uploadformate & Gebühren	16
BRAND BUILDING	17
ACTIVATION	25
DIGITAL EXPERIENCE	33
SPATIAL EXPERIENCE	37
PUBLISHING	44
COPY	50
DESIGN	54
IMAGERY	59
AUDIO	62
FILM	66
EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS	71
INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY	73

Allgemeine Teilnahmebedingungen	75
---------------------------------	----

# Allgemeine *Informationen*

## Teilnahme & Gewinn

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

#### *Alle Teilnehmer erhalten*

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

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

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

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

#### *Ehrungen*

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

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

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

# Bewertung

## *Jury*

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

## *Bewertungskriterien*

<b>Originalität</b>	Ist die Arbeit originär und originell?
<b>Klarheit</b>	Kommuniziert die Arbeit ihre Inhalte verständlich?
<b>Kraft</b>	Bewirkt die Arbeit eine Bewusstseinsveränderung?
<b>Machart</b>	Ist die Arbeit handwerklich überzeugend?
<b>Freude</b>	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*

**27. Oktober 2020**  
[adc-wettbewerb.de](http://adc-wettbewerb.de)

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

*Early Bird 10 %*

**bis 10. November 2020**

*Teilnahmeschluss*

**16. Februar 2021**

*Late Fee / zzgl. 120.- €*

**bis 23. Februar 2021**

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

*Teilnahmeschluss*

**16. Februar 2021**

*Credit-Anpassungen*

**05. März 2021**

## ADC Festival 2021

*Digitale Vorjurierung*

**26. – 30. April 2021**

*Jurysitzung*

**04. – 05. Mai 2021**

*Bekanntgabe Gewinner (bis Silber)*

**05. Mai 2021**  
ab 16:00 Uhr  
per Mail (Einreicheradresse) und in der [ADC App](#)

*Ausstellung*

**06. – 16. Mai 2021** (vorbehaltlich der Umsetzung)

*Award Show /  
Aftershow Party*

**07. Mai 2021** (vorbehaltlich der Umsetzung)  
Verleihung der Nagel  
Bekanntgabe aller Gold- und Grand-Prix-Gewinner

# Teilnahmegebühren & Zusatzleistungen

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

Alle Teilnahmegebühren verstehen sich in Euro und zzgl. Mehrwertsteuer. Da die Erbringung der Leistung durch den ADC im Jahr 2021 liegt, wird der dann gültige Mehrwertsteuersatz angewandt.

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

## ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM

### 1. JANUAR – 31. DEZEMBER 2020

*Bis 10.11.2020  
Early Bird / 10 %*

automatischer Nachlass auf der Rechnung  
pro Einreichung bei Freigabe

*16.02.2021  
Offizieller Teilnahmeschluss*

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

*Bis 23.02.2021  
Late Fee / zzgl. 120,- €*

automatische Erhebung auf der Rechnung  
pro Einreichung / Kategorie bei Freigabe

## ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM

### 1. – 31. JANUAR 2021

*16.02.2021  
Offizieller Teilnahmeschluss*

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

## ES KÖNNEN WEITERE GEBÜHREN ENTSTEHEN:

*Zusatzpräsentation*

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

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

*Rücksendung*

### **70,- €**

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

*Bearbeitung von  
Korrekturen*

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

### **90,- € (geringfügig)**

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

### **170,- € (umfassend)**

Kategoriewechsel  
Austausch pro Film / Casefilm / Audio

# Wettbewerbsregeln

## *Erstellungszeitraum*

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

Ausnahme:

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

## *Kategoriensystem*

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

## *Zusammenhängende Inhalte*

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

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

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

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

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

## *Mehrfacheinreichung*

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

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

### *Kennzeichnung*

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

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

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

### *Anonymität*

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

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

### *Gebühren*

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

Im Falle eines Gewinnes entstehen keine zusätzlichen Kosten.

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

### *Digitale Freigabe und Zusendungen*

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

### *Einreichungszulassung*

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

## Einreichungsprozess

- |    |  |    |   |
|----|--|----|---|
| 01 | Jede Arbeit muss online angelegt werden: Als Einreicher unter <a href="http://adc-wettbewerb.de">adc-wettbewerb.de</a> registrieren und die Rechnungsadresse bestimmen.                            | 08 | Ggf. weitere Arbeiten/Leistungen zur Kampagne hinzufügen.   |
| 02 | Kategorie auswählen, Auftraggeber, Produktname und Titel der Arbeit angeben sowie ggf. persönliche Auftragsnummer vergeben. Optionale Rücksendung von physischem Einreichungsmaterial veranlassen. | 09 | Einreichung verbindlich freigeben. Es ist möglich, mehrere Einreichungen gesammelt freizugeben, indem man diese markiert.   |
| 03 | Veröffentlichungsdatum festlegen, Kurzbeschreibung anlegen (Aufgabe, Idee, Lösung max 1.500 Zeichen insgesamt).  | 10 | Nach der Freigabe wird automatisch eine Rechnung versendet. Für alle gesamt-freigegebenen Einreichungen wird eine Gesamt-Rechnung erzeugt. Für jede einzeln-freigegebene Einreichung wird eine einzelne Rechnung generiert. |
| 04 | Namen aller Beteiligten in den Credits angeben.  | 11 | Nach digitaler Prüfung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln seitens des ADC Teams erhält der Einreicher per E-Mail alle relevanten Unterlagen.  |
| 05 | Anzahl der digitalen Bestandteile (Board, Motiv, 3D, Film, Spot, Audio, URL) festlegen<br><b>Achtung:</b> Hinweise beachten! Siehe <a href="#">Übersicht – Uploadformate &amp; Gebühren</a> .      | 12 | Alles ausdrucken! Barcodes, Adressetiketten, Rechnung, Einsendeliste und Einsendeblatt.<br><b>Achtung:</b> Bitte unterschreiben!  |
| 06 | Einreichung speichern. Mit Beginn des Uploads der Bestandteile können u.a die Kategorien nicht mehr geändert werden.   | 13 | Physisches Material (3Ds) entsprechend aufbereiten und mit <b>Barcodes</b> versehen ( <a href="#">siehe physische Präsentationsformate</a> ).   |
| 07 | Uploads durchführen und Titel der Bestandteile vergeben.   | 14 | Einsendeblatt, Einsendeliste und physisches Material (3Ds) gut verpacken, um Versandbeschädigungen zu vermeiden. Physische Boards/Motive werden über den Druckservice an das ADC Büro versendet.                            |
|    |  | 15 | Alle Unterlagen <b>innerhalb von 7 Werktagen</b> zum ADC Büro schicken.<br><b>Achtung:</b> Bitte Adressetiketten verwenden!   |

### *ADC Support*

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

Wir freuen uns auf Euch!

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

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

# Digitale Präsentationsformate

## Bestandteile

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

Pro Einreichung müssen Bestandteile zusammengestellt und angelegt werden. Die Teilnahmegebühren variieren pro Kategorie je nach Anzahl der Bestandteile.

Siehe [Übersicht – Uploadformate & Gebühren](#)

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

Kosten: 335,- € je weiteres Bestandteil.

Folgende Teil-Formate können je Kategorie zur Auswahl stehen:

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

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

- Präsentationsbild
- Beschreibungstext
- Casefilm
- Textmanuskript
- Zusatzpräsentation

## Board

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

### Querformat, JPG



*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.

**Hoch- oder Querformat, PDF**

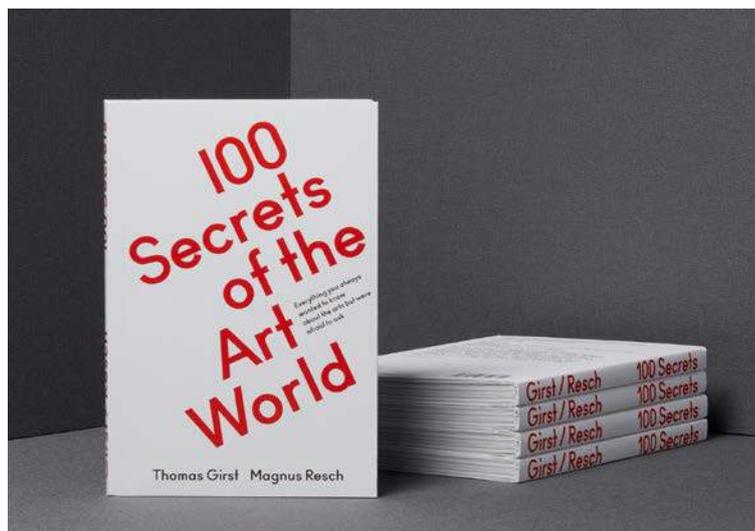


*3D*

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

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

**Hoch- oder Querformat, JPG**



### Film/Spot

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

**max. 600 Sek.**

	Film SD 4:3	Film SD 16:9	Film HD	Film Full HD
<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 2021**

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

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

### Präsentationsbild

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

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

### *Beschreibungstext*

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

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

### *Casefilm*

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

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

### *Textmanuskript*

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

**max. 7.000 Zeichen inklusive Leerzeichen**

### *Zusatzpräsentation*

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

Bücher, Magazine, Zeitungen ect. müssen als vollständiges Druck-PDF hochgeladen werden. Dies ist für die digitale Jurierung zwingend erforderlich.

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

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

**Specs siehe jeweiliges Format**

## Physische Präsentationsformate

### Physisches Einreichungsmaterial

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

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

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

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

### Board/Motiv

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



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



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

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

### 3D

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

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

Für die Einsendung des physischen 3D gilt:

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

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



**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)

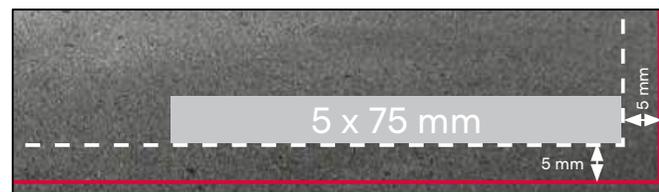
**ACHTUNG**

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 gerne zur Verfügung!

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

# Kategorien

# Kategorienübersicht – ADC Wettbewerb 2021

1 BRAND BUILDING	2 ACTIVATION	3 DIGITAL EXPERIENCE	4 SPATIAL EXPERIENCE	5 PUBLISHING	6 COPY	7 DESIGN	8 IMAGERY	9 AUDIO	10 FILM	11 EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS	12 INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY
<p><b>1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN</b></p> <p>1 Unternehmen / Organisation / Institution</p> <p>2 Produkt / Dienstleistung / Event</p> <p>3 Franchise</p> <p>4 Sonstiges</p>	<p><b>1 ADVERTISING</b></p> <p>1 Integrated</p> <p>2 Integrated Online Only</p> <p>3 Mobile / Online Media</p> <p>4 Print Media</p> <p>5 Out-of-Home / Ambient Media</p> <p>6 Audio Media</p> <p>7 TV / Cinema Media</p> <p>8 Sonstiges</p>	<p><b>1 DIGITAL PRODUCT/ SERVICE</b></p> <p>1 Applications</p> <p>2 Games</p> <p>3 Virtual Reality</p> <p>4 Augmented Reality</p> <p>5 Digitale Installationen</p> <p>6 E-Commerce</p> <p>7 Content Management</p> <p>8 Voice / Conversational</p> <p>9 Internet of Things</p> <p>10 Service Design</p> <p>11 Sonstiges</p>	<p><b>1 EXHIBITION</b></p> <p>1 Exhibition for Brand</p> <p>2 Exhibition for Subject</p> <p>3 Hybrid Exhibition for Brand</p> <p>4 Hybrid Exhibition for Subject</p> <p>5 Exhibition Craft</p>	<p><b>1 EDITORIAL</b></p> <p>1 Magazin</p> <p>2 Zeitung</p> <p>3 Buch</p> <p>4 Mobile / Online Media</p> <p>5 Crossmedia / Special Uses</p> <p>6 Sonstiges</p>	<p><b>1 COMMERCIAL</b></p> <p>1 Commercial Copy</p>	<p><b>1 GRAPHIC DESIGN</b></p> <p>1 Print Media</p> <p>2 Public Space Media</p> <p>3 Crossmedia / Special Uses</p>	<p><b>1 PHOTOGRAPHY</b></p> <p>1 Photography</p>	<p><b>1 RADIO / ONLINE</b></p> <p>1 Radio/Online Media</p>	<p><b>1 LIVE ACTION FILM</b></p> <p>1 Film for TV / Cinema</p> <p>2 Film for Mobile / Online Media</p> <p>3 Music Video</p> <p>4 Film for Publishing</p> <p>5 Film Craft</p> <p>6 Sonstiges</p>	<p><b>1 MANDATE</b></p>	<p><b>1 CONCEPT</b></p>
<p><b>2 BRAND COMMUNICATION</b></p> <p>1 Integrated</p> <p>2 Integrated Online only</p> <p>3 Mobile / Online Media</p> <p>4 Print Media</p> <p>5 Out-of-Home / Ambient Media</p> <p>6 Audio Media</p> <p>7 TV / Cinema Media</p> <p>8 Sonstiges</p>	<p><b>2 PROMOTION</b></p> <p>1 B2C Aktionen</p> <p>2 B2C Werbemittel</p> <p>3 B2B Aktionen</p> <p>4 B2B Werbemittel</p> <p>5 User Generated Content</p> <p>6 Sonstiges</p>	<p><b>2 HARDWARE/ SOFTWARE SYSTEMS</b></p> <p>1 Consumer Products</p> <p>2 Industrial Products</p> <p>3 Sonstiges</p>	<p><b>2 EVENT</b></p> <p>1 Event</p> <p>2 Hybrid Event</p> <p>3 Online Event</p> <p>4 Event Craft</p>	<p><b>2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING</b></p> <p>1 Magazin</p> <p>2 Zeitung</p> <p>3 Buch</p> <p>4 Online Media</p> <p>5 Crossmedia / Special Uses</p> <p>6 Sonstiges</p>	<p><b>2 EDITORIAL</b></p> <p>1 Editorial Copy</p>	<p><b>2 INTERFACE DESIGN</b></p> <p>1 Mobile Interactive Media</p> <p>2 Stationary Interactive Media</p>	<p><b>2 ILLUSTRATION</b></p> <p>1 Illustration</p>	<p><b>2 PUBLISHING</b></p> <p>1 Publishing Media</p> <p>2 Podcast/Webcast Ads</p>	<p><b>2 ANIMATED FILM</b></p> <p>1 Animation for TV / Cinema</p> <p>2 Animation for Mobile / Online Media</p> <p>3 Music Video</p> <p>4 Animation for Publishing</p> <p>5 Animation Craft</p> <p>6 Sonstiges</p>	<p><b>2 INDEPENDENT</b></p>	<p><b>2 PROTOTYPE</b></p>
<p><b>3 BRAND PR</b></p> <p>1 Influencer Marketing</p> <p>2 Crisis Communication</p> <p>3 Brand Partnership / Sponsoring</p> <p>4 Employer Branding</p> <p>5 Branded Content /Entertainment</p> <p>6 Sonstiges</p>	<p><b>3 PR ACTIVATION</b></p> <p>1 Product PR</p> <p>2 Cause Related Marketing</p> <p>3 Agenda Surfing</p> <p>4 Public Affairs</p> <p>5 Sonstiges</p>	<p><b>3 DIGITAL CRAFT</b></p> <p>1 Creative Use of UX</p> <p>2 Creative Use of Code</p> <p>3 Creative Use of Data</p> <p>4 Creative Use of Technology</p> <p>5 Creative Use of AI / Machine Learning</p> <p>6 Creative Use of Voice</p> <p>7 Sonstiges</p>	<p><b>3 PUBLIC SPACE</b></p> <p>1 Interior</p> <p>2 Urban Design</p> <p>3 Service Design</p>	<p><b>3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING</b></p> <p>1 Copy</p>	<p><b>3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING</b></p> <p>1 Copy</p>	<p><b>3 MOTION DESIGN</b></p> <p>1 Motion Design</p>	<p><b>3 POST-PRODUCTION / CGI</b></p> <p>1 Post-production / CGI for Photography</p> <p>2 Post-production / CGI for Illustration</p> <p>3 Hybrid Post-production / CGI</p>	<p><b>3 AUDIO DESIGN</b></p> <p>1 Audio Design</p>	<p><b>4 MUSIC</b></p> <p>1 Music</p>	<p><b>5 AUDIO DESIGN AND MUSIC</b></p> <p>1 Overall Audio Piece</p>	<p><b>3 INNOVATIVE USE OF MEDIA</b></p>
<p><b>4 BRAND DIALOG</b></p> <p>1 B2B</p> <p>2 B2C</p>	<p><b>4 DIALOG ACTIVATION</b></p> <p>1 B2B</p> <p>2 B2C</p>		<p><b>4 CORONA CANCELLED PROJECTS</b></p> <p>1 Exhibition</p> <p>2 Event</p> <p>3 Public Space</p>	<p><b>4 STORYTELLING</b></p> <p>1 Storytelling</p>	<p><b>4 STORYTELLING</b></p> <p>1 Storytelling</p>	<p><b>4 PACKAGING DESIGN</b></p> <p>1 Packages</p>	<p><b>5 PRODUCT DESIGN</b></p> <p>1 Products</p>	<p><b>6 AUDIO CRAFT</b></p> <p>1 Audio Craft</p>			

# Defintionen, Uploadformate & Gebühren

## *Bestandteile*

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

## *Anzahl Bestandteile*

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

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

## *Physische Einreichung*

Das als JPG hochgeladene 3D als Belegexemplar an das ADC Büro senden, siehe [Physische Präsentationsformate](#)

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

## *Digitale Präsentation*

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

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

## *Kategorien*

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

# 1. BRAND BUILDING

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

1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN	2 BRAND COMMUNICATION	3 BRAND PR	4 BRAND DIALOG	
<p><b>1 UNTERNEHMEN / ORGANISATION / INSTITUTION</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Crossmediale Konzeption (Neu)</li> <li>2 Crossmediale Konzeption (Redesign)</li> </ol> <p><b>2 PRODUKT / DIENSTLEISTUNG / EVENT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Crossmediale Konzeption (Neu)</li> <li>2 Crossmediale Konzeption (Redesign)</li> </ol> <p><b>3 FRANCHISE</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Crossmediale Konzeption (Neu)</li> <li>2 Crossmediale Konzeption (Redesign)</li> </ol> <p><b>4 SONSTIGES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Sonstiges</li> </ol>	<p><b>1 INTEGRATED</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Crossmediale Kampagne</li> </ol> <p><b>2 INTEGRATED ONLINE ONLY</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Crossmediale Online-/ Social-Media-Kampagne</li> </ol> <p><b>3 MOBILE/ONLINE MEDIA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Web-/Microsite</li> <li>2 App</li> <li>3 Portal</li> <li>4 Plattform</li> <li>5 Display</li> <li>6 Terminal</li> <li>7 Sonstiges</li> </ol> <p><b>4 PRINT MEDIA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Anzeige (einzeln)</li> <li>2 Anzeige (Serie)</li> <li>3 Plakat (einzeln)</li> <li>4 Plakat (Serie)</li> <li>5 Broschüre (einzeln)</li> <li>6 Broschüre (Serie)</li> <li>7 Sonstiges</li> </ol> <p><b>5 OUT-OF-HOME/ AMBIENT MEDIA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln)</li> <li>2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie)</li> <li>3 Digital Out-of-Home</li> <li>4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media</li> <li>5 Sonstiges</li> </ol>	<p><b>6 AUDIO MEDIA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Radiospot (einzeln)</li> <li>2 Radiospot (Serie)</li> <li>3 Pre-, Mid- und Post-roll Ads</li> <li>4 Podcast/Webcast (Ausgabe)</li> <li>5 Podcast/Webcast (Serie)</li> <li>6 Sonstiges</li> </ol> <p><b>7 TV/CINEMA MEDIA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)</li> <li>2 TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)</li> <li>3 TV-/Kinospot (Serie)</li> <li>4 Digital Mobile Only (einzeln)</li> <li>5 Digital Mobile Only (Serie)</li> <li>6 Digital Pre-roll Ads (einzeln)</li> <li>7 Digital Pre-roll Ads (Serie)</li> <li>8 Online-Film (einzeln)</li> <li>9 Online-Film (Serie)</li> <li>10 Point-of-Sale-Film</li> <li>11 Kurzfilm/Sonderformat</li> <li>12 Public-Service-Film</li> <li>13 Film für Unternehmensdarstellung</li> <li>14 Filmische Dokumentation</li> <li>15 Taktischer Film</li> <li>16 Sonstiges</li> </ol> <p><b>8 SONSTIGES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Sonstiges</li> </ol>	<p><b>1 INFLUENCER MARKETING</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Influencer Marketing (Einzelaktion)</li> <li>2 Influencer Marketing (Serie)</li> </ol> <p><b>2 CRISIS COMMUNICATION</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Crisis Communication (Einzelaktion)</li> <li>2 Crisis Communication (Serie)</li> </ol> <p><b>3 BRAND PARTNERSHIP / SPONSORING</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Brand Partnership/Sponsoring (Einzelaktion)</li> <li>2 Brand Partnership/Sponsoring (Serie)</li> </ol> <p><b>4 EMPLOYER BRANDING</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Employer Branding (Einzelaktion)</li> <li>2 Employer Branding (Serie)</li> </ol> <p><b>5 BRANDED CONTENT/ ENTERTAINMENT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Publikation</li> <li>2 Event/Live Experience</li> <li>3 Video / Film</li> <li>4 Audio</li> <li>5 Game</li> <li>6 Social Media Activation</li> <li>7 Sonstiges</li> </ol> <p><b>6 SONSTIGES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Sonstiges</li> </ol>	<p><b>1 B2B</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Mailing/Postsending</li> <li>2 E-Mail</li> <li>3 Printanzeige</li> <li>4 Crossmediale Kampagne</li> <li>5 Mobile/Online</li> <li>6 Social Media</li> <li>7 Content Marketing</li> <li>8 Broadcast</li> <li>9 Sonstiges</li> </ol> <p><b>2 B2C</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Mailing/Postsending</li> <li>2 E-Mail</li> <li>3 Printanzeige</li> <li>4 Crossmediale Kampagne</li> <li>5 Mobile/Online Media</li> <li>6 Social Media</li> <li>7 Content Marketing</li> <li>8 Broadcast</li> <li>9 Sonstiges</li> </ol>

# 1. BRAND BUILDING

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



		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
<b>1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN</b>																
Auch Corporate Identity/Corporate Design (CI/CD) auch Brand Identity/ Brand Design (BI/BD) genannt. Das sind Gestaltungsideen, die einer Marke grundlegende Bindung und Bedeutung verleihen sowie Wiedererkennung ermöglichen.																
<b>1 UNTERNEHMEN / ORGANISATION / INSTITUTION</b>																
1	Crossmediale Konzeption (Neu)	Markenkommunikation mit unterschiedlichen Motiven, die inhaltlich und/oder formal verbunden großformatig auf Papier oder anderen Trägermaterialien gedruckt und in der Öffentlichkeit angebracht werden.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓		900,-
2	Crossmediale Konzeption (Redesign)	Umgestaltung der bestehenden CI/CD einer Organisation, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓		900,-
<b>2 PRODUKT / DIENSTLEISTUNG / EVENT</b>																
1	Crossmediale Konzeption (Neu)	Neue BI/BD eines Produkts, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓		900,-
2	Crossmediale Konzeption (Redesign)	Umgestaltung der bestehenden BI/BD eines Produkts, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓		900,-
<b>3 FRANCHISE</b>																
1	Crossmediale Konzeption (Neu)	Neue BI/BD eines Franchise-Geschäftsmodells das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓		900,-
2	Crossmediale Konzeption (Redesign)	Umgestaltung der bestehenden BI/BD eines Franchise-Geschäftsmodells, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓		900,-
<b>4 SONSTIGES</b>																
1	Sonstiges	Ganzheitliche Markengestaltung, die in keine der oben genannten Kategorien passt.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓		900,-

# 1. BRAND BUILDING

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



	Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren				
	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL

## 2 BRAND COMMUNICATION

Kommunikationsideen mit dem Ziel, ein (Vertrauens-)Verhältnis zu einer Marke aufzubauen. In dieser Kategorie geht es ausschließlich um die langfristige Positionierung und Profilierung auf einem Markt.

Anmerkung: Der Unterschied von Advertising zu Brand Communication: Activation Ideen kommunizieren vorrangig ganz konkrete Angebote, in der Regel Nutzen oder Vorteile von Dienstleistungen und Produkten.)

Außerdem: Es gibt Ideen, bei denen es schwerfallen wird, zwischen Brand Communication und Advertising zu unterscheiden. Diese Arbeiten sind jedoch die Ausnahme und nicht die Regel. Sollte diese Ausnahme der Fall sein, gibt es zwei Möglichkeiten: für eine Kategorie entscheiden oder in beide Kategorien einreichen.

1 INTEGRATED												
1 Crossmediale Kampagne	Markenkommunikation, die inhaltlich und formal über on- und offline über mehrere Medienkanäle/-formate hinweg miteinander verknüpft ist.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		900,-
2 INTEGRATED ONLINE ONLY												
1 Crossmediale Online-/Social-Media-Kampagne	Markenkommunikation, die inhaltlich und formal über mehrere online Medienkanäle/-formate hinweg miteinander verknüpft ist.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		900,-
3 MOBILE/ONLINE MEDIA												
1 Web-/Microsite				✓	Board		1	8	✓	✓		335,- 610,-
2 App			Download		Board		1	8	✓	✓		335,- 610,-
3 Portal	E-Commerce-Sites, Websites oder Plattformen sowie Portale.			✓	Board		1	8	✓	✓		335,- 610,-
4 Plattform				✓	Board		1	8	✓	✓		335,- 610,-
5 Display				✓	Board		1	8	✓	✓		335,- 610,-
6 Terminal				✓	Board		1	8	✓	✓		335,- 610,-
7 Sonstiges		✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		335,- 610,-
4 PRINT MEDIA												
1 Anzeige (einzeln)	Markenkommunikation, die in Printmedien (z.B. Zeitungen oder Zeitschriften) veröffentlicht wurden. --- Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.				Motiv		1	1	✓		Casefilm / Audio / URL	335,-
2 Anzeige (Serie)	Markenkommunikation, die als Serie Printmedien (z. B. Zeitung oder Zeitschriften) veröffentlicht wurde und aus mindestens zwei Motiven besteht. ---- Pro Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.				Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL	610,-

# 1. BRAND BUILDING

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



		Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren					
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
3 Plakat (einzeln)	Markenkommunikation, die großformatig auf Papier oder anderen Trägermaterialien gedruckt und in der Öffentlichkeit angebracht werden. --- Pakete digital als Motiv anliegen und Belegexemplar einreichen - bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert. Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.				Motiv		1	1	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓	335,-		
4 Plakat (Serie)	Markenkommunikation mit unterschiedlichen Motiven, die inhaltlich und/oder formal verbunden großformatig auf Papier oder anderen Trägermaterialien gedruckt und in der Öffentlichkeit angebracht werden. --- Pakete digital als Motiv anliegen und Belegexemplar einreichen - bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert. Mit mindestens zwei Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.				Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓		610,-	
5 Broschüre (einzeln)	Markenkommunikation, die in Druckerzeugnissen veröffentlicht wird.					✓	1	1	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓	335,-		
6 Broschüre (Serie)	Markenkommunikation, die in einer Serie von mindestens zwei Broschüren, inhaltlich, gestalterisch und redaktionell miteinander verknüpft ist.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓		610,-	
7 Sonstiges	Markenkommunikation, die in keine der oben genannten Kategorien passt.				Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓	335,-	610,-	
<b>5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA</b>																
1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln)	Markenkommunikation, die im öffentlichen Raum, in der Regel im direkten Lebensumfeld einer Zielgruppe, eingesetzt wurden. --- Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.	✓	✓	✓	Motiv		1	1	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓	335,-		
2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie)	Markenkommunikation, die mindestens zwei unterschiedliche Medien im öffentlichen Raum nutzt. --- Mit mindestens zwei Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.	✓	✓	✓	Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓		610,-	
3 Digital Out-of-Home	Markenkommunikation, die Bildschirme im öffentlichen Raum nutzt.	✓	✓	✓	Motiv		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-	
4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media	Markenkommunikation, die mit Menschen im öffentlichen Raum interagiert.	✓	✓	✓	Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓	335,-	610,-	
5 Sonstiges	Markenkommunikation im öffentlichen Raum, die in keine der oben genannten Kategorien passt.	✓	✓	✓	Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓	335,-	610,-	
<b>6 AUDIO MEDIA</b>																
1 Radiospot (einzeln)	Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden.		✓				1	1	✓		Casefilm	✓	✓	335,-		
2 Radiospot (Serie)			✓				1	8	✓		Casefilm	✓	✓		610,-	
3 Pre-, Mid- und Post-roll Ads			✓				1	8	✓		Casefilm	✓	✓	335,-	610,-	
4 Podcast/Webcast (einzeln)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebscasts und Sendungen		✓				1	1			Casefilm	✓	✓	210,-		
5 Podcast/Webcast (Serie)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebscasts und Sendungen		✓				2	8			Casefilm	✓	✓		610,-	
6 Sonstiges		✓	✓	✓			1	8	✓		Casefilm	✓	✓	335,-	610,-	
<b>7 TV/CINEMA MEDIA</b>																
1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)	Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden	✓					1	8	✓		Casefilm	✓	✓	335,-		

# 1. BRAND BUILDING

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



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

# 1. BRAND BUILDING

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



		Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice		Präsentationsformate		Teilnahmegebühren				
Film	Audio	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.							max. 180 Sek.	170,00 € pro Bestandteil	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen			

## 3 BRAND PR

Ideen mit dem Ziel, eine Marke positiv in der Öffentlichkeit darzustellen, oder Ideen, die im Sinne einer Marke Beziehungen zu Stakeholdern aufbauen und pflegen.

Brand PR (Public Relations) nutzt vor allem die Bedeutung und Reichweite von Multiplikatoren (z.B. Journalisten, Influencer) für eine Marke sowie eigene Medienkanäle (Owned Media) und kommuniziert ausschließlich

Inhalte und Themen, die eine Marke profilieren und positionieren.

Des Weiteren verknüpfen Brand-PR-Ideen Markenbotschaften oft gezielt mit konkreten Anlässen.

Darüber hinaus geht es um Ideen, die in Krisenzeiten Schadensbegrenzung für eine Marke betreiben.

Anmerkung: Nicht alles, was „Buzz“ erzeugt, ist PR, auch Brand Communication oder Advertising und Promotion zielen oft auch darauf ab, „Buzz“ und damit „Earned Media“ zu generieren.

Außerdem Der Unterschied von PR Activation zu Brand PR: PR Activation Ideen kommunizieren vorrangig ganz konkrete Angebote, in der Regel Nutzen oder Vorteile von Dienstleistungen und Produkten.

## 1 INFLUENCER MARKETING

1 Influencer Marketing (Einzelaktion)	Einzelne PR-Aktion, die Influencer als Multiplikatoren nutzt, um eine Marke in der Öffentlichkeit zu profilieren und/oder zu positionieren.	✓	✓	✓	Board		1	1	✓	✓		✓	✓	900,-
2 Influencer Marketing (Serie)	Serie von mindestens zwei PR-Aktionen, die Influencer als Multiplikatoren nutzt, um eine Marke in der Öffentlichkeit zu profilieren und/oder zu positionieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	900,-

## 2 CRISIS COMMUNICATION

1 Crisis Communication (Einzelaktion)	Einzelne PR-Maßnahme mit dem Ziel, Schadensbegrenzung für eine Marke zu betreiben.	✓	✓	✓	Board		1	1	✓	✓		✓	✓	900,-
2 Crisis Communication (Serie)	Serie von mindestens zwei zusammenhängenden PR-Maßnahmen mit dem Ziel, Schadensbegrenzung für eine Marke zu betreiben.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	900,-

## 3 BRAND PARTNERSHIP / SPONSORING

1 Brand Partnership/Sponsoring (Einzelaktion)	Kreative Maßnahme, bei der eine Marke eine Veranstaltung, Aktivität, Person, Organisation oder eine andere Marke unterstützt wird, um damit eine Verbindung zum unterstützten Partner herzustellen.	✓	✓	✓	Board		1	1	✓	✓		✓	✓	900,-
2 Brand Partnership/Sponsoring (Serie)	Serie von mindestens zwei kreativen Maßnahmen, bei der eine Marke eine Veranstaltung, Aktivität, Person, Organisation oder eine andere Marke unterstützt wird, um damit eine Verbindung zum unterstützten Partner herzustellen.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	900,-

## 4 EMPLOYER BRANDING

1 Employer Branding (Einzelaktion)	Kreative Maßnahme mit dem Ziel, sich gegenüber Mitarbeitern und möglichen Bewerbern als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, um so einen Beitrag zur Mitarbeitergewinnung und -bindung zu leisten.	✓	✓	✓	Board		1	1	✓	✓		✓	✓	900,-
2 Employer Branding (Serie)	Serie von mindestens zwei kreativen Maßnahmen mit dem Ziel, sich gegenüber Mitarbeitern und möglichen Bewerbern als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, um so einen Beitrag zur Mitarbeitergewinnung und -bindung zu leisten.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	900,-

## 5 BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT

1 Publikation	Veröffentlichung eines gedruckten Werkes, dessen Handlung primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.				Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓	900,-
2 Event / Live Experience	Ein Event oder eine Live Experience, deren Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	900,-

# 1. BRAND BUILDING

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



		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
3 Video / Film	Ein Video oder Film, dessen Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.	✓			Board		1	8	✓	✓		✓	✓			900,-
4 Audio	Ein Audio-Format, dessen Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.		✓		Board		1	8	✓	✓		✓	✓			900,-
5 Game	Ein Game, dessen Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.			✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓			900,-
6 Social Media Activation	Eine Social Media Tätigkeit, deren Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓			900,-
7 Sonstiges	Alle Branded-Content/Entertainment-Aktivitäten, die nicht in eine der anderen oben genannten Kategorien passen.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓			900,-
<b>6 SONSTIGES</b>																
1 Sonstiges	Alle weiteren PR-Aktivitäten, die nicht in eine der anderen oben genannten Kategorien passen.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓			900,-
<b>4 BRAND DIALOG</b>																
<p>Kommunikationsideen, die den Dialog einer Marke zu einer exakt definierten und genau abgegrenzten Zielgruppe anstreben, indem bestehende Beziehungen der Zielpersonen zur Marke so individuell wie möglich ausgewertet, genutzt und vertieft werden. In der Regel lösen Dialogideen eine gezielte Reaktion aus (Response). Dafür werden vor allem Medien</p> <p>genutzt, die eine individuelle Ansprache und eine entsprechende Reaktion möglich machen. Brand Dialog kommuniziert ausschließlich Inhalte und Themen, die eine Marke profilieren und positionieren (keine Produkt-Features).</p>																
<b>1 B2B</b>																
1 Mailing/Postsendung	Markenkommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓	335,-	610,-	
2 E-Mail	Dialog E-Mail Markenkommunikation, die das Medium E-Mail nutzt, um Geschäftspartner/innen eines Unternehmens persönlich anzusprechen, mit dem Ziel Response zu generieren.				Board		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-	
3 Printanzeige	Markenkommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.				Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓	335,-	610,-	
4 Crossmediale Kampagne	Eine Marken-Kampagne, die parallel über mehrere Kanäle verbreitet wird, die aber inhaltlich, gestalterisch und redaktionell miteinander verknüpft sind, und die und die sich dabei direkt an die Adressaten eines Unternehmens wendet.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓		610,-	
5 Mobile/Online	Dialog Mobile/Online Markenkommunikation, die mobile und/oder online Medienkanäle/-formate nutzen, um sich persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-	
6 Social Media	Markenkommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response (hier insbesondere Liken/Share) zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-	
7 Content Marketing	Speziell produzierte informierende, beratende und unterhaltende Medieninhalte, die Geschäftspartner/innen ansprechen sollen, um sie vom eigenen Unternehmen, der Marke/n bzw. dem Leistungsangebot zu überzeugen und Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-	

# 1. BRAND BUILDING

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



		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren			
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
8 Broadcast	Spezielle Audio- und/oder Video-Sendeformate, (z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast), die sich persönlich an Geschäftspartner/Innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel direkt Response auszulösen.	✓		✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-	
9 Sonstiges	Alle weiteren B2B-Dialogmaßnahmen, die in keine der oben genannten Kategorien passen.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-	
<b>2 B2C</b>																
1 Mailing/Postsendung	Markenkommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Konsument/Innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	610,-
2 E-Mail	Markenkommunikation, die das Medium E-Mail nutzen, um Konsument/Innen eines Unternehmens persönlich anzusprechen, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	610,-
3 Printanzeige	Markenkommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Konsument/Innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.				Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	610,-
4 Crossmediale Kampagne	Markenkommunikation, die inhaltlich, gestalterisch sowie redaktionell miteinander über mehrere Medienkanäle/-formate verknüpft und sich persönlich an Konsument/Innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓		610,-
5 Mobile/Online Media	Markenkommunikation, die mobile und/oder online Medienkanäle/-formate nutzen, um sich persönlich an Konsument/Innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-
6 Social Media	Markenkommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Konsument/Innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response (hier insbesondere Liken/Share) zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-
7 Content Marketing	Speziell produzierte informierende, beratende und unterhaltende Medieninhalte, die Konsument/Innen ansprechen sollen, um sie vom eigenen Unternehmen, der Marke/n bzw. dem Leistungsangebot zu überzeugen und Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-
8 Broadcast	Spezielle Audio- und/oder Video-Sendeformate, (z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast), die sich persönlich an Konsument/Innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel direkt Response auszulösen.	✓		✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-
9 Sonstiges	Alle weiteren B2C Dialogmaßnahmen, die in keine der oben genannten Kategorien passen.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-

# 2. ACTIVATION

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

1 ADVERTISING	2 PROMOTION	3 PR ACTIVATION	4 DIALOG ACTIVATION	
<p><b>1 INTEGRATED</b></p> <p>1 Crossmediale Kampagne</p> <p><b>2 INTEGRATED ONLINE ONLY</b></p> <p>1 Crossmediale Online/Social Media Kampagne</p> <p><b>3 MOBILE/ONLINE MEDIA</b></p> <p>1 Web-/Microsite 2 App 3 Portal 4 Plattform 5 Display 6 Terminal 7 Targeting/Real-time Advertising 8 Sonstiges</p> <p><b>4 PRINT MEDIA</b></p> <p>1 Anzeige (einzeln) 2 Anzeige (Serie) 3 Plakat (einzeln) 4 Plakat (Serie) 5 Broschüre (einzeln) 6 Broschüre (Serie) 7 Sonstiges</p> <p><b>5 OUT-OF-HOME/ AMBIENT MEDIA</b></p> <p>1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln) 2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie) 3 Digital Out-of-Home 4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media 5 Sonstiges</p>	<p><b>6 AUDIO MEDIA</b></p> <p>1 Radiospot (einzeln) 2 Radiospot (Serie) 3 Pre-, Mid- und Post-roll Ads 4 Podcast/Webcast (Ausgabe) 5 Podcast/Webcast (Serie) 6 Sonstiges</p> <p><b>7 TV/CINEMA MEDIA</b></p> <p>1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden) 2 TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden) 3 TV-/Kinospot (Serie) 4 Digital Mobile Only (einzeln) 5 Digital Mobile Only (Serie) 6 Digital Pre-roll Ads (einzeln) 7 Digital Pre-roll Ads (Serie) 8 Online-Film (einzeln) 9 Online-Film (Serie) 10 Point-of-Sale-Film 11 Kurzfilm/Sonderformat 12 Public-Service-Film 13 Film für Unternehmensdarstellung 14 Filmische Dokumentation 15 Taktischer Film 16 Sonstiges</p> <p><b>8 PRINT MEDIA</b></p> <p>1 Anzeige (einzeln) 2 Anzeige (Serie) 3 Plakat (einzeln) 4 Plakat (Serie) 5 Broschüre (einzeln) 6 Broschüre (Serie) 7 Sonstiges</p> <p><b>9 SONSTIGES</b></p> <p>1 Sonstiges</p>	<p><b>1 B2C AKTIONEN</b></p> <p>1 B2C Aktion (einzeln) 2 B2C Aktion (Serie)</p> <p><b>2 B2C WERBEMITTEL</b></p> <p>1 B2C Werbemittel</p> <p><b>3 B2B AKTIONEN</b></p> <p>1 B2B Aktion (einzeln) 2 B2B Aktion (Serie)</p> <p><b>4 B2B WERBEMITTEL</b></p> <p>1 B2B Werbemittel</p> <p><b>5 USER GENERATED CONTENT</b></p> <p>1 User Generated Content</p> <p><b>6 SONSTIGES</b></p> <p>1 Sonstiges</p>	<p><b>1 PRODUCT PR</b></p> <p>1 Product PR (Einzelaktion) 2 Product PR (Serie)</p> <p><b>2 CAUSE RELATED MARKETING</b></p> <p>1 Cause Related Marketing (Einzelaktion) 2 Cause Related Marketing (Serie)</p> <p><b>3 AGENDA SURFING</b></p> <p>1 Agenda Surfing</p> <p><b>4 PUBLIC AFFAIRS</b></p> <p>1 Public Affairs</p> <p><b>5 SONSTIGES</b></p> <p>1 Sonstiges</p>	<p><b>1 B2B</b></p> <p>1 Dialog Crossmediale Kampagne 2 Dialog Mailing/Postsendung 3 Dialog E-Mail 4 Dialog Printanzeige 5 Dialog Mobile 6 Dialog Online/Social Media 7 Dialog Content Marketing 8 Dialog Broadcast 9 Sonstiges</p> <p><b>2 B2C</b></p> <p>1 Dialog Crossmediale Kampagne 2 Dialog Mailing/Postsendung 3 Dialog E-Mail 4 Dialog Printanzeige 5 Dialog Mobile 6 Dialog Online/Social Media 7 Dialog Content Marketing 8 Dialog Broadcast 9 Sonstiges</p>

## 2. ACTIVATION

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



		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
<b>1 ADVERTISING</b>																
Ideen mit dem Ziel, Produkte oder sonstige Leistungen einer Marke bekannt, interessant und relevant zu machen. Advertising-Ideen kommunizieren vorrangig ganz konkrete Angebote, in der Regel Dienstleistungs- bzw. Produktnutzen, Dienstleistungs- oder Produktvorteile.		In dieser Kategorie geht es auch um Ideen für Institutionen, Parteien, NGOs oder NPOs, die für konkrete Ziele und/oder um finanzielle Unterstützung werben.					Anmerkung: Der Unterschied von Advertising zu Brand Communication: Bei Brand PR Ideen geht es in erster Linie um Sinn, Zweck und Bedeutung einer Marke, um den Markenkern aka Brand Identity aka Purpose.									
<b>1 INTEGRATED</b>																
1 Crossmediale Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich und formal über on- und offline über mehrere Medienkanäle/-formate hinweg miteinander verknüpft ist.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓			900,-
<b>2 INTEGRATED ONLINE ONLY</b>																
1 Crossmediale Online/Social Media Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich und formal über mehrere online Medienkanäle/-formate hinweg miteinander verknüpft ist.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓			900,-
<b>3 MOBILE/ONLINE MEDIA</b>																
1 Web-/Microsite				✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓		335,-	610,-
2 App			Download		Board		1	8	✓	✓		✓	✓		335,-	610,-
3 Portal				✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓		335,-	610,-
4 Plattform				✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓		335,-	610,-
5 Display				✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓		335,-	610,-
6 Terminal				✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓		335,-	610,-
7 Targeting/Real-time Advertising		✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓		335,-	610,-
8 Sonstiges		✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓		335,-	610,-
<b>4 PRINT MEDIA</b>																
1 Anzeige (einzeln)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die in Printmedien (z.B. Zeitungen oder Zeitschriften) veröffentlicht wurden. --- Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.				Motiv		1	1	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓		335,-	
2 Anzeige (Serie)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die als Serie Printmedien (z. B. Zeitung oder Zeitschriften) veröffentlicht wurde und aus mindestens zwei Motiven besteht. --- Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.				Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL	✓	✓			610,-

## 2. ACTIVATION

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



		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren			
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
3 Plakat (einzeln)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die großformatig auf Papier oder anderen Trägermaterialien gedruckt und in der Öffentlichkeit angebracht werden. --- Pakete digital als Motiv anlegen und Belegemplar einsenden - bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert. Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.				Motiv		1	1	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	
4 Plakat (Serie)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation mit unterschiedlichen Motiven, die inhaltlich und/oder formal verbunden großformatig auf Papier oder anderen Trägermaterialien gedruckt und in der Öffentlichkeit angebracht werden. --- Pakete digital als Motiv anlegen und Belegemplar einsenden - bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert. Mit mind. 2 Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.				Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓		610,-
5 Broschüre (einzeln)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die in Druckerzeugnissen veröffentlicht wird.					✓	1	1	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	
6 Broschüre (Serie)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die in einer Serie von mindestens zwei Broschüren, inhaltlich, gestalterisch und redaktionell miteinander verknüpft ist.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓		610,-
7 Sonstiges	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation aus dem Bereich Print, die in keine der oben genannten Kategorien passt..				Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	610,-
<b>5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA</b>																
1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die im öffentlichen Raum, in der Regel im direkten Lebensumfeld einer Zielgruppe, eingesetzt wird. --- Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.	✓	✓	✓	Board		1	1	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	
2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die mindestens zwei unterschiedliche Medien im öffentlichen Raum nutzt. --- Mit mindestens zwei Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓		610,-
3 Digital Out-of-Home	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die Bildschirme im öffentlichen Raum nutzt.	✓		✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-
4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die mit Menschen im öffentlichen Raum interagiert.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	610,-
5 Sonstiges	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation im öffentlichen Raum, die in keine der oben genannten Kategorien passt.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	610,-
<b>6 AUDIO MEDIA</b>																
1 Radiospot (einzeln)	Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.		✓				1	1	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
2 Radiospot (Serie)			✓				1	8	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
3 Pre-, Mid- und Post-roll Ads			✓				1	8	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
4 Podcast/Webcast (einzeln)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen		✓				1	1			Casefilm	✓	✓	✓	210,-	
5 Podcast/Webcast (Serie)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen		✓				2	8			Casefilm	✓	✓	✓		610,-
4 Sonstiges		✓	✓	✓			1	8	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
<b>7 TV/CINEMA MEDIA</b>																
1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)	Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	✓					1	8	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	

## 2. ACTIVATION

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



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

## 2. ACTIVATION

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



		Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren					
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL

2 PROMOTION																
Kurzfristige Ideen zur Förderung des Absatzes und der Neukundengewinnung, auch Sales Promotion, verkaufsfördernde Maßnahmen, Vkf, POS- bzw. POP-Aktionen oder Below the Line genannt. Oft liefert Verkaufsförderung einen Anreiz (spezielle Angebote, Aktionen, Sondereditionen etc.), Produkte oder Dienstleistungen zu erwerben.																
1 B2C AKTIONEN																
1 B2C Aktion (einzeln)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich an Konsument//innen wendet.	✓	✓	✓	Board		1	1	✓	✓		✓	✓	335,-		
2 B2C Aktion (Serie)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich mit mindestens zwei inhaltlich verknüpften Aktionen an Konsument//innen wendet.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓		610,-	
2 B2C WERBEMITTEL																
1 B2C Werbemittel	Anfassbare Utensilien, die bei B2C-Promotions zum Einsatz kommen. Auch alles, was zur Promotionsausstattung gehört, wie Stände, Outfits, Deko-Elemente, Präsentationswände etc. Werbemittel als 3D anlegen und Belegexemplar zusenden.					✓	1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-	
3 B2B AKTIONEN																
1 B2B Aktion (einzeln)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich an Geschäftspartner//innen wendet.	✓	✓	✓	Board		1	1	✓	✓		✓	✓	335,-		
2 B2B Aktion (Serie)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich mit mindestens zwei inhaltlich verknüpften Aktionen an Geschäftspartner//innen wendet.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓		610,-	
4 B2B WERBEMITTEL																
1 B2B Werbemittel	Anfassbare Utensilien, die bei B2B-Promotions zum Einsatz kommen. Auch alles, was zur Promotionsausstattung gehört, wie Stände, Outfits, Dekoelemente, Präsentationswände etc. Werbemittel als 3D anlegen und Belegexemplar zusenden.					✓	1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-	
5 USER GENERATED CONTENT																
1 User Generated Content	Werbliche Medieninhalte, die nicht vom Anbieter eines Medienkanals, sondern von dessen Nutzern erstellt werden. Nutzergenerierte Inhalte können zum Beispiel Bilder, Bewertungen, Kommentare, Blogartikel, Lexikonbeiträge oder Videoclips sein.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-	
6 SONSTIGES																
1 Sonstiges	Spezielle Verkaufsförderungsideen, die in keine der anderen oben genannten Kategorien passen	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-	

## 2. ACTIVATION

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

✓	Pflicht
✓	Optional

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren			
Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL

### 3 PR ACTIVATION

Ideen mit dem Ziel, konkrete Angebote oder bestimmte Themen einer Marke anlassbezogen und idealerweise ohne den Einsatz eingekaufter klassischer Werbemedien (Printmedien, TV, Kino, Radio, Online-Werbeformate etc.) bekannt zu machen und positiv in der Öffentlichkeit darzustellen. Außerdem gehören in diese Kategorie Ideen, die auf die Rekrutierung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abzielen, oder Ideen, die mit einer eigenen Botschaft auf vorhandene bzw. in den

publizierenden Medien bereits präsente Themen aufspringen oder Einfluss auf politische Entscheidungsprozesse nehmen wollen. PR Activation nutzt in der Regel die Reichweite von Multiplikatoren sowie eigene Medienkanäle (Owned Media) und kommuniziert ausschließlich Inhalte und Themen, die konkrete Angebote, Produktvorteile oder Dienstleistungsnutzen einer Marke profilieren und positionieren.

*Anmerkung: Der Unterschied von Brand Dialog zu Dialog Activation: Bei Brand Dialog Ideen geht es in erster Linie um Sinn, Zweck und Bedeutung einer Marke, um den Markenkern aka Brand Identity aka Purpose.*

1 PRODUCT PR															
1 Product PR (Einzelaktion)	Maßnahme, mit deren Hilfe in der Öffentlichkeit ein positives Bild über ein bestimmtes Produkt erzeugt werden soll, um durch die vermittelte Botschaft die Produktbekanntheit zu erhöhen, das Produktwissen zu vertiefen und somit das Produkt- und Unternehmensimage zu festigen.	✓	✓	✓	Board	✓	1	1	✓	✓		✓	✓	335,-	
2 Product PR (Serie)	Serie von mindestens zwei Maßnahmen mit deren Hilfe in der Öffentlichkeit ein positives Bild über ein bestimmtes Produkt erzeugt werden soll, um durch die vermittelte Botschaft die Produktbekanntheit zu erhöhen, das Produktwissen zu vertiefen und somit das Produkt- und Unternehmensimage zu festigen.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓		610,-
2 CAUSE RELATED MARKETING															
1 Cause Related Marketing (Einzelaktion)	Zeitlich befristete Zusammenarbeit bzw. Kooperation zwischen einem Unternehmen und einer Nonprofit-Organisation (NPO).	✓	✓	✓	Board	✓	1	1	✓	✓		✓	✓	335,-	
2 Cause Related Marketing (Serie)	Serie von mindestens zwei zeitlich befristeten Maßnahmen zur Zusammenarbeit bzw. Kooperation zwischen einem Unternehmen und einer Nonprofit-Organisation (NPO).	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓		610,-
3 AGENDA SURFING															
1 Agenda Surfing	Kreative Maßnahme, bei der eine bereits von anderen gesetzte Agenda, sprich ein Thema, das gerade in den Medien kursiert oder aufkommt, für sich verwendet wird und man sich an die bestehende Diskussion „anhängt“.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-
4 PUBLIC AFFAIRS															
1 Public Affairs	Die strategische kommunikative Einflussnahme auf politische Entscheidungsprozesse durch Organisationen.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-
5 SONSTIGES															
1 Sonstiges	Alle sonstigen sonstigen PR-Aktivierungsmaßnahmen, die in keine der anderen oben genannten Kategorien passen.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-

## 2. ACTIVATION

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



Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren				
Film	Audio	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.				max. 180 Sek.	170,00 € pro Bestandteil	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen			
URL Link											
Board / Motiv PDF											
3D JPG											

### 4 DIALOG ACTIVATION

Kommunikationsideen, die den Dialog einer Marke zu einer exakt definierten und genau abgegrenzten Zielgruppe anstreben, um konkrete Angebote, Produkte und Dienstleistungen zu verkaufen, bekannt, interessant oder relevant zu machen, indem bestehende Beziehungen der Zielpersonen zur Marke so individuell wie möglich ausgewertet, genutzt und vertieft werden. In der Regel lösen Dialogideen eine gezielte

Reaktion aus (Response). Dafür werden vor allem Medien genutzt, die eine individuelle Ansprache und eine entsprechende Reaktion möglich machen. Brand Dialog kommuniziert ausschließlich Inhalte und Themen, die konkrete Angebote oder Themen einer Marke profilieren und positionieren.

Anmerkung: Der Unterschied von Brand PR zu PR Activation: Bei Brand PR Ideen geht es in erster Linie um Sinn, Zweck und Bedeutung einer Marke, um den Markenkern aka Brand Identity aka Purpose.

#### 1 B2B

Dialogtyp	Beschreibung	Pflicht	Optional	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
1 Dialog Crossmediale Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich, gestalterisch sowie redaktionell miteinander über mehrere Medienkanäle/-formate verknüpft und sich persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓		900,-
2 Dialog Mailing/Postsendung	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	610,-
3 Dialog E-Mail	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die das Medium E-Mail nutzt, um Geschäftspartner/innen eines Unternehmens persönlich anzusprechen, mit dem Ziel Response zu generieren.				Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-
4 Dialog Printanzeige	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.				Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	610,-
5 Dialog Mobile	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die mobile und/oder online Medienkanäle/-formate nutzen, um sich persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-
6 Dialog Online/Social Media	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response (hier insbesondere Liken/Share) zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-
7 Dialog Content Marketing	Speziell produzierte informierende, beratende und unterhaltende Medieninhalte, die Geschäftspartner/innen ansprechen sollen, um sie vom eigenen Unternehmen, der Marke/n bzw. dem Leistungsangebot zu überzeugen und Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-
8 Dialog Broadcast	Spezielle Audio- und/oder Video-Sendeformate, (z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast), die sich persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel direkt Response auszulösen.	✓		✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-
9 Sonstiges	Alle weiteren B2B-Dialogmaßnahmen, die in keine der oben genannten Kategorien passen.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-

#### 2 B2C

Dialogtyp	Beschreibung	Pflicht	Optional	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
1 Dialog Crossmediale Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich, gestalterisch sowie redaktionell miteinander über mehrere Medienkanäle/-formate verknüpft und sich persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓		900,-
2 Dialog Mailing/Postsendung	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	610,-
3 Dialog E-Mail	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die das Medium E-Mail nutzt, um Konsument/innen eines Unternehmens persönlich anzusprechen, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓			✓	✓	335,-	610,-
4 Dialog Printanzeige	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Konsument/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.				Motiv		1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	335,-	610,-

## 2. ACTIVATION

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

✓	Pflicht
✓	Optional

		Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren	
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild
5 Dialog Mobile	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die mobile und/oder online Medienkanäle/-formate nutzen, um sich persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-
6 Dialog Online/Social Media	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response (hier insbesondere Liken/Share) zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-
7 Dialog Content Marketing	Speziell produzierte informierende, beratende und unterhaltende Medieninhalte, die Konsument/innen ansprechen sollen, um sie vom eigenen Unternehmen, der Marke/n bzw. dem Leistungsangebot zu überzeugen und Response zu generieren.	✓	✓	✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-
8 Dialog Broadcast	Spezielle Audio- und/oder Video-Sendeformate, (z. B. TV, Kino, Internetfilm, Funk, Podcast), die sich persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel direkt Response auszulösen.	✓		✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-
9 Sonstiges	Alle weiteren B2C-Dialogmaßnahmen, die in keine der oben genannten Kategorien passen.	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	✓		✓	✓	335,-	610,-

# 3. DIGITAL EXPERIENCE

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

1 DIGITAL PRODUCT/SERVICE	2 HARDWARE/SOFTWARE SYSTEMS	3 DIGITAL CRAFT
<b>1 APPLICATIONS</b> 1 Web-/Microsite 2 App 3 Portal 4 Plattform 5 Digitaler Bericht 6 Interactive Out-of-Home 7 Terminal 8 Targeting/Real-time Advertising 9 Sonstiges	<b>8 VOICE / CONVERSATIONALS</b> 1 Voice/Conversational Experience	<b>1 CONSUMER PRODUCTS</b> 1 Digital Consumer Product
<b>2 GAME</b> 1 Game	<b>9 INTERNET OF THINGS</b> 1 Internet of Things Solution	<b>2 INDUSTRIAL PRODUCTS</b> 1 Digital Industrial Product
<b>3 VIRTUAL REALITY</b> 1 VR Experience	<b>10 SERVICE DESIGN</b> 1 Customer Experience Online	<b>3 SONSTIGES</b> 1 Sonstiges
<b>4 AUGMENTED REALITY</b> 1 AR Effect 2 AR Experience	<b>11 SONSTIGES</b> 1 Sonstiges	<b>1 CREATIVE USE OF UX</b> 1 UX
<b>5 DIGITALE INSTALLATIONEN</b> 1 Digitale Installation		<b>2 CREATIVE USE OF CODE</b> 1 Code
<b>6 E-COMMERCE</b> 1 E-Commerce		<b>3 CREATIVE USE OF DATA</b> 1 Data
<b>7 CONTENT MANAGEMENT</b> 1 Content Management System		<b>4 CREATIVE USE OF TECHNOLOGY</b> 1 Technology
		<b>5 CREATIVE USE OF AI/MACHINE LEARNING</b> 1 AI/Machine Learning
		<b>6 CREATIVE USE OF VOICE</b> 1 Voice/Conversational Experience
		<b>7 SONSTIGES</b> 1 Sonstiges

### 3. DIGITAL EXPERIENCE

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



		<i>Bestandteile</i>				<i>Anzahl Bestandteile</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 JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
<b>1 DIGITAL PRODUCT/SERVICE</b>																
Rein digitale, nicht physische Anwendungsideen bzw. Produkte und Dienstleistungen (Software, Applications, Tools, digitale Interfaces etc.).																
<b>1 APPLICATIONS</b> - Auch Apps genannt. Alle Arten von Anwendungssoftware mit speziellen Funktionen.																
1	Web-/Microsite	Anwendungen auf Webbasis, Software als Service			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
2	App	Mobile Apps, Offline-Anwendungen		Download	Board		1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
3	Portal	Einstiegsseite ins Internet. Ein Portal ist ein digitales Produkt, das als Grundlage genutzt wird, um ziel- und/oder zweckgerichtete Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln und zu gestalten. Zum Beispiel Firmenportale, Vertriebsportale, Vergleichsportale, Beratungsportale, Informationsportale			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
4	Plattform	Eine einheitliche Basis, auf der Anwendungsprogramme entwickelt und angeboten werden können. Für Nichttechniker/innen hat Plattform die gleiche Bedeutung wie Portal, z.B. Plattformen, die dem Verkauf, der Unterhaltung oder Informationsvermittlung dienen.			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
5	Digitaler Bericht	Geschäftsbericht als App/Online Anwendung			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
6	Interactive Out-of-Home	Digitale Anwendungen, die mit Menschen im öffentlichen Raum interagieren.	✓		✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
7	Terminal	Endgeräte zur Eingabe und Anzeige von Daten.			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
8	Targeting/Real-time Advertising		✓	✓	✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
9	Sonstiges		✓	✓	✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
<b>2 GAMES</b>																
1	Game	Spiele (Download, App oder online, nicht nur für Marken)		Download	Board		1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
<b>3 VIRTUAL REALITY</b>																
1	VR Experience	Immersive VR-Erlebnisse (keine interaktiven Filme oder 360°-Videos)			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
<b>4 AUGMENTED REALITY</b>																
1	AR Effect	Mixed-Reality-Erlebnisse auf AR-Basis, Effekte, Filter und Linsen			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
2	AR Experience	AR-Erlebnisse, die durch ein neues Format oder Narrativ dem User ein ungesesehenes Erlebnis oder Nutzen bieten			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-

### 3. DIGITAL EXPERIENCE

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

		Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice		Präsentationsformate			Teilnahmegebühren					
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
<input type="checkbox"/>	Pflicht															
<input type="checkbox"/>	Optional															
<b>5 DIGITALE INSTALLATIONEN</b>																
1	Digitale Installation			<input checked="" type="checkbox"/>	Board		1	8		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-	610,-
<b>6 E-COMMERCE</b>																
1	E-Commerce			<input checked="" type="checkbox"/>	Board		1	8		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-	610,-
<b>7 CONTENT MANAGEMENT</b>																
1	Content Management System			<input checked="" type="checkbox"/>	Board		1	8		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-	610,-
<b>8 VOICE / CONVERSATIONALS</b>																
1	Voice/Conversational Experience			<input checked="" type="checkbox"/>	Board		1	8		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-	610,-
<b>9 INTERNET OF THINGS</b>																
1	Internet of Things Solution			<input checked="" type="checkbox"/>	Board		1	8		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-	610,-
<b>10 SERVICE DESIGN</b>																
1	Customer Experience Online	Konzeption von Online-Dienstleistungsprozessen bzw. Gestaltung von digitalen Kundenerlebnissen/-erfahrungen.		<input checked="" type="checkbox"/>	Board		1	8		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-	610,-
<b>11 SONSTIGES</b>																
1	Sonstiges	Digitale Produkte, die in keine andere Kategorie passen.		<input checked="" type="checkbox"/>	Board		1	8		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-	610,-
<b>2 HARDWARE/SOFTWARE SYSTEMS</b>																
Anwendungsideen von Systemen aus physischen Produkten sowie Dienstleistungen und digitalen Interfaces (Terminals, Displays, Cockpits, Hardware Interfaces, usw).																
<b>1 CONSUMER PRODUCTS</b>																
1	Digital Consumer Product	Lösungen für Endverbraucher		<input checked="" type="checkbox"/>	Board		1	8		<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	335,-	610,-

### 3. DIGITAL EXPERIENCE

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



		<i>Bestandteile</i>		<i>Anzahl Bestandteile</i>		<i>Physische Einreichung, Druckservice</i>		<i>Präsentationsformate</i>			<i>Teilnahmegebühren</i>					
		<b>Film</b> max. 600 Sek.	<b>Audio</b> max. 600 Sek.	<b>URL</b> Link	<b>Board / Motiv</b> PDF	<b>3D</b> JPG	<b>Minimale Anzahl</b>	<b>Maximale Anzahl</b>	<b>Physisch</b> Board/Motiv/3D	<b>Casefilm</b> max. 180 Sek.	<b>Zusatzpräsentation</b> 170,00 € pro Bestandteil	<b>Textmanuskript</b> max. 7000 Zeichen	<b>Beschreibungstext</b> max. 1.500 Zeichen	<b>Präsentationsbild</b>	<b>PRO BESTANDTEIL</b>	<b>PAUSCHAL</b>
<b>2 INDUSTRIAL PRODUCTS</b>																
1	Digital Industrial Product	Lösungen für Geschäftsanwendungen			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
<b>3 SONSTIGES</b>																
1	Sonstiges				✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
<b>3 DIGITAL CRAFT</b>																
Besondere Einzelleistungen im Zusammenhang mit digitalen Anwendungen bzw. Produkten und Services.																
<b>1 CREATIVE USE OF UX</b>																
1	UX	Besondere Einzelleistung in der User Experience			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	610,-
<b>2 CREATIVE USE OF CODE</b>																
1	Code	Besondere Programmierleistung			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	
<b>3 CREATIVE USE OF DATA</b>																
1	Data	Besondere Einzelleistung in der Nutzung von Daten			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	
<b>4 CREATIVE USE OF TECHNOLOGY</b>																
1	Technology	Besondere Einzelleistung in technischer Hinsicht			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	
<b>5 CREATIVE USE OF AI/MACHINE LEARNING</b>																
1	AI/Machine Learning	Besondere Einzelleistung in der Nutzung von künstlicher Intelligenz oder Machine Learning			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	
<b>6 CREATIVE USE OF VOICE</b>																
1	Voice/Conversational Experience	Besondere Einzelleistung in der Nutzung von Voice Interfaces oder Sprachsteuerung			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	
<b>7 SONSTIGES</b>																
1	Sonstiges	Sonstige besondere Einzelleistungen, die in keine andere genannte Kategorie passen.			✓	Board	1	8		✓			✓	✓	335,-	

# 4. SPATIAL EXPERIENCE

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

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

# 4. SPATIAL EXPERIENCE

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



Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren	
Film	Audio	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.				max. 180 Sek.	170,00 € pro Bestandteil	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen	
URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG							PRO BESTANDTEIL PAUSCHAL

1 EXHIBITION														
Ideen, die Exponate, Produkte, Objekte, Kunstwerke, Themen, Informationen, Wissen etc. dreidimensional und multisensorisch aufarbeiten, kuratieren, inszenieren und gestalten.														
1 EXHIBITION FOR BRAND - Ausstellungen im Auftrag und im Sinne einer Marke (in der Regel kommerzielle Zwecke)														
Nr.	Titel	Beschreibung	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL PAUSCHAL
1	Museum/Pavillon	Dauerhafte oder temporäre Gebäude, die für Ausstellungen konzipiert und gestaltet wurden. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
2	Ausstellung	Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
3	Messeauftritt	Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
4	Exponat/Installation	Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
5	Räumliche Intervention	Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
6	Immersive Welt	Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine Marken-Welt integrieren.	✓	Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
7	Sonstiges	Räumliche Marken-Inszenierung, die in keine andere genannte Kategorie passen.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
2 EXHIBITION FOR SUBJECT - Ausstellungen mit Themenbezug. Verfolgen in der Regel kulturelle und/oder Bildungsintentionen.														
1	Museum/Pavillon	Dauerhafte oder temporäre Gebäude, die für Ausstellungen konzipiert und gestaltet wurden. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
2	Ausstellung	Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
3	Messeauftritt	Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
4	Exponat/Installation	Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
5	Räumliche Intervention	Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
6	Immersive Welt	Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine Themen-Welt integriert.	✓	Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-
7	Sonstiges	Räumliche Inszenierung, die zu keiner Beschreibung der oben genannten Ausstellungsformen für Themen passt.		Board		1	4	✓	Casefilm		✓	✓		610,-

## 4. SPATIAL EXPERIENCE

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



		Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice		Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
<b>3 HYBRID EXHIBITION FOR BRAND</b> · Räumliche Markeninszenierungen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.																
1	Museum/Pavillon	Markenmuseen oder -bauten, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
2	Ausstellung	Marken-Ausstellungen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
3	Messeauftritt	Messeauftritte, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
4	Exponat/Installation	Exponate und Installationen, die sowohl physisch als auch digital oder virtuell zu erleben sind: Analog und digital bilden ein zusammenhängendes, räumliches Erlebnis.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
5	Räumliche Intervention	Räumliche Interventionen, die sowohl physisch als digital oder virtuell zu erleben sind: Analog und digital bilden ein zusammenhängendes, räumliches Erlebnis.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
6	Immersive Welt	Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine hyperreale Welt integriert.		✓	Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
7	Sonstiges	Räumliche Marken-Inszenierungen, die zu keiner o.g. Beschreibung passen. Sie sind sowohl physisch als digital oder virtuell zu erleben. Analog und digital bilden ein zusammenhängendes, räumliches Erlebnis.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
<b>4 HYBRID EXHIBITION FOR SUBJECT</b> · Räumliche Themeninszenierungen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.																
1	Museum/Pavillon	Thematische Museen oder -bauten, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
2	Ausstellung	Themen-Ausstellungen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
3	Messeauftritt	Thematische Messeauftritte, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
4	Exponat/Installation	Thematische Exponate und Installationen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
5	Räumliche Intervention	Thematische, räumliche Interventionen, die nicht nur vor Ort, sondern durch digitale oder virtuelle Verlängerungen auch remote erlebbar gemacht werden.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
6	Immersive Welt	Thematische, räumliche Inszenierungen, die besonders darauf abzielen, die Wahrnehmung der Besucher/innen komplett in eine eigene Marken-Welt zu entführen, und dies auch remote (digital oder virtuell) ermöglichen.		✓	Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
7	Sonstiges	Räumliche Themen-Inszenierungen, die zu keiner o.g. Beschreibung passen. Sie sind sowohl physisch als auch remote (digital oder virtuell) zu erleben.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
<b>5 EXHIBITION CRAFT</b> · Herausragende Einzelleistung eines Ausstellungsprojekts oder einer räumlichen Inszenierung.																
1	Art Direction / Dramaturgie	Räumlichen Inszenierung, die von einer herausragenden künstlerischen Leitung und/oder dramaturgischen Qualität geprägt sind.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
2	Architektur	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern: Die baulichen Eigenschaften, die Übereinkunft von funktionalen und gestalterischen Merkmalen in der räumlichen Organisation und Komposition.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
3	Rauminszenierung	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern: Die inszenatorischen Eigenschaften, die Übereinkunft von inhaltlichen und szenischen Merkmalen in der räumlichen und zeitlichen Komposition.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	

## 4. SPATIAL EXPERIENCE

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



		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
4 Mediennutzung	Der Einsatz von medialen Mitteln (für Bild, Klang und Ton, Geruch) in Raum und Zeit sowie die Synchronisation dieser Medien weisen herausragende und aussergewöhnliche Qualitäten auf.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
5 Licht	Herausragender Einsatz von Licht als Gestaltungs- und/oder Dramaturgie-Element. Und/oder der Einsatz von besonderen, lichtgestalterisch markanten Lichtquellen und/oder -Techniken.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
6 Partizipation des Publikums	Das Publikum erfährt einen besonders intensiven Austausch mit dem Absender oder untereinander. Und/oder es kann Prozesse und/oder Abläufe, Erscheinungen, Raumbilder, markante Elemente des Auftritts, vor, während und/oder nach dem Besuch besonders stark beeinflussen.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
7 Sonstiges	Herausragende Einzelleistungen, die zu keiner Beschreibung der o.g. Craft-Formen passt.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
<b>2 EVENT</b>																
Ideen, die Veranstaltungen aller Art zu besonderen Erlebnissen machen.																
<b>1 EVENT</b>																
1 Corporate	Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	610,-	
2 Employee	Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	610,-	
3 Consumer	Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	610,-	
4 Public	Events, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	610,-	
5 PR	Events und/oder Ereignisse, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	610,-	
6 Promotion	Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilnehmern (B2B und B2C) inszeniert werden, z.B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungintensivierung.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	610,-	
7 Charity	Events und/oder Ereignisse, die einem guten Zweck dienen.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	610,-	
8 Bühnenshow	Besonders kreative oder innovative Bühneninszenierungen.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	610,-	
9 Sponsorenauftritt	Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	610,-	
10 Guerilla-Aktion	Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	610,-	
11 Sonstiges	Events, die in keine der oben genannten Kategorien passen.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	610,-	

## 4. SPATIAL EXPERIENCE

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



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

## 4. SPATIAL EXPERIENCE

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



		Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren					
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
8 Bühnenshow	Besonders kreative oder innovative Bühnenszenierungen.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
9 Sponsorenauftritt	Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
10 Guerilla-Aktion	Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
11 Sonstiges	Events, die in keine der oben genannten Kategorien passen.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓		610,-
<b>4 EVENT CRAFT - Herausragende Einzelleistung eines Veranstaltungsprojekts</b>																
1 Art Direction / Dramaturgie	Events, die von einer herausragenden künstlerischen Leitung und/oder dramaturgischen Qualität geprägt sind.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
2 Regie					Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
3 Rauminszenierung	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern: Die inszenatorischen Eigenschaften, die Übereinkunft von inhaltlichen und szenischen Merkmalen in der räumlichen und zeitlichen Komposition.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
4 Mediennutzung	Der Einsatz von medialen Mitteln (für Bild, Klang und Ton, Geruch) in Raum und Zeit sowie die Synchronisation dieser Medien weisen herausragende und aussergewöhnliche Qualitäten auf.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
5 Licht	Herausragender Einsatz von Licht als Gestaltungs- und/oder Dramaturgie-Element. Und/oder der Einsatz von besonderen, lichtgestalterisch markanten Lichtquellen und/oder -Techniken.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
6 Partizipation des Publikums	Das Publikum erfährt einen besonders intensiven Austausch mit dem Absender oder untereinander. Und/oder es kann Prozesse und/oder Abläufe, Erscheinungen, Raumbilder, markante Elemente des Auftritts, vor, während und/oder nach dem Besuch besonders stark beeinflussen.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
7 Sonstiges	Herausragende Einzelleistungen, die zu keiner Beschreibung der o.g. Craft-Formen passt.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	
<b>3 PUBLIC SPACE</b>																
Ideen, die den öffentlichen Raum gestalten: Verkehrs- und Grünflächen, Naturräume, sowie Innenräume: Flächen bzw. Räume in öffentlichen Einrichtungen, Gebäuden oder Geschäften, etc.																
<b>1 INTERIOR - Innenraum-Architektur/Gestaltung (Geschäfts-, Gastgewerbe-, Büroräume etc.)</b>																
1 Corporate	Büros, Workspaces, Foyers, Townhalls, etc.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
2 Hospitality	Hotels, Restaurants, Bars, Cafés, Lobbies und Lounges, Clubs, Resorts etc.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
3 Retail/Shop Space	Einkaufszentren, Flagship-Stores, Shop-Design, POS-Inszenierungen, Schaufenster, Outlet-Center, usw.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
4 Sonstiges	Interieur Inszenierungen, die nicht eindeutig den oben genannten Kategorien zuzuordnen sind.				Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-

## 4. SPATIAL EXPERIENCE

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



Pflicht  
Optional

		Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren					
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
<b>2 URBAN DESIGN</b> · Stadt- und Stadtraum-Architektur/Gestaltung (Städte, Stadtteile, Plätze, Parks etc.)																
1	Outdoor Space	Inzenierungen und kommunikativ gestaltete Räume und Einrichtungen im gebauten öffentlichen Raum: Straßen, Plätze, Fußgängerzonen, Einrichtungen für den Verkehr, Sport- und Freizeiteinrichtungen, Pavillons, Stadtmobiliar, Brunnen etc.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
2	Park/Landscape	Inzenierungen und kommunikativ gestaltete Räume und Einrichtungen im landschaftsgärtnerisch gestalteten Raum: Parks, Gärten, Gartenschauen, Gewässer, Mobiliar, Orientierungssysteme, Kunstwerke			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
3	Sonstiges	Exterieur Inzenierungen, die nicht eindeutig den oben genannten Kategorien zuzuordnen sind.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
<b>3 SERVICE DESIGN</b> · Gestaltung eines physischen oder hybriden Gesamtsystems, in dem ein Dienstleistungsprozess abläuft.																
1	Customer Experience	Konzeption von Dienstleistungsprozessen bzw. Gestaltung von Kundenerlebnissen/-erfahrungen. Analog und Digital.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
2	Sonstiges	Service-Design, welches sich nicht in die oben genannte Kategorie einordnen lässt.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
<b>4 CORONA CANCELLED PROJECTS</b>																
Kein Geschäftsbereich der kreativen Kommunikationsgestaltung ist von der Corona-Krise mehr betroffen als der Bereich „Spatial Experience“. Veranstaltungsverbote kamen einem Berufsverbot gleich. Projekte, die lange geplant, freigegeben, entworfen und gestaltet wurden, waren plötzlich wertlose Makulatur. Um dem Geschäftsbereich „Spatial		Experience“ dennoch die Möglichkeit zu geben, aktuelle Leistungsfähigkeit und Kreativität unter Beweis zu stellen, gibt es einmalig im ADC Wettbewerb 2021 diese Sonderkategorie. Hier reicht es, Entwürfe und Modelle der Spatial Experience Kategorien einzureichen.					Wichtig: Voraussetzung für die Teilnahme ist der schriftliche Nachweis der Beauftragung.									
<b>1 EXHIBITION</b> · Ideen, die Exponate, Produkte, Objekte, Kunstwerke, Themen, Informationen, Wissen etc. dreidimensional und multisensorisch aufarbeiten, kuratieren, inszenieren und gestalten.																
1	Projekt	Bei der Einreichung ist ein vom Kunden und Einreicher unterschriebenes Dokument vorzulegen, dass das Projekt mindestens bis zur Produktionsreife entwickelt war und allein wegen der politischen Entscheidungen im Rahmen der Corona-Krise nicht realisiert bzw. präsentiert werden konnte.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
<b>2 EVENT</b> · Ideen, die Veranstaltungen aller Art mithilfe dreidimensionaler Inzenierungen sowie multisensorischer Ansprache zu besonderen Erlebnissen machen.																
1	Projekt	Bei der Einreichung ist ein vom Kunden und Einreicher unterschriebenes Dokument vorzulegen, dass das Projekt mindestens bis zur Produktionsreife entwickelt war und allein wegen der politischen Entscheidungen im Rahmen der Corona-Krise nicht realisiert bzw. präsentiert werden konnte.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
<b>3 PUBLIC SPACE</b> · Ideen, die den öffentlichen Raum (Verkehrs- und Grünflächen sowie Flächen bzw. Räume in öffentlichen Einrichtungen, Gebäuden oder Geschäften) gestalten.																
1	Projekt	Bei der Einreichung ist ein vom Kunden und Einreicher unterschriebenes Dokument vorzulegen, dass das Projekt mindestens bis zur Produktionsreife entwickelt war und allein wegen der politischen Entscheidungen im Rahmen der Corona-Krise nicht realisiert bzw. präsentiert werden konnte.			Board		1	4	✓		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-

# 5. PUBLISHING

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

## 1 EDITORIAL

### 1 MAGAZIN

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

### 2 ZEITUNG

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

### 3 BUCH

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

### 4 MOBILE/ONLINE MEDIA

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

### 5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES

- 1 Crossmedia Publications
- 2 Sonstiges

### 6 SONSTIGES

- 1 Sonstiges

## 2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING

### 1 MAGAZIN

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

### 2 ZEITUNG

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

### 3 BUCH

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

### 4 ONLINE MEDIA

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

### 5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES

- 1 Crossmedia Publications
- 2 Sonstiges

### 6 SONSTIGES

- 1 Sonstiges

# 5. PUBLISHING

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



Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren	
Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	PRO BESTANDTEIL PAUSCHAL

1 EDITORIAL															
Publikationen mit einer deutlichen Trennung von redaktionellen Beiträgen und Werbung.															
1 MAGAZIN															
1 Heft (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation oder eine Erst- bzw. Testausgabe.					✓	1	1	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	
2 Jahrgang (Serie)	Ausgaben einreichen, welche den gesamten Jahrgang repräsentieren. Beurteilt wird das durch alle Ausgaben hindurch erkennbare Gesamtkonzept des gesamten Jahrgangs. Bei monatlich (oder häufiger) erscheinenden Publikationen reichen drei Ausgaben.					✓	2	12	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓		400,-
3 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.					✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
4 Independent	Eine unabhängige Publikation für eine spezielle Zielgruppe, die im Eigenverlag des Herausgebers erscheint. Eingereicht werden können einzelne Ausgaben, Einzelausgaben oder Jahrgänge.					✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
5 Newcomer	Eine Neuerscheinung, Einzelheft oder mehrere Ausgaben, die im Jahr der Einreichung erstmals publiziert wurden.					✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
6 Sonderausgabe	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe und die Abhebung von den Standards.					✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
7 Cover (einzeln)						✓	1	1	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	
8 Cover (Serie)						✓	2	12	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓		400,-
9 Strecke (Spread)/Beitrag	Artikel, Strecken (Bildstrecken oder andere Strecken mit einer herausragenden Idee), Kolumnen etc.					✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	
10 Beilage/Supplement	Die Beilage einer Publikation, die entweder eigenständig verlegt wird und nur den Vertriebsweg nutzt, oder vom gleichen Herausgeber und Verlag wie die Trägerpublikation verantwortet wird.					✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	
11 Sonstiges						✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
2 ZEITUNG															
1 Ausgabe (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation.					✓	1	1	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	
2 Jahrgang (Serie)	Ausgaben einreichen, welche den gesamten Jahrgang repräsentieren. Beurteilt wird das durch alle Ausgaben hindurch erkennbare Gesamtkonzept des gesamten Jahrgangs. Bei monatlich (oder häufiger) erscheinenden Publikationen reichen drei Ausgaben.					✓	2	12	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓		400,-
3 Titelseite/Cover (einzeln)						✓	1	1	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	
4 Titelseite/Cover (Serie)						✓	2	12	✓	Casefilm / Audio / URL		✓	✓		400,-

## 5. PUBLISHING

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



		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
5 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
6 Beitrag						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
7 Bericht						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
8 Sonderausgabe						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
9 Sonstiges						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
<b>3 BUCH</b>																
1 Buch (fiktional)	Bewertet wird Konzept und Gestaltung der Publikation. Der Inhalt ist fiktional.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
2 Buch (nicht-fiktional)	Bewertet wird Konzept und Gestaltung der Publikation. Der Inhalt ist nicht-fiktional, sondern z.B. dokumentarisch, wissenschaftlich, autobiografisch, biografisch, eine Reportage oder ein Essay, oder eine Anthologie nicht fiktionaler Texte, wie z.B. Kolumnen.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
3 Cover (einzeln)					Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
4 Cover (Serie)						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
5 Schutzumschlag					Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
<b>4 MOBILE/ONLINE MEDIA</b>																
1 Portal / Webmagazin / Social Media Magazin	Beurteilt wird das Gesamtkonzept des Mediums. Dies kann auch ein zeitlich begrenztes Projekt sein, wenn die URL nicht mehr anzusteuern ist, muss das Medium auf einer Beta-Seite präsentiert werden, um auch die Funktionalität mitbewerten zu können.			✓			1	8			Casefilm		✓	✓	210,-	400,-
2 Plattform	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Plattform.			✓			1	8			Casefilm		✓	✓	210,-	400,-
3 Podcast (Ausgabe)		✓	✓				1	8			Casefilm		✓	✓	210,-	
4 Podcast (Serie)		✓	✓				1	8			Casefilm		✓	✓		400,-
5 Vlog/Webcast (Ausgabe)		✓	✓				1	8			Casefilm		✓	✓	210,-	
6 Vlog/Webcast (Serie)		✓	✓				1	8			Casefilm		✓	✓		400,-
7 Dokumentation	Eine Einzel-Doku oder Doku-Serie online.	✓		✓			1	8			Casefilm		✓	✓	210,-	400,-
8 Blog				✓			1	8			Casefilm		✓	✓	210,-	400,-

# 5. PUBLISHING

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



		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren					
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
9 Newsletter				✓			1	8		Casefilm		✓	✓	210,-	400,-		
10 Sonstiges		✓	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	210,-	400,-		
<b>5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES</b>																	
1 Crossmedia Publications	Eine Publikation, deren Konzept über mehrere, sich ergänzende Medien hinweg, z.B. Print und Online, miteinander verzahnt ist.	✓	✓	✓	Board / Motiv		1	8		✓			✓		400,-		
2 Sonstiges		✓	✓	✓	Board / Motiv	✓	1	8		✓			✓		400,-		
<b>6 SONSTIGES</b>																	
1 Sonstiges		✓	✓	✓	Board / Motiv	✓	1	8		✓			✓	✓	210,-	400,-	
<b>2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING</b>																	
Publikationen oder komplexe oder Medieninhalte, die im kommerziellen oder ideellen Interesse eines Auftraggebers/einer Auftraggeberin Aufmerksamkeit erregen und/oder Kompetenz beweisen oder organisationsintern informieren sollen. Im Gegensatz zum traditionellen Verlagswesen können in dieser Kategorie die Grenzen zwischen Redaktion und Werbung verschwimmen.																	
<b>1 MAGAZIN</b>																	
1 Heft (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation oder eine Erst- bzw. Testausgabe.						✓	1	1	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	
2 Jahrgang (Serie)	Ausgaben einreichen, welche den gesamten Jahrgang repräsentieren. Beurteilt wird das durch alle Ausgaben hindurch erkennbare Gesamtkonzept des gesamten Jahrgangs. Bei monatlich (oder häufiger) erscheinenden Publikationen reichen drei Ausgaben.						✓	2	12	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	400,-	
3 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
4 Independent	Eine unabhängige Publikation für eine spezielle Zielgruppe, die im Eigenverlag des Herausgebers erscheint. Eingereicht werden können einzelne Ausgaben, Einzelausgaben oder Jahrgänge.						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
5 Newcomer	Eine Neuerscheinung, Einzelheft oder mehrere Ausgaben, die im Jahr der Einreichung erstmals publiziert wurden.						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
6 Sonderausgabe							✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
7 Cover (einzeln)							✓	1	1	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	
8 Cover (Serie)							✓	2	12	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	400,-	

## 5. PUBLISHING

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

✓	Pflicht
✓	Optional

		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
9 Strecke (Spread)/Beitrag						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
10 Beilage/Supplement	Die Beilage einer Publikation, die entweder eigenständig verlegt wird und nur den Vertriebsweg nutzt, oder vom gleichen Herausgeber und Verlag wie die Trägerpublikation verantwortet wird.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
11 Sonstiges						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
<b>2 ZEITUNG</b>																
1 Ausgabe (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation.					✓	1	1	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	
2 Jahrgang (Serie)	Ausgaben einreichen, welche den gesamten Jahrgang repräsentieren. Beurteilt wird das durch alle Ausgaben hindurch erkennbare Gesamtkonzept des gesamten Jahrgangs. Bei monatlich (oder häufiger) erscheinenden Publikationen reichen drei Ausgaben.					✓	2	12	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓		400,-
3 Titelseite/Einzelcover						✓	1	1	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	
4 Cover (Serie)						✓	2	12	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓		400,-
5 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
6 Beitrag						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
7 Bericht						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
8 Sonderausgabe						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
9 Sonstiges						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
<b>3 BUCH</b>																
1 Buch (fiktional)	Bewertet wird Konzept und Gestaltung der Publikation. Der Inhalt ist fiktional.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
2 Buch (nicht-fiktional)	Bewertet wird Konzept und Gestaltung der Publikation. Der Inhalt ist nicht-fiktional, sondern z.B. dokumentarisch, wissenschaftlich, autobiografisch, biografisch, eine Reportage oder ein Essay, oder eine Anthologie nicht fiktionaler Texte, wie z.B. Kolumnen.					✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
3 Katalog						✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
4 Geschäftsbericht						✓			✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
5 Sonstiges					Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-

# 5. PUBLISHING

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

Pflicht  
 Optional

		Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice		Präsentationsformate			Teilnahmegebühren					
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL	
<b>4 ONLINE MEDIA</b>																	
1	Portal / Webmagazin / Social Media Magazin	Beurteilt wird das Gesamtkonzept des Mediums. Dies kann auch ein zeitlich begrenztes Projekt sein, wenn die URL nicht mehr anzusteuern ist, muss das Medium auf einer Beta-Seite präsentiert werden, um auch die Funktionalität mitbewerten zu können.		<input checked="" type="checkbox"/>			1	8			Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210,-	400,-	
2	Plattform	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Plattform.		<input checked="" type="checkbox"/>			1	8			Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210,-	400,-	
3	Podcast (Ausgabe)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			1	8			Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210,-		
4	Podcast (Serie)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			1	8			Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			400,-	
5	Vlog/Webcast (Ausgabe)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			1	8			Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210,-		
6	Vlog/Webcast (Serie)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			1	8			Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			400,-	
7	Dokumentation	Eine Einzel-Doku oder Doku-Serie online.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		1	8			Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210,-	400,-	
8	Blog		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			1	8			Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210,-	400,-	
9	Newsletter		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			1	8			Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210,-	400,-	
10	Sonstiges	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			1	8			Casefilm	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210,-	400,-	
<b>5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES</b>																	
1	Crossmedia Publications	Eine Publikation, deren Konzept über mehrere, sich ergänzende Medien hinweg, z.B. Print und Online, miteinander verzahnt ist.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board / Motiv / URL		1	8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>			400,-
2	Sonstiges	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board / Motiv / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210,-	400,-	
<b>6 SONSTIGES</b>																	
1	Sonstiges	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Board / Motiv / URL	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		210,-	400,-	

# 6. COPY

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

1 COMMERCIAL	2 EDITORIAL	3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING	4 STORYTELLING
<b>1 COPY FOR</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 Integrated/Crossmedia</li><li>2 Print Media</li><li>3 Online/Social Media</li><li>4 Packaging</li><li>5 Terminal</li><li>6 Digital Out-of-Home</li><li>7 Sonstiges</li></ul>	<b>1 COPY FOR</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 Reportage</li><li>2 Interview</li><li>3 Essay</li><li>4 Kolumne/Kommentar</li><li>5 Porträt</li><li>6 Bericht</li><li>7 Buch</li><li>8 Blog/Vlog</li><li>9 Sonstiges</li></ul>	<b>1 COPY FOR</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 Reportage</li><li>2 Interview</li><li>3 Essay</li><li>4 Kolumne/Kommentar</li><li>5 Porträt</li><li>6 Bericht</li><li>7 Buch</li><li>8 Blog/Vlog</li><li>9 Sonstiges</li></ul>	<b>1 STORYTELLING FOR</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 Film (Script/Drehbuch)</li><li>2 Audio (Script)</li><li>3 Spatial Experience</li><li>4 User Experience</li><li>5 Game</li><li>6 Sonstiges</li></ul>

# 6. COPY

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

Pflicht  
 Optional

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren					
Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL

1 COMMERCIAL																		
Schlagzeilen und Texte für kommerzielle oder ideelle Interessen in allen Offline- und Online-Medien.																		
1 COPY FOR																		
1	2	3	4	5	6	7	Board / Motiv / URL	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
1	Integrated/Crossmedia						Board / Motiv / URL		1	8		Casefilm					210,-	400,-
2	Print Media						Board / Motiv		1	8		Casefilm / Audio / URL					210,-	400,-
3	Online/Social Media						Board / Motiv / URL		1	8		Casefilm / Audio					210,-	400,-
4	Packaging						Board / Motiv		1	8		Casefilm / Audio / URL					210,-	400,-
5	Terminal						Board / Motiv		1	8		Casefilm / Audio					210,-	400,-
6	Digital Out-of-Home						Board / Motiv / URL		1	8		Casefilm					210,-	400,-
7	Sonstiges						Board / Motiv / URL		1	8		Casefilm					210,-	400,-
2 EDITORIAL																		
Redaktionelle Formate in allen Offline- und Online-Medien.																		
1 COPY FOR																		
1	2	3	4	5	6	7	Board / Motiv / URL	3D	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
1	Reportage						Board / Motiv		1	8		Casefilm / Audio / URL					210,-	400,-
2	Interview						Board / Motiv / URL		1	8		Casefilm					210,-	400,-
3	Essay						Board / Motiv		1	8		Casefilm / Audio / URL					210,-	400,-
4	Kolumne/Kommentar						Board / Motiv		1	8		Casefilm / Audio / URL					210,-	400,-
5	Porträt						Board / Motiv		1	8		Casefilm / Audio / URL					210,-	400,-
6	Bericht						Board / Motiv		1	8		Casefilm / Audio / URL					210,-	400,-

## 6. COPY

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

◊	Pflicht
◊	Optional

	Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate				Teilnahmegebühren			
	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
7 Buch				Board / Motiv	◊	1	8	◊		Casefilm / Audio / URL		◊	◊	210,-	400,-
8 Blog/Vlog				Board / Motiv	◊	1	8	◊		Casefilm / Audio / URL		◊	◊	210,-	400,-
9 Sonstiges				Board / Motiv	◊	1	8	◊		Casefilm / Audio / URL		◊	◊	210,-	400,-
<b>3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING</b>															
Redaktionelle Formate in allen Offline- und Online-Medien, die im kommerziellen oder ideellen Interesse von Auftraggeber/innen geschrieben worden sind.															
<b>1 COPY FOR</b>															
1 Reportage				Board / Motiv	◊	1	8	◊		Casefilm / Audio / URL		◊	◊	210,-	400,-
2 Interview				Board / Motiv	◊	1	8	◊		Casefilm / Audio / URL		◊	◊	210,-	400,-
3 Essay				Board / Motiv	◊	1	8	◊		Casefilm / Audio / URL		◊	◊	210,-	400,-
4 Kolumne/Kommentar				Board / Motiv	◊	1	8	◊		Casefilm / Audio / URL		◊	◊	210,-	400,-
5 Porträt				Board / Motiv	◊	1	8	◊		Casefilm / Audio / URL		◊	◊	210,-	400,-
6 Bericht				Board / Motiv	◊	1	8	◊		Casefilm / Audio / URL		◊	◊	210,-	400,-
7 Buch				Board / Motiv	◊	1	8	◊		Casefilm / Audio / URL		◊	◊	210,-	400,-
8 Blog/Vlog		◊		Board / Motiv / URL		1	8	◊		Casefilm		◊	◊	210,-	400,-
9 Sonstiges		◊	◊	Board / Motiv / URL	◊	1	8	◊		Casefilm		◊	◊	210,-	400,-

# 6. COPY

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

✓	Pflicht
✓	Optional

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate		Teilnahmegebühren				
Film	Audio	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.			Board/Motiv PDF	max. 180 Sek.	170,00 € pro Bestandteil	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen			
URL Link				3D JPG							

## 4 STORYTELLING

Unterhaltsame, emotionale und/oder leicht verständliche Geschichten, welche sowohl kommerzielle als auch ideelle Botschaften sowie trockene Informationen oder kompliziertes Wissen in den unter-

schiedlichsten Medienformaten, insbesondere in Film, Audio, User und Spatial Experiences oder Games, vermitteln.

### 1 STORYTELLING FOR

Item	Description	Film	Audio	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
1	Film (Script/Drehbuch)	✓			Board	✓	1	8	✓	Casefilm		✓	✓		210,-	400,-
2	Audio (Script)		✓		Board	✓	1	8	✓	Casefilm		✓	✓		210,-	400,-
3	Spatial Experience	✓			Board		1	8	✓	Casefilm		✓	✓		210,-	400,-
		Zur Bewertung dieser kreativen Teileistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.														
4	User Experience			✓	Board		1	8	✓	Casefilm		✓	✓		210,-	400,-
5	Game			✓	Board		1	8	✓	Casefilm		✓	✓		210,-	400,-
6	Sonstiges	✓	✓	✓	Board	✓	1	8	✓	Casefilm		✓	✓		210,-	400,-

# 7. DESIGN

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

1 GRAPHIC DESIGN	2 INTERFACE DESIGN	3 MOTION DESIGN	4 PACKAGING DESIGN	5 PRODUCT DESIGN
<p><b>1 PRINT MEDIA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Plakat (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur, ...)</li> <li>2 Anzeige (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur, ...)</li> <li>3 Bericht</li> <li>4 Buch</li> <li>5 Buchcover</li> <li>6 Kalender</li> <li>7 Collaterals</li> <li>8 Broschüre</li> <li>9 Print-Produktion</li> <li>10 Sonstiges</li> </ol> <p><b>2 PUBLIC SPACE MEDIA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Spatial Experience Media</li> <li>2 POS/POP</li> <li>3 Shop Window</li> <li>4 Sonstiges</li> </ol> <p><b>3 CROSSMEDIA / SPECIAL USES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Orientierungssystem/ Signaletik</li> <li>2 Logo</li> <li>3 Key Visual</li> <li>4 Pictogramm/Icon</li> <li>5 Infografik/ Datenvisualisierung</li> <li>6 Schrift/Typografie</li> <li>7 Merchandise</li> <li>8 Sonstiges</li> </ol>	<p><b>1 MOBILE INTERACTIVE MEDIA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Web-/Microsite</li> <li>2 App</li> <li>3 Portal</li> <li>4 Plattform</li> <li>5 Device Display</li> <li>6 Sonstiges</li> </ol> <p><b>2 STATIONARY INTERACTIVE MEDIA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Terminal</li> <li>2 Digital Out-of-Home</li> <li>3 Product Display</li> <li>4 Sonstiges</li> </ol>	<p><b>1 MOTION DESIGN FOR</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Corporate Design</li> <li>2 Advertising</li> <li>3 TV/Cinema</li> <li>4 App</li> <li>5 Web-/Microsite</li> <li>6 Online/Social Media</li> <li>7 Game</li> <li>8 Data Visualisation</li> <li>9 Digital Out-of-Home</li> <li>10 Spatial Media</li> <li>11 Sonstiges</li> </ol>	<p><b>1 PACKAGES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Verpackung</li> <li>2 Promotion-Verpackung/ Sonderform</li> <li>3 Werbemittel</li> <li>4 Sonstiges</li> </ol>	<p><b>1 PRODUCTS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Consumer Goods</li> <li>2 Industrial Goods</li> <li>3 Werbemittel</li> <li>4 Sonstiges</li> </ol>

# 7. DESIGN

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



		Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate	Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek. Audio max. 600 Sek.	Board / Motiv PDF	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
<b>1 GRAPHIC DESIGN</b>										
Gestaltung von Printmedien aller Art sowie von unterschiedlichen grafischen Gestaltungselementen wie z.B. Typografie, Zeichen, Piktogrammen etc. Darüber hinaus die Gestaltung von Offline-Orientierungssystemen (Signaletik) sowie Infografiken oder anderen Datenvisualisierungen auf Papiermedien.										
<b>1 PRINT MEDIA</b>										
1 Plakat (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur, ...)	Beurteilt werden Kunstplakate, Plakate für Events und Ausstellungen, Infografik-Plakate, Plakatserien, Social Poster Design, Sonstiges. Teilspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Aufmerksamkeitsstärke, Typographie, Gestaltung, Motivatkonzept und Motiv-Exekutio. Plakate digital als Motiv anlegen und Belegexemplar einsenden - bis max. DIN A0, größere Plakate werden nur digital präsentiert.		Motiv	✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
2 Anzeige (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur, ...)	Beurteilt werden Anzeigen für Kunst und Kulturveranstaltungen, Events und Ausstellungen. Teilspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Aufmerksamkeitsstärke, Typographie, Gestaltung, Motivatkonzept und Motiv-Exekutio. Pro Kategorie darf nur ein Motiv eingereicht werden.		Motiv	✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
3 Bericht	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Berichtsgestaltung mit dem Beurteilungsschwerpunkt auf kreative und überzeugende Vermittlung des Berichtsthemas. Teilspekte sind hierbei gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Titelkonzept, Image-Teil, Text, Seitengestaltung, Einsatz von Illustration und Fotografie, Informationsgraphik, sowie Verarbeitung.			✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
4 Buch	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Buchgestaltung mit dem Beurteilungsschwerpunkt auf kreative und überzeugend Vermittlung des Buchinhalts. Teilspekte sind hierbei gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Umschlags- und Seitengestaltung, Text, sowie buchbinderische Verarbeitung.			✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
5 Buchcover	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Buchgestaltung mit Fokus auf Titel- und Buchumschlaggestaltung. Beurteilungsschwerpunkt ist die kreative und überzeugend Vermittlung des Buchinhalts. Teilspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Typographie, Design, Text, Illustration, buchbinderische Verarbeitung, sowie spezielle Kombination der Gestaltungselemente.			✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
6 Kalender	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Kalendergestaltung. Beurteilungsschwerpunkt ist Kreativität und kommunikative Leistung. Teilspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Aufmerksamkeitsstärke, Kalendertema, Kalendertitelgestaltung, Motivatkonzept und Motiv-Exekutio, sowie Verarbeitung. Bei Formaten über 100 cm breit x 150 cm hoch, bitte Rücksprache mit dem ADC-Team halten.			✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
7 Collaterals	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität einzelner grafischer Arbeiten, die nicht in andere Kategorien passen, sowie digitale Design-Einzel-Lösungen. Beurteilungsschwerpunkt ist Kreativität und kommunikative Leistung der Arbeit. Teilspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Aufmerksamkeitsstärke, sowie spezifischer Teilspekte des Mediums und seiner kommunikativen Aufgabenstellung.		Board	✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
8 Broschüre	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Broschüregestaltung. Beurteilungsschwerpunkt ist die kreative und kommunikativ überzeugende Vermittlung des Broschüreninhalts. Teilspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Titel- und Seitengestaltung, Gliederung, Text, Einsatz von Illustration und/oder Fotografie, Informationsgraphik, sowie Verarbeitung.			✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
9 Print-Produktion	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Printprodukten und deren Verarbeitung. Teilspekte sind hierbei gestalterische Originalität, die Besonderheit der Umsetzung und Exzellenz der Verarbeitung in Bezug auf Veredelung, Bindung und Druckqualität.			✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
10 Sonstiges	Print-Produkte mit herausragender konzeptioneller und/oder gestalterischer Qualität, die nicht in eine der oben genannten Kategorien passen.		Board / Motiv	✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
<b>2 PUBLIC SPACE MEDIA</b>										
1 Spatial Experience Media	Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.		Board / Motiv	✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
2 POS/POP	Designkonzept, das die Verkaufsförderung am Point of Sale und am Point of Purchase unterstützt. Notwendig ist die Visualisierung des Konzeptes inkl. Visualisierung der Medien am Einsatzort (stationär und online) und wie sie die Absatzsteigerung unterstützen. So können wir die Funktion der Leistung verstehen und bewerten.		Board / Motiv	✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
3 Shop Window	Designkonzept zur Gestaltung eines oder mehrerer Schaufenster. Notwendig ist Beschreibung der Zielsetzung.		Board / Motiv	✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-
4 Sonstiges	Designkonzept, das in keine der oben genannten Kategorien passt, aber zum Bereich Public Space Media gehört, z.B. Street Art, Hauswände, Markeninszenierung im Raum, etc.		Board / Motiv	✓	1	8	✓	Casefilm / Audio / URL	✓	210,- 400,-

# 7. DESIGN

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



		Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice		Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
<b>3 CROSSMEDIA / SPECIAL USES</b>																
1	Orientierungssystem/Signaletik				Board / Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
2	Logo	Die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Logos, unabhängig vom Rest des Corporate Designs, steht im Vordergrund. Darüber hinaus werden auch die Komplexität, die Größe des Einsatzgebietes und der Kontext berücksichtigt. Daher sind auch Anwendungsbeispiele einzureichen.			Board / Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
3	Key Visual	Die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Key Visuals, unabhängig vom Rest des Corporate Designs, steht im Vordergrund. Darüber hinaus werden auch die Komplexität, die Größe des Einsatzgebietes und der Kontext berücksichtigt. Daher sind auch Anwendungsbeispiele einzureichen. Das Key Visual nimmt in der Kommunikation die „Schlüsselrolle“ ein. Das visuelle Bild wird gleich auf den ersten Blick mit der Marke in Verbindung gebracht und gilt somit als ihr Identitätsmerkmal.			Board / Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
4	Pictogramm/Icon	Stilisierte, einfach wahrzunehmende und zu interpretierende Zeichen/Darstellungen, die bestimmte Informationen vermitteln, z.B. Orientierungszeichen			Board / Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
5	Infografik/Datenvisualisierung	Eine kreative gestalterische Qualität der visuellen Darstellung von Data. Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität der Piktogramme die dabei helfen sollen, schnell und für alle verständlich Sachverhalte zu verdeutlichen.			Board / Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
6	Schrift/Typografie	Fontdesign, Satzschriften, Displayschriften, experimentelle Fonts sind mit kompletten Alphabeten und Type-Specimens einzureichen. Bewertet wird die handwerkliche Qualität der Typografie in Satz, handwriten oder illustriert Type. Daher sind auch Schriftenwürfe einzureichen. Die Typografie muss zentraler Bestandteil der Arbeit sein.			Board / Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
7	Merchandise	Herausragende konzeptionelle und gestalterische Lösungen für Werbemittel und -technik als Teil eines Markenauftritts oder als Stand-Alone-Lösung. Bewertet wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Aufmerksamkeitstärke, Nachhaltigkeit, und Verarbeitung.			Board / Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
8	Sonstiges	Grafikdesign-Lösungen mit herausragender konzeptioneller und/oder gestalterischer Qualität, die nicht in eine der oben genannten Kategorien passen.			Board / Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / Audio / URL		✓	✓	210,-	400,-
<b>2 INTERFACE DESIGN</b>																
Gestaltung von elektronischen Benutzeroberflächen aller Art. Zum Interfacedesign gehört auch das Interaktionskonzept, die visuelle Gesamtwirkung und somit das Nutzererlebnis der digitalen Experience.																
<b>1 MOBILE INTERACTIVE MEDIA</b>																
1	Web-/Microsite	Grafische Gestaltung von Websites, Microsites & Webspecials, Landingpages.				✓		Board		1	8	✓	✓		210,-	400,-
2	App	Gestaltungskonzepte von Apps.				Download		Board		1	8	✓	✓		210,-	400,-
3	Portal	Webseiten mit Portalcharakter, die eine große Menge von Inhalten aggregieren, bzw. komplexe Services und Auswahlmöglichkeiten zugänglich machen.				✓		Board		1	8	✓	✓		210,-	400,-
4	Plattform	Webseite, die (registrierten) NutzerInnen beispielsweise den Austausch von Informationen, Kommunikation und Werbung ermöglicht.				✓		Board		1	8	✓	✓		210,-	400,-
5	Device Display	Zu Devices gehören technische Produkte, die für einen ganz konkreten Zweck entwickelt wurden und deren Nutzung hauptsächlich von einem Display abhängig ist (Bsp: Smartwatches, Fitness-Tracker, Messgeräte, etc.).				✓		Board		1	8	✓	✓		210,-	400,-

# 7. DESIGN

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



		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
6 Sonstiges	User Interface Gestaltung, die in keine der oben genannten Kategorien passt.			✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
<b>2 STATIONARY INTERACTIVE MEDIA</b> - Gestaltung jeglicher digitaler Oberflächen, die interaktiv bedienbar sind und nicht auf Computern, Smartphones, Tablets oder Devices genutzt werden.																
1 Terminal	Interfaces auf fest installierten Terminals (Bsp.: Exponat-Interfaces & -Experiences, Öffentliche Informations-Terminals, Fahrkarten-Automaten, Check-In- und Bestellsysteme, Besucher-Leitsysteme, etc.).			✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
2 Digital Out-of-Home	Digital Billboards und innovative Anzeigesysteme im öffentlichen Raum.			✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
3 Product Display	Interfaces auf Produkten, Interfaces in Automobilen, etc.			✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
4 Sonstiges	Jegliche anderen digitalen und interaktiven Oberflächen im physisch-realen Raum, die nicht in die oben genannten Kategorien passen.			✓	Board		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
<b>3 MOTION DESIGN</b>																
Motion Design verknüpft traditionelles Grafikdesign und klassische audiovisuelle Disziplinen mit digitaler Technologie. Motion Design ist bewegtes Graphic Design.		<i>Anmerkung: Motion Design ist nicht zu verwechseln mit Animation. Motion Design verhält sich zur Animation wie Grafik Design zur Illustration.</i>														
<b>1 MOTION DESIGN FOR</b>																
1 Corporate Design	Motion Design im Bereich der Unternehmens- Und/oder Markenkommunikation.			✓	Board / Motiv / URL		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
2 Advertising	Motion Design in aktivierenden und/oder verkaufsfördernden Kommunikationsmaßnahmen z. B. Werbespots, Keyvisual etc.			✓	Board / Motiv / URL		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
3 TV/Cinema	Motion Design im TV und Kino. Im TV gehören Network-, Channel-, Broadcast-, Show IDs; Film Credits, Production-Studio-Idents.	✓			Board / Motiv		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
4 App	Inserierung der Inhalte beziehen als auch auf den Bereich der Micro-Animations innerhalb der Applikation. Micro-Animations bezeichnen die Animation von Interface-Elementen, Navigationslementen und Übergängen zwischen Informationsebenen/Seiten. Zu „Apps“ sind nicht nur Smart Device Applikationen zu zählen, sondern auch Computerprogramme und Betriebssysteme.			Download	Board / Motiv		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
5 Web-/Microsites	Motion Design bei Web- und Microsites kann sich sowohl auf die bewegte Inserierung der Inhalte beziehen als auch auf den Bereich der Micro-Animations innerhalb der Webseite. Micro-Animations bezeichnen die Animation von Interface-Elementen, Navigationslementen und Übergängen zwischen Informationsebenen/Seiten. Zum Motion Design bei Web- & Microsites zählen auch der ästhetische und innovative Einsatz von webspazifischen Technologien wie Javascript- und WebGL-Animationen oder anderer Echtzeit-Technologien.			Download	Board / Motiv		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
6 Online/Social Media	Motion Design, das Online-Werbeformaten und in Social Media (Posts).			✓	Board / Motiv / URL		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
7 Game	Motion Design in den Game Credits, animierte Icons/Symbols, Menuelemente für Navigation und/oder Konfiguration etc. (Nicht zu verwechseln mit Animation).			Download	Board / Motiv		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
8 Data Visualisation	Motion Design im Bereich der Daten/Information Visualisierung.			✓	Board / Motiv / URL		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
9 Digital Out-of-Home	Motion Design auf elektronischen Medienflächen im öffentlichen Raum.			✓	Board / Motiv / URL		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	

# 7. DESIGN

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



		Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren					
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
10 Spatial Media	Motion Design als innovatives und ästhetisches Raumerlebnis. --- Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, sodass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.			✓	Board / Motiv / URL		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
11 Sonstiges	Sonstiges Motion Design, das nicht den oben beschriebenen Bereichen zuzuordnen ist.	✓		✓	Board / Motiv / URL		1	8	✓	✓		✓	✓	210,-	400,-	
<b>4 PACKAGING DESIGN</b>																
Grafisch gestaltete Produktverpackungen, die unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgaben Informationen des Produkts mit Aspekten verbinden, die Konsumenten einen Kaufanreiz bieten.																
<b>1 PACKAGES</b>																
1 Verpackung	Designkonzept für seriell produzierte Packagings unter Berücksichtigung der gesetzlichen Vorgaben.				Board	✓	1	8	✓		Casefilm		✓	✓	210,-	400,-
2 Promotion-Verpackung/Sonderform	Temporäre/limitierte Verpackungen für ausgewählte Anlässe.				Board	✓	1	8	✓		Casefilm		✓	✓	210,-	400,-
3 Werbemittel	Verpackungen als Werbemedium, über den Zweck Verpackung hinaus.				Board	✓	1	8	✓		Casefilm		✓	✓	210,-	400,-
4 Sonstiges	Verpackungen, die in keine der genannten Kategorien passen.				Board	✓	1	8	✓		Casefilm		✓	✓	210,-	400,-
<b>5 PRODUCT DESIGN</b>																
Design für serielle und/oder industrielle haptische Konsumgüter (technische Geräte, Haushaltsgeräte, Werkzeuge, Geschirr, Möbel, Leuchten, Spielzeug, Accessoires etc.) oder Investitionsgüter (Medizintechnik, Nutzfahrzeuge, Produktionsmaschinen, Messgeräte etc.).																
<b>1 PRODUCTS</b>																
1 Consumer Goods	Design für Produkte des privaten Gebrauchs.				Board	✓	1	8	✓		Casefilm		✓	✓	210,-	400,-
2 Industrial Goods	Design für Produkte des industriellen und geschäftlichen Gebrauchs.				Board	✓	1	8	✓		Casefilm		✓	✓	210,-	400,-
3 Werbemittel	Design für Produktproben, Give Aways o.ä. --- Notwendig ist die Beschreibung der Zielsetzung.				Board	✓	1	8	✓		Casefilm		✓	✓	210,-	400,-
4 Sonstiges	Produktdesign das in keine der oben genannten Kategorien passt.				Board	✓	1	8	✓		Casefilm		✓	✓	210,-	400,-

# 8. IMAGERY

Kreative statische Motive bzw. Bildideen/Bildgestaltungen.

1 PHOTOGRAPHY	2 ILLUSTRATION	3 POST-PRODUCTION / CGI
<b>1 PHOTOGRAPHY FOR</b> 1 Brand Building 2 Activation 3 Spatial Experience 4 Online/Social Media 5 Editorial 6 Corporate Publishing 7 Freie Arbeit/Eigenwerbung 8 Sonstiges	<b>1 ILLUSTRATION FOR</b> 1 Brand Building 2 Activation 3 Spatial Experience 4 Online/Social Media 5 Editorial 6 Corporate Publishing 7 Freie Arbeit/Eigenwerbung 8 Sonstiges	<b>1 POST-PRODUCTION / CGI FOR PHOTOGRAPHY</b> 1 Projekt  <b>2 POST-PRODUCTION / CGI FOR ILLUSTRATION</b> 1 Projekt  <b>3 HYBRID POST-PRODUCTION / CGI</b> 1 Projekt

# 8. IMAGERY

Kreative statische Motive bzw. Bildideen/Bildgestaltungen.



		Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice		Präsentationsformate			Teilnahmegebühren			
Film	Audio	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.							max. 180 Sek.	170,00 € pro Bestandteil	max. 7000 Zeichen	max. 1.500 Zeichen			

1 PHOTOGRAPHY																
Fotografische Abbildungen aller Art mit kommerziellen (Werbe-, Mode-, Industriefotografie etc.) sowie journalistischen (Reportagen, Dokumentationen etc.) Intentionen für alle Offline- und Online-Medien.																
1 PHOTOGRAPHY FOR																
1 Brand Building	Fotografien, die zum Brand Building einen Beitrag leisten.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
2 Activation	Fotografien, die zur Aktivierung/zur Kaufmotivation einen Beitrag leisten.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
3 Spatial Experience	Fotografie, die zur Raumerlebnissen/-erfahrungen beitragen. --- Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
4 Online/Social Media	Fotografie für den Online-Einsatz und in sozialen Medien.				Motiv		1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
5 Editorial	Fotografie für redaktionelle Beiträge.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
6 Corporate Publishing	Fotografie für werbliche redaktionelle Beiträge.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
7 Freie Arbeit/Eigenwerbung	Fotografie ohne Auftrag.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
8 Sonstiges	Fotografien, die nicht den oben beschriebenen Bereichen zuzuordnen sind.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
2 ILLUSTRATION																
Gezeichnete, gemalte und/oder collagierte bildnerische Darstellungen aller Art (von der Bleistift- oder Federzeichnung über Radierungen, Lithographien, Graffiti und Comics bis hin zu rein digital erstellten Illustrationen) für alle Offline- und Online-Medien.																
1 ILLUSTRATION FOR																
1 Brand Building	Illustrationen, die zum Brand Building einen Beitrag leisten..				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
2 Activation	Illustrationen, die zur Aktivierung/zur Kaufmotivation einen Beitrag leisten.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
3 Spatial Experience	Illustration, die zur Raumerlebnissen/-erfahrungen beitragen. --- Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
4 Online/Social Media	Illustration für den Online-Einsatz und/oder in sozialen Medien.				Motiv		1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-

# 8. IMAGERY

Kreative statische Motive bzw. Bildideen/Bildgestaltungen.



		Bestandteile			Board / Motiv PDF	3D JPG	Anzahl Bestandteile		Physisch Board/Motiv/3D	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren			
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link			Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
5 Editorial	Illustration für redaktionelle Beiträge.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
6 Corporate Publishing	Illustration für werbliche redaktionelle Beiträge.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
7 Freie Arbeit/Eigenwerbung	Illustration ohne Auftrag.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
8 Sonstiges	Illustrationen, die nicht den oben beschriebenen Bereichen zuzuordnen sind.				Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
<b>3 POST-PRODUCTION / CGI</b>																
<p>Digital nachbearbeitete Fotografien oder Illustrationen (z.B. Motivveränderungen, Licht- oder Farbveränderungen etc.). Außerdem rein digital, mithilfe von 3D-Computergrafik-Software erstellte Bilder, die wie Fotografien wirken, aber nicht traditionell fotografiert worden sein können (z.B. surreale, utopische oder extraterrestrische Motive).</p>																
<b>1 POST-PRODUCTION / CGI FOR PHOTOGRAPHY</b>																
1 Projekt		✓			Board / Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
<b>2 POST-PRODUCTION / CGI FOR ILLUSTRATION</b>																
1 Projekt		✓			Board / Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-
<b>3 HYBRID POST-PRODUCTION / CGI</b>																
1 Projekt		✓			Board / Motiv	✓	1	8	✓		Casefilm / URL		✓	✓	210,-	400,-

# 9. AUDIO

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

1 RADIO / ONLINE	2 PUBLISHING	3 AUDIO DESIGN	4 MUSIC	5 AUDIO DESIGN AND MUSIC	6 AUDIO CRAFT
<b>1 RADIO/ ONLINE MEDIA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Radiospot (einzeln)</li> <li>2 Radiospot (Serie)</li> <li>3 Pre-, Mid- und Post-roll Ads</li> <li>4 Sonstiges</li> </ul>	<b>1 PUBLISHING MEDIA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Podcast/Webcast (Ausgabe)</li> <li>2 Podcast/Webcast (Serie)</li> <li>3 Hörbuch</li> <li>4 Sonstiges</li> </ul> <b>2 PODCAST/ WEBCAST ADS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Audio Ad</li> <li>2 Sponsorship</li> <li>3 Branded Content</li> <li>4 Sonstiges</li> </ul>	<b>1 AUDIO DESIGN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Audio Design for Film</li> <li>2 Audio Design for User Experience</li> <li>3 Audio Design for Spatial Experience</li> <li>4 Audio Design for Online/Social Media</li> <li>5 Audio Design for Motion Design</li> <li>6 Audio Design for Brands / Corporate Sound Concept</li> <li>7 Audio Logo</li> <li>8 Sonstiges</li> </ul>	<b>1 MUSIC</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Composition</li> <li>2 Adaption</li> <li>3 Pick</li> <li>4 Brand Partnership</li> <li>5 for User Experience</li> <li>6 for Spatial Experience</li> <li>7 for Online/Social Media</li> <li>8 for Motion Design</li> <li>9 Sonstiges</li> </ul>	<b>1 OVERALL AUDIO PIECE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Projekt</li> </ul>	<b>1 AUDIO CRAFT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Regie</li> <li>2 Audio Engineering</li> <li>3 Casting</li> <li>4 Sonstiges</li> </ul>

# 9. AUDIO

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



Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice		Präsentationsformate			Teilnahmegebühren		
Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL

## 1 RADIO / ONLINE

Klassische Radiospots, die auch auf Streaming-Angeboten von Radiosendern oder reinen Webradios gesendet werden.

1 RADIO/ONLINE MEDIA															
1 Radiospot (einzeln)	Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.		✓				1	1		Casefilm	✓	✓	✓	210,-	
2 Radiospot (Serie)	Radiospot-Serie, bestehend aus mindestens zwei Spots einer Kampagne.		✓				2	8		Casefilm	✓	✓	✓		400,-
3 Pre-, Mid- und Post-roll Ads			✓				1	8		Casefilm	✓	✓	✓	210,-	400,-
4 Sonstiges	Radio/Online-Ideen, die nicht den oben beschriebenen Kategorien zuzuordnen sind.		✓				1	8		Casefilm	✓	✓	✓	210,-	400,-

## 2 PUBLISHING

Inhalte von traditionellen Verlagen und Corporate Publishern, die kreativ für Audiomedien (Podcast/Webcast/CD) genutzt werden, sowie Audiokreationen für spezielle Podcast/Webcast-Werbeformate (Audio Ads oder Sponsorships).

1 PUBLISHING MEDIA															
1 Podcast/Webcast (Ausgabe)	Vorproduzierter Audio-Einzelpodcast oder live ausgestrahlter Audio-Einzelwebcast/Sendung.		✓				1	1		Casefilm	✓	✓	✓	210,-	
2 Podcast/Webcast (Serie)	Vorproduzierte Audiopodcast-Serie oder live ausgestrahlte Audioweibcast-Serie/Sendung, bestehend aus mehreren Folgen.		✓				2	8		Casefilm	✓	✓	✓		400,-
3 Hörbuch			✓				1	1		Casefilm	✓	✓	✓	210,-	
4 Sonstiges	Sonstige Audio-Publishing-Ideen, die nicht den oben beschriebenen Kategorien zuzuordnen sind.		✓				1	8		Casefilm	✓	✓	✓	210,-	400,-

2 PODCAST/WEBCAST ADS															
1 Audio Ad	Audio-Ad, die speziell für Podcast/Webcast erdacht wurde.		✓				1	8		Casefilm	✓	✓	✓	210,-	400,-
2 Sponsorship	Sponsorship-Audio-Inhalte, die speziell für Podcast/Webcast erdacht wurden und einen Werbepartner präsentierten und einbinden.		✓				1	8		Casefilm	✓	✓	✓	210,-	400,-
3 Branded Content	Branded Content, der speziell für Podcast/Webcast erdacht wurde.		✓				1	8		Casefilm	✓	✓	✓	210,-	400,-
4 Sonstiges	Podcast/Webcast-Ads, die nicht den oben beschriebenen Kategorien zuzuordnen sind.		✓				1	8		Casefilm	✓	✓	✓	210,-	400,-

# 9. AUDIO

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



Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren			
Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL

## 3 AUDIO DESIGN

Kreative Gestaltung von Tönen, Klängen, Geräuschen oder Soundeffekten mit elektronischen Mitteln bzw. digitaler Technik in allen Offline- und Online-Medien.

### 1 AUDIO DESIGN

Kategorie	Beschreibung	Film	Audio	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
1	Audio Design for Film	Audio Design speziell produziert für einen Spot oder eine Spot-Serie für z.B. TV, Kino, Web, Showroom oder PoS.	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-
2	Audio Design for User Experience	Audio Design speziell produziert für die akustische Interaktionsgestaltung mittels Funktionsklängen (UI/UX-Sounds).	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-
3	Audio Design for Spatial Experience	Audio Design speziell produziert für den dreidimensionalen räumlichen Einsatz für z.B. Games, VR/AR-Anwendungen oder Live-Experiences. --- Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-
4	Audio Design for Online/Social Media	Audio Design für Websites und Social Media-Assets.	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-
5	Audio Design for Motion Design	Audio Design speziell produziert für eindrucksvolle audiovisuelle Gestaltung, z.B. Titelanimationen, Interface-/Interaction Design, Datenvisualisierungen, Erklärfilme, etc.	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-
6	Audio Design for Brands / Corporate Sound Concept	Ganzheitliche Audio Designkonzepte für Unternehmen und/oder Marken.	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-
7	Audio Logo	Audio Design speziell verdichtet zu einem kurzen und prägnanten Audio Logo oder Jingle.	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-
8	Sonstiges	Audio Design, das nicht den oben beschriebenen Kategorien zuzuordnen sind.	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-

## 4 MUSIC

Künstlerische oder kommerzielle Werke aus rhythmisch organisierten Tönen und Klängen.

### 1 MUSIC

Kategorie	Beschreibung	Film	Audio	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm	Zusatzpräsentation	Textmanuskript	Beschreibungstext	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
1	Composition	Musik, die für Markenkommunikation und/oder Werbung komponiert und produziert wurde.	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-
2	Adaption	Auswahl und Neuinterpretation einer bereits bestehenden Musik für Markenkommunikation und/oder Werbung.	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-
3	Pick	Auswahl und Nutzung einer bereits bestehenden Originalmusik für Markenkommunikation und/oder Werbung.	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-
4	Brand Partnership	Kooperation zwischen Musikern, Bands, Künstlern und Marken.	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-
5	for User Experience	Komposition oder Nutzung bestehender Musik speziell für die akustische Interaktionsgestaltung mittels Funktionsklängen (UI/UX-Sounds).	✓	✓			1	8		Casefilm		✓	✓	✓	210,-	400,-

## 9. AUDIO

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



		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
6 for Spatial Experience	Komposition oder Nutzung bestehender Musik speziell für den dreidimensionalen real oder auch VR/AR z. B. Games, VR/AR Anwendungen sowie Messe, Bühne oder Live-Veranstaltungen etc. → Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.	✓	✓				1	8			Casefilm	✓	✓	✓	210,-	400,-
7 for Online/Social Media	Komposition oder Nutzung bestehender Musik speziell für Websites, Apps oder Social Media.	✓	✓				1	8			Casefilm	✓	✓	✓	210,-	400,-
8 for Motion Design	Eine besonders kreative Komposition oder Nutzung bestehender Musik speziell produziert für eindrucksvolle audiovisuelle Gestaltung, z.B. Titelanimationen, Interface-/Interaction Design, Datenvisualisierungen, Erklärfilme, etc.	✓	✓				1	8			Casefilm	✓	✓	✓	210,-	400,-
9 Sonstiges	Sonstige Musik-Ideen, die nicht den oben beschriebenen Kategorien zuzuordnen sind.	✓	✓				1	8			Casefilm	✓	✓	✓	210,-	400,-
<b>5 AUDIO DESIGN AND MUSIC</b>																
Künstlerische oder kommerzielle Werke, die Audio Design und den Einsatz von Musik kreativ kombinieren.																
<b>1 OVERALL AUDIO PIECE</b>																
1 Projekt	Ganzheitliches Arrangement aus Musik, Sprache und Audio Design für ein komplexe Maßnahme/Aktion.	✓	✓				1	8			Casefilm	✓	✓	✓	210,-	
<b>6 AUDIO CRAFT</b>																
Besondere Einzelleistungen im Zusammenhang mit Audio-Medieninhalten bzw. Audio-Anwendungen.																
<b>1 AUDIO CRAFT</b>																
1 Regie	Kreative Regie- oder Konzeptionsleistungen im Audiobereich	✓	✓				1	8			Casefilm	✓	✓	✓	210,-	
2 Audio Engineering	Kreative Mix/Mastering/Schnitt- oder sonstige Audiobearbeitungstechniken	✓	✓				1	8			Casefilm	✓	✓	✓	210,-	
3 Casting	Besetzung sowie Fit von Sprechern/Stimmen für Audioproduktionen	✓	✓				1	8			Casefilm	✓	✓	✓	210,-	
4 Sonstiges	Sonstige Audio Craft-Leistungen, die nicht den oben beschriebenen Kategorien zuzuordnen sind.	✓	✓				1	8			Casefilm	✓	✓	✓	210,-	

# 10. FILM

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

## 1 LIVE ACTION FILM

### 1 FILM FOR TV/CINEMA

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

### 2 FILM FOR MOBILE/ONLINE MEDIA

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

### 3 MUSIC VIDEO

- 1 Music Video

### 4 FILM FOR PUBLISHING

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

### 5 SONSTIGES

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

### 6 FILM CRAFT

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

## 2 ANIMATED FILM

### 1 ANIMATION FOR TV/CINEMA

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

### 2 ANIMATION FOR MOBILE/ONLINE MEDIA

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

### 3 MUSIC VIDEO

- 1 Music Video

### 4 ANIMATION FOR PUBLISHING

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

### 5 SONSTIGES

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

### 6 ANIMATION CRAFT

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

# 10. FILM

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



Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice		Präsentationsformate		Teilnahmegebühren	
Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	PRO BESTANDTEIL PAUSCHAL

1 LIVE ACTION FILM														
Kreative Produktion von bewegten Bildern, bei denen tatsächliche Bewegungen von einer Kamera aufgenommen werden, echte Schauspieler ein Drehbuch aufführen und das Echtbild davon gefilmt und anschließend in der Postproduktion elektronisch/digital nachbearbeitet wird.														
1 FILM FOR TV/CINEMA														
1 TV-Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)	Film als Gesamtwerk bis 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	✓					1	1		Casefilm	✓	✓	335,-	
2 TV/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)	Film als Gesamtwerk ab 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	✓					1	1		Casefilm	✓	✓	335,-	
3 TV/Kinospot (Serie)	Filme die als Serie produziert und auch geschaltet wurden, welche für TV/Kino produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen.	✓					2	8		Casefilm	✓	✓		610,-
2 FILM FOR MOBILE/ONLINE MEDIA														
1 Digital Mobile Only (einzeln)	Film, welcher für Mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓					1	1		Casefilm	✓	✓	335,-	
2 Digital Mobile Only (Serie)	Filmserie, welche für Mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓					2	8		Casefilm	✓	✓		610,-
3 Digital Pre-roll Ad (einzeln)	Pre-roll Ad, welche für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓					1	1		Casefilm	✓	✓	335,-	
4 Digital Pre-roll Ad (Serie)	Pre-roll Ads Serie, welche für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓					2	8		Casefilm	✓	✓		610,-
5 Online-Film (einzeln)	Film, welcher für das Internet konzipiert und produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen	✓					1	1		Casefilm	✓	✓	335,-	
6 Online-Film (Serie)	Filmserie, welche für das Internet konzipiert und produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen	✓					2	8		Casefilm	✓	✓		610,-
3 MUSIC VIDEO														
1 Music Video	Film, der eine Musikkomposition bebildert.	✓					1	8		Casefilm	✓	✓	335,-	610,-
4 FILM FOR PUBLISHING														
1 Film für Unternehmensdarstellung	Film, der Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen darstellt und zur Selbstdarstellung, für Präsentations- oder Schulungszwecke eingesetzt wird.	✓					1	8		Casefilm	✓	✓	335,-	610,-
2 Dokumentation	Film, der nonfiktionale Ereignisse dokumentiert (z.B. Biographie, Mockumentary, investigative Dokumentation)	✓					1	8		Casefilm	✓	✓	335,-	610,-

# 10. FILM

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



		Bestandteile				Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren			
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl		Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild
3 Public-Service-Film		✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
4 Vlog/Webcast (Ausgabe)	Film, der als Vlog/Webcast produziert wurde.	✓					1	1		Casefilm		✓	✓	335,-	
5 Vlog/Webcast (Serie)	Filmserie, die als Vlog/Webcast produziert wurde.	✓					2	8		Casefilm		✓	✓		610,-
<b>5 SONSTIGES</b>															
1 Kurzfilm/Sonderformat	Film mit einer Länge von bis zu 30 min., welcher für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert ist.	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
2 Taktischer Film	Film, der tagesaktuelle Themen und Entwicklungen reflektiert und eine Reaktion im Bereich der PR provoziert. Es ist eine kurzfristige und nahezu tagesaktuelle Reaktion gemeint. Oft sind es einzelne Schaltungen, die nur an diesem einen Tag oder dieser einen Woche Sinn ergeben. Taktische Filme laufen nie über lange Zeit.	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
3 Film für Spatial Experience	Film, der im Bereich Spatial Experience eingesetzt wird und räumliche Erfahrungen erlebbar macht. --- Zur Bewertung muss das kreative Gesamtkonzept ausreichend beschrieben werden um das Filmerlebnis verständlich und bewertbar zu machen.	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
4 Film für Point-of-Sale	Film, der speziell für einen realen Verkaufsort produziert wurde (z.B. Geschäft, Stand)	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
5 Sonstiges	Film, der in keine der oben genannten Kategorien passt.	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
<b>6 FILM CRAFT · Herausragende Einzelleistung eines Filmprojekts</b>															
1 Regie	Künstlerische Leitung	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	
2 Kamera	Kamera und Licht	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	
3 Schnitt	Filmschnitt/Montage	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	
4 Casting	Auswahl/Besetzung Darsteller/innen	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	
5 Postproduction/CGI/VFX	Nachbearbeitung / 3D Bildsynthese/-gestaltung / Visuelle Effekte	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	
6 Set/Production Design	Szenenbild/-bau	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	
7 Sonstiges	Einzelleistung in einem Bereich, der keiner oben genannten Kategorie zuzuordnen ist.	✓					1	8		Casefilm		✓	✓	335,-	

# 10. FILM

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



Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice		Präsentationsformate		Teilnahmegebühren					
Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL

## 2 ANIMATED FILM

Kreative Produktion von Trickfilmen/Animationen aller Genres. Trickfilme erzählen Geschichten, die Bild für Bild traditionell gezeichnet und von einer Trickfilmkamera aufgenommen werden oder Bilder, die vollkommen digital am Computer skizziert, illustriert, generiert und animiert, das heißt aufeinanderfolgend bewegt werden.

### 1 ANIMATION FOR TV/CINEMA

1 TV-Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)	Trickfilm als Gesamtwerk bis 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	✓					1	1				Casefilm		✓	✓	335,-	
2 TV/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)	Trickfilm als Gesamtwerk ab 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	✓					1	1				Casefilm		✓	✓	335,-	
3 TV/Kinospot (Serie)	Trickfilmee, die als Serie produziert und auch geschaltet wurden, welche für TV/Kino produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen.	✓					2	8				Casefilm		✓	✓		610,-

### 2 ANIMATION FOR MOBILE/ONLINE MEDIA

1 Digital Mobile Only (einzeln)	Trickfilm, der für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓					1	1				Casefilm		✓	✓	335,-	
2 Digital Mobile Only (Serie)	Trickfilmserien, die für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓					2	8				Casefilm		✓	✓		610,-
3 Digital Pre-roll Ad (einzeln)	Animierte Pre-roll Ads, die für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓					1	1				Casefilm		✓	✓	335,-	
4 Digital Pre-roll Ad (Serie)	Pre-roll Ads Serien, die für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓					2	8				Casefilm		✓	✓		610,-
5 Online-Film (einzeln)	Trickfilm, welcher primär für das Internet konzipiert und produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen	✓					1	1				Casefilm		✓	✓	335,-	
6 Online-Film (Serie)	Trickfilmserien, welche primär für das Internet konzipiert und produziert wurden. Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen	✓					2	8				Casefilm		✓	✓		610,-

### 3 MUSIC VIDEO

1 Music Video	Trickfilm, der eine Musikkomposition bildet.	✓					1	8				Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
---------------	--	---	--	--	--	--	---	---	--	--	--	----------	--	---	---	-------	-------

### 4 ANIMATION FOR PUBLISHING

1 Film für Unternehmensdarstellung	Trickfilm, der Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellt (z.B. Image-, Produkt- oder Schulungsfilm)	✓					1	8				Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
2 Dokumentation	Trickfilm, der nonfiktionalen Ereignisse dokumentiert (z.B. Biographie, Mockumentary, investigative Dokumentation)	✓					1	8				Casefilm		✓	✓	335,-	610,-

# 10. FILM

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



		Bestandteile					Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice	Präsentationsformate			Teilnahmegebühren			
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL
3 Public-Service-Film		✓					1	8			Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
4 Vlog/Webcast (Ausgabe)	Trickfilm, der vorrangig als Vlog/Webcast produziert wurde	✓					1	1			Casefilm		✓	✓	335,-	
5 Vlog/Webcast (Serie)	Trickfilmserie, die vorrangig als Vlog/Webcast produziert wurde	✓					1	8			Casefilm		✓	✓		610,-
<b>5 SONSTIGES</b>																
1 Kurzfilm/Sonderformat	Trickfilm mit einer Länge von bis zu 30 Minuten, welcher für spezielle Einsatzzwecke oder Medien produziert wurde.	✓					1	8			Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
2 Taktischer Film	Trickfilm, der tagesaktuelle Themen und Entwicklungen reflektiert und eine Reaktion im Bereich der PR provoziert. Es sind kurzfristige und nahezu tagesaktuelle Reaktionen gemeint. Oft sind es einzelne Schaltungen, die nur an diesem einen Tag oder dieser einen Woche Sinn ergeben. Taktische Filme laufen nie über lange Zeit.	✓					1	8			Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
3 Film für Spatial Experience	Trickfilm, der im Bereich Spatial Experience eingesetzt wird und räumliche Erfahrungen erlebbar macht. --- Zur Bewertung, muss das kreative Gesamtkonzept ausreichend beschrieben werden um das Filmerlebnis verständlich und bewertbar zu machen.	✓					1	8			Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
4 Film für Point-of-Sale	Trickfilm, der speziell für den Ort des Verkaufs produziert wurde (z.B. Geschäft, Stand)	✓					1	8			Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
5 Sonstiges		✓					1	8			Casefilm		✓	✓	335,-	610,-
<b>6 ANIMATION CRAFT</b>																
1 Regie	Künstlerische Leitung	✓					1	8			Casefilm		✓	✓	335,-	
2 Character Development	Gestaltung der handelnden Figuren	✓					1	8			Casefilm		✓	✓	335,-	
3 Background Design	Gestaltung der Umgebung bzw. der Hintergründe	✓					1	8			Casefilm		✓	✓	335,-	
4 Postproduction/CGI/VFX	Nachbearbeitung / 3D Bildsynthese/-gestaltung / Visuelle Effekte	✓					1	8			Casefilm		✓	✓	335,-	
5 Sonstiges	Einzeleistung in einem Bereich, der keiner oben genannten Kategorien zuzuordnen ist.	✓					1	8			Casefilm		✓	✓	335,-	

# 11. EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS

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

## 1 MANDATE

### 1 MANDATE

1 Projekt

## 2 INDEPENDENT

### 1 INDEPENDENT

1 Projekt

# 11. EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS

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

Pflicht  
 Optional

		Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Physische Einreichung, Druckservice		Präsentationsformate			Teilnahmegebühren				
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board / Motiv PDF	3D JPG	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Physisch Board/Motiv/3D	Casefilm max. 180 Sek.	Zusatzpräsentation 170,00 € pro Bestandteil	Textmanuskript max. 7000 Zeichen	Beschreibungstext max. 1.500 Zeichen	Präsentationsbild	PRO BESTANDTEIL	PAUSCHAL
<b>1 MANDATE</b>																
Beauftragte, gesponserte oder geförderte Arbeiten/Werke.																
<b>1 MANDATE</b>																
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	<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"/>		210,-	400,-
<b>2 INDEPENDENT</b>																
Selbst initiierte, freie Arbeiten/Werke.																
<b>1 INDEPENDENT</b>																
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	<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"/>		210,-	400,-

## 12. INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY

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

1 CONCEPT	2 PROTOTYPE	3 INNOVATIVE USE OF MEDIA
<b>1 CONCEPT</b> 1 Projekt	<b>1 PROTOTYPE</b> 1 Projekt	<b>1 INNOVATIVE USE OF MEDIA</b> 1 Projekt

## 12. INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY

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



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

# Allgemeine *Teilnahmebedingungen*

# Allgemeine Teilnahmebedingungen

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

## Erstattung

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

## Zahlungsart

Die Rechnung wird entweder auf den Einreicher oder die einreichende Agentur/Firma ausgestellt. Die Rechnungsadresse der Agentur/Firma muss bei der Registrierung bzw. Anmeldung vollständig und korrekt angegeben werden. Eine nachträgliche Umschreibung der Rechnung ist ausgeschlossen.

Die Rechnung wird ausschließlich als PDF-Dokument per E-Mail an den Einreicher versandt. Die Teilnahmegebühren sind sofort nach Erhalt der Rechnung per Banküberweisung zu bezahlen. Eine Zahlung per Kreditkarte oder Scheck ist nicht zulässig. Ohne Nachweis der Zahlung wird die Einreichung nicht bearbeitet und die Arbeit nicht zum ADC Wettbewerb zugelassen.

## Bankverbindung

Empfänger:	Art Directors Club GmbH
Bank:	Deutsche Bank
IBAN:	DE77 3007 0010 0500 0070 00
BIC (SWIFT):	DEUTED33XXX

Als Verwendungszweck bitte Beleg- und Kundennummer angeben.

## Vorbehalte / Verstöße

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

## Pflichten und Haftung des Einreichers

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

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

### **Pflichten und Haftung des ADC**

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

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

### **Haftungsfreistellung**

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

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

### Veröffentlichung und Nutzungsrechte

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

Mai 2021 auszustellen und öffentlich vorzuführen und die besten Arbeiten auf der Bühne der ADC Award Show zu präsentieren. Der ADC beabsichtigt ferner, ausgezeichnete Arbeiten auch nach dem Wettbewerb zu Zwecken der Eigenwerbung für den ADC als Veranstalter des Wettbewerbs zu nutzen. Bis zur Bearbeitung der Rücksendungen nach dem ADC Festival behält der ADC die Arbeiten in seinem Besitz. Ferner werden alle Gewinnerarbeiten veröffentlicht und/oder öffentlich zugänglich gemacht, insbesondere im Rahmen einer ADC Gewinnergalerie, von ADC Ausstellungen, der ADC Roadshow und weiteren Publikationen. Für diese Zwecke verpflichtet sich der Einreicher, auf Anfrage druckfähige Daten oder weitere Exemplare zur Verfügung zu stellen. Auf die beschränkte Haftung des ADC für Abnutzung, Beschädigung und Verlust wird verwiesen. Der Einreicher kann keinen Einfluss auf Inhalt und Art der Wiedergabe seiner prämierten Arbeit nehmen.

### Art Directors Club GmbH

Franklinstraße 15  
10587 Berlin

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

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