



ADC

Guidelines

ADC Wettbewerb 2023

Einreichungszeitraum:

26. Oktober 2022 bis 01. Februar 2023

Januararbeiten bis 01. März 2023

Liebe *Kreative*,

es ist soweit: Der ADC Wettbewerb 2023 beginnt, der renommierteste und größte Kreativwettbewerb im deutschsprachigen Europa. Die Auswahl der besten Arbeiten der Branche, die gemeinsame Arbeit der Jury, der besten Kreativen, liegt vor uns – auf der Suche nach Innovation, Schönheit, Staunen, Freude, Exzellenz, Aufregung, Nachdenken, Lachen, Wut, Begeisterung, Umdenken, Emotion... der geballten Kraft der Kreativität.

Wir befinden uns in einer Zeit der großen Umbrüche. Überall stehen wir neuen Herausforderungen gegenüber. Überall entstehen neue Werte, neue Technologien und neue Chancen.

Mit unserer Kreativität können wir neue Realitäten schaffen.
Creativity has the power to change things and thinking.

Change the world with creativity!

Denn Kreativität ist die Voraussetzung für jede Form der Innovation.
Wir als Kreative haben also die Chance und die Verantwortung,
den Wandel mitzugestalten.

Wir freuen uns auf kreative Kommunikation und kreative Innovation beim ADC Wettbewerb 2023 und feiern gemeinsam die Kreativität – Arbeiten, die inspirieren und neue Maßstäbe setzen.

Unsere Kriterien für herausragende Arbeiten haben wir in unserem Manifest definiert: **Woran wir glauben**. (Welches wir übrigens in Kürze um das Thema Nachhaltigkeit ergänzen.) Alle eingereichten Arbeiten werden nach diesen Kriterien bewertet – und bekommen die Bühne, die sie verdienen. Und machen so über den ADC Wettbewerb sichtbar, was exzellente, kreative Kommunikation ist und kann.

Eure



Dörte Spengler-Ahrens
ADC Präsidentin



Allgemeine Informationen

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

Kategorien

Kategorienübersicht	18
Definitionen, Einreichungsmaterialien & Gebühren	19
BRAND BUILDING	20
ACTIVATION	27
DIGITAL EXPERIENCE	34
SPATIAL EXPERIENCE	39
PUBLISHING	45
COPY	51
DESIGN	55
IMAGERY	60
AUDIO	63
FILM	67
EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS	72
INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY	74

Allgemeine Teilnahmebedingungen	76
---------------------------------	----

Allgemeine *Informationen*

Teilnahme & Gewinn

IM FALLE EINES GEWINNES ENTSTEHEN KEINE ZUSÄTZLICHEN KOSTEN!

Alle Teilnehmer/innen erhalten

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

Bei einer Prämierung erhalten alle Teilnehmer/innen darüber hinaus

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

Die **mit * gekennzeichnete Leistung** steht unter dem Vorbehalt, dass der ADC Europe Award im Jahr 2023 durchgeführt wird. Die Leistung hierfür ist nicht in den Teilnahmegebühren enthalten.

Ehrungen

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

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

Alle Talent Wettbewerb Goldgewinner/innen werden in den **Talent ADC** eingeladen und dürfen fünf Jahre das ADC Netzwerk und dessen kreative Expertise nutzen.

Ranking

Hinweis:

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

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

Leadagentur

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

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

Bewertung

Jury

Die Jury tagt zwei Tage im Juni 2023 während des ADC Festivals und setzt sich ausschließlich aus ADC Mitgliedern, den führenden Köpfen der deutschsprachigen Kreativbranche, zusammen.

[Alle Infos zur ADC Jury.](#)

Bewertungskriterien

Originalität	Ist die Arbeit originär und originell?
Klarheit	Kommuniziert die Arbeit ihre Inhalte verständlich?
Kraft	Bewirkt die Arbeit eine Bewusstseinsveränderung?
Machart	Ist die Arbeit handwerklich überzeugend?
Freude	Beglückt, berührt oder bereichert die Arbeit?

Exzellente kreative Kommunikation

- hat eine Idee.**
- ist verständlich.**
- ist überzeugend.**
- ist handwerklich perfekt.**
- macht Freude.**
- ist dienlich.**
- ist weder rassistisch noch diskriminierend.**

Key Dates

Einreichungsbeginn

26. Oktober 2022
adc-wettbewerb.de

ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM 01. JANUAR – 31. DEZEMBER 2022

Early Bird 10 %

bis 25. November 2022

Teilnahmeschluss

01. Februar 2023

Late Fee / zzgl. 120,- €

bis 21. Februar 2023

ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM 01. JANUAR – 15. FEBRUAR 2023

Teilnahmeschluss

01. März 2023

Late Fee / zzgl. 120,- €

bis 15. März 2023

Credit-Anpassungen

04. April 2023

Jurysitzung

Juni 2023

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 2023 liegt, wird der dann gültige Mehrwertsteuersatz angewandt.

Gewinnen beim ADC Wettbewerb kostet nicht extra!

ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM 01. JANUAR – 31. DEZEMBER 2022

*Bis 25.11.2022
Early Bird / 10 % Rabatt*

automatischer Nachlass auf der Rechnung
pro Einreichung bei Freigabe

*01.02.2023
Offizieller Teilnahmechluss*

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

*Bis 21.02.2023
Late Fee / zzgl. 120,- €*

automatische Erhebung auf der Rechnung
pro Einreichung / Kategorie bei Freigabe

ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM 01. JANUAR – 15. FEBRUAR 2023

*01.03.2023
Offizieller Teilnahmechluss*

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

*Bis 15.03.2023
Late Fee / zzgl. 120,- €*

automatische Erhebung auf der Rechnung
pro Einreichung / Kategorie der Freigabe

ES KÖNNEN WEITERE GEBÜHREN ENTSTEHEN:

Rücksendung

70,- €
Aktivierung über die Teilnahmeplattform an die Einreicheradresse. Sendungsrückläufer werden nur nach Absprache und auf Kosten des Einreichers erneut verschickt. Für Sperrgut oder Pakete über 10 kg fallen ggf. zusätzliche Kosten an.

*Bearbeitung von
Korrekturen*

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

90,- € (geringfügig)
Austausch pro JPG / URL / Board / Exponat
Austausch pro Kurzbeschreibung

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

Druckservice

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

Wettbewerbsregeln

Erstellungszeitraum und -ort

Teilnehmen können ausschließlich Arbeiten, welche zwischen dem **01. Januar 2022 und dem 15. Februar 2023** in Deutschland, Österreich, Luxemburg oder der deutschsprachigen Schweiz veröffentlicht oder entwickelt wurden.

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

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

Ausnahme:

In den Geschäftsfeldern/Disziplinen EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS und INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY können auch **unveröffentlichte** Arbeiten eingereicht werden.

Ebene 1 = **Geschäftsfeld / Disziplin**

Ebene 2 = **Anwendungsbereich allgemein**

Ebene 3 = **Anwendungsbereich speziell**

Ebene 4 = **Arbeit/Leistung**

Zusammenhängende Inhalte

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

Projekt/Kampagne	Von einem Projekt bzw. einer Kampagne wird gesprochen, wenn die Bestandteile übergreifend in mehreren Anwendungsbereichen (Ebene 1, 2 und 3) eingereicht werden.
Serie	Eine Serie sind mehrere Bestandteile eines Projekts, die alle zusammen innerhalb einer „Leistung“ (Ebene 4) eingereicht werden. In Kategorien, die den Zusatz „einzeln“ tragen, darf nur höchstens EIN Bestandteil eines Projekts eingereicht werden. Hingegen mehrere zusammenhängende Bestandteile eines Projekts müssen in der gleichlautenden Kategorie eingereicht werden, die den Zusatz „Serie“ trägt. Je Serie darf zusätzlich höchstens ein Bestandteil in der Kategorie „einzeln“ eingereicht werden.

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

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

Mehrfacheinreichung

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

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

Kennzeichnung

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

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

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

Anonymität

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

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

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 2023 liegt, wird der dann gültige Mehrwertsteuersatz angewandt.

Digitale Freigabe

Einreichungen müssen zuerst online angelegt und vom Einreichenden verbindlich freigegeben werden. Nach der Freigabe sichtet das ADC Team die digitale Einreichung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln.

Physische Zusendungen

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

Einreichungszulassung

Einreichungen sind erst zum Wettbewerb zugelassen, wenn die Freigabe durch das ADC Büro via Mail erfolgt ist, sowie die Gebühren bezahlt wurden. Wenn eine Einreichung physisches Material (Bücher, Magazine, Plakate) enthält, muss dieses zudem im ADC Büro eingegangen sein.

Einreichungsprozess

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 01 | Jede Arbeit muss online angelegt werden: Als Einreicher/in unter adc-wettbewerb.de registrieren und die Rechnungsadresse bestimmen. | 07 | Uploads durchführen und Titel der Bestandteile vergeben. |
| 02 | Kategorie auswählen, Auftraggeber/in, Produktname und Titel der Arbeit angeben sowie ggf. persönliche Auftragsnummer vergeben. Optionale Rücksendung von physischem Einreichungsmaterial veranlassen. | 08 | Ggf. weitere Arbeiten/Leistungen zur Kampagne hinzufügen. |
| 03 | Veröffentlichungsdatum festlegen, Kurzbeschreibung anlegen (Aufgabe, Idee, Lösung max 1.500 Zeichen insgesamt). | 09 | Einreichung verbindlich zum Wettbewerb freigeben und ADC Teilnahmebedingungen akzeptieren. Das Datum der Freigabe gilt als Teilnahmedatum. |
| 04 | Namen aller Beteiligten in den Credits angeben. | 10 | Es ist möglich mehrere Einreichungen gesammelt zum Wettbewerb freizugeben, indem man diese markiert. Für alle gesammelt freigegebenen Einreichungen wird später eine Gesamtrechnung erzeugt. Für jede einzeln freigegebene Einreichung wird eine einzelne Rechnung generiert. |
| 05 | Anzahl der Bestandteile (Board, Motiv, Exponat, Film, Spot, Audio, URL) festlegen
Achtung: Hinweise beachten!

Siehe Übersicht – Einreichungsmaterialien & Gebühren . | 11 | Nach digitaler Prüfung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln seitens des ADC Teams erhält der/die Einreicher/in per E-Mail alle relevanten Unterlagen (Rechnung, Adressetiketten, Barcodes etc.). |
| 06 | Einreichung speichern. Mit Beginn des Uploads der Bestandteile können u.a. die Kategorien nicht mehr geändert werden. | 12 | Physisches Material (Exponate entsprechend aufbereiten und mit Barcodes versehen (siehe Exponat)). |
| | | 13 | Nach verbindlicher Freigabe und Bestätigungs E-Mail durch das ADC Team wird die Einreichung für die ADC Jurysitzungen 2023 aufbereitet. |

ADC Support

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

Wir freuen uns auf Euch!

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

E-Mail: wettbewerb@adc.de

Einreichungsmaterialien

Bestandteile

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

Die Teilnahmegebühren variieren pro Kategorie je nach Anzahl der Bestandteile. Siehe [Übersicht – Einreichungsmaterialien & Gebühren](#).

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

Kosten: 365,- € je weiteres Bestandteil.

Folgende Bestandteil-Formate können je Kategorie zur Auswahl stehen:

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

Präsentationsformate

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

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

Bestandteile

Board

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

In ausgewählten Kategorien des Bereichs Photography werden die Boards physisch der Jury präsentiert. Kategorien, die den Druckservice erfordern, sind der **Übersicht – Einreichungsmaterialien & Gebühren** zu entnehmen.

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

PDF, Druckdatei (DIN A2 quer, 594mm x 420mm)

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

Formatvorgaben des ADC Druckservice.



Motiv

Das Motiv ist ein innerhalb des Projektes entstandenes Ergebnis. Es zeigt ausschließlich **EIN** Motiv und nicht mehrere. Es wird bei der Anmeldung in digitaler Form angelegt.

In ausgewählten Kategorien des Bereichs Corporate Design und Photography werden die Motive physisch der Jury präsentiert. Kategorien, die den Druckservice erfordern, sind der **Übersicht – Einreichungsmaterialien & Gebühren** zu entnehmen.

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

Obligatorisch in allen Kategorien ohne Druckservice.

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

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

Formatvorgaben des ADC Druckservice.

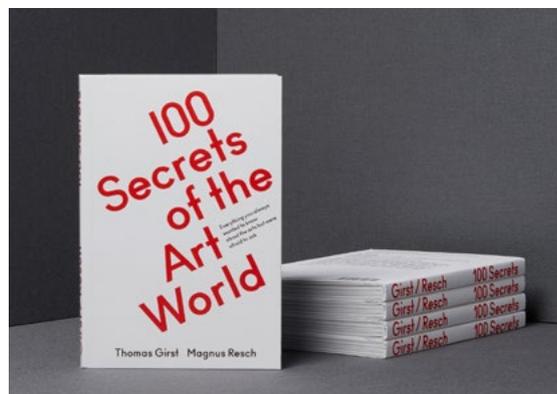


Exponat

Ein Exponat ist ein innerhalb des Projektes entstandenes Produkt (Beispiele: Magazin, Kalender, Packaging, Mailing usw.). Es wird als Bestandteil in digitaler Form (JPG) mit einer Abbildung angelegt. Der physische Versand des Belegexemplars an das ADC Büro ist für alle Exponate verpflichtend.

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

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



Zusatzupload (PDF, nicht größer als 100MB)

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

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

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

Einsendung

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

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

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

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

Film/Spot

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

max. 600 Sek.

	Film SD 4:3	Film SD 16:9	Film HD	Film Full HD
Auflösung	768 x 576 Px	1024 x 576 Px	1280 x 720 Px	1920 x 1080 Px
Level	3/3.1/3.2/4/4.1	3/3.1/3.2/4/4.1	3/3.1/3.2/4/4.1	4/4.1
Datenrate max.	7500 kbit/Sek.	7500 kbit/Sek.	15 000 kbit/Sek.	15 000 kbit/Sek.

Container-Format	MPEG-4/ Quicktime	Kanäle	Stereo
Codec	H.264	Codec	AAC
Framerate	25 fps	Sample-Rate	48 kHz
PAR/Seitenverhältnis	quadratisch/ 1:1	Datenrate	max. 384 kbit/Sek.
Profil	Base/Main/High		

Audio

Eine innerhalb des Projektes entstandene Audio-Datei.

max. 600 Sek.

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

URL

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

Aktiv bis Ende Juni 2023

**Angabe bei Passwortgeschützten Seiten –
Benutzer: adcwettbewerb / Passwort: adc2023**

Angabe von „http://“ oder „https://“

Präsentationsformate

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

Thumbnail

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

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

Beschreibungstext

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

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

Casefilm

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

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



- 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

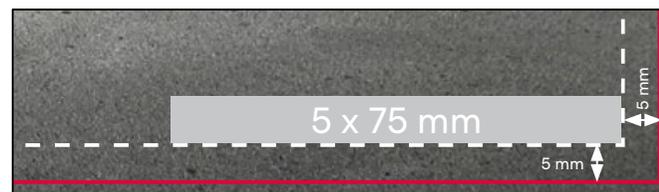
- DATEI**
- Dateityp: PDF
 - Dateigröße: max. 60 MB
 - PDF Standard: PDF-X3:2002
 - Kompatibilität: Acrobat 4 (PDF 1.3)
 - Auflösung: 300 dpi
 - Farbraum: nur CMYK, kein RGB
 - Zielfarbraum: ISO-Coated V2 300 %
 - Transparenzen reduziert
 - Schriften eingebettet
 - Haarlilien werden automatisch auf 0,076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

ACHTUNG

Es wird vom ADC automatisch im Falle einer physischen Ausstellung bzw. bei Jurys mit physischen Präsentationspappen eine graue Box auf das Motiv platziert:

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

Größe der Box: 5 x 75 mm



Bitte in diesem Bereich keine Texte oder wichtigen Inhalt platzieren!

Bei Fragen stehen wir gerne zur Verfügung!

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

Kategorien

1 BRAND BUILDING

1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN

1 UNTERNEHMEN / ORGANISATION / INSTITUTION

- 1 Crossmediale Konzeption (neu)
- 2 Crossmediale Konzeption (Redesign)

2 PRODUKT / DIENSTLEISTUNG / EVENT

- 1 Crossmediale Konzeption (neu)
- 2 Crossmediale Konzeption (Redesign)

3 FRANCHISE

- 1 Crossmediale Konzeption (neu)
- 2 Crossmediale Konzeption (Redesign)

4 BROADCASTING (TV-SENDER / STREAMINGDIENSTE)

- 1 Crossmediale Konzeption (neu)
- 2 Crossmediale Konzeption (Redesign)

2 BRAND COMMUNICATION

1 INTEGRATED

- 1 Crossmediale Kampagne

2 INTEGRATED ONLINE ONLY

- 1 Crossmediale Online- / Social-Media-Kampagne

3 MOBILE/ONLINE MEDIA

- 1 Web- / Microsite
- 2 App
- 3 Portal
- 4 Plattform
- 5 Display
- 6 Terminal

4 PRINT MEDIA

- 1 Anzeige (einzel)
- 2 Anzeige (Serie)
- 3 Plakat (einzel)
- 4 Plakat (Serie)
- 5 Broschüre (einzel)
- 6 Broschüre (Serie)

5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA

- 1 Out-of-Home / Ambient Media (einzel)
- 2 Out-of-Home / Ambient Media (Serie)
- 3 Digital Out-of-Home
- 4 Out-of-Home / Ambient Interactive Media

6 AUDIO MEDIA

- 1 Radiospot (einzel)
- 2 Radiospot (Serie)
- 3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads
- 4 Podcast/Webcast (einzel)
- 5 Podcast/Webcast (Serie)

7 TV/CINEMA MEDIA

- 1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)
- 2 TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)
- 3 TV-/Kinospot (Serie)
- 4 Digital Mobile Only (einzel)
- 5 Digital Mobile Only (Serie)
- 6 Digital Pre-Roll Ads (einzel)
- 7 Digital Pre-Roll Ads (Serie)
- 8 Online-Film (einzel)
- 9 Online-Film (Serie)
- 10 Point-of-Sale-Film
- 11 Kurzfilm/Sonderformat
- 12 Public-Service-Film
- 13 Film für Unternehmensdarstellung
- 14 Filmische Dokumentation
- 15 Taktischer Film

3 BRAND PR

1 INFLUENCER MARKETING

- 1 Influencer Marketing (Einzelaktion)
- 2 Influencer Marketing (Serie)

2 CRISIS COMMUNICATION

- 1 Crisis Communication (Einzelaktion)
- 2 Crisis Communication (Serie)

3 BRAND PARTNERSHIP/SPONSORING

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

4 EMPLOYER BRANDING

- 1 Employer Branding (Einzelaktion)
- 2 Employer Branding (Serie)

5 BRANDED CONTENT/ ENTERTAINMENT

- 1 Publikation
- 2 Event/Live Experience
- 3 Video/Film
- 4 Audio
- 5 Game
- 6 Social Media Activation

4 BRAND DIALOG

1 B2B**

- 1 Mailing/Postsendung
- 2 E-Mail
- 3 Printanzeige
- 4 Crossmediale Kampagne
- 5 Mobile/Online
- 6 Social Media
- 7 Content Marketing
- 8 Broadcast

2 B2C**

2 ACTIVATION

1 ADVERTISING

1 INTEGRATED

- 1 Crossmediale Kampagne

2 INTEGRATED ONLINE ONLY

- 1 Crossmediale Online-/Social-Media-Kampagne

3 MOBILE/ONLINE MEDIA

- 1 Web- / Microsite
- 2 App
- 3 Portal
- 4 Plattform
- 5 Display
- 6 Terminal
- 7 Targeting/Real-Time Advertising

4 PRINT MEDIA

- 1 Anzeige (einzel)
- 2 Anzeige (Serie)
- 3 Plakat (einzel)
- 4 Plakat (Serie)
- 5 Broschüre (einzel)
- 6 Broschüre (Serie)

5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA

- 1 Out-of-Home/Ambient Media (einzel)
- 2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie)
- 3 Digital Out-of-Home
- 4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media

6 AUDIO MEDIA

- 1 Radiospot (einzel)
- 2 Radiospot (Serie)
- 3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads
- 4 Podcast/Webcast (einzel)
- 5 Podcast/Webcast (Serie)

7 TV/CINEMA MEDIA

- 1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)
- 2 TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)
- 3 TV-/Kinospot (Serie)
- 4 Digital Mobile Only (einzel)
- 5 Digital Mobile Only (Serie)
- 6 Digital Pre-Roll Ads (einzel)
- 7 Digital Pre-Roll Ads (Serie)
- 8 Online-Film (einzel)
- 9 Online-Film (Serie)
- 10 Point-of-Sale-Film
- 11 Kurzfilm/Sonderformat
- 12 Public-Service-Film
- 13 Film für Unternehmensdarstellung
- 14 Filmische Dokumentation
- 15 Taktischer Film

2 PROMOTION

1 B2C-AKTIONEN

- 1 B2C-Aktion (einzel)
- 2 B2C-Aktion (Serie)

2 B2C-WERBEMITTEL

- 1 B2C-Werbemittel

3 B2B-AKTIONEN

- 1 B2B-Aktion (einzel)
- 2 B2B-Aktion (Serie)

4 B2C-WERBEMITTEL

- 1 B2C-Werbemittel

5 USER-GENERATED CONTENT

- 1 User-Generated Content

3 PR ACTIVATION

1 PRODUCT PR

- 1 Product PR (Einzelaktion)
- 2 Product PR (Serie)

2 CAUSE-RELATED MARKETING

- 1 Cause-Related (Einzelaktion)
- 2 Cause-Related (Serie)

3 AGENDA SURFING

- 1 Agenda Surfing

4 PUBLIC AFFAIRS

- 1 Public Affairs

4 DIALOG ACTIVATION

1 B2B**

- 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

3 DIGITAL EXPERIENCE

1 WEB 1.0

1 WEB-/MICROSITE

- 1 Website
- 2 Microsite

2 E-COMMERCE

- 1 Shop
- 2 E-Commerce Experience
- 3 Service Design
- 4 Innovation

3 ADVERTISING

- 1 Targeting/Real Time Advertising
- 2 Innovation

2 WEB 2.0

1 APP

- 1 Smartphone App
- 2 Tablet App
- 3 Desktop App
- 4 Progressive Web App
- 5 Service Design
- 6 Innovation

2 WEB PLATFORM/SERVICE

- 1 Web Plattform/Service
- 2 Conversational Service
- 3 Voice Service
- 4 Service Design
- 5 Innovation

3 SOCIAL

- 1 Advertising
- 2 Community Building
- 3 Innovation

4 GAMING

- 1 Mobile Game
- 2 Browser Game
- 3 Innovation

3 WEB 3 / METAVERSE

1 NFT / TOKENS

- 1 NFT Website
- 2 NFT Project
- 3 DeFi & Tokenization
- 4 Service Design
- 5 Innovation

2 IMMERSIVE WEB

- 1 Immersive Web Experience
- 2 Innovation

3 VIRTUAL REALITY

- 1 Virtual Reality Experience
- 2 Innovation

4 AUGMENTED REALITY

- 1 AR Experience
- 2 AR Effect
- 3 Innovation

4 INTERNET OF THINGS

1 CONSUMER PRODUCT

- 1 Consumer Product

2 INDUSTRIAL PRODUCT

- 1 Industrial Product

5 DIGITAL SKILLS

1 CREATIVE USE OF ...

- 1 User Experience
- 2 User Interface
- 3 Service Design
- 4 UI Animation
- 5 Content
- 6 Code
- 7 Data
- 8 Voice/Conversation
- 9 Internet of Things
- 10 AI/Machine Learning
- 11 Immersion (AR, VR, Web)

4 SPATIAL EXPERIENCE

1 EXHIBITION

1 EXHIBITION FOR BRAND**

2 EXHIBITION FOR SUBJECT**

3 ONLINE/HYBRID EXHIBITION FOR BRAND**

4 ONLINE/HYBRID EXHIBITION FOR SUBJECT**

- 1 Museum/Pavillon
- 2 Ausstellung
- 3 Messeauftritt
- 4 Exponat/Installation
- 5 Räumliche Intervention
- 6 Immersive Welt

5 EXHIBITION CRAFT

- 1 Art Direction / Dramaturgie
- 2 Architektur
- 3 Rauminszenierung
- 4 Mediennutzung
- 5 Licht
- 6 Partizipation des Publikums

2 EVENT

1 EVENT**

2 HYBRID EVENT**

3 ONLINE EVENT**

- 1 Corporate
- 2 Employee
- 3 Consumer
- 4 Public
- 5 PR
- 6 Promotion
- 7 Charity
- 8 Bühnenshow
- 9 Sponsorenaufttritt
- 10 Guerilla-Aktion

4 EVENT CRAFT

- 1 Art Direction / Dramaturgie
- 2 Regie
- 3 Rauminszenierung
- 4 Mediennutzung
- 5 Licht
- 6 Partizipation des Publikums

3 PUBLIC SPACE

1 INTERIOR

- 1 Corporate
- 2 Hospitality
- 3 Retail/Shop Space

2 URBAN DESIGN

- 1 Outdoor Space
- 2 Park/Landscape

3 SERVICE DESIGN

- 1 Customer Experience

5 PUBLISHING

1 EDITORIAL

1 MAGAZIN

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

2 ZEITUNG

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

3 BUCH

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

4 MOBILE/ONLINE MEDIA

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

5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES

- 1 Crossmedia Publications

2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENTMARKETING*

1 MAGAZIN

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

2 ZEITUNG

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

3 BUCH

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

6 COPY

1 COMMERCIAL

1 COPY FOR

- 1 Integrated/Crossmedia
- 2 Print Media
- 3 Online/Social Media
- 4 Packaging
- 5 Terminal
- 6 Digital Out-of-Home

2 EDITORIAL

1 COPY FOR

- 1 Reportage
- 2 Interview
- 3 Essay
- 4 Kolumne/Kommentar
- 5 Porträt
- 6 Bericht
- 7 Buch
- 8 Blog/Vlog

3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING

1 COPY FOR

- 1 Reportage
- 2 Interview
- 3 Essay
- 4 Kolumne/Kommentar
- 5 Porträt
- 6 Bericht
- 7 Buch
- 8 Blog/Vlog

4 STORYTELLING

1 STORYTELLING FOR

- 1 Film (Script/Drehbuch)
- 2 Audio (Script)
- 3 Spatial Experience
- 4 User Experience
- 5 Game

7 DESIGN

1 GRAPHIC DESIGN

1 PRINT MEDIA

- 1 Plakat (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur...)
- 2 Anzeige (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur...)
- 3 Bericht
- 4 Buch
- 5 Buchcover
- 6 Kalender
- 7 Collaterals
- 8 Broschüre
- 9 Print-Produktion

2 PUBLIC SPACE MEDIA

- 1 Spatial Experience Media
- 2 POS / POP
- 3 Shop Window

3 SPECIAL MEDIA

- 1 Orientierungssystem/ Signaletik
- 2 Logo
- 3 Key Visual
- 4 Pictogram/Icon
- 5 Infografik/Datenvisualisierung
- 6 Schrift / Typografie
- 7 Merchandise

2 INTERFACE DESIGN

1 USER INTERFACE

- 1 Web
- 2 App
- 3 Sonstiges

2 DIGITAL DESIGN SYSTEM

- 1 Digital Design System

3 CREATIVE USE OF ...

- 1 Typography
- 2 Colors
- 3 Iconography
- 4 UI Animation
- 5 UI Sound & Music

3 MOTION DESIGN

1 MOTION DESIGN FOR...

- 1 Corporate Design
- 2 Advertising
- 3 TV/Cinema
- 4 App
- 5 Web- / Microsite
- 6 Online/Social Media
- 7 Game
- 8 Data Visualisation
- 9 Digital Out-of-Home
- 10 Spatial Experience

4 PACKAGING DESIGN

1 PACKAGES

- 1 Verpackung
- 2 Promotion-Verpackung/Sonderform
- 3 Werbemittel
- 4 Innovation

5 PRODUCT DESIGN

1 PRODUCTS

- 1 Consumer Goods
- 2 Industrial Goods
- 3 Office
- 4 Werbemittel
- 5 Public Design
- 6 Innovation

2 SERVICE DESIGN

- 1 Customer Experience

8 IMAGERY

1 PHOTOGRAPHY

1 PHOTOGRAPHY FOR

- 1 Brand and Product Presentation
- 2 Online/Social Media
- 3 Editorial
- 4 Spatial Experience
- 5 Corporate Publishing
- 6 Photography in Moving Images
- 7 Free Works
- 8 Post-Production

2 CINEMAGRAPHS / SINGLE IMAGE MONTAGE

- 1 Cinemagraphs/Single Image Montage

3 HOLISTIC PHOTOGRAPHY OBJECTS

- 1 Holistic Photography Objects

2 ILLUSTRATION

1 ILLUSTRATION FOR

- 1 Brand Building
- 2 Activation
- 3 Spatial Experience
- 4 Online/Social Media
- 5 Editorial
- 6 Corporate Publishing
- 7 Freie Arbeit/Eigenwerbung

3 POST-PRODUCTION / CGI

1 POST-PRODUCTION / CGI FOR PHOTOGRAPHY

- 1 Projekt

2 POST-PRODUCTION / CGI FOR ILLUSTRATION

- 1 Projekt

3 HYBRID POST-PRODUCTION / CGI

- 1 Projekt

9 AUDIO

1 RADIO/ONLINE

1 RADIO / ONLINE MEDIA

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

2 PUBLISHING

1 PUBLISHING MEDIA

- 1 Podcast / Webcast (

Definitionen, Einreichungs- materialien & Gebühren

Bestandteile

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

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

Physische Einreichung

Exponat Das zuvor auf der Einreichungsplattform digital als JPG angelegte Exponat muss an das ADC Büro versendet werden. Zusätzlich müssen bei Büchern, Magazinen, etc. die Innenseiten des Exponats als digitaler Zusatzupload hochgeladen werden.

Die Zusendung des physischen Materials ist zwingend für die Jurierung erforderlich.

Präsentationsformate

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

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

Kategorien

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

1. BRAND BUILDING

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

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

1. BRAND BUILDING

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	35€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		
Exponat								
muss dem ADC physisch vorliegen		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl					

1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN															
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative, multimediale, modulare Gestaltungssysteme, die Identität stiften (= Zugehörigkeit, Wiedererkennung) und Kohärenz erzeugen (= Zusammenhang, Zusammenhalt). Brand Identity & Brand Design dienen der inhaltlichen und formalen Wahrnehmung sowie der Profilierung einer Organisation, eines Unternehmens, einer Dienstleistung oder eines Produkts als Marke und bieten allen, die für diese Marke arbeiten, einen Handlungsrahmen.															
1 UNTERNEHMEN / ORGANISATION / INSTITUTION															
1 Crossmediale Konzeption (Neu)	Neue CI/CD eines Unternehmens, einer Organisation oder einer Institution, das alle relevanten Medien bzw. Touchpoints inhaltlich miteinander verknüpft.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
2 Crossmediale Konzeption (Redesign)	Umgestaltung der bestehenden CI/CD einer Organisation, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
2 PRODUKT / DIENSTLEISTUNG / EVENT															
1 Crossmediale Konzeption (Neu)	Neue CI/CD eines Produkts, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
2 Crossmediale Konzeption (Redesign)	Umgestaltung der bestehenden CI/CD eines Produkts, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
3 FRANCHISE															
1 Crossmediale Konzeption (Neu)	Neue CI/CD eines Franchise-Geschäftsmodells das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
2 Crossmediale Konzeption (Redesign)	Umgestaltung der bestehenden CI/CD eines Franchise-Geschäftsmodells, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
4 BROADCASTING (TV-SENDER/ STREAMINGDIENSTE)															
1 Crossmediale Konzeption (Neu)	Neue CI/CD eines Franchise-Geschäftsmodells das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
2 Crossmediale Konzeption (Redesign)	Umgestaltung der bestehenden CI/CD eines Franchise-Geschäftsmodells, das alle relevanten Medienformate bzw. Touchpoints inhaltlich und gestalterisch miteinander verknüpft.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						

1. BRAND BUILDING

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunalsgebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL	
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	muss dem ADC physisch vorliegen			39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen			

2 BRAND COMMUNICATION

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Arbeiten, die mithilfe von eigenen und gekauften Medien (Owned & Paid Media) den Handlungsrahmen einer Marke kreativ bespielen. Das sind Ideen bzw. überraschende, überzeugende Medieninhalte, die eine Marke zum Leben erwecken, sie positionieren, profilieren und lebendig halten.

1 INTEGRATED

Ganzheitliche/Crossmediale Kommunikationsmaßnahmen für eine Marke (mindestens fünf unterschiedliche Medien bzw. Werbeformate off- und online/mobile).

1 Crossmediale Kampagne

<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

2 INTEGRATED ONLINE ONLY

Markenkommunikation, die inhaltlich und formal über mehrere online Medienkanäle/-formate hinweg miteinander verknüpft ist.

1 Crossmediale Online-/Social-Media-Kampagne

<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

3 MOBILE/ONLINE MEDIA

Kommunikation für eine Marke in einem Online-/Mobile-Werbeformat (z. B. Pre-Roll Ad, Content Ad, Pop-up, Banner, Sponsored Posts etc.) oder Social-Media-Formate (Post, Reel, Story etc.).

1 Web-/Microsite

<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

2 App

<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

3 Portal

<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

4 Plattform

<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

5 Display

<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

6 Terminal

<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

4 PRINT MEDIA

Kommunikation für eine Marke in einem Print-Produkt (z. B. Magazin-, TZ Anzeige).

1 Anzeige (einzeln)

<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

2 Anzeige (Serie)

<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

3 Plakat (einzeln)

Markenkommunikation, die großformatig auf Papier oder anderen Trägermaterialien gedruckt und in der Öffentlichkeit angebracht werden.

<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

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.

<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

1. BRAND BUILDING

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

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
5 Broschüre (einzeln)	Markenkommunikation, die in Druckerzeugnissen veröffentlicht wird.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	1			✓	✓	✓	365,-
6 Broschüre (Serie)	Markenkommunikation, die in einer Serie von mindestens zwei Broschüren, inhaltlich, gestalterisch und redaktionell miteinander verknüpft ist.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8			✓	✓	✓	980,-
5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA		Kommunikation für eine Marke auf Werbeformaten/Flächen im öffentlichen Raum (Plakate, Flächen aller Art, Wände, Fassaden etc.).													
1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln)	Markenkommunikation, die im öffentlichen Raum, in der Regel im direkten Lebensumfeld einer Zielgruppe, eingesetzt wurden. --- Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	1			✓	✓	✓	365,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8			✓	✓	✓	980,-
3 Digital Out-of-Home	Markenkommunikation, die Bildschirme im öffentlichen Raum nutzt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			✓	✓	✓	665,-
4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media	Markenkommunikation, die mit Menschen im öffentlichen Raum interagiert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			✓	✓	✓	665,-
6 AUDIO MEDIA		Kommunikation für Marken in Audio-Werbeformaten (Radiospots, Pre-/In-Stream Audio Ads etc.).													
1 Radiospot (einzeln)	Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden.		✓					1	1			✓	✓	✓	365,-
2 Radiospot (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8			✓	✓	✓	980,-
3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			✓	✓	✓	665,-
4 Podcast/Webcast (einzeln)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen		✓					1	1			✓	✓	✓	365,-
5 Podcast/Webcast (Serie)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8			✓	✓	✓	980,-
7 TV/CINEMA MEDIA															
1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)	Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden	✓						1	1				✓	✓	365,-
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	1				✓	✓	365,-
3 TV-/Kinospot (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8				✓	✓	980,-
4 Digital Mobile Only (einzeln)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓						1	1				✓	✓	365,-
5 Digital Mobile Only (Serie)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8				✓	✓	980,-
6 Digital Pre-Roll Ads (einzeln)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓						1	1				✓	✓	365,-

1. BRAND BUILDING

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

	<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
			Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/PG	Motiv PDF/PG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
7 Digital Pre-Roll Ads (Serie)		Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-							
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	<input checked="" type="checkbox"/>						1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-		
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	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-							
10 Point-of-Sale-Film		Kurze, lineare Filme, die für einen Ort konzipiert und umgesetzt wurden, an dem Kunden (ein-)kaufen.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
11 Kurzfilm/Sonderformat		Filme, die für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert sind, (z. B. Digital Outdoor, Mobiltelefon, Projektion).	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
12 Public-Service-Film			<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
13 Film für Unternehmensdarstellung		Filme, die Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellen (z. B. Imagefilm).	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
14 Filmische Dokumentation			<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
15 Taktischer Film			<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
3 BRAND PR																
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Arbeiten, die mithilfe von Kunden (viral) und/oder von Multiplikatoren (z. B. Journalist/innen, Redakteur/innen, Blogger, Influencer etc. = Earned Media) den Handlungsrahmen einer Marke kreativ bespielen. Das sind Ideen bzw. kreative Medieninhalte, die eine Marke zum Leben erwecken und lebendig halten.																
1 INFLUENCER MARKETING Markenkommunikation mithilfe von Influencern.																
1 Influencer Marketing (Einzelaktion)		Einzelne PR-Aktion, die Influencer als Multiplikatoren nutzt, um eine Marke in der Öffentlichkeit zu profilieren und/oder zu positionieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	3		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-						
2 Influencer Marketing (Serie)		Serie von mindestens zwei PR-Aktionen, die Influencer als Multiplikatoren nutzt, um eine Marke in der Öffentlichkeit zu profilieren und/oder zu positionieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
2 CRISIS COMMUNICATION PR, die Marken in eigenen Krisensituationen (Mismanagement, Unglück, Produktionspanne, Shitstorm etc.) hilft.																
1 Crisis Communication (Einzelaktion)		Einzelne PR-Maßnahme mit dem Ziel, Schadensbegrenzung für eine Marke zu betreiben.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	3		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-						
2 Crisis Communication (Serie)		Serie von mindestens zwei zusammenhängenden PR-Maßnahmen mit dem Ziel, Schadensbegrenzung für eine Marke zu betreiben.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						

1. BRAND BUILDING

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

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/PG	Motiv PDF/PG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
✓	Pflicht	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise													
✓	Optional														
3 BRAND PARTNERSHIP / SPONSORING		PR, die Synergieeffekte nutzt, wenn zwei oder mehrere Marken gemeinsame Sache machen.													
1	Brand Partnership/Sponsoring (Einzelaktion)	Kreative Maßnahme, bei der eine Marke eine Veranstaltung, Aktivität, Person, Organisation oder eine andere Marke unterstützt wird, um damit eine Verbindung zum unterstützten Partner herzustellen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	3		✓	✓	✓	365,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	980,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	3		✓	✓	✓	365,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	980,-
5 BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT		Marke sinnvoll verknüpft mit Sende-/Unterhaltungsformaten (TV-Shows, Serien, Kinofilme, Gaming etc.).													
1	Publikation	Veröffentlichung eines gedruckten Werkes, dessen Handlung primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4	Audio	Ein Audio-Format, dessen Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5	Game	Ein Game, dessen Inhalt primär den Zweck erfüllt, bestimmte Aspekte derjenigen Marke in Szene zu setzen, die den Inhalt selbst produziert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 BRAND DIALOG		Brand Dialog ist der Oberbegriff für alle Marketingaktivitäten, bei denen Medien mit der Absicht eingesetzt werden, eine interaktive Beziehung zu Individuen herzustellen oder zu pflegen. Wichtig! Diese Motivation des Absenders muss plausibel nachvollziehbar sein.													
1 B2B		Business-to-Business-Dialog-Markenkommunikation.													
1	Mailing/Postsendung	Markenkommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2	E-Mail	Dialog E-Mail Markenkommunikation, die das Medium E-Mail nutzt, um Geschäftspartner/innen eines Unternehmens persönlich anzusprechen, mit dem Ziel die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-

1. BRAND BUILDING

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

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunalsgebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
<input checked="" type="checkbox"/>	Pflicht	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise													
<input checked="" type="checkbox"/>	Optional														
3	Printanzeige	Markenkommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
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.													
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 die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
6	Social Media	Markenkommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
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 die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
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 die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
2	B2C	Business-to-Consumer-Dialog-Markenkommunikation.													
1	Mailing/Postsendung	Markenkommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
2	E-Mail	Markenkommunikation, die das Medium E-Mail nutzen, um Konsument/innen eines Unternehmens persönlich anzusprechen, mit dem Ziel die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
3	Printanzeige	Markenkommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Konsument/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
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 die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
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 die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
6	Social Media	Markenkommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
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 die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													
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 die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.													

2. ACTIVATION

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

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

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

2. ACTIVATION

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

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

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Tribunalsgebühren
Film max. 600 Sek.	Minimale Anzahl Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek. Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen Thumbnail	PAUSCHAL
Audio max. 600 Sek.				
URL Link				
Board PDF/JPG				
Motiv PDF/JPG				
Exponat muss dem ADC physisch vorliegen				

1 ADVERTISING																
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Arbeiten, die mithilfe von eigenen und gekauften Medienformaten (Owned & Paid Media) Menschen vor allem zum Kaufen, Spenden, Ausprobieren motivieren.																
1 INTEGRATED		Aktivierende ganzheitliche/Crossmediale Kommunikationsmaßnahmen (mindestens fünf unterschiedliche Medien bzw. Werbeformate off- und online/mobile).														
1	Crossmediale Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich und formal über on- und offline über mehrere Medienkanäle/-formate hinweg miteinander verknüpft ist.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
2 INTEGRATED ONLINE ONLY		Aktivierende ganzheitliche/Crossmediale Kommunikationsmaßnahmen (mindestens fünf unterschiedliche Medien bzw. Werbeformate off- und online/mobile).														
1	Crossmediale Online/Social Media Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich und formal über mehrere online Medienkanäle/-formate hinweg miteinander verknüpft ist.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
3 MOBILE/ONLINE MEDIA		Aktivierende Kommunikation in einem Online-/Mobile-Werbeformat (z. B. Pre-Roll Ad, Content Ad, Pop-up, Banner, Sponsored Posts etc.) oder Social-Media-Formate (Post, Reel, Story etc.).														
1	Web-/Microsite		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2	App		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
3	Portal		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
4	Plattform		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
5	Display		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
6	Terminal		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
7	Targeting / Real-Time Advertising		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
4 PRINT MEDIA		Aktivierende Kommunikation in einem Print-Produkt (z. B. Magazin-, TZ-Anzeige).														
1	Anzeige (einzeln)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die in Printmedien (z. B. Zeitungen oder Zeitschriften) veröffentlicht wurden. --- Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.						<input checked="" type="checkbox"/>		1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
3	Plakat (einzeln)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die großformatig auf Papier oder anderen Trägermaterialien gedruckt und in der Öffentlichkeit angebracht werden. --- Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.						<input checked="" type="checkbox"/>		1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-
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. --- Mit mind. 2 Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						

2. ACTIVATION

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

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
5 Broschüre (einzeln)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die in Druckerzeugnissen veröffentlicht wird.								1	1					365,-
6 Broschüre (Serie)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die in einer Serie von mindestens zwei Broschüren, inhaltlich, gestalterisch und redaktionell miteinander verknüpft ist.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8					980,-
5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA		Kommunikation für eine Marke auf Werbeformaten/Flächen im öffentlichen Raum (Plakate, Flächen aller Art, Wände, Fassaden etc.).													
1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln)	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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	1					365,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8					980,-
3 Digital Out-of-Home	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die Bildschirme im öffentlichen Raum nutzt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5					665,-
4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die mit Menschen im öffentlichen Raum interagiert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8					665,-
6 AUDIO MEDIA		Aktivierende Kommunikation in Audio-Werbeformaten (Radiospots, Pre-/In-Stream Audio Ads etc.).													
1 Radiospot (einzeln)	Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.		✓						1	1					365,-
2 Radiospot (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8					980,-
3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5					665,-
4 Podcast/Webcast (einzeln)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	1					365,-
5 Podcast/Webcast (Serie)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8					980,-
7 TV/CINEMA MEDIA		Aktivierende Kommunikation für Marken in TV- und Kino-Werbeformaten.													
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. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	✓							1	1					365,-
2 TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)	Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.	✓							1	1					365,-
3 TV-/Kinospot (Serie)	Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8					980,-
4 Digital Mobile Only (einzeln)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓							1	1					365,-
5 Digital Mobile Only (Serie)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8					980,-
6 Digital Pre-Roll Ads (einzeln)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓							1	1					365,-

2. ACTIVATION

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

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
7 Digital Pre-Roll Ads (Serie)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	980,-	
8 Online-Film (einzeln)	Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen	✓						1	1		✓	✓	✓	365,-	
9 Online-Film (Serie)	Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	980,-	
10 Point-of-Sale-Film		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
11 Kurzfilm/Sonderformat	Filme, die für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert sind, (z. B. Digital Outdoor, Mobiltelefon, Projektion).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
12 Public-Service-Film		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
13 Film für Unternehmensdarstellung	Filme, die Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellen (z. B. Imagefilm).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
14 Filmische Dokumentation		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
15 Taktischer Film		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 PROMOTION															
Auch Verkaufsförderung genannt. Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Arbeiten, die einen Vertriebskanal (Handel, Händler, Vertrieb/Außendienst) als Medium nutzen oder direkt ansprechen, um potenzielle Kunden zu gewinnen und die Nachfrage unmittelbar zu steigern, oft mithilfe von Verkaufsanreizen.															
1 B2C AKTIONEN Handel, z. B. Ideen unter Einbeziehung der Gegebenheiten vor Ort.															
1 B2C Aktion (einzeln)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich an Konsument/innen wendet.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	1		✓	✓	✓	365,-	
2 B2C Aktion (Serie)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich mit mindestens zwei inhaltlich verknüpften Aktionen an Konsument//innen wendet.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	980,-	
2 B2C WERBEMITTEL Ideen, die im Handel bzw. von Händler/innen vor Ort, am POS genutzt werden (Flyer, Broschüren, Poster etc.).															
1 B2C Werbemittel	Anfassbare Utensilien, die bei B2C-Promotions zum Einsatz kommen. Auch alles, was zur Promotionsausstattung gehört, wie Stände, Outfits, Deko-Elemente, Präsentationswände etc. Werbemittel als 3D anlegen und Belegexemplar zusenden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
3 B2B AKTIONEN Ideen zur Unterstützung des Außendienstes.															
1 B2B Aktion (einzeln)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich an Geschäftspartner/innen wenden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	1		✓	✓	✓	365,-	
2 B2B Aktion (Serie)	Spezielle Verkaufsförderungsideen (Handel, Gastronomie, Messen etc.), die sich mit mindestens zwei inhaltlich verknüpften Aktionen an Geschäftspartner/innen wenden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	980,-	

2. ACTIVATION

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

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/PG	Motiv PDF/PG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise														
<input checked="" type="checkbox"/> Optional															
4 B2B WERBEMITTEL		Ideen, die Vertriebsmitarbeiter/innen nutzen, z. B. um Händler/innen zu überzeugen, ein Angebot zu listen.													
1 B2B Werbemittel	Anfassbare Utensilien, die bei B2B-Promotions zum Einsatz kommen. Auch alles, was zur Promotionsausstattung gehört, wie Stände, Outfits, Dekoelemente, Präsentationswände etc. Werbemittel als 3D anlegen und Belegexemplar zusenden	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-	
5 USER GENERATED CONTENT		Ideen, die Nutzer/innen dazu bringen, eigene Inhalte online zu veröffentlichen.													
1 User Generated Content	Werbliche Medieninhalte, die nicht vom Anbieter eines Medienkanals, sondern von dessen Nutzern erstellt werden. Nutzergenerierte Inhalte können zum Beispiel Bilder, Bewertungen, Kommentare, Blogartikel, Lexikonbeiträge oder Videoclips sein.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-	
3 PR ACTIVATION		Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Arbeiten, die mithilfe von Kunden (viral) und/oder von Multiplikatoren (= Journalist/innen, Redakteur/innen, Influencer, Blogger etc. = Earned Media)													
1 PRODUCT PR		PR-Ideen, die Neukund/innen generieren und die Nachfrage steigern.													
1 Product PR (Einzelaktion)	Maßnahme, mit deren Hilfe in der Öffentlichkeit ein positives Bild über ein bestimmtes Produkt erzeugt werden soll, um durch die vermittelte Botschaft die Produktbekanntheit zu erhöhen, das Produktwissen zu vertiefen und somit das Produkt- und Unternehmensimage zu festigen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	3		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-	
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-	
2 CAUSE RELATED MARKETING		PR-Ideen, die eine für beide Seiten vorteilhafte Zusammenarbeit zwischen einem Unternehmen und einer gemeinnützigen Organisation initiieren, die darauf abzielt, die Verkäufe des einen und das Anliegen des anderen zu fördern.													
1 Cause Related (Einzelaktion)	Zeitlich befristete Zusammenarbeit bzw. Kooperation zwischen einem Unternehmen und einer Nonprofit-Organisation (NPO).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	3		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-	
2 Cause Related (Serie)	Serie von mindestens zwei zeitlich befristeten Maßnahmen zur Zusammenarbeit bzw. Kooperation zwischen einem Unternehmen und einer Nonprofit-Organisation (NPO).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-	
3 AGENDA SURFING		Ideen, die Themen für PR-Zwecke nutzen, die bereits in den Medien diskutiert werden.													
1 Agenda Surfing	Kreative Maßnahme, bei der eine bereits von anderen gesetzte Agenda, sprich ein Thema, das gerade in den Medien kursiert oder aufkommt, für sich verwendet wird und man sich an die bestehende Diskussion „anhängt“.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-	
4 PUBLIC AFFAIRS		PR-Ideen, die den konstruktiven Austausch zwischen Unternehmen und politischen Entscheidungsträgern fördern, damit einerseits Unternehmen eigene Impulse in die Gesetzgebung einbringen können und Politiker/innen wichtige Informationen zu politischen Themen aus der Wirtschaft erhalten.													
1 Public Affairs	Die strategische kommunikative Einflussnahme auf politische Entscheidungsprozesse durch Organisationen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-	

2. ACTIVATION

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Tribunalsgebühren
Film max. 600 Sek.	Minimale Anzahl Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek. Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen Thumbnail	PAUSCHAL
Audio max. 600 Sek.				
URL Link				
Board PDF/JPG				
Motiv PDF/JPG				
Exponat muss dem ADC physisch vorliegen				

4 DIALOG ACTIVATION

Dialog Activation ist der Oberbegriff für alle Marketingaktivitäten, bei denen Medien mit der Absicht eingesetzt werden, den Empfänger zu einer individuellen, messbaren Reaktion (Response) zu veranlassen. Ausgezeichnet wird in dieser Unterkategorie kreative dialogische Kommunikation, die Response generiert.

Wichtig! Diese Motivation des Absenders muss plausibel nachvollziehbar sein.

Wichtig! Bei der Einreichung in dieser Kategorie ist die gemessene Reaktion (Response) nachzuweisen.

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

1 B2B		Business-to-Business-Dialog-Activation													
1 Dialog crossmediale Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich, gestalterisch sowie redaktionell miteinander über mehrere Medienkanäle/-formate verknüpft und sich persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-
2 Dialog Mailing/Postsendung	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
4 Dialog Printanzeige	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
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/Sharen) zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
2 B2C		Business-to-Consumer-Dialog-Activation													
1 Dialog crossmediale Kampagne	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die inhaltlich, gestalterisch sowie redaktionell miteinander über mehrere Medienkanäle/-formate verknüpft und sich persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-
2 Dialog Mailing/Postsendung	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
4 Dialog Printanzeige	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Konsument/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-

2. ACTIVATION

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



Pflicht



Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board//Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF//PG	Motiv PDF//PG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
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/Sharen) zu generieren.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	

3. DIGITAL EXPERIENCE

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

1 WEB 1.0	2 WEB 2.0	3 WEB 3 / METAVERSE	4 INTERNET OF THINGS	5 DIGITAL SKILLS
<p>1 WEB-/MICROSITE</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Website 2 Microsite <p>2 E-COMMERCE</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Shop 2 E-Commerce Experience 3 Service Design 4 Innovation <p>3 ADVERTISING</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Targeting/Real Time Advertising 2 Innovation 	<p>1 APP</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Smartphone App 2 Tablet App 3 Desktop App 4 Progressive Web App 5 Service Design 6 Innovation <p>2 WEB PLATFORM/SERVICE</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Web Plattform/Service 2 Conversational Service 3 Voice Service 4 Service Design 5 Innovation <p>3 SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Advertising 2 Community Building 3 Innovation <p>4 GAMING</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Mobile Game 2 Browser Game 3 Innovation 	<p>1 NFT / TOKENS</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 NFT Website 2 NFT Project 3 DeFi & Tokenization 4 Service Design 5 Innovation <p>2 IMMERSIVE WEB</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Immersive Web Experience 2 Innovation <p>3 VIRTUAL REALITY</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Virtual Reality Experience 2 Innovation <p>4 AUGMENTED REALITY</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 AR Experience 2 AR Effect 3 Innovation 	<p>1 CONSUMER PRODUCT</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Consumer Product <p>2 INDUSTRIAL PRODUCT</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 Industrial Product 	<p>1 CREATIVE USE OF ...</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 User Experience 2 User Interface 3 Service Design 4 UI Animation 5 Content 6 Code 7 Data 8 Voice/Conversation 9 Internet of Things 10 AI/Machine Learning 11 Immersion (AR, VR, Web)

3. DIGITAL EXPERIENCE

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahgebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
1 WEB 1.0															
Statischen Webseiten, ohne tiefe Nutzer-Interaktion															
1 WEB-/MICROSITE Anwendungssoftware aller Art (Plattformen, Websites, Microsites, Mobile Apps etc.).															
1 Website	Größere Websites, wie News-, oder Corporate-Websites, die Inhalte darstellen und Aufbereitung und Nutzerführung bestechen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 Microsite	Microsites, Webspecials, Landingpages, etc. die mit Idee und Liebe zum Detail überzeugen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 E-COMMERCE															
1 Shop	Webshops, die durch Aufbereitung und Nutzerführung bestechen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 E-Commerce Experience	Webshops, die Nutzern ein besonderes Erlebnis schaffen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
3 Service Design	Konzeption und/oder Gestaltung von Dienstleistungen und Prozessen für E-Commerce	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
4 Innovation		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
3 ADVERTISING															
1 Targeting/ Real Time Advertising	Ideen und Konzepte, die Targeting und Echtzeit-Komponenten einsetzen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 WEB 2.0															
Interaktive Websites und Anwendungen, auf denen Nutzer Inhalte schaffen können															
1 APP															
1 Smartphone App	Smartphone Apps, die durch Idee, Nutzererlebnis und/oder Design überzeugen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 Tablet App	Tablet Apps, die durch Idee, Nutzererlebnis und/oder Design überzeugen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
3 Desktop App	Desktop Apps, die durch Idee, Nutzererlebnis und/oder Design überzeugen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
4 Progressive Web App	Web Apps, die sich wie native Apps verhalten, aber nicht über App Stores, sondern direkt über den Webbrowser laufen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	

3. DIGITAL EXPERIENCE

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

<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahmegebühren	
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/PG	Motiv PDF/PG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL		
	5 Service Design	Konzeption und/oder Gestaltung von Dienstleistungen und Prozessen für eine App		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
	6 Innovation			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2 WEB PLATTFORM/SERVICE																
	1 Web Plattform/Service	Web basierte Services und Tools, die Menschen und Unternehmen das Leben und Arbeiten erleichtern		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
	2 Conversational Service	Interfaces, die durch Konzepte der Konversation bestehen		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
	3 Voice Service	Sprachassistent/innen		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
	4 Service Design	Konzeption und/oder Gestaltung von Dienstleistungen und Prozessen für eine Webplattform/einen Web Service		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
	5 Innovation			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 SOCIAL																
	1 Advertising	Kreative Werbe-Konzepte in / mit Social Media Plattformen		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
	2 Community Building	Aufbau, Pflege und Interaktion einer lebendigen Community zum Beispiel mit einem Forum, WhatsApp, Discord oder Twitch		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
	3 Innovation			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 GAMING																
	1 Mobile Game	Spiele, optimiert für Smartphones und/oder Tablets		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
	2 Browser Game	Web basierte Spiele, die direkt im Browser laufen		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
	3 Innovation			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-

3. DIGITAL EXPERIENCE

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL	
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	muss dem ADC physisch vorliegen			39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen			

3 WEB 3 / METAVERSE												
Websites und Anwendungen mit Fokus auf die nächste Generation des Internets (Dezentralisierung, Blockchain, Tokenisierung, DeFi etc.), sowie alles unter dem Begriff Metaverse zusammengefasst wird (Virtuelle Welten, VR, AR etc.)												
1 NFT / TOKENS												
1 NFT Website	Website für ein NFT Projekt und den Minting-Prozess											665,-
2 NFT Project	NFT Projekte, die durch Idee, Konzept und Design überzeugen											665,-
3 DeFi & Tokenization	Decentralized Finance und Tokenisierungs Projekte											665,-
4 Service Design	Konzeption und/oder Gestaltung von Dienstleistungen und Prozessen für das Web3											665,-
5 Innovation												665,-
2 IMMERSIVE WEB												
1 Immersive Web Experience	Immersive Erlebnisse Im Browser oder einer App, ohne Headset											665,-
2 Innovation												665,-
3 VIRTUAL REALITY												
1 Virtual Reality Experience	Immersive VR-Erlebnisse mit VR-Headset											665,-
2 Innovation												665,-
4 AUGMENTED REALITY												
1 AR Experience	Erlebnisse, die durch Einsatz von Augmented-Reality überzeugen											665,-
2 AR Effect	AR-Effekte, Filter und Linsen											665,-
3 Innovation												665,-

3. DIGITAL EXPERIENCE

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren	
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	min. 600 Sek.	max. 600 Sek.	minimale Anzahl	maximale Anzahl	39€/Board/Motiv	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
		Link	PDF/JPG	PDF/JPG	muss dem ADC physisch vorliegen						max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		

4 INTERNET OF THINGS														
1 CONSUMER PRODUCT														
1 Consumer Product	Vernetzte Produkte für Konsument/innen	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
2 INDUSTRIAL PRODUCT														
1 Industrial Product	Vernetzte Produkte für Unternehmen und industriellen Einsatz	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
5 DIGITAL SKILLS														
1 CREATIVE USE OF ... Besondere kreative Einzelleistungen														
1 User Experience	Besonders kreative bzw. durchdachte User Experience	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
2 User Interface	Besonders kreatives oder hochwertiges Interface Design	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
3 Service Design	Besonders kreative Nutzung, Konzeption und/oder Gestaltung von Dienstleistungen und Prozessen	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
4 UI Animation	Besonders kreative Animationen, (Micro-) Interactions und Übergänge des User Interfaces	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
5 Content	Besonders kreativer Content oder Einsatz von Content	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
6 Code	Besonders kreative Programmierung einer Anwendung	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
7 Data	Besonders kreative Verwendung von Informationen/Daten	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
8 Voice/Conversation	Besonders kreative Verwendung von Konversation oder Spracheingabe	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
9 Internet of Things	Besonders kreative Verwendung von IoT Produkten	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
10 AI/Machine Learning	Besondere Einzelleistung in der Nutzung von künstlicher Intelligenz oder Machine Learning	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
11 Immersion (AR, VR, Web)	Besonders kreativer Einsatz von Immersion	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					

4. SPATIAL EXPERIENCE

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

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

4. SPATIAL EXPERIENCE

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	muss dem ADC physisch vorliegen				39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		

1 EXHIBITION																	
Ideen, die Exponate, Produkte, Objekte, Kunstwerke, Themen, Informationen, Wissen etc. dreidimensional und multisensorisch aufarbeiten, kuratieren, inszenieren und gestalten.																	
1 EXHIBITION FOR BRAND · Ausstellungen im Auftrag und im Sinne einer Marke (in der Regel kommerzielle Zwecke).																	
1	Museum/Pavillon	Dauerhafte oder temporäre Gebäude, die für Ausstellungen konzipiert und gestaltet wurden. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
2	Ausstellung	Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
3	Messeauftritt	Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
4	Exponat/Installation	Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
5	Räumliche Intervention	Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
6	Immersive Welt	Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine Marken-Welt integrieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
2 EXHIBITION FOR SUBJECT · Ausstellungen mit Themenbezug. Sie verfolgen in der Regel kulturelle und/oder Bildungsintentionen.																	
1	Museum/Pavillon	Dauerhafte oder temporäre Gebäude, die für Ausstellungen konzipiert und gestaltet wurden. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
2	Ausstellung	Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
3	Messeauftritt	Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. <i>Bitte vermaßen Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
4	Exponat/Installation	Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
5	Räumliche Intervention	Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
6	Immersive Welt	Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine Themen-Welt integriert.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							
3 ONLINE/HYBRID EXHIBITION FOR BRAND · Räumliche Markeninszenierungen, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.																	
1	Museum/Pavillon	Markenmuseen oder -Bauten, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-							

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.

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	
2 Ausstellung	Marken-Ausstellungen, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 Messeauftritt	Messeauftritte, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 Exponat/Installation	Exponate und Installationen, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5 Räumliche Intervention	Räumliche Interventionen, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
6 Immersive Welt	Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine hyperreale Welt integriert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 ONLINE/HYBRID EXHIBITION FOR SUBJECT · Räumliche Markeninszenierungen, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.														
1 Museum/Pavillon	Thematische Museen oder -Bauten, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2 Ausstellung	Themen-Ausstellungen, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 Messeauftritt	Thematische Messeauftritte, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 Exponat/Installation	Thematische Exponate und Installationen, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5 Räumliche Intervention	Thematische, räumliche Interventionen, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5 EXHIBITION CRAFT · Herausragende Einzelleistung eines Ausstellungsprojekts oder einer räumlichen Inszenierung.														
1 Art Direction / Dramaturgie	Räumlichen Inszenierung, die von einer herausragenden künstlerischen Leitung und/oder dramaturgischen Qualität geprägt sind.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2 Architektur	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern: Die baulichen Eigenschaften, die Übereinkunft von funktionalen und gestalterischen Merkmalen in der räumlichen Organisation und Komposition.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 Rauminszenierung	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern: Die inszenatorischen Eigenschaften, die Übereinkunft von inhaltlichen und szenischen Merkmalen in der räumlichen und zeitlichen Komposition.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5 Licht	Herausragender Einsatz von Licht als Gestaltungs- und/oder Dramaturgie-Element. Und/oder der Einsatz von besonderen, lichtgestalterisch markanten Lichtquellen und/oder -Techniken.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-

4. SPATIAL EXPERIENCE

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL	
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	muss dem ADC physisch vorliegen			39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen			

2 EVENT															
Ideen, die Veranstaltungen aller Art zu besonderen Erlebnissen machen.															
1 EVENT · Veranstaltungen aller Art, die mithilfe dreidimensionaler Inszenierungen sowie multisensorischer Ansprache zu besonderen Erlebnissen werden.															
1 Corporate	Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 Employee	Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
3 Consumer	Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
4 Public	Events, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
5 PR	Events und/oder Ereignisse, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
6 Promotion	Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilnehmern (B2B und B2C) inszeniert werden, z. B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
7 Charity	Events und/oder Ereignisse, die einem guten Zweck dienen.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
8 Bühnenshow	Besonders kreative oder innovative Bühnenszenierungen.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
9 Sponsorenauftritt	Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
10 Guerilla-Aktion	Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 HYBRID EVENT · Event-Inszenierungen, die sich sowohl live vor Ort als auch online an Live-Publikum richten.															
1 Corporate	Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 Employee	Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
3 Consumer	Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
4 Public	Events und/oder Ereignisse, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						

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.

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
5 PR	Events und/oder Ereignisse, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
6 Promotion	Promotion-Events sind Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilnehmern (B2B und B2C) inszeniert werden, z. B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
7 Charity	Events und/oder Ereignisse, die einem guten Zweck dienen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
8 Bühnenshow	Besonders kreative oder innovative Bühnenszenierungen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
9 Sponsorenauftritt	Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
10 Guerilla-Aktion	Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
3 ONLINE EVENT · Live-Events, die sich nicht an Publikum vor Ort, sondern ausschließlich an ein Online-Publikum richten.															
1 Corporate	Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 Employee	Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
3 Consumer	Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
4 Public	Events und/oder Ereignisse, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
5 PR	Events und/oder Ereignisse, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
6 Promotion	Promotion-Events sind Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilnehmern (B2B und B2C) inszeniert werden, z. B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
7 Charity	Events und/oder Ereignisse, die einem guten Zweck dienen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
8 Bühnenshow	Besonders kreative oder innovative Bühnenszenierungen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
9 Sponsorenauftritt	Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
10 Guerilla-Aktion	Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
4 EVENT CRAFT · Herausragende Einzelleistung eines Veranstaltungsprojekts															
1 Art Direction / Dramaturgie	Events, die von einer herausragenden künstlerischen Leitung und/oder dramaturgischen Qualität geprägt sind.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 Regie		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	

4. SPATIAL EXPERIENCE

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

	Kategorie/Definitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/PG	Motiv PDF/PG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	
3 Rauminzenierung	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern: Die inszenatorischen Eigenschaften, die Übereinkunft von inhaltlichen und szenischen Merkmalen in der räumlichen und zeitlichen Komposition.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5 Licht	Herausragender Einsatz von Licht als Gestaltungs- und/oder Dramaturgie-Element. Und/oder der Einsatz von besonderen, lichtgestalterisch markanten Lichtquellen und/oder -Techniken.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 PUBLIC SPACE														
Ideen, die den öffentlichen Raum gestalten: Verkehrs- und Grünflächen, Naturräume, sowie Innenräume: Flächen bzw. Räume in öffentlichen Einrichtungen, Gebäuden oder Geschäften, etc.														
1 INTERIOR · Innenraum-Architektur/-Gestaltung (Geschäfts-, Gastgewerbe-, Büroräume etc.).														
1 Corporate	Büros, Workspaces, Foyers, Townhalls, etc.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2 Hospitality	Hotels, Restaurants, Bars, Cafés, Lobbies und Lounges, Clubs, Resorts etc.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 Retail/Shop Space	Einkaufszentren, Flagship-Stores, Shop-Design, POS-Inszenierungen, Schaufenster, Outlet-Center, usw.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2 URBAN DESIGN · Stadt- und Stadtraum-Architektur/-Gestaltung (Städte, Stadtteile, Plätze, Parks etc.).														
1 Outdoor Space	Inszenierungen und kommunikativ gestaltete Räume und Einrichtungen im gebauten öffentlichen Raum: Straßen, Plätze, Fußgängerzonen, Einrichtungen für den Verkehr, Sport- und Freizeiteinrichtungen, Pavillons, Stadtmobiliar, Brunnen etc.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2 Park/Landscape	Inszenierungen und kommunikativ gestaltete Räume und Einrichtungen im landschaftsgärtnerisch gestalteten Raum: Parks, Gärten, Gartenschauen, Gewässer, Mobiliar, Orientierungssysteme, Kunstwerke	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 SERVICE DESIGN · Gestaltung eines physischen oder hybriden Gesamtsystems, in dem ein Dienstleistungsprozess abläuft.														
1 Customer Experience	Konzeption von Dienstleistungsprozessen bzw. Gestaltung von Kundenerlebnissen/-erfahrungen. Analog und Digital.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Presskodex unterliegen (V.i.S.d.P), also z. B. den Regeln der journalistischen Sorgfaltspflicht und der Trennung von Journalismus und PR unterliegen (siehe presserat.de).

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 Format
- 8 Serie
- 9 Sonderausgabe
- 10 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-Magzin
- 2 Plattform
- 3 Podcast (Ausgabe)
- 4 Podcast (Serie)
- 5 Vlog/Webcast (Ausgabe)
- 6 Vlog/Webcast (Serie)
- 7 Dokumentation
- 8 Blog
- 9 Newsletter
- 10 Sonstiges

5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES

- 1 Crossmedia Publications

2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING

1 MAGAZIN

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

2 ZEITUNG

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

3 BUCH

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

4 ONLINE MEDIA

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

5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES

- 1 Crossmedia Publications

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Presskodex unterliegen (V.i.S.d.P), also z. B. den Regeln der journalistischen Sorgfaltspflicht und der Trennung von Journalismus und PR unterliegen (siehe presserat.de).

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Tribunalsgebühren
Film max. 600 Sek.				
Audio max. 600 Sek.				
URL Link				
Board PDF/JPG				
Motiv PDF/JPG				
Exponat muss dem ADC physisch vorliegen				
Minimale Anzahl				
Maximale Anzahl				
Druckservice 39€/Board/Motiv				
Casefilm max. 180 Sek.				
Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen				
Thumbnail				
PAUSCHAL				

1 EDITORIAL																	
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie Verlagsprodukte mit einer deutlichen Trennung von redaktionellen Beiträgen und Werbung.																	
1 MAGAZIN																	
Magazine bzw. Zeitschriften sind gedruckte Schriften, die thematisch sortiert sowie oft bebildert und illustriert zu einem Heft gebunden und verkauft werden.																	
1 Heft (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation oder eine Erst- bzw. Testausgabe.																
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	8		✓	✓	✓	980,-	
3 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
4 Independent	Eine unabhängige Publikation für eine spezielle Zielgruppe, die im Eigenverlag des Herausgebers erscheint. Eingereicht werden können einzelne Ausgaben, Einzelausgaben oder Jahrgänge.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
5 Newcomer	Eine Neuerscheinung, Einzelheft oder mehrere Ausgaben, die im Jahr der Einreichung erstmals publiziert wurden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
6 Sonderausgabe	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe und die Abhebung von den Standards.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
7 Cover (einzeln)										✓	1	1		✓	✓	✓	365,-
8 Cover (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		✓	✓	✓	980,-	
9 Strecke (Spread) / Beitrag	Artikel, Strecken (Bildstrecken oder andere Strecken mit einer herausragenden Idee), Kolumnen etc.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
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	5		✓	✓	✓	665,-	
11 Sonstiges		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 ZEITUNG																	
Täglich oder regelmäßig in kurzen Zeitabständen erscheinendes, nicht gebundenes/geheftetes Verlagsprodukt mit aktuellen Inhalten (Nachrichten, Berichte).																	
1 Ausgabe (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation.																
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	8		✓	✓	✓	980,-	
3 Titelseite/Cover (einzeln)										✓	1	1		✓	✓	✓	365,-
4 Titelseite/Cover (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		✓	✓	✓	980,-	

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Presskodex unterliegen (V.i.S.d.P), also z. B. den Regeln der journalistischen Sorgfaltspflicht und der Trennung von Journalismus und PR unterliegen (siehe presserat.de).

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren PAUSCHAL
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/PG	Motiv PDF/PG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.900 Zeichen	Thumbnail	
5 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
6 Beitrag	Ein Beitrag, z. B. eine Reportage, ein Bericht, ein Essay, eine Infografik. Bewertet werden Themenidee, gestalterische Umsetzung und Inhalt des Beitrags als kreative Gesamtleistung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
7 Format	Ein sich seriell wiederholendes Format über einen längeren Zeitraum hinweg. Z. B. eine Kolumne, eine Infografik, oder ein Cartoon. Bewertet werden das Formatkonzept, gestalterische Umsetzung und Inhalt der Beiträge als kreative Gesamtleistung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
8 Serie	Eine Serie über mehrere Ausgabe zu einem Thema oder unter einem konzeptionellen Gedanken. Bewertet werden Serienkonzept gestalterische Umsetzung und Inhalte der Beiträge als kreative Gesamtleistung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
9 Sonderausgabe		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
10 Sonstiges		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 BUCH	Größeres, gebundenes Druckwerk.													
1 Buch (fiktional)	Bewertet wird Konzept und Gestaltung der Publikation. Der Inhalt ist fiktional.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
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	5		✓	✓	✓	665,-
3 Schutzumschlag		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 Katalog		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5 Sonstiges		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 MOBILE/ONLINE MEDIA	Journalistisch, redaktionell aufbereitete Online-Medien.													
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	5		✓	✓	✓	665,-
2 Plattform	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Plattform.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 Podcast (Ausgabe)			✓					1	1		✓	✓	✓	365,-
4 Podcast (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	980,-
5 Vlog/Webcast (Ausgabe)			✓					1	1		✓	✓	✓	365,-
6 Vlog/Webcast (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	980,-
7 Dokumentation	Eine Einzel-Doku oder Doku-Serie online.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Presskodex unterliegen (V.i.S.d.P), also z. B. den Regeln der journalistischen Sorgfaltspflicht und der Trennung von Journalismus und PR unterliegen (siehe presserat.de).

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunalsgebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	
8 Blog		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
9 Newsletter		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
10 Sonstiges		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES		Journalistischer/redaktioneller Content, der kreativ auf unterschiedlichen Medien publiziert wird, sowie ungewöhnliche Publikationen.												
1 Crossmedia Publications	Eine Publikation, deren Konzept über mehrere, sich ergänzende Medien hinweg, z. B. Print und Online, miteinander verzahnt ist.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING		Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie mit journalistischen Mitteln erstellte Verlags- Medien- oder Eigen-Publikationen von Agenturen, Marketing- oder Presse-Abteilungen von Unternehmen, Stiftungen, Vereinen, Kultureinrichtungen, PR-Agenturen oder Eigendarstellungen von Einzelpersonen.												
1 MAGAZIN		Magazine bzw. Zeitschriften sind gedruckte Schriften, die thematisch sortiert sowie oft bebildert und illustriert zu einem Heft gebunden und verkauft werden.												
1 Heft (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation oder eine Erst- bzw. Testausgabe.						✓	1	1		✓	✓	✓	365,-
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	8		✓	✓	✓	980,-
3 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 Independent	Eine unabhängige Publikation für eine spezielle Zielgruppe, die im Eigenverlag des Herausgebers erscheint. Eingereicht werden können einzelne Ausgaben, Einzelausgaben oder Jahrgänge.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5 Newcomer	Eine Neuerscheinung, Einzelheft oder mehrere Ausgaben, die im Jahr der Einreichung erstmals publiziert wurden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
6 Sonderausgabe		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
7 Cover (einzeln)							✓	1	1		✓	✓	✓	365,-
8 Cover (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		✓	✓	✓	980,-
9 Strecke (Spread)/Beitrag		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
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	5		✓	✓	✓	665,-

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Presskodex unterliegen (V.i.S.d.P), also z. B. den Regeln der journalistischen Sorgfaltspflicht und der Trennung von Journalismus und PR unterliegen (siehe presserat.de).

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunalsgebühren PAUSCHAL
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/PG	Motiv PDF/PG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	
11 Sonstiges		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2 ZEITUNG	Täglich oder regelmäßig in kurzen Zeitabständen erscheinendes, nicht gebundenes/geheftetes Verlagsprodukt mit aktuellen Inhalten (Nachrichten, Berichte).													
1 Ausgabe (einzeln)	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe. Dies kann eine einzelne Ausgabe im Rahmen einer regelmäßigen Erscheinungsweise sein oder eine einmalig veröffentlichte Publikation.						✓	1	1		✓	✓	✓	365,-
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	8		✓	✓	✓	980,-
3 Titelseite/Einzelcover							✓	1	1		✓	✓	✓	365,-
4 Cover (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		✓	✓	✓	980,-
5 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
6 Beitrag	Ein Beitrag, z. B. eine Reportage, ein Bericht, ein Essay, eine Infografik. Bewertet werden Themenidee, gestalterische Umsetzung und Inhalt des Beitrags als kreative Gesamtleistung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
7 Format	Ein sich seriell wiederholendes Format über einen längeren Zeitraum hinweg. Z. B. eine Kolumne, eine Infografik, oder ein Cartoon. Bewertet werden das Formatkonzept, gestalterische Umsetzung und Inhalt der Beiträge als kreative Gesamtleistung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	5		✓	✓	✓	665,-
8 Serie	Eine Serie über mehrere Ausgabe zu einem Thema oder unter einem konzeptionellen Gedanken. Bewertet werden Serienkonzept gestalterische Umsetzung und Inhalte der Beiträge als kreative Gesamtleistung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	5		✓	✓	✓	665,-
9 Sonderausgabe		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
10 Sonstiges		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 BUCH	Größeres, gebundenes Druckwerk.													
1 Buch (fiktional)	Bewertet wird Konzept und Gestaltung der Publikation. Der Inhalt ist fiktional.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
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	5		✓	✓	✓	665,-
3 Katalog		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 Geschäftsbericht		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5 Sonstiges		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 ONLINE MEDIA	Journalistisch, redaktionell aufbereitete Online-Medien.													
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	5		✓	✓	✓	665,-

5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Presskodex unterliegen (V.i.S.d.P), also z. B. den Regeln der journalistischen Sorgfaltspflicht und der Trennung von Journalismus und PR unterliegen (siehe presserat.de).

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteile)			Tribunalsgebühren PAUSCHAL
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/PG	Motiv PDF/PG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail		
2 Plattform	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Plattform.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	1	5		☐	☐	☐	665,-	
3 Podcast (Ausgabe)			☐					1	1		☐	☐	☐	365,-	
4 Podcast (Serie)		☐	☐	☐	☐	☐	☐	1	8		☐	☐	☐	980,-	
5 Vlog/Webcast (Ausgabe)			☐					1	1		☐	☐	☐	365,-	
6 Vlog/Webcast (Serie)		☐	☐	☐	☐	☐	☐	1	8		☐	☐	☐	980,-	
7 Dokumentation	Eine Einzel-Doku oder Doku-Serie online.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	1	5		☐	☐	☐	365,-	
8 Blog		☐	☐	☐	☐	☐	☐	1	5		☐	☐	☐	665,-	
9 Newsletter		☐	☐	☐	☐	☐	☐	1	5		☐	☐	☐	665,-	
10 Sonstiges		☐	☐	☐	☐	☐	☐	1	5		☐	☐	☐	665,-	
5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES	Journalistischer/redaktioneller Content, der kreativ auf unterschiedlichen Medien publiziert wird, sowie ungewöhnliche Publikationen.														
1 Crossmedia Publications	Eine Publikation, deren Konzept über mehrere, sich ergänzende Medien hinweg, z. B. Print und Online, miteinander verzahnt ist.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	1	5		☐	☐	☐	665,-	

6. COPY

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

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

6. COPY

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Tribunalsgebühren		
Film	Audio	URL	Board	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		
Exponat								
muss dem ADC physisch vorliegen		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl					

1 COMMERCIAL															
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Werbetexte, die Menschen auf etwas Bestimmtes aufmerksam machen und/oder Menschen zu einer bestimmten Handlung motivieren, z. B. zu einem Kauf, einem Klick auf einen Link, einem Beratungstermin oder einer Spende für einen guten Zweck.															
1 COPY FOR															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1 Integrated/Crossmedia		<input checked="" type="checkbox"/>	1	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
2 Print Media		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
3 Online/Social Media		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
4 Packaging		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
5 Terminal		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
6 Digital Out-of-Home		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 EDITORIAL															
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie außergewöhnliche Sachtexte und literarische Texte, die der Unterhaltung, Bildung, der Nachrichten- und Informationsvermittlung oder sonstigen Wissensvermittlung dienen, sowie redaktionelle Texte mit gesellschaftlichen, wissenschaftlichen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen oder kulturellen Intentionen.															
1 COPY FOR															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1 Reportage		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 Interview		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
3 Essay		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
4 Kolumne/Kommentar		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
5 Porträt		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						

6. COPY

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

	Kategorie	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunalsgebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
6 Bericht		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
7 Buch		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
8 Blog/Vlog		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING															
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie außergewöhnliche Sachtexte und journalistische Texte mit dem Ziel, Menschen auf etwas Bestimmtes aufmerksam zu machen und/oder die Bindung einer Organisation, eines Unternehmens zu ihren bzw. seinen Kunden zu stärken, deren bzw. dessen Marke zu pflegen und/oder den Umsatz zu steigern.															
1 COPY FOR															
1 Reportage		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 Interview		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
3 Essay		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
4 Kolumne/Kommentar		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
5 Porträt		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
6 Bericht		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
7 Buch		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
8 Blog/Vlog		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	

6. COPY

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile			Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahgebühren
Film	Audio	URL	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link			39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		
Board	Motiv	Exponat							
PDF/PG	PDF/PG	muss dem ADC physisch vorliegen							

4 STORYTELLING										
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie außergewöhnliche literarische Texte, die eine unterhaltsame, spannende Geschichte erzählen mit dem Ziel, Menschen auf etwas Bestimmtes aufmerksam zu machen										
1 STORYTELLING FOR										
1 Film (Script/Drehbuch)		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	665,-					
2 Audio (Script)		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	665,-					
3 Spatial Experience	Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	665,-					
4 User Experience		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	665,-					
5 Game		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	665,-					

7. DESIGN

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

1 GRAPHIC DESIGN	2 INTERFACE DESIGN	3 MOTION DESIGN	4 PACKAGING DESIGN	5 PRODUCT DESIGN
1 PRINT MEDIA <ul style="list-style-type: none">1 Plakat (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur...)2 Anzeige (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur...)3 Bericht4 Buch5 Buchcover6 Kalender7 Collaterals8 Broschüre9 Print-Produktion	1 USER INTERFACE <ul style="list-style-type: none">1 Web2 App3 Sonstiges 2 DIGITAL DESIGN SYSTEM <ul style="list-style-type: none">1 Digital Design System 3 CREATIVE USE OF ... <ul style="list-style-type: none">1 Typography2 Colors3 Iconography4 UI Animation5 UI Sound & Music	1 MOTION DESIGN FOR <ul style="list-style-type: none">1 Corporate Design2 Advertising3 TV/Cinema4 App5 Web-/Microsite6 Online/Social Media7 Game8 Data Visualisation9 Digital Out-of-Home10 Spatial Experience	1 PACKAGES <ul style="list-style-type: none">1 Verpackung2 Promotion-Verpackung/Sonderform3 Werbemittel4 Innovation	1 PRODUCTS <ul style="list-style-type: none">1 Consumer Goods2 Industrial Goods3 Office4 Werbemittel5 Public Design6 Innovation 2 SERVICE DESIGN <ul style="list-style-type: none">1 Customer Experience
2 PUBLIC SPACE MEDIA <ul style="list-style-type: none">1 Spatial Experience Media2 POS/POP3 Shop Window				
3 SPECIAL MEDIA <ul style="list-style-type: none">1 Orientierungssystem/Signaletik2 Logo3 Key Visual4 Pictogramm/Icon5 Infografik/Datenvisualisierung6 Schrift/Typografie7 Merchandise				

7. DESIGN

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile		Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Teilnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Druckservice	Beschreibungstext	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	39€/Board/Motiv	max. 1.800 Zeichen	
Exponat					Thumbnail	
muss dem ADC physisch vorliegen		Minimale Anzahl	Maximale Anzahl			

1 GRAPHIC DESIGN															
Ausgezeichnet wird in dieser Unterkategorie vor allem die formalästhetische Gestaltung von Printmedien aller Art sowie von einzelnen unterschiedlichen grafischen Gestaltungselementen wie z. B. Typografie, Zeichen, Piktogrammen etc., darüber hinaus die Gestaltung von Offline-Orientierungssystemen (Signaletik) sowie Infografiken oder anderen Datenvisualisierungen auf Papiermedien.															
1 PRINT MEDIA															
1 Plakat (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur, ...)	Beurteilt werden Kunstplakate, Plakate für Events und Ausstellungen, Infografik-Plakate, Plakatserien, Social Poster Design, Sonstiges. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Aufmerksamkeitsstärke, Typography, Gestaltung, Motivkonzept und Motiv-Exekution.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 Anzeige (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur, ...)	Beurteilt werden Anzeigen für Kunst und Kulturveranstaltungen, Events und Ausstellungen. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Aufmerksamkeitsstärke, Typography, Gestaltung, Motivkonzept und Motiv-Exekution.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
3 Bericht	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Berichtsgestaltung mit dem Beurteilungsschwerpunkt auf kreative und überzeugende Vermittlung des Berichtsthemas. Teilaspekte sind hierbei gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Titelkonzept, Image-Teil, Text, Seitengestaltung, Einsatz von Illustration und Fotografie, Informationsgrafik, sowie Verarbeitung.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
4 Buch	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Buchgestaltung mit dem Beurteilungsschwerpunkt auf kreative und überzeugend Vermittlung des Buchinhalts. Teilaspekte sind hierbei gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Umschlags-, und Seitengestaltung, Text, sowie buchbinderische Verarbeitung.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
5 Buchcover	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Buchgestaltung mit Fokus auf Titel- und Buchumschlagsgestaltung. Beurteilungsschwerpunkt ist die kreative und überzeugend Vermittlung des Buchinhalts. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Typographie, Design, Text, Illustration, buchbinderischer Verarbeitung, sowie spezielle Kombination der Gestaltungselemente.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
6 Kalender	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Kalendergestaltung. Beurteilungsschwerpunkt ist Kreativität und kommunikative Leistung. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Aufmerksamkeitsstärke, Kalendertitelgestaltung, Motivkonzept und Motiv-Exekution, sowie Verarbeitung. Bei Formaten über 100 cm breit x 150 cm hoch, bitte Rücksprache mit dem ADC Team halten.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
7 Collaterals	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität einzelner grafischer Arbeiten, die nicht in andere Kategorien passen, sowie digitale Design-Einzel-Lösungen. Beurteilungsschwerpunkt ist Kreativität und kommunikative Leistung der Arbeit. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Aufmerksamkeitsstärke, sowie spezifischer Teilaspekte des Mediums und seiner kommunikativen Aufgabenstellung.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
8 Broschüre	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Broschüregestaltung. Beurteilungsschwerpunkt ist die kreative und kommunikativ überzeugende Vermittlung des Broschüren-Inhalts. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Gesamteindruck, Titel- und Seitengestaltung, Gliederung, Text, Einsatz von Illustration und/oder Fotografie, Informationsgraphik, sowie Verarbeitung.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
9 Print-Produktion	Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität von Printprodukten und deren Verarbeitung. Teilaspekte sind hierbei gestalterische Originalität, die Besonderheit der Umsetzung und Exzellenz der Verarbeitung in Bezug auf Veredelung, Bindung und Druckqualität.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 PUBLIC SPACE MEDIA															
1 Spatial Experience Media	Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 POS/POP	Designkonzept, das die Verkaufsförderung am Point of Sale und am Point of Purchase unterstützt. Notwendig ist die Visualisierung des Konzeptes inkl. Visualisierung der Medien am Einsatzort (stationär und online) und wie sie die Absatzsteigerung unterstützen. So können wir die Funktion der Leistung verstehen und bewerten.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
3 Shop Window	Designkonzept zur Gestaltung eines oder mehrerer Schaufenster. Notwendig ist Beschreibung der Zielsetzung.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
3 SPECIAL MEDIA															
1 Orientierungssystem/Signaletik		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						

7. DESIGN

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

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
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 Bild wird gleich auf den ersten Blick mit der Marke in Verbindung gebracht und gilt somit als ihr Identitätsmerkmal.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
4 Pictogram/Icon	Stilisierte, einfach wahrzunehmende und zu interpretierende Zeichen/Darstellungen, die bestimmte Informationen vermitteln, z. B. Orientierungszeichen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
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, handschriftener oder illustrated Type. Daher sind auch Schriftentwürfe einzureichen. Die Typografie muss zentraler Bestandteil der Arbeit sein.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
7 Merchandise	Herausragende konzeptionelle und gestalterische Lösungen für Werbemittel und -technik als Teil eines Markenauftritts oder als Stand-Alone-Lösung. Beurteilt wird die konzeptionelle und gestalterische Qualität. Teilaspekte sind die gestalterische Originalität und Exzellenz der Umsetzung in Bezug auf Aufmerksamkeitsstärke, Nachhaltigkeit und Verarbeitung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 INTERFACE DESIGN															
Besondere Einzelleistungen in der Gestaltung von Benutzeroberflächen															
1 USER INTERFACE															
1 Web	Gestaltung von Websites, Microsites & Webspecials, Landingpages	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 App	Gestaltung von Smartphone, Tablet und Desktop Apps	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
3 Sonstiges		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 DIGITAL DESIGN SYSTEM															
1 Digital Design System	Aufbereitung von Digitalen Design Systemen, die durch Handwerk und Konsistenz bestehen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 CREATIVE USE OF ...															
1 Typography	Besondere kreative Einzelleistungen im Einsatz von Typograph für Web und App	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
2 Colors	Besondere kreative Einzelleistungen im Einsatz von Farben für Web und App	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
3 Iconography	Besondere kreative Einzelleistungen im Einsatz von Ikonographie für Web und App	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
4 UI Animation	Besondere kreative Einzelleistungen im Einsatz von Animationen, (Micro) Interactions und Übergängen im Interface Design für Web und App	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	
5 UI Sound & Music	Besondere kreative Einzelleistungen im Einsatz von Sound und Musik für Web und App	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-	

7. DESIGN

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Tribunnegebühren
Film max. 600 Sek.	Minimale Anzahl Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek. Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen Thumbnail	PAUSCHAL
Audio max. 600 Sek.				
URL Link				
Board PDF/JPG				
Motiv PDF/JPG				
Exponat muss dem ADC physisch vorliegen				

3 MOTION DESIGN

Ausgezeichnet wird in dieser Unterkategorie exzellente bewegte grafische Gestaltung. Das sind Ideen, die Flächen, Linien, Schrift, Zeichen, Bilder, Musik, Soundeffekte, Animation und/oder Film nutzen, um Grafikdesign lebendig werden zu lassen. Motion-Design (Graphic Design) ist nicht zu verwechseln mit Animation (siehe Kategorie 10. Film). Motion-Design verhält sich zur Animation wie Grafikdesign zur Illustration.

1 MOTION DESIGN FOR

Code	Bezeichnung	Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
1	Corporate Design	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2	Advertising	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3	TV/Cinema	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4	App	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5	Web-/Microsite	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
6	Online/Social Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
7	Game	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
8	Data Visualisation	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
9	Digital Out-of-Home	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
10	Spatial Experience	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-

4 PACKAGING DESIGN

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

1 PACKAGES

1	Verpackung	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
---	------------	---	---	---	---	---	---	---	---	--	---	---	---	-------

7. DESIGN

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

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice 39€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	
2 Promotion-Verpackung/Sonderform	Temporäre/limitierte Verpackungen für ausgewählte Anlässe.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 Werbemittel	Verpackungen als Werbemedium, über den Zweck Verpackung hinaus.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 Innovation	Neu entwickeltes/geschaffenes Packaging Design.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5 PRODUCT DESIGN														
Designte serielle und/oder industrielle haptische Konsumgüter (technische Geräte, Haushaltsgeräte, Werkzeuge, Geschirr, Möbel, Leuchten, Spielzeug, Accessoires etc.) oder Investitionsgüter (Medizintechnik, Nutzfahrzeuge, Produktionsmaschinen, Messgeräte etc.).														
1 PRODUCTS														
1 Consumer Goods	Design für Produkte des privaten Gebrauchs.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2 Industrial Goods	Design für Produkte des industriellen und geschäftlichen Gebrauchs.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
3 Office	Designs für Büroeinrichtung & -bedarf (z.B. Konferenzmöbel, Ablagesysteme, Schreibgeräte u.v.m.) sowie innovative Ideen für die Arbeitsplatzgestaltung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
4 Werbemittel	Design für Produktproben, Give Aways o. ä. --- Notwendig ist die Beschreibung der Zielsetzung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
5 Public Design	Gestaltung des öffentlichen Raums und im Sinne des öffentlichen Interesses (z.B. Stadt- und Straßenmobiliar, Kioske, Litfaßsäulen, Displays und Werbeträger, Unterstände, Haltestellen, Parkmobiliar, Abfall- und Beleuchtungssysteme etc.)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
6 Innovation	Ausgezeichnet werden in dieser Kategorie innovative/kreative Ideen und Experimente. Auch experimentelle Designs an der Schwelle vom Produktdesign zur Kunst können hier eingereicht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
2 SERVICE DESIGN														
1 Customer Experience	Konzeption von analogen Dienstleistungsprozessen bzw. Gestaltung von Kundenerlebnissen/-erfahrungen, die hauptsächlich analog stattfinden	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-

8. IMAGERY

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

1 PHOTOGRAPHY	2 ILLUSTRATION	3 POST-PRODUCTION / CGI
1 PHOTOGRAPHY FOR <ul style="list-style-type: none">1 Brand and Product Presentation2 Online/Social Media3 Editorial4 Spacial Experience5 Corporate Publishing6 Photography in Moving Images7 Free Works8 Post-Production	1 ILLUSTRATION FOR <ul style="list-style-type: none">1 Brand Building2 Activation3 Spatial Experience4 Online/Social Media5 Editorial6 Corporate Publishing7 Freie Arbeit/Eigenwerbung	1 POST-PRODUCTION / CGI FOR PHOTOGRAPHY <ul style="list-style-type: none">1 Projekt
2 CINEMAGRAPHS / SINGLE IMAGE MONTAGE <ul style="list-style-type: none">1 Cinemagraphs / Single Image Montage		2 POST-PRODUCTION / CGI FOR ILLUSTRATION <ul style="list-style-type: none">1 Projekt
3 HOLISTIC PHOTOGRAPHY OBJECTS <ul style="list-style-type: none">1 Holistic Photography Objects		3 HYBRID POST-PRODUCTION / CGI <ul style="list-style-type: none">1 Projekt

9. AUDIO

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

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

9. AUDIO

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahgebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
1 RADIO / ONLINE															
Klassische Radiospots, die auch auf Streaming-Angeboten von Radiosendern oder reinen Webradios gesendet werden können.															
1 RADIO/ONLINE MEDIA															
1 Radiospot (einzeln)	Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.		<input checked="" type="checkbox"/>					1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-	
2 Radiospot (Serie)	Radiospot-Serie, bestehend aus mindestens zwei Spots einer Kampagne.	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 PUBLISHING															
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Audio-Produktionen (Podcast/Webcast) von traditionellen Verlagen und Corporate Publishern sowie Audio-Kreationen für spezielle Podcast-/Webcast-/Werbeformate (Audio Ads oder Sponsorships).															
1 PUBLISHING MEDIA <small>Audio-Produktionen klassischer Verlage, von Journalist/innen, Vloggern/Bloggern oder Corporate Publishern.</small>															
1 Podcast/Webcast (Ausgabe)	Vorproduzierter Audio-Einzelpodcast oder live ausgestrahlter Audio-Einzelwebcast/Sendung.		<input checked="" type="checkbox"/>					1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-	
2 Podcast/Webcast (Serie)	Vorproduzierte Audiopodcast-Serie oder live ausgestrahlte Audiowebrtcast-Serie/Sendung, bestehend aus mehreren Folgen.	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
3 Hörbuch		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 PODCAST/WEBCAST ADS <small>Audio-Werbeformate in Podcast-/Webcast-Produktionen.</small>															
1 Audio Ad	Audio-Ad, die speziell für Podcast/Webcast erdacht wurde.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 Sponsorship	Sponsorship-Audio-Inhalte, die speziell für Podcast/Webcast erdacht wurden und einen Werbepartner präsentierten und einbinden.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
3 Branded Content	Branded Content, der speziell für Podcast/Webcast erdacht wurde.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						

9. AUDIO

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	muss dem ADC physisch vorliegen				39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		

5 AUDIO DESIGN AND MUSIC																			
Künstlerische oder kommerzielle Werke, die Audio Design und den Einsatz von Musik kreativ kombinieren.																			
1 OVERALL AUDIO PIECE																			
1 Projekt	Ganzheitliches Arrangement aus Musik, Sprache und Audio Design für ein komplexe Maßnahme/Aktion.						<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
6 AUDIO CRAFT																			
Besondere Einzelleistungen im Zusammenhang mit Audio-Medieninhalten bzw. Audio-Anwendungen.																			
1 AUDIO CRAFT																			
1 Regie	Kreative Regie- oder Konzeptionleistungen im Audiobereich						<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
2 Audio Engineering	Kreative Mix/Mastering/Schnitt- oder sonstige Audiobearbeitungstechniken						<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
3 Casting	Besetzung sowie Fit von Sprechern/Stimmen für Audioproduktionen						<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					

10. FILM

Ausgezeichnet werden in dieser Kategorie besonders kreative Filmproduktionen mit diversen Schwerpunkten.

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 Online-Film (einzel)
- 2 Online-Film (Serie)
- 3 Digital Pre-Roll Ad (einzel)
- 4 Digital Pre-Roll Ad (Serie)

3 MUSIC VIDEO

- 1 Music Video

4 FILM PUBLISHING

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

5 SPECIAL FORMATS

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

6 FILM SKILLS

- 1 Regie
- 2 Kamera
- 3 Schnitt
- 4 Casting
- 5 Post-Production
- 6 CGI
- 7 VF
- 8 Set/Production Design
- 9 Styling/Costume Design

2 ANIMATED FILM

1 ANIMATION FOR TV/CINEMA

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

2 ANIMATION DIGITAL EXPERIENCE

- 1 Digital Mobile Only (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 ANIMATION MUSIC VIDEO

- 1 Music Video

4 ANIMATION PUBLISHING

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

5 SPECIAL FORMATS

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

6 ANIMATION SKILLS

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

10. FILM

Ausgezeichnet werden in dieser Kategorie besonders kreative Filmproduktionen mit diversen Schwerpunkten.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunalsgebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	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.	<input checked="" type="checkbox"/>						1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-	
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.	<input checked="" type="checkbox"/>						1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-	
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
2 FILM FOR MOBILE/ONLINE MEDIA															
1 Online-Film (einzeln)	Film, welcher für Mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	<input checked="" type="checkbox"/>						1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-	
2 Online-Film (Serie)	Filmserie, welche für Mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
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.	<input checked="" type="checkbox"/>						1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-	
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						
3 MUSIC VIDEO															
1 Music Video	Film, der eine Musikkomposition bebildert.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
4 FILM PUBLISHING															
1 Film für Unternehmensdarstellung	Film, der Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen darstellt und zur Selbstdarstellung, für Präsentations- oder Schulungszwecke eingesetzt wird.	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
2 Dokumentation	Film, der nonfiktionalen Ereignisse dokumentiert (z. B. Biographie, Mockumentary, investigative Dokumentation)	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
3 Public-Service-Film		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-						
4 Vlog / Webcast (Ausgabe)	Film, der als Vlog/Webcast produziert wurde.	<input checked="" type="checkbox"/>						1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-	
5 Vlog / Webcast (Serie)	Filmserie, die als Vlog/Webcast produziert wurde.	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-						

10. FILM

Ausgezeichnet werden in dieser Kategorie besonders kreative Filmproduktionen mit diversen Schwerpunkten.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahmegebühren	
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/PG	Motiv PDF/PG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL		
5 SPECIAL FORMATS																
1	Kurzfilm/Sonderformat	Film mit einer Länge von bis zu 30 min., welcher für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert ist.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
2	Taktischer Film	Film, der tagesaktuelle Themen und Entwicklungen reflektiert und eine Reaktion im Bereich der PR provoziert. Es ist eine kurzfristige und nahezu tagesaktuelle Reaktion gemeint. Oft sind es einzelne Schaltungen, die nur an diesem einen Tag oder dieser einen Woche Sinn ergeben. Taktische Filme laufen nie über lange Zeit.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
3	Film für Spatial Experience	Film, der im Bereich Spatial Experience eingesetzt wird und räumliche Erfahrungen erlebbar macht. --- Zur Bewertung muss das kreative Gesamtkonzept ausreichend beschrieben werden um das Filmerlebnis verständlich und bewertbar zu machen.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
4	Film für Point-of-Sale	Film, der speziell für einen realen Verkaufsort produziert wurde (z. B. Geschäft, Stand)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
6 FILM SKILLS · Herausragende Einzelleistung eines Filmprojekts																
1	Regie	Künstlerische Leitung		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
2	Kamera	Kamera und Licht		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
3	Schnitt	Filmschnitt/Montage		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
4	Casting	Auswahl/Besetzung Darsteller/innen		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
5	Post-Production	Nachbearbeitung / 3D Bildsynthese/-gestaltung / Visuelle Effekte		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
6	CGI	3D Bildsynthese/-gestaltung		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
7	VFX	Visuelle Effekte		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
8	Set/Production Design	Szenenbild/-bau		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-
9	Styling/Costume Design			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-

10. FILM

Ausgezeichnet werden in dieser Kategorie besonders kreative Filmproduktionen mit diversen Schwerpunkten.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahmegebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL	
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	musst dem ADC physisch vorliegen			39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen			

2 ANIMATED FILM																		
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Produktionen von Trickfilmen/Animationen, die Bild für Bild traditionell gezeichnet und von einer Trickfilmkamera aufgenommen werden und/oder Trickfilme, die vollkommen digital am Computer skizziert, illustriert, generiert und animiert, das heißt aufeinanderfolgend bewegt werden.																		
1 ANIMATION FOR TV/CINEMA																		
1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)	Trickfilm als Gesamtwerk bis 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.						<input checked="" type="checkbox"/>					1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-
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.						<input checked="" type="checkbox"/>					1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-
3 TV-/Kinospot (Serie)	Trickfilme, die als Serie produziert und auch geschaltet wurden, welche für TV/Kino produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen.						<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-				
2 ANIMATION PUBLISHING																		
1 Digital Mobile Only (einzeln)	Trickfilm, der für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.						<input checked="" type="checkbox"/>					1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-
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.						<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-				
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.						<input checked="" type="checkbox"/>					1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-
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.						<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-				
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						<input checked="" type="checkbox"/>					1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	365,-
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						<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	980,-				
3 ANIMATION MUSIC VIDEO																		
1 Music Video	Trickfilm, der eine Musikkomposition bebildert.						<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-				
4 ANIMATION PUBLISHING																		
1 Film für Unternehmensdarstellung	Trickfilm, der Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellt (z. B. Image-, Produkt- oder Schulungsfilm)						<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-				
2 Dokumentation	Trickfilm, der nichtfiktionalen Ereignisse dokumentiert (z. B. Biographie, Mockumentary, investigative Dokumentation)						<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-				

10. FILM

Ausgezeichnet werden in dieser Kategorie besonders kreative Filmproduktionen mit diversen Schwerpunkten.

		Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahmegebühren	
✓ Pflicht	✓ Optional	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 39€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL
			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
		3 Public-Service-Film													
		4 Vlog / Webcast (Ausgabe)	Trickfilm, der vorrangig als Vlog/Webcast produziert wurde	✓					1	1		✓	✓	✓	365,-
		5 Vlog / Webcast (Serie)	Trickfilmserie, die vorrangig als Vlog/Webcast produziert wurde	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		✓	✓	✓	980,-
5 SPECIAL FORMATS															
		1 Kurzfilm/Sonderformat	Trickfilm mit einer Länge von bis zu 30 Minuten, welcher für spezielle Einsatzzwecke oder Medien produziert wurde.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
		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	5		✓	✓	✓	665,-
		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	5		✓	✓	✓	665,-
		4 Film für Point-of-Sale	Trickfilm, der speziell für den Ort des Verkaufs produziert wurde (z. B. Geschäft, Stand)	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
6 ANIMATION SKILLS															
		1 Regie	Künstlerische Leitung	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
		2 Character Development	Gestaltung der handelnden Figuren	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
		3 Post-Production/CGI/VFX	Nachbearbeitung / 3D Bildsynthese/-gestaltung / Visuelle Effekte	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-
		4 Animation	Tatsächliche Animation/Bewegung von handelnden Figuren eines Filmes.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	665,-

11. EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS

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

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

11. EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebmehrgelöhne
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	muss dem ADC physisch vorliegen				39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		

1 MANDATE														
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie beauftragte, gesponserte oder geförderte Arbeiten/Werke.														
1 MANDATE														
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
2 INDEPENDENT														
Selbst initiierte, freie Arbeiten/Werke.														
1 INDEPENDENT														
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
3 OUT OF ANY CATEGORY														
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie beauftragte, gesponserte oder geförderte Arbeiten/Werke.														
1 OUT OF ANY CATEGORY														
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					

12. INNOVATION / CREATIVES

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

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

12. INNOVATION / CREATIVES

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen
und Kategoriehinweise*

Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunalsgebühren
Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	muss dem ADC physisch vorliegen				39€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		

1 CONCEPT														
Klar umrissener Plan/Entwurf für eine technische Innovation.														
1 CONCEPTS														
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
2 PROTOTYPE														
Entwurfsmuster/-objekt oder Vorab-Konstruktion einer geplanten Serienfertigung.														
1 PROTOTYPES														
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					
3 INNOVATIVE USE OF MEDIA														
Ideen, die in außergewöhnlich innovativer Weise die klassischen Medien nutzen und diese dadurch neu definieren. Oder Ideen, die neue Medien finden oder erfinden.														
1 INNOVATIVE USE OF MEDIA														
1 Projekt		<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	665,-					

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 2022 und dem 31. Januar 2023 erstmals veröffentlicht wurden. Arbeiten aus Januar 2022, die bereits zum ADC Wettbewerb 2022 eingereicht wurden, sind in derselben Kategorie nicht noch einmal teilnahmeberechtigt. Die Arbeiten müssen entweder in Deutschland, Österreich, Luxemburg oder der deutschsprachigen Schweiz veröffentlicht oder entwickelt worden sein. Die Arbeiten dürfen inhaltlich oder formal nicht mit einer bereits veröffentlichten Arbeit übereinstimmen. Ferner müssen die Arbeiten im Auftrag eines Auftraggebers – außer bei Eigenwerbung – realisiert und veröffentlicht worden sein. Eine Arbeit, welche ausschließlich zur Teilnahme am ADC Wettbewerb realisiert und veröffentlicht wurde, ist nicht teilnahmeberechtigt. Außerdem muss der Auftraggeber vom Einreicher über die Teilnahme der Arbeit am ADC Wettbewerb in Kenntnis gesetzt worden sein und der Teilnahme der Arbeit am ADC Wettbewerb ausdrücklich zugestimmt haben. Bei allen Arbeiten, die nicht in Deutschland konzipiert wurden, muss der ausländische Urheber eindeutig genannt werden. Neben der Angabe einer Kurzbeschreibung sind detaillierte Angaben zur Veröffentlichung der Arbeiten bei der Einreichung zu machen, wie das Datum der Erstveröffentlichung und die Nennung des Mediums oder des Ortes, wo die Arbeiten veröffentlicht wurden.

Erstattung

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

Zahlungsart

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

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

Bankverbindung

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

Als Verwendungszweck bitte Beleg- und Kundennummer angeben.

Vorbehalte/Verstöße

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

Pflichten und Haftung des Einreichers

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

die Teilnahmebedingungen gelesen zu haben und diese zu akzeptieren. Jeder Einreichende unterwirft sich mit der Einreichung einer oder mehrerer Arbeiten den Teilnahmebedingungen und dem Bewertungsverfahren. Es gilt der Schiedsspruch der Jury. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Jurierung ist beendet, wenn dem ADC Büro das unterzeichnete Ergebnis des Jury Chairman vorliegt. Plagiats- und Dublettenhinweise sind an das ADC Wettbewerbsteam zu richten. Der Einreicher versichert, unter den registrierten Kontaktdaten mindestens bis Ende September 2023 erreichbar zu sein oder im Falle einer Änderung das ADC Büro unverzüglich per E-Mail zu benachrichtigen. Das ADC Team kontaktiert nach dem ADC Wettbewerb alle Gewinner, um die Aufbereitung der Daten zu klären. Der/Die Einreicher/in verpflichtet sich ferner, bei der Anmeldung auf der Teilnahmeplattform für den Fall einer Rücksendung den materiellen Wert (Materialwert) anzugeben. Der/Die Einreicher/in hat den ADC des Weiteren auf die Verwendung von GEMA-pflichtigem Material (insbesondere Musikkompositionen oder Teile hiervon, Sounds, O-Töne) in seinem Werk hinzuweisen. Der ADC übernimmt für die im Rahmen des Wettbewerbes stattfindenden GEMA-pflichtigen Nutzungen (z. B. Aufführung oder sonstige öffentliche Wahrnehmbarmachung der GEMA-pflichtigen Teile des Werkes im Rahmen des ADC Festivals, insbesondere im Rahmen der Jurierung, der Ausstellung etc.) die entsprechenden GEMA-Gebühren und meldet die Nutzung bei der GEMA an. Im Übrigen sichert der/die Einreicher/in zu, dass sonstige Rechte Dritter dieser Nutzung nicht entgegenstehen.

Pflichten und Haftung des ADC

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

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

Haftungsfreistellung

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

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

Veröffentlichung und Nutzungsrechte

Der/Die Einreicher/in räumt dem ADC ein einfaches, nicht ausschließliches, zeitlich und örtlich uneingeschränktes Nutzungsrecht ein, die eingesandte Arbeit zu veröffentlichen, zu vervielfältigen, zu verbreiten, auszustellen, öffentlich zu präsentieren, zu senden, im Internet öffentlich zugänglich zu machen und auf andere körperliche wie unkörperliche Weise beliebig in Printmedien sowie allen digitalen Medien zu nutzen. Der ADC darf hierzu Dritten Unterlizenzen einräumen. Der/Die Einreicher/in garantiert, dass er im Falle der Nutzung von Fremdmaterialien in seiner Arbeit die Einwilligung der jeweiligen Rechteinhaber für die Nutzung dieser Bestandteile durch den ADC im Rahmen der vorgenannten Publikationsformen eingeholt hat und dass es ihm möglich ist, dem ADC die vorstehenden Rechte wirksam einzuräumen. Der ADC beabsichtigt, alle eingesandten Arbeiten auf dem ADC Festival im April 2023 auszustel-

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

Art Directors Club GmbH

Salzufer 15-16
10587 Berlin

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

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