

Der ADC *Wettbewerb* *2021*

Einreichungszeitraum:

27.10.2020 - 16.02.2021

Inhalt

Dafür steht der ADC.	03
Wie macht der ADC das?	05
Woran wir glauben.	07
Der ADC Wettbewerb 2021	10
Das ADC Wettbewerbsteam	11
Für eine Einreichung erhältst du	13
Bei einer Prämierung erhältst du	14

Die ADC Prämierungen	15
Die Bewertungskriterien	17
Unser neues Kategoriensystem	19
Kategorienübersicht 2021	21
Die ADC Jury	24
Rückblick Wettbewerb 2020	25
Grands Prix Gewinner 2020	26
Gewinnerarbeiten 2020.....	27

Dafür steht der ADC.

Kommunikation ist das wichtigste Bindemittel zwischen uns Menschen. Durch Kommunikation werden Botschaften, Wünsche, Erwartungen und Gefühle ausgetauscht. OHNE Kommunikation würden wir einander nicht erreichen und nicht verstehen.

Wir sind zutiefst davon überzeugt, dass Kommunikation durch exzellente Kreativität besser und wirkungsvoller wird.

Gibt es einen überzeugenderen Grund, sich für kreative Kommunikation zu engagieren?



Wie macht der ADC das?

Wir engagieren uns für kreative Kommunikation, indem wir den besten Arbeiten und ihren Machern eine Bühne geben, Maßstäbe setzen, mit Exzellenz inspirieren und unser Wissen teilen und vermitteln.

In diesem Sinne wollen wir nicht nur die professionelle Kommunikation verbessern, sondern auch den kreativen Nachwuchs fördern.

Was macht der ADC?

Wir versammeln die besten Köpfe aus allen Disziplinen der kreativen Kommunikation.

Unsere gemeinsame Aufgabe ist es, die herausragenden Arbeiten kreativer Kommunikation zu finden, auszuzeichnen, zu präsentieren und zu erklären.

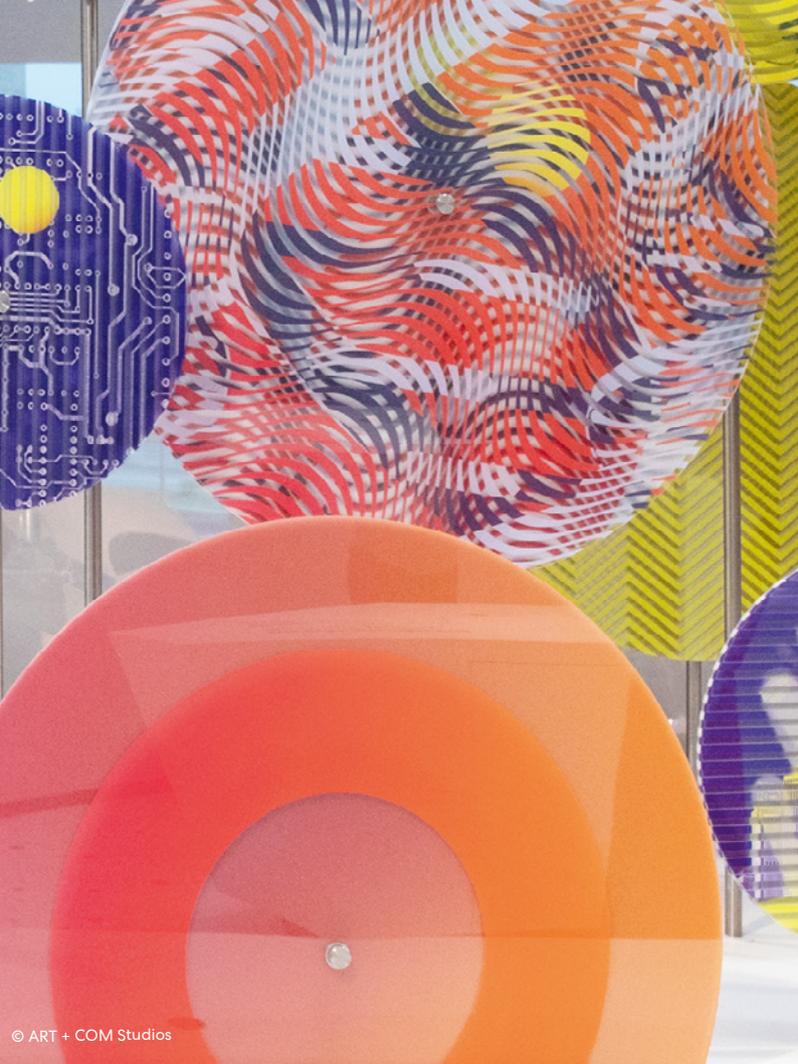
Das tun wir in regelmäßigen Treffen: Jurys, Ausstellungen, Publikationen, Seminaren, Kongressen, Konferenzen und Nachwuchsveranstaltungen.

Und dem größten Kreativfestival im deutschsprachigen Raum.

Woran *wir glauben.*

Exzellente kreative
Kommunikation ...

1. *hat eine Idee.*
2. *ist verständlich.*
3. *ist überzeugend.*
4. *ist handwerklich
perfekt.*
5. *macht Freude.*
6. *ist dienlich.*
7. *ist weder rassistisch
noch diskriminierend.*

The background features a collage of abstract elements: a blue circuit board on the left, a large orange and red circular pattern in the center, and a yellow and purple circular pattern on the right. The overall aesthetic is modern and digital.

ADC Wettbewerb 2021.

Teilnahmeschluss

16. Februar 2021

Verlängerung zzgl. Late Fee bis
23. Februar 2021

Alle Informationen unter www.adc.de

[Guidelines](#)
[Kategorienübersicht](#)

Das ADC *Wettbewerbs-* *team*

Dumme Fragen? Gibt es!
Stört uns aber nicht.

Das ADC Wettbewerbsteam hilft dir
gerne bei den einzelnen Schritten des
Einreichungsprozesses.

Wir beantworten dir alle Fragen rund
um die Kategorienauswahl, die Aufbe-
reitung eurer Arbeit oder technischen
Herausforderungen auf der Plattform.

Egal ob per E-Mail oder Telefon.

Wir unterstützen euch gerne!

wettbewerb@adc.de

+49-(0)30-590 03 10-55

Für eine Einreichung erhältst du...

1.

Faire Bewertung

Die Bewertung deiner Einreichung durch eine hochqualifizierte **Jury**, welche sich in einem Wahlprozess gegenüber anderen Mitkandidaten behaupten muss.

2.

Veröffentlichung aller Einreichungen

In der **ADC App**. Veröffentlicht werden alle Einreichungen des Wettbewerbs mit allen digitalen Bestandteilen und Credits.

3.

Freien Eintritt zur Ausstellung

*unter Vorbehalt der Umsetzung

Je Einreicher ein Ausstellungsticket.

4.

Kostenlose Einreicherberatung

Das ADC Team steht dir für alle Fragen rund um eure Einreichungen immer gerne zur Verfügung.

Und ganz wichtig: Gewinnen kostet NIX!

Bei einer Prämierung erhältst du...

1.

Freien Eintritt Award-Show

*unter Vorbehalt der Umsetzung

Für Bronze, Silber und Gold Gewinner, nach rechtzeitiger namentlicher Anmeldung eines Preisabholers.

2.

Kostenlose Teilnahme ADC of Europe Award

*unter Vorbehalt der Umsetzung

Für alle Gold Gewinner, sowie die vergünstigte Teilnahme aller anderen Gewinner.

3.

Gewinnerurkunde und ADC Nagel

Pro Einreichung je Gewinnstufe Bronze, Silber, Gold, Grand Prix.

4.

Digitales Gewinner Kit

Der jeweiligen Gewinnstufe Auszeichnung, Bronze, Silber, Gold, Grand Prix

5.

Präsentation in der Ausstellung

*unter Vorbehalt der Umsetzung

Mit einer Prämierung wird eine Präsenz in der Ausstellung garantiert.

Die ADC *Prämierungen*



Grand Prix

für eine bahnbrechende Arbeit, die unter den Goldprämierungen heraussticht.



Gold

Für eine Arbeit, die besonders herausragend ist und ihre jeweilige Kategorie neu definiert.



Silber

Für eine Arbeit, die in ihrer Kategorie Maßstäbe setzt.



Bronze

Für eine außerordentlich kreative Arbeit in ihrer jeweiligen Kategorie.



Auszeichnung

Für eine Arbeit, die den ADC Kriterien entspricht.



Die *Bewertungs- kriterien*

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?*

Unser neues Kategoriensystem

Der ADC hat in den vergangenen zwei Jahren ein **neues Kategoriensystem** für den ADC Wettbewerb entwickelt.

Damit reagieren wir auf die **dynamische Entwicklung der Kommunikationskanäle und die Möglichkeiten der Marketingkommunikation** und die die damit einhergehenden wachsenden Ansprüche an kreative Kommunikation. Wir möchten mit dem Kategoriensystem Orientierung für Branche, Nachwuchs und Kunden schaffen und ein System bieten, in dem Kommunikationsleistungen voneinander abgrenzbar werden.

Insgesamt umfasst das neue System, das auf dem bewährten der letzten Jahre aufbaut, **12 Kategorien**: Brand Building, Activation, Digital Experience, Spatial Experience, Publishing, Copy, Design, Imagery, Audio, Film sowie die **zwei neuen Bereiche Communication Arts und Creative Technologie**.

„Eine neue Bühne für die expandierende Anzahl an unterschiedlichen kreativen Leistungsbereichen“

Die Disziplinen „Brand Building“ und „Activation“ erlauben es, dass eine kreative Arbeit von den Juroren gesamtkonzeptionell angeschaut wird, während die Experten in den Spezialgebieten vor allem die kreative Umsetzung bewerten.

In den zwei neuen Kategorien „Creative Technologie“ und „Communication Arts“ finden Experimente und Innovationen ihren Platz.

Die Neustrukturierung des Kategoriensystems des ADC Wettbewerbs, bietet auch **Chancen, auf die aktuelle Situation zu reagieren**. Für die Disziplin „Spatial Experience“, deren Akteure praktisch seit März 2020 nicht mehr arbeiten können, eine begrenzte Option zur Einreichung von beauftragten, aber nicht umgesetzten Projekten geben. Gleichzeitig trägt die neue Kategorienstruktur der sehr dynamischen Entwicklung digitaler und hybrider Projekte in diesem außergewöhnlichen Jahr Rechnung.

Kategorienübersicht – ADC Wettbewerb 2021

1 BRAND BUILDING	2 ACTIVATION	3 DIGITAL EXPERIENCE	4 SPATIAL EXPERIENCE	5 PUBLISHING	6 COPY	7 DESIGN	8 IMAGERY	9 AUDIO	10 FILM	11 EXPERIMENT / COMMUNICATION ARTS	12 INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY	
<p>1 BRAND IDENTITY / BRAND DESIGN</p> <ol style="list-style-type: none"> Unternehmen / Organisation / Institution Produkt / Dienstleistung / Event Franchise Sonstiges 	<p>1 ADVERTISING</p> <ol style="list-style-type: none"> Integrated Integrated Online Only Mobile / Online Media Print Media Out-of-Home / Ambient Media Audio Media TV / Cinema Media Sonstiges 	<p>1 DIGITAL PRODUCT/ SERVICE</p> <ol style="list-style-type: none"> Applications Games Virtual Reality Augmented Reality Digitale Installationen E-Commerce Content Management Voice / Conversational Internet of Things Service Design Sonstiges 	<p>1 EXHIBITION</p> <ol style="list-style-type: none"> Exhibition for Brand Exhibition for Subject Hybrid Exhibition for Brand Hybrid Exhibition for Subject Exhibition Craft 	<p>1 EDITORIAL</p> <ol style="list-style-type: none"> Magazin Zeitung Buch Mobile / Online Media Crossmedia / Special Uses Sonstiges 	<p>1 COMMERCIAL</p> <ol style="list-style-type: none"> Commercial Copy 	<p>1 GRAPHIC DESIGN</p> <ol style="list-style-type: none"> Print Media Public Space Media Crossmedia / Special Uses 	<p>1 PHOTOGRAPHY</p> <ol style="list-style-type: none"> Photography 	<p>1 RADIO / ONLINE</p> <ol style="list-style-type: none"> Radio/Online Media 	<p>1 LIVE ACTION FILM</p> <ol style="list-style-type: none"> Film for TV / Cinema Film for Mobile / Online Media Music Video Film for Publishing Film Craft Sonstiges 	<p>1 MANDATE</p>	<p>1 CONCEPT</p>	
<p>2 BRAND COMMUNICATION</p> <ol style="list-style-type: none"> Integrated Integrated Online only Mobile / Online Media Print Media Out-of-Home / Ambient Media Audio Media TV / Cinema Media Sonstiges 	<p>2 PROMOTION</p> <ol style="list-style-type: none"> B2C Aktionen B2C Werbemittel B2B Aktionen B2B Werbemittel User Generated Content Sonstiges 	<p>2 HARDWARE/ SOFTWARE SYSTEMS</p> <ol style="list-style-type: none"> Consumer Products Industrial Products Sonstiges 	<p>2 EVENT</p> <ol style="list-style-type: none"> Event Hybrid Event Online Event Event Craft 	<p>2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING</p> <ol style="list-style-type: none"> Magazin Zeitung Buch Online Media Crossmedia / Special Uses Sonstiges 	<p>3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING</p> <ol style="list-style-type: none"> Copy 	<p>2 INTERFACE DESIGN</p> <ol style="list-style-type: none"> Mobile Interactive Media Stationary Interactive Media 	<p>2 ILLUSTRATION</p> <ol style="list-style-type: none"> Illustration 	<p>2 PUBLISHING</p> <ol style="list-style-type: none"> Publishing Media Podcast/Webcast Ads 	<p>2 ANIMATED FILM</p> <ol style="list-style-type: none"> Animation for TV / Cinema Animation for Mobile / Online Media Music Video Animation for Publishing Animation Craft Sonstiges 	<p>2 INDEPENDENT</p>	<p>2 PROTOTYPE</p>	
<p>3 BRAND PR</p> <ol style="list-style-type: none"> Influencer Marketing Crisis Communication Brand Partnership / Sponsoring Employer Branding Branded Content /Entertainment Sonstiges 	<p>3 PR ACTIVATION</p> <ol style="list-style-type: none"> Product PR Cause Related Marketing Agenda Surfing Public Affairs Sonstiges 	<p>3 DIGITAL CRAFT</p> <ol style="list-style-type: none"> Creative Use of UX Creative Use of Code Creative Use of Data Creative Use of Technology Creative Use of AI / Machine Learning Creative Use of Voice Sonstiges 	<p>3 PUBLIC SPACE</p> <ol style="list-style-type: none"> Interior Urban Design Service Design 	<p>4 CORONA CANCELLED PROJECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> Exhibition Event Public Space 	<p>4 STORYTELLING</p> <ol style="list-style-type: none"> Storytelling 	<p>3 MOTION DESIGN</p> <ol style="list-style-type: none"> Motion Design 	<p>3 POST-PRODUCTION / CGI</p> <ol style="list-style-type: none"> Post-production / CGI for Photography Post-production / CGI for Illustration Hybrid Post-production / CGI 	<p>3 AUDIO DESIGN</p> <ol style="list-style-type: none"> Audio Design 	<p>4 MUSIC</p> <ol style="list-style-type: none"> Music 	<p>5 AUDIO DESIGN AND MUSIC</p> <ol style="list-style-type: none"> Overall Audio Piece 	<p>3 INNOVATIVE USE OF MEDIA</p>	<p>3 INNOVATIVE USE OF MEDIA</p>
<p>4 BRAND DIALOG</p> <ol style="list-style-type: none"> B2B B2C 	<p>4 DIALOG ACTIVATION</p> <ol style="list-style-type: none"> B2B B2C 					<p>4 PACKAGING DESIGN</p> <ol style="list-style-type: none"> Packages 		<p>5 AUDIO DESIGN AND MUSIC</p> <ol style="list-style-type: none"> Overall Audio Piece 	<p>6 AUDIO CRAFT</p> <ol style="list-style-type: none"> Audio Craft 			



Die *ADC Jury*

"Ihr schiebt euch die Preise doch gegenseitig zu!"

Mit diesem Vorurteil kämpfen wir seit der Gründung im Jahr 1964. Deshalb unternehmen wir seit der ersten Jurysitzung alles, um Schummeln zu unterbinden:

Jurymitglieder dürfen nicht für eigene Arbeiten stimmen. Sie müssen den Raum verlassen, wenn über ihre Arbeiten diskutiert wird.

Zudem: Eine Jury besteht aus rund 15 Jurymitgliedern. Wer da tricksen will, muss schon sehr ausgebufft sein. Und wenn es doch mal passiert, sorgt das sogar im Präsidium für heiße Köpfe und klare Maßnahmen.

Wir sind uns sicher:

Jede Arbeit wird gesichtet, diskutiert und bewertet. Nur die besten Arbeiten erhalten eine Prämierung, denn wir brennen dafür herausragende Werke aufzuspüren und gebührend auszuzeichnen!

Rückblick *Wettbewerb* 2020

Virtuelle Jury-Sitzungen und reale Gewinner

Unter der Leitung der beiden Jury Chairwomen Corinna Falusi und Barbara Kotte haben die Jurymitglieder die **erste Online-Jurierung in der 56-jährigen Geschichte** des ADC absolviert.

In 30 Jurys beurteilten die Juroren die **mehr als 7.000** für die ADC Wettbewerbe eingereichten Bestandteile; Das waren rund 15 Prozent mehr als im Vorjahr.

Alle in den ADC Wettbewerben eingereichten Arbeiten sind in der [ADC App](#) zugänglich.

Grands Prix 2020

The Tampon Book – **Fachbereich Werbung**
„Das Buch gegen Steuerdiskriminierung. Üblicherweise steckt zwischen zwei Buchdeckeln eine mehr oder minder spannende Geschichte. In diesem Buch steckte mehr: Die Kraft etwas zu verändern.“

holoride – **Fachbereich Digitale Medien**
„Holoride fusioniert IoT, AI & XR zu einem neuen Erlebnisformat. Angepasst an die Autobewegungen ermöglicht es immersives Geschichtenerzählen“

Made in Fukushima – **Fachbereich Design**
„Das Ergebnis einer zeitgemäßen Kollaboration zwischen großer Werbeagentur und kleinem Designbüro. Es ist von einer nahezu unerreichten inhaltlichen und handwerklichen Perfektion.“

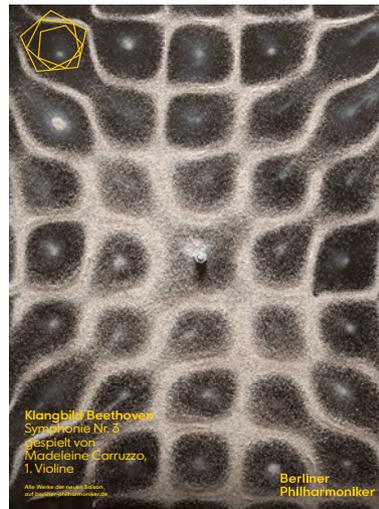
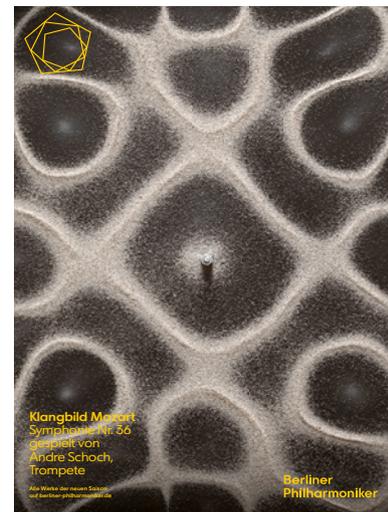
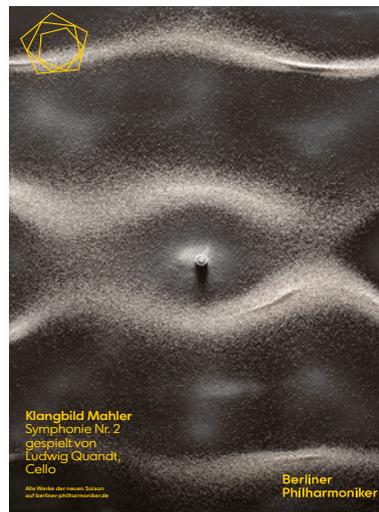
Fotokolumne 2019 – **Fachbereich Editorial**
„Die Fotokolumne von Florian Jaenicke über seinen schwerstbehinderten Sohn ist die stärkste Arbeit dieses Jahrgangs. Sie verschiebt unsere #Perspektive und lehrt uns, was Glück bedeutet.“

Klangbilder

Gewinnerarbeit 2020

Gold mit der Print - Anzeige von Scholz & Friends für die Berliner Philharmoniker.

Selten ist sich die Jury so einig wie in diesem Fall: „Wenn eine Arbeit so gekonnt Kunst über Kunst inszeniert, ist das schon große Kunst. Eine starke visuelle Idee, die nicht nur den Ursprung in den Philharmonikern selbst hat, sondern auch die eigenen Musiker zu den Gestaltern der Kampagne erhebt. Und damit eindrucksvoll visualisiert, was dem Medium Print sonst verborgen bleibt: den Klang der Musik.“



Spielzeit 19/20

Gewinnerarbeit 2020

Rocket & Wink gewinnt Gold in der Kategorie Illustration und setzt damit auch in diesem Jahr neue Maßstäbe.

„Wenn sich eine Gruppe Antihelden in unangenehm zwickende computergenerierte Kostüme zwingt, kann das nur eines bedeuten: Das Deutsche Schauspielhaus Hamburg lässt mit Hilfe seines Suitsweatshops Rocket & Wink den Superheroes Suicide Club von der Leine und repräsentiert damit Probleme des postmodern-digitalen Menschen: Politisch-private Verstrickungen, psychosexuelle Verzweiflung, permanente Todessehnsucht. Surreale 3D-Renderings bilden die Grundlage der finalen Collagen. Kongenial wurde dazu ein Film entwickelt, der sich perfekt mit dem gesamten Auftritt des Deutsche SchauSpielHaus Hamburgs deckt. Diese Arbeit setzt Maßstäbe!“



Hell-P

Gewinnerarbeit 2020

Accenture Interactive und Kolle Rebbe haben für Warner Music Central Europe mit Hell-P neue Maßstäbe in der Kategorie Promotional Packaging und Sonderformen gesetzt und Gold gewonnen.

„Nicht jeder mag Thrash-Metal oder die Hölle und auch nicht jeder ist ein Pyromane. Aber jeder, der die Verpackung in Händen hält, möchte das Streichholz aus dem Sarg nehmen und zündeln. Alles, was zu Slayer gehört, wurde in dieser Verpackungsproduktion zusammengebracht, eine exzellente Würdigung der Band zu ihrem Karriereende.“

Für alle Gewinnerarbeiten und Jurykommentare für die Silber- und Goldgewinner, schau doch einfach in unserer [ADC App](#) vorbei!



Wir
freuen uns
auf EUCH.

