

Stand 13.12.2023

**ADC**

**Guidelines**

*ADC Wettbewerb 2024*

**Einreichungszeitraum:**

*25. Oktober 2023 bis 01. Februar 2024*

**Januararbeiten bis 08. Februar 2024**

## Liebe *Kreative*,

der ADC Wettbewerb 2024 – der renommierteste und größte Kreativwettbewerb im deutschsprachigen Europa – ist eröffnet. Es geht um die Auswahl der besten Arbeiten der Branche auf der Suche nach Innovation, Schönheit, Staunen, Freude, Exzellenz, Aufregung, Nachdenken, Lachen, Wut, Begeisterung, Umdenken, Emotion... der geballten Kraft der Kreativität.

Neu in diesem Jahr ist, dass nach der Vergabe des ersten Grünen Nagels 2023 das Thema Nachhaltigkeit im Wettbewerb fest integriert wurde. Grundlage hierfür sind die Sustainable Development Goals der United Nations. Jede Jury nominiert eine Arbeit, die ihres Erachtens einen Grünen Nagel verdient. Voraussetzung, um einen der grünen Nägel zu erhalten, ist, dass die Kriterien für Gold erfüllt wurden und die Arbeit einen nachweisbaren herausragenden Impact auf mindestens eines der **Sustainable Development Ziele** der United Nations hatte, und eine innovative Herangehensweise aufweist.

Große Umbrüche und Nachhaltigkeit sind zentrale Themen unserer aller Realität. Überall stehen wir neuen Herausforderungen gegenüber. Überall entstehen neue Werte, neue Technologien und neue Chancen. Mit unserer Kreativität können wir ein Umdenken herbeiführen oder idealerweise gleich die Welt verändern.

Wir freuen uns auf exzellente kreative Kommunikation beim ADC Wettbewerb 2024 – Arbeiten, die inspirieren und neue Maßstäbe setzen.

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	40
PUBLISHING	46
COPY	52
DESIGN	56
IMAGERY	61
AUDIO	64
FILM	68
EXPERIMENT/COMMUNICATION ARTS	73
INNOVATION/CREATIVE TECHNOLOGY	75

Allgemeine Teilnahmebedingungen	78
---------------------------------	----

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 19.000 User).

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

- pro Gewinn eine **Urkunde** und einen **ADC Nagel** (Gewinnstufen: Auszeichnung, Bronze, Silber, Gold, Sustainability, 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 2024 durchgeführt wird. Die Leistung hierfür ist nicht in den Teilnahmegebühren enthalten.

#### *Ehrungen*

- **Grand Prix Nagel** für eine bahnbrechende Arbeit, die unter den Goldprämierungen heraussticht.
- **Sustainability Nagel** für eine Arbeit, die einen nachweislich herausragenden Einfluss auf mindestens eines der **17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen** hat und eine innovative Herangehensweise aufweist, Voraussetzung ist, dass die Kriterien für Gold erfüllt sind.
- **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.

### *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. Für den Gewinn eines Sustainability Nagels erhält man 6 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 Marketings 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 2024 während des ADC Festivals und setzt sich ausschließlich aus ADC Mitgliedern, den führenden Köpfen der deutschsprachigen Kreativbranche, zusammen.

[Alle Infos zur ADC Jury.](#)

## *Bewertungskriterien*

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

## *Exzellente kreative Kommunikation*

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

## Key Dates

*Einreichungsbeginn*

**25. Oktober 2023**  
[adc-wettbewerb.de](http://adc-wettbewerb.de)

**ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM  
01. JANUAR – 31. DEZEMBER 2023**

*Early Bird 10 %*

**bis 23. November 2023**

*Teilnahmeschluss*

**01. Februar 2024**

*Late Fee / zzgl. 120,- €*

**bis 21. Februar 2024**

**ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM  
01. JANUAR – 15. FEBRUAR 2024**

*Teilnahmeschluss*

**28. Februar 2024**

*Late Fee / zzgl. 120,- €*

**bis 13. März 2024**

*Digitale Vorauswahl*

**22. Mai bis 02. Juni 2024**

*Jurysitzung*

**04. Juni bis 06. Juni 2024**



# Teilnahmegebühren & Zusatzleistungen

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

Alle Teilnahmegebühren verstehen sich in Euro und zzgl. Mehrwertsteuer. Da die Erbringung der Leistung durch den ADC im Jahr 2024 liegt, wird der dann gültige Mehrwertsteuersatz angewandt.

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

## ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM

### 01. JANUAR – 31. DEZEMBER 2023

*Bis 23.11.2023  
Early Bird / 10% Rabatt*

automatischer Nachlass auf der Rechnung  
pro Einreichung bei Freigabe

*01.02.2024  
Offizieller Teilnahmeschluss*

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

*Bis 21.02.2024  
Late Fee / zzgl. 120,- €*

automatische Erhebung auf der Rechnung  
pro Einreichung / Kategorie bei Freigabe

## ARBEITEN MIT VERÖFFENTLICHUNGSZEITRAUM

### 01. JANUAR – 15. FEBRUAR 2024

*28.02.2024  
Offizieller Teilnahmeschluss*

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

*Bis 13.03.2024  
Late Fee / zzgl. 120,- €*

automatische Erhebung auf der Rechnung  
pro Einreichung / Kategorie der Freigabe

## ES KÖNNEN WEITERE GEBÜHREN ENTSTEHEN:

*Rücksendung*

### 70,- €

Aktivierung über die Teilnehmepattform 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  
Umstellung des Accounts auf eine andere Mailadresse

### 170,- € (umfassend)

Kategoriewechsel  
Austausch pro Film / Casofilm / Audio  
Rechnungsänderung

*Druckservice*

### 45,- €

Board bzw. je PDF (Board/Motiv)

+49 (0)30 5900 310 - 55

wettbewerb@adc.de  
www.adc.de

# Wettbewerbsregeln

## *Erstellungszeitraum und -ort*

Teilnehmen können ausschließlich Arbeiten, welche zwischen dem **01. Januar 2023 und dem 15. Februar 2024** 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:

<b>Projekt/Kampagne</b>	Von einem Projekt bzw. einer Kampagne wird gesprochen, wenn die Bestandteile übergreifend in mehreren Anwendungsbereichen (Ebene 1, 2 und 3) eingereicht werden.
<b>Serie</b>	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 <b>EIN</b> 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 in „TV-/Kinospots“, „Digital Mobile Only/Pre-Roll Ads“ 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 Leadagenturen 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.

Bei Büchern/Zeitschriften/Magazinen ist es erlaubt, dass die Urheber auf dem Cover sowie im Impressum stehen.

### *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 und die Gebühren bezahlt wurden. Wenn eine Einreichung physisches Material (Bücher, Magazine, Plakate) enthält, muss dieses zudem im ADC Büro eingegangen sein.

Das kann nach Ablauf des Einreichungszeitraum geschehen. Als Teilnahme-datum gilt das Datum der verbindlichen Freigabe durch den/die Einreicher/in auf der Teilnahmeplattform.

## Einreichungsprozess

- |    |   |    |   |
|----|---|----|---|
| 01 | Als Einreicher/in unter <a href="http://adc-wettbewerb.de">adc-wettbewerb.de</a> registrieren und die Rechnungsadresse bestimmen.   | 06 | Einreichung speichern. Mit Beginn des Uploads der Bestandteile können u.a. die Kategorien nicht mehr geändert werden.   |
| 02 | Kategorie auswählen, Auftraggeber/in, Produktname und Titel der Arbeit angeben sowie ggf. persönliche Auftragsnummer vergeben. Optionale Rücksendung von physischem Einreichungsmaterial veranlassen.   | 07 | Uploads durchführen und Titel der Bestandteile vergeben.  |
| 03 | Veröffentlichungsdatum festlegen, Kurzbeschreibung anlegen (Aufgabe, Idee, Lösung max 1.500 Zeichen insgesamt). In Brand Building und Activation Kategorien „Kreativer Ansatz/Storytelling“, „Handlung oder Reaktion“, „Kommunikationsziele“ und „Wirkung und Identität der Marke“ (nur in Brand Building) angeben. | 08 | Ggf. weitere Arbeiten/Leistungen zur Kampagne hinzufügen.   |
| 04 | Namen aller Beteiligten in den Credits angeben.   | 09 | Einreichung verbindlich zum Wettbewerb freigeben und ADC Teilnahmebedingungen akzeptieren. Das Datum der Freigabe gilt als Teilnahmedatum.  |
| 05 | Anzahl der Bestandteile (Board, Motiv, Exponat, Film, Spot, Audio, URL) festlegen.<br><br>Siehe <a href="#">Übersicht – Einreichungsmaterialien &amp; Gebühren</a> .  | 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. |
|    |   | 11 | Nach digitaler Prüfung auf Einhaltung der Wettbewerbsregeln seitens des ADC Teams erhält der/die Einreicher/in per E-Mail die Teilnahmebestätigung sowie alle relevanten Unterlagen (Rechnung, Adressetiketten, Barcodes etc.).   |
|    |   | 12 | Falls vorhanden, physisches Material (Exponate) mit Barcodes versehen und versenden (siehe <a href="#">Exponat</a> ).   |

### *ADC Support*

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

Wir freuen uns auf Euch!

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

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

# 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: 375,- € 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 und Corporate Identity werden die Boards physisch der Jury präsentiert. Kategorien, die den Druckservice erfordern, sind der **Übersicht – Einreichungsmaterialien & Gebühren** zu entnehmen. In Corporate Identity wird nur das erste hochgeladene Board gedruckt.

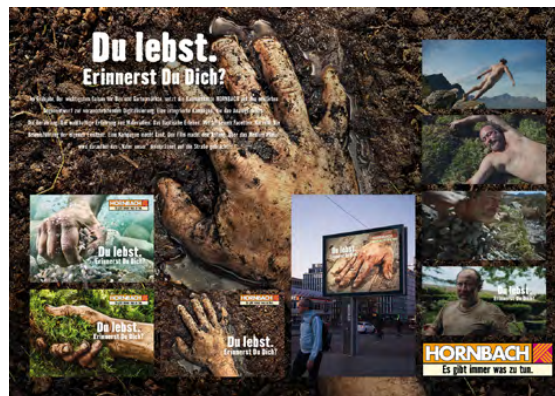
**JPG, Querformat, maximale Qualität, RGB (nicht CMYK), min. 1024 Pixel pro Bildkante und max. 2048 Pixel pro Bildkante, keine Freiflächen.**

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 Photography werden die Motive physisch der Jury präsentiert. Kategorien, die den Druckservice erfordern, sind der **Übersicht – Einreichungsmaterialien & Gebühren** zu entnehmen.

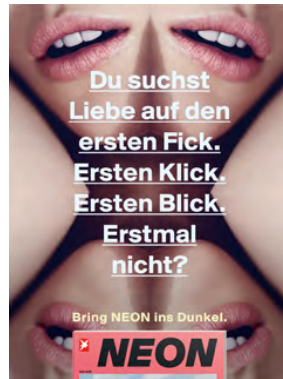
**JPG, maximale Qualität, RGB (nicht CMYK), min. 1024 Pixel pro Bildkante und max. 2048 Pixel pro Bildkante, keine Freiflächen.**

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 und physisch eingeschickt.

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.

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
<b>Auflösung</b>	768 x 576 Px	1024 x 576 Px	1280 x 720 Px	1920 x 1080 Px
<b>Level</b>	3/3.1/3.2/4/4.1	3/3.1/3.2/4/4.1	3/3.1/3.2/4/4.1	4/4.1
<b>Datenrate max.</b>	7500 kbit/Sek.	7500 kbit/Sek.	15 000 kbit/Sek.	15 000 kbit/Sek.

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

*Audio*

Eine innerhalb des Projektes entstandene Audio-Datei.

**max. 600 Sek.**

<b>Kanäle</b>	Stereo
<b>Container-Format</b>	MP3
<b>Sample-Rate</b>	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 2024**

**Angabe bei Passwortgeschützten Seiten –  
Benutzer: adcwettbewerb / Passwort: adc2024**

**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**

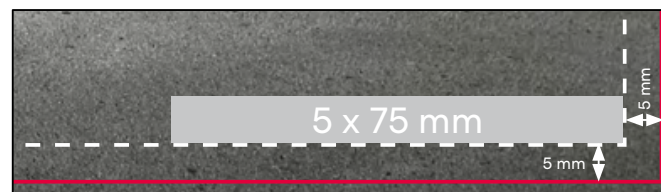
- Dateityp: PDF
- Dateigröße: max. 60 MB
- PDF Standard: PDF-X3:2002
- Kompatibilität: Acrobat 4 (PDF 1.3)
- Auflösung: 300 dpi
- Farbraum: nur CMYK, kein RGB
- Zielfarbraum: ISO-Coated V2 300 %
- Transparenzen reduziert
- Schriften eingebettet
- Haarlilien werden automatisch auf 0,076 mm gesetzt
- Min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



# Definitionen, Einreichungs- materialien & Gebühren

## *Bestandteile*

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

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

## *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 / CREATIVE TECHNOLOGY**

# 1. BRAND BUILDING

Langfristige Markenentwicklung/Markenbindung. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf der langfristigen Entwicklung der Marke und der Förderung einer starken und einprägsamen Markenidentität. Die eingereichten Arbeiten sollen darauf abzielen, eine konsistente und emotionale Verbindung zur Marke herzustellen und die Werte, Botschaften und Identität der Marke zu stärken. Hier sind vor allem Arbeiten gefragt, die sich auf die Entwicklung der Markenidentität konzentrieren, die Markengeschichte erzählen oder die Markenwerte hervorheben.

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



# 1. BRAND BUILDING

Langfristige Markenentwicklung/Markenbindung. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf der langfristigen Entwicklung der Marke und der Förderung einer starken und einprägsamen Markenidentität. Die eingereichten Arbeiten sollen darauf abzielen, eine konsistente und emotionale Verbindung zur Marke herzustellen und die Werte, Botschaften und Identität der Marke zu stärken. Hier sind vor allem Arbeiten gefragt, die sich auf die Entwicklung der Markenidentität konzentrieren, die Markengeschichte erzählen oder die Markenwerte hervorheben.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen  
und Kategoriehinweise*

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Teilnahmegebühren
<b>Film</b> max. 600 Sek.	<b>Minimale Anzahl</b> <b>Maximale Anzahl</b>	<b>Druckservice</b> 45€/Board/Motiv	<b>Casefilm</b> max. 180 Sek. <b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen <b>Thumbnail</b>	<b>PAUSCHAL</b>
<b>Audio</b> max. 600 Sek.				
<b>URL</b> Link				
<b>Board</b> PDF/JPG				
<b>Motiv</b> PDF/JPG				
<b>Exponat</b> JPG & muss dem ADC physisch vorliegen				

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"/>	<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	Ein Board	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
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"/>	<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	Ein Board	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
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"/>	<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	Ein Board	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
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"/>	<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	Ein Board	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
3 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"/>	<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	Ein Board	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
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"/>	<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	Ein Board	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
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"/>	<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"/>	995,-
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"/>	<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"/>	995,-

# 1. BRAND BUILDING

Langfristige Markenentwicklung/Markenbindung. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf der langfristigen Entwicklung der Marke und der Förderung einer starken und einprägsamen Markenidentität. Die eingereichten Arbeiten sollen darauf abzielen, eine konsistente und emotionale Verbindung zur Marke herzustellen und die Werte, Botschaften und Identität der Marke zu stärken. Hier sind vor allem Arbeiten gefragt, die sich auf die Entwicklung der Markenidentität konzentrieren, die Markengeschichte erzählen oder die Markenwerte hervorheben.

- 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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
<b>3</b>	<b>MOBILE/ONLINE MEDIA</b>	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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-	
	2 App	<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"/>	685,-	
	3 Plattform	<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"/>	685,-	
	4 Display	<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"/>	685,-	
<b>4</b>	<b>PRINT MEDIA</b>	Kommunikation für eine Marke in einem Print-Produkt (z. B. Magazin-, TZ Anzeige).													
	1 Anzeige (einzeln)				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-	
	2 Anzeige (Serie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-	
	3 Plakat (einzeln)				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-	
	4 Plakat (Serie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-	
	5 Broschüre (einzeln)					<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-	
	6 Broschüre (Serie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-	
<b>5</b>	<b>OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA</b>	Kommunikation für eine Marke auf Werbeformaten/Flächen im öffentlichen Raum (Plakate, Flächen aller Art, Wände, Fassaden etc.).													
	1 Out-of-Home/Ambient Media (einzeln)	<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	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-	
	2 Out-of-Home/Ambient Media (Serie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-	
	3 Digital Out-of-Home	<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"/>	685,-	
	4 Out-of-Home/Ambient Interactive Media	<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"/>	685,-	
<b>6</b>	<b>AUDIO MEDIA</b>	Kommunikation für Marken in Audio-Werbeformaten (Radiospots, Pre-/In-Stream Audio Ads etc.).													
	1 Radiospot (einzeln)		<input checked="" type="checkbox"/>					1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-	
	2 Radiospot (Serie)	<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"/>	995,-	

# 1. BRAND BUILDING

Langfristige Markenentwicklung/Markenbindung. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf der langfristigen Entwicklung der Marke und der Förderung einer starken und einprägsamen Markenidentität. Die eingereichten Arbeiten sollen darauf abzielen, eine konsistente und emotionale Verbindung zur Marke herzustellen und die Werte, Botschaften und Identität der Marke zu stärken. Hier sind vor allem Arbeiten gefragt, die sich auf die Entwicklung der Markenidentität konzentrieren, die Markengeschichte erzählen oder die Markenwerte hervorheben.

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice 45€/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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	
3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685.-
4 Podcast/Webcast (einzeln)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebscasts und Sendungen		✓					1	1		✓	✓	✓	375.-
5 Podcast/Webcast (Serie)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebscasts und Sendungen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		✓	✓	✓	995.-
<b>7 FILM</b>														
1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)	Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden.	✓						1	1			✓	✓	375.-
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. Arbeiten, welche nicht Bestandteil einer Serie sind dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Serie darf nur eine Arbeit eingereicht werden.	✓						1	1			✓	✓	375.-
3 TV-/Kinospot (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8			✓	✓	995.-
4 Digital Mobile Only (einzeln)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓						1	1			✓	✓	375.-
5 Digital Mobile Only (Serie)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8			✓	✓	995.-
6 Digital Pre-Roll Ads (einzeln)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓						1	1			✓	✓	375.-
7 Digital Pre-Roll Ads (Serie)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8			✓	✓	995.-
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			✓	✓	375.-
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			✓	✓	995.-
10 Point-of-Sale-Film	Kurze, lineare Filme, die für einen Ort konzipiert und umgesetzt wurden, an dem Kunden (ein-)kaufen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			✓	✓	685.-
11 Kurzfilm/Sonderformat	Filme, die für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert sind, (z. B. Digital Outdoor, Mobiltelefon, Projektion).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			✓	✓	685.-
12 Public-Service-Film		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			✓	✓	685.-
13 Film für Unternehmensdarstellung	Filme, die Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellen (z. B. Imagefilm).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			✓	✓	685.-
14 Filmische Dokumentation		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			✓	✓	685.-
15 Taktischer Film	Film, der tagesaktuelle Themen und Entwicklungen reflektiert und eine Reaktion im Bereich der PR provoziert. Es ist eine kurzfristige und nahezu tagesaktuelle Reaktion gemeint. Oft sind es einzelne Schaltungen, die nur an diesem einen Tag oder dieser einen Woche Sinn ergeben. Taktische Filme laufen nie über lange Zeit	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5			✓	✓	685.-

# 1. BRAND BUILDING

Langfristige Markenentwicklung/Markenbindung. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf der langfristigen Entwicklung der Marke und der Förderung einer starken und einprägsamen Markenidentität. Die eingereichten Arbeiten sollen darauf abzielen, eine konsistente und emotionale Verbindung zur Marke herzustellen und die Werte, Botschaften und Identität der Marke zu stärken. Hier sind vor allem Arbeiten gefragt, die sich auf die Entwicklung der Markenidentität konzentrieren, die Markengeschichte erzählen oder die Markenwerte hervorheben.

- 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	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	PDF/JPG	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen			max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		

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"/>	<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"/>	375,-
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"/>	<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"/>	995,-
2 CRISIS COMMUNICATION		PR, die Marken in eigenen Krisensituationen (Missmanagement, 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"/>	<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"/>	375,-
2 Crisis Communication (Serie)	Serie von mindestens zwei zusammenhängenden PR-Maßnahmen mit dem Ziel, Schadensbegrenzung für eine Marke zu betreiben.	<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"/>	995,-
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.	<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	3		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-
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.	<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"/>	995,-
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.	<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	3		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-
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.	<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"/>	995,-
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.	<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"/>	685,-
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.	<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"/>	685,-
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.	<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"/>	685,-

# 1. BRAND BUILDING

Langfristige Markenentwicklung/Markenbindung. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf der langfristigen Entwicklung der Marke und der Förderung einer starken und einprägsamen Markenidentität. Die eingereichten Arbeiten sollen darauf abzielen, eine konsistente und emotionale Verbindung zur Marke herzustellen und die Werte, Botschaften und Identität der Marke zu stärken. Hier sind vor allem Arbeiten gefragt, die sich auf die Entwicklung der Markenidentität konzentrieren, die Markengeschichte erzählen oder die Markenwerte hervorheben.

		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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/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	Audio		<input checked="" type="checkbox"/>					1	5					685,-	
5	Game			<input checked="" type="checkbox"/>				1	5					685,-	
6	Social Media Activation							1	5					685,-	
<b>4 BRAND DIALOG</b>															
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.															
<b>1 B2B</b> Business-to-Business-Dialog-Markenkommunikation.															
1	Mailing/Postsendung							1	5					685,-	
2	E-Mail							1	5					685,-	
3	Printanzeige							1	5					685,-	
4	Crossmediale Kampagne							1	5					685,-	
5	Mobile/Online							1	5					685,-	
6	Social Media							1	5					685,-	
7	Content Marketing							1	5					685,-	
8	Broadcast							1	5					685,-	
<b>2 B2C</b> Business-to-Consumer-Dialog-Markenkommunikation.															
1	Mailing/Postsendung							1	5					685,-	
2	E-Mail							1	5					685,-	
3	Printanzeige							1	5					685,-	
4	Crossmediale Kampagne							1	5					685,-	

# 1. BRAND BUILDING

Langfristige Markenentwicklung/Markenbindung. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf der langfristigen Entwicklung der Marke und der Förderung einer starken und einprägsamen Markenidentität. Die eingereichten Arbeiten sollen darauf abzielen, eine konsistente und emotionale Verbindung zur Marke herzustellen und die Werte, Botschaften und Identität der Marke zu stärken. Hier sind vor allem Arbeiten gefragt, die sich auf die Entwicklung der Markenidentität konzentrieren, die Markengeschichte erzählen oder die Markenwerte hervorheben.



Pflicht  
 Optional

*Kategoriedefinitionen  
und Kategoriehinweise*

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 45€/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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
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.	Optional	Optional	Optional	Pflicht	Optional	Optional	1	5		Optional	Optional	Optional	685,-	
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.	Optional	Optional	Optional	Pflicht	Optional	Optional	1	5		Optional	Optional	Optional	685,-	
7 Content Marketing	Speziell produzierte informierende, beratende und unterhaltende Medieninhalte, die Konsument/innen ansprechen sollen, um sie vom eigenen Unternehmen, der Marke/h bzw. dem Leistungsangebot zu überzeugen und die individuelle Kunden-/Markenbeziehung zu pflegen.	Optional	Optional	Optional	Pflicht	Optional	Optional	1	5		Optional	Optional	Optional	685,-	
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.	Optional	Optional	Optional	Pflicht	Optional	Optional	1	5		Optional	Optional	Optional	685,-	

## 2. ACTIVATION

Kurzfristige Aktivierung/Handlungsimpulse. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf Arbeiten, die kurzfristige, spezifische oder unmittelbare Aktionen oder Reaktionen der Zielgruppen auslösen. Dabei geht es um die direkte Interaktion mit dem Publikum, sei es durch Werbeaktionen, Verkaufsförderung oder zeitlich begrenzte Events. Sie können taktisch darauf ausgerichtet sein, einen bestimmten Verkaufs- oder Handlungsaspekt zu fördern und unmittelbare Handlungen wie Käufe, Teilnahmen oder Interaktionen auszulösen.

1 ADVERTISING	2 PROMOTION	3 PR ACTIVATION	4 DIALOG ACTIVATION	
<p><b>1 INTEGRATED</b></p> <p>1 Crossmediale Kampagne</p> <p><b>2 INTEGRATED ONLINE ONLY</b></p> <p>1 Crossmediale Online-/ Social-Media-Kampagne</p> <p><b>3 MOBILE/ONLINE MEDIA</b></p> <p>1 Web-/Microsite 2 App 3 Plattform 4 Display 5 Targeting/Real-Time Advertising</p> <p><b>4 PRINT MEDIA</b></p> <p>1 Anzeige (einzel) 2 Anzeige (Serie) 3 Plakat (einzel) 4 Plakat (Serie) 5 Broschüre (einzel) 6 Broschüre (Serie)</p> <p><b>5 OUT-OF-HOME/ AMBIENT MEDIA</b></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><b>6 AUDIO MEDIA</b></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><b>7 TV/CINEMA MEDIA</b></p> <p>1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden) 2 TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden) 3 TV-/Kinospot (Serie) 4 Digital Mobile Only (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><b>1 B2C-AKTIONEN</b></p> <p>1 B2C-Aktion (einzel) 2 B2C-Aktion (Serie)</p> <p><b>2 B2C-WERBEMITTEL</b></p> <p>1 B2C-Werbemittel</p> <p><b>3 B2B-AKTIONEN</b></p> <p>1 B2B-Aktion (einzel) 2 B2B-Aktion (Serie)</p> <p><b>4 B2B-WERBEMITTEL</b></p> <p>1 B2B-Werbemittel</p> <p><b>5 USER-GENERATED CONTENT</b></p> <p>1 User-Generated Content</p>	<p><b>1 PRODUCT PR</b></p> <p>1 Product PR (Einzelaktion) 2 Product PR (Serie)</p> <p><b>2 CAUSE-RELATED MARKETING</b></p> <p>1 Cause-Related Marketing (Einzelaktion) 2 Cause-Related Marketing (Serie)</p> <p><b>3 AGENDA SURFING</b></p> <p>1 Agenda Surfing</p> <p><b>4 PUBLIC AFFAIRS</b></p> <p>1 Public Affairs</p>	<p><b>1 B2B</b></p> <p>1 Dialog crossmediale Kampagne 2 Dialog Mailing/Postsendung 3 Dialog E-Mail 4 Dialog Printanzeige 5 Dialog Mobile 6 Dialog Online/Social Media 7 Dialog Content Marketing 8 Dialog Broadcast</p> <p><b>2 B2C</b></p> <p>1 Dialog crossmediale Kampagne 2 Dialog Mailing/Postsendung 3 Dialog E-Mail 4 Dialog Printanzeige 5 Dialog Mobile 6 Dialog Online/Social Media 7 Dialog Content Marketing 8 Dialog Broadcast</p>

## 2. ACTIVATION

Kurzfristige Aktivierung/Handlungsimpulse. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf Arbeiten, die kurzfristige, spezifische oder unmittelbare Aktionen oder Reaktionen der Zielgruppen auslösen. Dabei geht es um die direkte Interaktion mit dem Publikum, sei es durch Werbeaktionen, Verkaufsförderung oder zeitlich begrenzte Events. Sie können taktisch darauf ausgerichtet sein, einen bestimmten Verkaufs- oder Handlungsaspekt zu fördern und unmittelbare Handlungen wie Käufe, Teilnahmen oder Interaktionen auszulösen.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen  
und Kategoriehinweise*

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebmehrgewähr
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
<b>1 ADVERTISING</b>															
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.															
<b>1 INTEGRATED</b>		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"/>	<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"/>	995,-
<b>2 INTEGRATED ONLINE ONLY</b>		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"/>	<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"/>	995,-
<b>3 MOBILE/ONLINE MEDIA</b>		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"/>	<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"/>	685,-
2	App		<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"/>	685,-
3	Plattform		<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"/>	685,-
4	Display		<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"/>	685,-
5	Targeting / Real-Time Advertising		<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"/>	685,-
<b>4 PRINT MEDIA</b>		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"/>	375,-
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"/>	<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"/>	995,-
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"/>	375,-
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"/>	<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"/>	995,-
5	Broschüre (einzeln)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die in Druckerzeugnissen veröffentlicht wird.					<input checked="" type="checkbox"/>		1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-
6	Broschüre (Serie)	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die in einer Serie von mindestens zwei Broschüren, inhaltlich, gestalterisch und redaktionell miteinander verknüpft 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	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-



## 2. ACTIVATION

Kurzfristige Aktivierung/Handlungsimpulse. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf Arbeiten, die kurzfristige, spezifische oder unmittelbare Aktionen oder Reaktionen der Zielgruppen auslösen. Dabei geht es um die direkte Interaktion mit dem Publikum, sei es durch Werbeaktionen, Verkaufsförderung oder zeitlich begrenzte Events. Sie können taktisch darauf ausgerichtet sein, einen bestimmten Verkaufs- oder Handlungsaspekt zu fördern und unmittelbare Handlungen wie Käufe, Teilnahmen oder Interaktionen auszulösen.

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteile)			Tribunalsgebühren										
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL											
✓	Pflicht	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise																							
✓	Optional																								
<b>5 OUT-OF-HOME/AMBIENT MEDIA</b>		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. <b>--- Motive, die nicht Teil einer Kampagne sind, dürfen unbegrenzt eingereicht werden. Pro Kampagne darf nur ein Motiv eingereicht werden.</b>											✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	1		✓	✓	✓	375,-
2	Out-of-Home/Ambient Media (Serie)	--- Mit mindesten zwei Motiven. Je Kampagne darf auch max. ein Motiv in der Kategorie Einzelmotiv eingereicht werden.											✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		✓	✓	✓	995,-
3	Digital Out-of-Home	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die Bildschirme im öffentlichen Raum nutzt.											✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4	Out-of-Home/Ambient Interactive Media	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die mit Menschen im öffentlichen Raum interagiert.											✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	685,-
<b>6 AUDIO MEDIA</b>		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		✓	✓	✓	375,-
2	Radiospot (Serie)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-											
3	Pre-, Mid- und Post-Roll Ads	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	685,-												
4	Podcast/Webcast (einzeln)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen											✓	✓	✓	✓	✓	1	1		✓	✓	✓	375,-	
5	Podcast/Webcast (Serie)	Kreative vorproduzierte Audiopodcasts oder live ausgestrahlte Audiowebcasts und Sendungen											✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-	
<b>7 FILM</b>		Aktivierende Kommunikation für Marken in Werbeformaten.																							
1	TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)	Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.											✓						1	1		✓	✓	✓	375,-
2	TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)	Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen. Pro Kampagne darf nur ein Einzelspot eingereicht werden.											✓						1	1		✓	✓	✓	375,-
3	TV-/Kinospot (Serie)	Filme, die vorrangig für TV/Kino produziert wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen.											✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-
4	Digital Mobile Only (einzeln)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.											✓						1	1		✓	✓	✓	375,-
5	Digital Mobile Only (Serie)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.											✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-
6	Digital Pre-Roll Ads (einzeln)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.											✓						1	1		✓	✓	✓	375,-
7	Digital Pre-Roll Ads (Serie)	Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.											✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-
8	Online-Film (einzeln)	Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen.											✓						1	1		✓	✓	✓	375,-

## 2. ACTIVATION

Kurzfristige Aktivierung/Handlungsimpulse. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf Arbeiten, die kurzfristige, spezifische oder unmittelbare Aktionen oder Reaktionen der Zielgruppen auslösen. Dabei geht es um die direkte Interaktion mit dem Publikum, sei es durch Werbeaktionen, Verkaufsförderung oder zeitlich begrenzte Events. Sie können taktisch darauf ausgerichtet sein, einen bestimmten Verkaufs- oder Handlungsaspekt zu fördern und unmittelbare Handlungen wie Käufe, Teilnahmen oder Interaktionen auszulösen.

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 45€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			PAUSCHAL	
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail			
9	Online-Film (Serie)	Kurze, lineare Filme, die vorrangig für das Internet konzipiert und umgesetzt wurden. <b>Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital ist ausgeschlossen.</b>		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-
10	Point-of-Sale-Film	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
11	Kurzfilm/Sonderformat	Filme, die für spezielle Einsatzzwecke oder Medien konzipiert sind, (z. B. Digital Outdoor, Mobiltelefon, Projektion).		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
12	Public-Service-Film	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
13	Film für Unternehmensdarstellung	Filme, die Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellen (z. B. Imagefilm).		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
14	Filmische Dokumentation	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
15	Taktischer Film	Film, der tagesaktuelle Themen und Entwicklungen reflektiert und eine Reaktion im Bereich der PR provoziert. Es ist eine kurzfristige und nahezu tagesaktuelle Reaktion gemeint. Oft sind es einzelne Schaltungen, die nur an diesem einen Tag oder dieser einen Woche Sinn ergeben. Taktische Filme laufen nie über lange Zeit.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
<b>2 PROMOTION</b>																
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.																
<b>1 B2C AKTIONEN</b>																
Handel, z. B. Ideen unter Einbeziehung der Gegebenheiten vor Ort.																
1	B2C Aktion (einzeln)	Eine verkaufsfördernde Aktion, die sich direkt an Konsument/innen wendet. Die Aktion kann sowohl offline (z.B. Handel, Plakat, TV-Spot) als auch online (z.B. Website, Newsletter, Social Post) existieren. Wichtig ist dabei der eindeutig abverkaufsfördernde Aspekt. Wie schafft es die Aktion direkt Käufe oder Abschlüsse zu generieren?		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	1		✓	✓	✓	375,-
2	B2C Aktion (Serie)	Eine Reihe an verkaufsfördernden Aktionen, die sich direkt an Konsument/innen wendet und dabei mindestens drei inhaltlich verknüpfte Aktionen beinhaltet. Die Aktionen können sowohl offline (z.B. Handel, Plakat, TV-Spot) als auch online (z.B. Website, Newsletter, Social Post) existieren. Wichtig ist der eindeutig abverkaufsfördernde Aspekt. Wie schafft es jede Aktion oder Kampagne direkt Käufe oder Abschlüsse zu generieren? Typischerweise besteht die Serie aus nacheinander orchestrierten Kampagnen oder Phasen oder parallel angeordneten Aktionen für unterschiedliche Zielgruppen.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-
<b>2 B2C WERBEMITTEL</b>																
Ideen, die im Handel bzw. von Händler/innen vor Ort, am POS genutzt werden (Flyer, Broschüren, Poster etc.).																
1	B2C Werbemittel	Eine einzelne verkaufsfördernde Massnahme, die sich direkt an Konsument/innen wendet. Massnahme kann sowohl offline (z.B. Aufsteller, Give-Away, Plakat, TV-Spot) als auch online (z.B. Website, Newsletter, Social Post) existieren. Wichtig ist dabei der eindeutig abverkaufsfördernde Aspekt. Wie schafft es die Massnahme einen direkten Kauf oder Abschluss zu generieren?		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
<b>3 B2B AKTIONEN</b>																
Ideen zur Unterstützung des Außendienstes.																
1	B2B Aktion (einzeln)	Eine verkaufsfördernde Aktion, die sich an Geschäftspartner/innen wendet. Die Aktion kann sowohl offline (z.B. Handel, Plakat, Flyer) als auch online (z.B. Website, Newsletter, Social Post) existieren. Wichtig ist dabei der eindeutig abverkaufsfördernde Aspekt. Wie schafft es die Aktion direkt Käufe oder Abschlüsse zu generieren.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	1		✓	✓	✓	375,-
2	B2B Aktion (Serie)	Eine Reihe an verkaufsfördernden Aktionen, die sich an Geschäftspartner/innen wendet und dabei mindestens zwei inhaltlich verknüpfte Aktionen beinhaltet. Die Aktionen können sowohl offline (z.B. Handel, Plakat, Flyer) als auch online (z.B. Website, Newsletter, Social Post) existieren. Wichtig ist der eindeutig abverkaufsfördernde Aspekt. Wie schafft es jede Aktion oder Kampagne direkt Käufe oder Abschlüsse zu generieren? Typischerweise besteht die Serie aus nacheinander orchestrierten Kampagnen oder Phase oder parallel angeordneten Aktionen für unterschiedliche Zielgruppen.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-
<b>4 B2B WERBEMITTEL</b>																
Ideen, die Vertriebsmitarbeiter/innen nutzen, z. B. um Händler/innen zu überzeugen, ein Angebot zu listen.																
1	B2B Werbemittel	Eine einzelne verkaufsfördernde Massnahme, die sich an Geschäftspartner/innen wendet. Eine Massnahme kann sowohl offline (z.B. Aufsteller, Give-Away, Plakat, Flyer) als auch online (z.B. Website, Newsletter, Social Post) existieren. Wichtig ist dabei der eindeutig abverkaufsfördernde Aspekt. Wie schafft es die Massnahme einen direkten Kauf oder Abschluss zu generieren?		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-

## 2. ACTIVATION

Kurzfristige Aktivierung/Handlungsimpulse. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf Arbeiten, die kurzfristige, spezifische oder unmittelbare Aktionen oder Reaktionen der Zielgruppen auslösen. Dabei geht es um die direkte Interaktion mit dem Publikum, sei es durch Werbeaktionen, Verkaufsförderung oder zeitlich begrenzte Events. Sie können taktisch darauf ausgerichtet sein, einen bestimmten Verkaufs- oder Handlungsaspekt zu fördern und unmittelbare Handlungen wie Käufe, Teilnahmen oder Interaktionen auszulösen.

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
<input checked="" type="checkbox"/>	Pflicht	<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>													
<input checked="" type="checkbox"/>	Optional														
<b>5 USER GENERATED CONTENT</b>		Ideen, die Nutzer/innen dazu bringen, eigene Inhalte online zu veröffentlichen.													
1	User Generated Content	<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"/>	685,-	
<b>3 PR ACTIVATION</b>		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)													
<b>1 PRODUCT PR</b>		PR-Ideen, die Neukund/innen generieren und die Nachfrage steigern.													
1	Product PR (Einzelaktion)	<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"/>	375,-	
2	Product PR (Serie)	<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"/>	995,-	
<b>2 CAUSE RELATED MARKETING</b>		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)	<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"/>	375,-	
2	Cause Related (Serie)	<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"/>	995,-	
<b>3 AGENDA SURFING</b>		Ideen, die Themen für PR-Zwecke nutzen, die bereits in den Medien diskutiert werden.													
1	Agenda Surfing	<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"/>	685,-	
<b>4 PUBLIC AFFAIRS</b>		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	<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"/>	685,-	

## 2. ACTIVATION

Kurzfristige Aktivierung/Handlungsimpulse. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf Arbeiten, die kurzfristige, spezifische oder unmittelbare Aktionen oder Reaktionen der Zielgruppen auslösen. Dabei geht es um die direkte Interaktion mit dem Publikum, sei es durch Werbeaktionen, Verkaufsförderung oder zeitlich begrenzte Events. Sie können taktisch darauf ausgerichtet sein, einen bestimmten Verkaufs- oder Handlungsaspekt zu fördern und unmittelbare Handlungen wie Käufe, Teilnahmen oder Interaktionen auszulösen.

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen  
und Kategoriehinweise*

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Tribunnegebühren
<b>Film</b> max. 600 Sek.	<b>Minimale Anzahl</b> <b>Maximale Anzahl</b>	<b>Druckservice</b> 45€/Board/Motiv	<b>Casefilm</b> max. 180 Sek. <b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen <b>Thumbnail</b>	<b>PAUSCHAL</b>
<b>Audio</b> max. 600 Sek.				
<b>URL</b> Link				
<b>Board</b> PDF/JPG				
<b>Motiv</b> PDF/JPG				
<b>Exponat</b> JPG & 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.*

*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.*

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

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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	✓	✓	✓	995,-
2 Dialog Mailing/Postsendung	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	✓	✓	685,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	✓	✓	685,-
4 Dialog Printanzeige	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	✓	✓	685,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	✓	✓	685,-
6 Dialog Online/Social Media	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Geschäftspartner/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response (hier insbesondere Liken/Share) zu generieren.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	✓	✓	685,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	✓	✓	685,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	✓	✓	685,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	✓	✓	✓	995,-
2 Dialog Mailing/Postsendung	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe traditioneller Postmedien persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	✓	✓	685,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	✓	✓	685,-
4 Dialog Printanzeige	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die Printmedien nutzt und sich an Konsument/innen eines Unternehmens wendet, mit dem Ziel Response zu generieren.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	✓	✓	685,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	✓	✓	✓	685,-

## 2. ACTIVATION

Kurzfristige Aktivierung/Handlungsimpulse. Der Schwerpunkt dieser Kategorie liegt auf Arbeiten, die kurzfristige, spezifische oder unmittelbare Aktionen oder Reaktionen der Zielgruppen auslösen. Dabei geht es um die direkte Interaktion mit dem Publikum, sei es durch Werbeaktionen, Verkaufsförderung oder zeitlich begrenzte Events. Sie können taktisch darauf ausgerichtet sein, einen bestimmten Verkaufs- oder Handlungsaspekt zu fördern und unmittelbare Handlungen wie Käufe, Teilnahmen oder Interaktionen auszulösen.



✓ Pflicht  
✓ Optional

*Kategoriedefinitionen  
und Kategoriehinweise*

		<i>Bestandteile</i>							<i>Anzahl Bestandteile</i>		<i>Druckservice</i> 45€/Board/Motiv	<i>Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)</i>			<i>Teilnahmegebühren</i>  <b>PAUSCHAL</b>
		<b>Film</b> max. 600 Sek.	<b>Audio</b> max. 600 Sek.	<b>URL</b> Link	<b>Board</b> PDF/JPG	<b>Motiv</b> PDF/JPG	<b>Exponat</b> JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	<b>Minimale Anzahl</b>	<b>Maximale Anzahl</b>	<b>Casefilm</b> max. 180 Sek.		<b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen	<b>Thumbnail</b>		
6 Dialog Online/Social Media	Aktivierungs-/Verkaufskommunikation, die sich mithilfe sozialer Medien persönlich an Konsument/innen eines Unternehmens wenden, mit dem Ziel Response (hier insbesondere Liken/Share) zu generieren.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	

# 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 / IMMERSIVE	4 AI	5 INTERNET OF THINGS	6 DIGITAL TRANSFORMATION	7 DIGITAL FOR GOOD	8 DIGITAL SKILLS
<p><b>1 WEB-/MICROSITE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Website</li> <li>2 Microsite</li> </ul> <p><b>2 E-COMMERCE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Shop</li> <li>2 E-Commerce Experience</li> <li>3 Innovation</li> </ul> <p><b>3 ADVERTISING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Targeting/Real Time Advertising</li> <li>2 Innovation</li> </ul>	<p><b>1 APP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Native App</li> <li>2 Progressive Web App</li> <li>3 Prototype</li> <li>4 Innovation</li> </ul> <p><b>2 WEB PLATTFORM/ SERVICE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Web Plattform/Service</li> <li>2 Conversational Service</li> <li>3 Service Design</li> <li>4 Prototype</li> <li>5 Innovation</li> </ul> <p><b>3 SOCIAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Advertising</li> <li>2 Community Building</li> <li>3 Innovation</li> </ul> <p><b>4 GAMING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Mobile Game</li> <li>2 Browser Game</li> <li>3 Innovation</li> </ul>	<p><b>1 NFT/TOKENS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 NFT Project</li> <li>2 Innovation</li> </ul> <p><b>2 IMMERSIVE WEB</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Immersive Web Experience</li> <li>2 Innovation</li> </ul> <p><b>3 SPATIAL COMPUTING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Spatial Computing Experience</li> <li>2 Prototype</li> <li>3 Innovation</li> </ul> <p><b>4 VIRTUAL REALITY</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Virtual Reality Experience</li> <li>2 Innovation</li> </ul> <p><b>5 AUGMENTED REALITY</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 AR Experience</li> <li>2 AR Effect</li> <li>3 Innovation</li> </ul>	<p><b>1 AI/MACHINE LEARNING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 AI Product</li> <li>2 AI Experience</li> <li>3 Prototype</li> <li>4 Innovation</li> </ul>	<p><b>1 PRODUCT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Consumer Product</li> <li>2 Industrial Product</li> <li>3 Prototype</li> <li>4 Innovation</li> </ul>	<p><b>1 DIGITAL TRANSFORMATION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Digital Products &amp; Services</li> <li>2 Geschäftsmodell</li> <li>3 Start-up Idee/Konzept</li> <li>4 Innovation</li> </ul>	<p><b>1 DIGITAL FOR GOOD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Projekt</li> <li>2 Idee/Konzept</li> </ul>	<p><b>1 CREATIVE USE OF...</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 User Experience</li> <li>2 User Interface</li> <li>3 Service Design</li> <li>4 UI Animation</li> <li>5 UX-Writing</li> <li>6 Copywriting</li> <li>7 Content</li> <li>8 Code</li> <li>9 Data</li> <li>10 Voice/Conversation</li> <li>11 Internet of Things</li> <li>12 AI/Machine Learning</li> <li>13 Immersion (AR, VR, Web)</li> </ul>

### 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)			Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
<b>1 WEB 1.0</b>															
Statischen Webseiten, ohne tiefe Nutzer-Interaktion															
<b>1 WEB-/MICROSITE</b> 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		✓	✓	✓	685,-	
2 Microsite	Microsites, Webspecials, Landingpages, etc. die mit Idee und Liebe zum Detail überzeugen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
<b>2 E-COMMERCE</b>															
1 Shop	Webshops, die durch Aufbereitung und Nutzerführung bestechen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
2 E-Commerce Experience	Webshops, die Nutzern ein besonderes Erlebnis schaffen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
3 Innovation		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
<b>3 ADVERTISING</b>															
1 Targeting/ Real Time Advertising	Ideen und Konzepte, die Targeting und Echtzeit-Komponenten einsetzen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
1 Innovation		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
<b>2 WEB 2.0</b>															
Interaktive Websites und Anwendungen, auf denen Nutzer Inhalte schaffen können															
<b>1 APP</b>															
1 Native App	Smartphone Apps, die durch Idee, Nutzererlebnis und/oder Design überzeugen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
2 Progressive Web App	Tablet Apps, die durch Idee, Nutzererlebnis und/oder Design überzeugen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
3 Prototype	Desktop Apps, die durch Idee, Nutzererlebnis und/oder Design überzeugen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
4 Innovation	Web Apps, die sich wie native Apps verhalten, aber nicht über App Stores, sondern direkt über den Webbrowser laufen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	

### 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 Bestandteile)			Teilnahmegebühren
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
<b>2 WEB PLATTFORM/SERVICE</b>															
1	Web Plattform/Service	Web basierte Services und Tools, die Menschen und Unternehmen das Leben und Arbeiten erleichtern													685,-
2	Conversational Service	Interfaces, die durch Konzepte der Konversation bestehen													685,-
3	Service Design	Konzeption und/oder Gestaltung von Dienstleistungen und Prozessen für eine Webplattform/einen Web Service													685,-
4	Prototype														685,-
5	Innovation														685,-
<b>3 SOCIAL</b>															
1	Advertising	Kreative Werbe-Konzepte in / mit Social Media Plattformen													685,-
2	Community Building	Aufbau, Pflege und Interaktion einer lebendigen Community zum Beispiel mit einem Forum, WhatsApp, Discord oder Twitch													685,-
3	Innovation														685,-
<b>4 GAMING</b>															
1	Mobile Game	Spiele, optimiert für Smartphones und/oder Tablets													685,-
2	Browser Game	Web basierte Spiele, die direkt im Browser laufen													685,-
3	Innovation														685,-
<b>3 WEB 3 / IMMERVERSE</b>															
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.)															
<b>1 NFT/TOKENS</b>															
1	NFT Project	NFT Projekte, die durch Idee, Konzept und Design überzeugen													685,-
2	Innovation														685,-



### 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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
<b>2 IMMERSIVE WEB</b>															
1	Immersive Web Experience	Immersive Erlebnisse Im Browser oder einer App, ohne Headset													685,-
2	Innovation														685,-
<b>3 SPACIAL COMPUTUNG</b>															
1	Spacial Computing Experience	Überzeugt durch durch Idee, Nutzererlebnis und/oder Design.													685,-
2	Prototype														685,-
3	Innovation														685,-
<b>3 VIRTUAL REALITY</b>															
1	Virtual Reality Experience	Immersive VR-Erlebnisse mit VR-Headset													685,-
2	Innovation														685,-
<b>4 AUGMENTED REALITY</b>															
1	AR Experience	Erlebnisse, die durch Einsatz von Augmented-Reality überzeugen													685,-
2	AR Effect	AR-Effekte, Filter und Linsen													685,-
3	Innovation														685,-
<b>4 AI</b>															
<b>1 AI/MACHINE LEARNING</b>															
1	AI Product	Produkte, die sich durch intelligenten und/oder kreativen Einsatz von künstlicher Intelligenz auszeichnen.													685,-
2	AI Experience	Erlebnisse, die sich durch intelligenten und/oder kreativen Einsatz von künstlicher Intelligenz auszeichnen.													685,-
3	Prototype														685,-
4	Innovation														685,-

### 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)	Teilnahmegebühren		
Film	Audio	URL	Board	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	45€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		
Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl						
JPG & muss dem ADC physisch vorliegen								

5 INTERNET OF THINGS															
1 PRODUCT															
1 Consumer Product	Vernetzte Produkte für Konsument/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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
2 Industrial Product	Vernetzte Produkte für Unternehmen und industriellen Einsatz	<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"/>	685,-
3 Prototype	Vernetzte Produkte für Konsument/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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
4 Innovation	Vernetzte Produkte für Unternehmen und industriellen Einsatz	<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"/>	685,-
6 DIGITAL TRANSFORMATION															
1 DIGITAL TRANSFORMATION															
1 Digital Products & Services	Arbeiten, die Services umgestalten, um Werte zu schaffen und das Kundenerlebnis durch Digitalisierung zu verbessern.	<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"/>	685,-
2 Geschäftsmodell	Geschäftsmodelle, die Werte schaffen und das Kundenerlebnis durch Digitalisierung verbessern.	<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"/>	685,-
3 Start-up Idee/Konzept	Besonders kreative bzw. durchdachte User Experience	<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"/>	685,-
4 Innovation	Besonders kreative bzw. durchdachte User Experience	<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"/>	685,-
7 DIGITAL FOR GOOD															
1 DIGITAL FOR GOOD															
1 Projekt	Projekte, die durch Digitalisierung die Welt verbessern	<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"/>	685,-
2 Idee/Konzept	Ideen, die das Potential haben durch Digitalisierung die Welt zu verbessern	<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"/>	685,-

### 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*

<b>Bestandteile</b>	<b>Anzahl Bestandteile</b>	<b>Druckservice</b>	<b>Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)</b>	<b>Triebabgebühren</b>
<b>Film</b> max. 600 Sek. <b>Audio</b> max. 600 Sek. <b>URL</b> Link <b>Board</b> PDF/JPG <b>Motiv</b> PDF/JPG <b>Exponat</b> JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	<b>Minimale Anzahl</b>  <b>Maximale Anzahl</b>	<b>Druckservice</b> 45€/Board/Motiv	<b>Casefilm</b> max. 180 Sek. <b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen <b>Thumbnail</b>	<b>PAUSCHAL</b>

8 DIGITAL SKILLS																
1 CREATIVE USE OF ...		Besondere kreative Einzelleistungen														
1	User Experience	Besonders kreative bzw. durchdachte User Experience	<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"/>	685,-
2	User Interface	Besonders kreatives oder hochwertiges Interface 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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
3	Service Design	Besonders kreative Nutzung, Konzeption und/oder Gestaltung von Dienstleistungen und Prozessen	<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"/>	685,-
4	UI Animation	Besonders kreative Animationen, (Micro-) Interactions und Übergänge des User Interfaces	<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"/>	685,-
5	UX-Writing	Besonders kreatives UX-Writing	<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"/>	685,-
6	Copywritting	Besonders kreatives Copywriting	<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"/>	685,-
7	Content	Besonders kreativer Content oder Einsatz von Content	<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"/>	685,-
8	Code	Besonders kreative Programmierung einer Anwendung	<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"/>	685,-
9	Data	Besonders kreative Verwendung von Informationen/Daten	<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"/>	685,-
10	Voice/Conversation	Besonders kreative Verwendung von Konversation oder Spracheingabe	<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"/>	685,-
11	Internet of Things	Besonders kreative Verwendung von IoT Produkten	<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"/>	685,-
12	AI/Machine Learning	Besondere Einzelleistung in der Nutzung von künstlicher Intelligenz oder Machine Learning	<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"/>	685,-
13	Immersion (AR, VR, Web)	Besonders kreativer Einsatz von Immersion	<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"/>	685,-

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

# 4. SPATIAL EXPERIENCE

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen  
und Kategoriehinweise*

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Tribunnegebühren
<b>Film</b> max. 600 Sek.				
<b>Audio</b> max. 600 Sek.				
<b>URL</b> Link				
<b>Board</b> PDF/JPG				
<b>Motiv</b> PDF/JPG				
<b>Exponat</b> JPG & muss dem ADC physisch vorliegen				
<b>Minimale Anzahl</b>				
<b>Maximale Anzahl</b>				
<b>Druckservice</b> 45€/Board/Motiv				
<b>Casefilm</b> max. 180 Sek.				
<b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen				
<b>Thumbnail</b>				
<b>PAUSCHAL</b>				

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).														
Item	Description	Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
1	Museum/Pavillon Dauerhafte oder temporäre Gebäude, die für Ausstellungen konzipiert und gestaltet wurden. <i>Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2	Ausstellung Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. <i>Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3	Messeauftritt Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. <i>Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4	Exponat/Installation Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
5	Räumliche Intervention Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
6	Immersive Welt Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine Marken-Welt integrieren.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
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 vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2	Ausstellung Dauerhafte oder temporäre räumliche Präsentationen von Inhalten. <i>Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3	Messeauftritt Messestände oder andere räumliche Messeinszenierungen. <i>Bitte vermaßten Grundriss auf Teilbereich des Boards visualisieren.</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4	Exponat/Installation Einzelprojekte innerhalb von Museen, Ausstellungen, Messeauftritten oder anderen Anlässen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
5	Räumliche Intervention Gestalterische und räumliche Interventionen, sowohl im öffentlichen Raum als auch in anderen Räumen und Situationen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
6	Immersive Welt Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine Themen-Welt integriert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-

## 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 45€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren  PAUSCHAL
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & 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		✓	✓	✓	685,-	
3 Messeauftritt	Messeauftritte, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
5 Räumliche Intervention	Räumliche Interventionen, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
6 Immersive Welt	Räumliche VR/AR Installation, die Besucher/innen in eine hyperreale Welt integriert.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
<b>4 ONLINE/HYBRID EXHIBITION FOR SUBJECT</b> · 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		✓	✓	✓	685,-	
2 Ausstellung	Themen-Ausstellungen, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
3 Messeauftritt	Thematische Messeauftritte, die nur digital oder durch digitale oder virtuelle Verlängerungen von physischen Inszenierungen auch remote erlebbar gemacht werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
<b>5 EXHIBITION CRAFT</b> · Herausragende Einzelleistung eines Ausstellungsprojekts oder einer räumlichen Inszenierung.															
1 Art Direction / Dramaturgie	Räumlichen Inszenierung, die von einer herausragenden künstlerischen Leitung und/oder dramaturgischen Qualität geprägt sind.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
2 Architektur	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern: Die baulichen Eigenschaften, die Übereinkunft von funktionalen und gestalterischen Merkmalen in der räumlichen Organisation und Komposition.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
3 Rauminszenierung	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern: Die inszenatorischen Eigenschaften, die Übereinkunft von inhaltlichen und szenischen Merkmalen in der räumlichen und zeitlichen Komposition.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	

# 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
<b>Film</b> max. 600 Sek.		<b>Druckservice</b> 45€/Board/Motiv	<b>Casefilm</b> max. 180 Sek.	<b>PAUSCHAL</b>
<b>Audio</b> max. 600 Sek.			<b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen	
<b>URL</b> Link			<b>Thumbnail</b>	
<b>Board</b> PDF/JPG				
<b>Motiv</b> PDF/JPG				
<b>Exponat</b> JPG & muss dem ADC physisch vorliegen				
	<b>Minimale Anzahl</b>			
	<b>Maximale Anzahl</b>			

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.														
Code	Bezeichnung	Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	Preis
1	Corporate	Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2	Employee	Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3	Consumer	Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4	Public	Events, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
5	PR	Events und/oder Ereignisse, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
6	Promotion	Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilnehmern (B2B und B2C) inszeniert werden, z. B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
7	Charity	Events und/oder Ereignisse, die einem guten Zweck dienen.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
8	Bühnenshow	Besonders kreative oder innovative Bühnenszenierungen.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
9	Sponsorenauftritt	Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
10	Guerilla-Aktion	Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
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.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2	Employee	Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3	Consumer	Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4	Public	Events und/oder Ereignisse, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind.	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-

## 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 45€/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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	
5 PR	Events und/oder Ereignisse, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
6 Promotion	Promotion-Events sind Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilnehmern (B2B und B2C) inszeniert werden, z. B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
7 Charity	Events und/oder Ereignisse, die einem guten Zweck dienen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
8 Bühnenshow	Besonders kreative oder innovative Bühnenszenierungen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
9 Sponsorenauftritt	Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
10 Guerilla-Aktion	Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
<b>3 ONLINE EVENT</b> · Live-Events, die sich nicht an Publikum vor Ort, sondern ausschließlich an ein Online-Publikum richten.														
1 Corporate	Events, die sich an Partner, Händler oder B2B-Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2 Employee	Events, die sich an die Mitarbeiter eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3 Consumer	Events, die sich an die B2C Kunden eines Unternehmens richten.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4 Public	Events und/oder Ereignisse, die sich an die Öffentlichkeit richten oder die öffentlich zugänglich sind.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
5 PR	Events und/oder Ereignisse, die zur Verbreitung medialer Berichterstattung inszeniert werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
6 Promotion	Promotion-Events sind Ereignisse, die zur Aktivierung von Marktteilnehmern (B2B und B2C) inszeniert werden, z. B. zur Verkaufsförderung oder Verwendungsintensivierung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
7 Charity	Events und/oder Ereignisse, die einem guten Zweck dienen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
8 Bühnenshow	Besonders kreative oder innovative Bühnenszenierungen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
9 Sponsorenauftritt	Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen sein Sponsorenengagement bei einem anderen Event oder Projekt in Szene setzt.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
10 Guerilla-Aktion	Aktionen mit Eventcharakter, die im öffentlichen Raum oder anderen Situationen vermeintlich spontan und ohne geladenes oder vorinformiertes Publikum stattfinden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
<b>4 EVENT CRAFT</b> · Herausragende Einzelleistung eines Veranstaltungsprojekts														
1 Art Direction / Dramaturgie	Events, die von einer herausragenden künstlerischen Leitung und/oder dramaturgischen Qualität geprägt sind.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2 Regie		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-



## 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 45€/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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
3 Rauminzenierung	Herausragende Einzelleistung bei Raumbildern: Die inszenatorischen Eigenschaften, die Übereinkunft von inhaltlichen und szenischen Merkmalen in der räumlichen und zeitlichen Komposition.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
<b>3 INTERIOR DESIGN / PUBLIC SPACE</b>															
Ideen, die Räume für den Publikumsverkehr und/ oder den öffentlichen Raum gestalten.															
<b>1 INTERIOR DESIGN · Innenraum-Architektur/-Gestaltung (Arbeitswelten, Öffentliche Gebäude, Gastgewerbe, Geschäftsräume etc.)</b>															
1 Corporate	Arbeitswelten, Büros, Workspaces, Foyers, Townhalls, Bibliotheken, Corporate Branding in/ an Gebäuden, etc.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
2 Hospitality	Hotels, Restaurants, Bars, Cafés, Lobbies und Lounges, Clubs, Resorts etc.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
3 Retail/Shop Space	Einkaufszentren, Flagship-Stores, Shop-Design, POS-Inszenierungen, Schaufenster, Outlet-Center, usw.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
<b>2 URBAN DESIGN · Stadt- und Stadtraum-Architektur/-Gestaltung (urbane Räume mit ihren Einrichtungen und Möblierungen).</b>															
1 Outdoor Space	Inszenierungen und kommunikativ gestaltete Räume und Einrichtungen im urbanen öffentlichen Raum: Straßen, Plätze, Fußgängerzonen, Einrichtungen für den Verkehr, Sport- und Freizeiteinrichtungen, Pavillons, Stadtmobiliar, Brunnen, Orientierungs- und Informationssysteme im Stadtraum etc.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
2 Park/Landscape	Inszenierungen und kommunikativ gestaltete Räume und Einrichtungen im landschaftlich gestalteten Raum: Parks, Gärten, Gartenschauen, Zoo-Anlagen, Orientierungs- und Informationssysteme im Landschaftsraum, etc.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
<b>3 SERVICE DESIGN · Gestaltung eines physischen oder hybriden Gesamtsystems, in dem ein Dienstleistungsprozess abläuft.</b>															
1 Customer Experience	Konzeption von Dienstleistungsprozessen bzw. Gestaltung von Kundenerlebnissen/-erfahrungen. Analog und Digital.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	

# 5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Pressekodex 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](http://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 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

# 5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Pressekodex 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](http://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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL
<b>1 EDITORIAL</b>														
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie Verlagsprodukte mit einer deutlichen Trennung von redaktionellen Beiträgen und Werbung.														
<b>1 MAGAZIN</b> 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.						<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
3 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung. Es muss zusätzlich das vorherige Design/Exponat eingesendet werden.	<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"/>	685,-
4 Independent	Eine unabhängige Publikation für eine spezielle Zielgruppe, die im Eigenverlag des Herausgebers erscheint. Eingereicht werden können einzelne Ausgaben, Einzelausgaben oder Jahrgänge.	<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"/>	685,-
5 Newcomer	Eine Neuerscheinung, Einzelheft oder mehrere Ausgaben, die im Jahr der Einreichung erstmals publiziert wurden.	<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"/>	685,-
6 Sonderausgabe	Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Ausgabe und die Abhebung von den Standards.	<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"/>	685,-
7 Cover (einzeln)							<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-
8 Cover (Serie)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
9 Strecke (Spread) / Beitrag	Artikel, Strecken (Bildstrecken oder andere Strecken mit einer herausragenden Idee), Kolumnen etc.	<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"/>	685,-
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.	<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"/>	685,-
11 Sonstiges		<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"/>	685,-
<b>2 ZEITUNG</b> 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.						<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-
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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
3 Titelseite/Cover (einzeln)							<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-
4 Titelseite/Cover (Serie)		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-

# 5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Pressekodex 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](http://presserat.de)).

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile						Anzahl Bestandteile		Druckservice 45€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren  PAUSCHAL
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl		Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	
5 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. <b>Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung. Es muss zusätzlich das vorherige Design/Exponat eingensendet werden.</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
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		✓	✓	✓	685,-
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		✓	✓	✓	685,-
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		✓	✓	✓	685,-
9 Sonderausgabe		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	5		✓	✓	✓	685,-
10 Sonstiges		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
<b>3 BUCH</b>	Größeres, gebundenes Druckwerk.													
1 Buch (fiktional)	<b>Bewertet wird Konzept und Gestaltung der Publikation. Der Inhalt ist fiktional.</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2 Buch (nicht fiktional)	<b>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.</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3 Schutzumschlag		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4 Katalog		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
5 Sonstiges		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
<b>4 MOBILE/ONLINE MEDIA</b>	Journalistisch, redaktionell aufbereitete Online-Medien.													
1 Portal / Webmagazin / Social-Media-Magazin	<b>Beurteilt wird das Gesamtkonzept des Mediums. Dies kann auch ein zeitlich begrenztes Projekt sein, wenn die URL nicht mehr anzu-steuern ist, muss das Medium auf einer Beta-Seite präsentiert werden, um auch die Funktionalität mitbewerten zu können.</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2 Plattform	<b>Beurteilt wird das Gesamtkonzept der Plattform.</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3 Podcast (Ausgabe)			✓					1	1		✓	✓	✓	375,-
4 Podcast (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-
5 Vlog/Webcast (Ausgabe)			✓					1	1		✓	✓	✓	375,-
6 Vlog/Webcast (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-
7 Dokumentation	Eine Einzel-Doku oder Doku-Serie online.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-

# 5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Pressekodex 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](http://presserat.de)).

	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 45€/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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
8 Blog		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
9 Newsletter		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
10 Sonstiges		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
<b>5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES</b>		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		✓	✓	✓	685,-	
<b>2 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING</b>		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 Eigen-darstellungen von Einzelpersonen.													
<b>1 MAGAZIN</b>		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		✓	✓	✓	375,-	
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		✓	✓	✓	995,-	
3 Redesign	Eine visuelle und / oder konzeptionelle Neuüberarbeitung einer bereits bestehenden Publikation. Bewertet wird die neue Design, bzw. Konzeptleistung. Es muss zusätzlich das vorherige Design/Exponat eingesendet werden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
5 Newcomer	Eine Neuerscheinung, Einzelheft oder mehrere Ausgaben, die im Jahr der Einreichung erstmals publiziert wurden.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
6 Sonderausgabe		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
7 Cover (einzeln)							✓	1	1		✓	✓	✓	375,-	
8 Cover (Serie)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	8		✓	✓	✓	995,-	
9 Strecke (Spread)/Beitrag		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	

# 5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Pressekodex 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](http://presserat.de)).

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Triebnahgebühren
<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht	<input checked="" type="checkbox"/> Optional	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise	Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL
		11 Sonstiges	<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"/>	685,-
<b>2 ZEITUNG</b>		Täglich oder regelmäßig in kurzen Zeitabständen erscheinendes, nicht gebundenes/geheftetes Verlagsprodukt mit aktuellen Inhalten (Nachrichten, Berichte).													
		1 Ausgabe (einzeln)						<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-
		2 Jahrgang (Serie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
		3 Titelseite/Einzelcover						<input checked="" type="checkbox"/>	1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-
		4 Cover (Serie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
		5 Redesign	<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"/>	685,-
		6 Beitrag	<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"/>	685,-
		7 Format	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
		8 Serie	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
		9 Sonderausgabe	<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"/>	685,-
		10 Sonstiges	<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"/>	685,-
<b>3 BUCH</b>		Größeres, gebundenes Druckwerk.													
		1 Buch (fiktional)	<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"/>	685,-
		2 Buch (nicht-fiktional)	<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"/>	685,-
		3 Katalog	<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"/>	685,-
		4 Geschäftsbericht	<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"/>	685,-
		5 Sonstiges	<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"/>	685,-
<b>4 MOBILDE/ONLINE MEDIA</b>		Journalistisch, redaktionell aufbereitete Online-Medien.													
		1 Portal / Webmagazin / Social-Media-Magazin	<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"/>	685,-

## 5. PUBLISHING

Ausgezeichnet werden in dieser Concept-Kategorie Verlagsprodukte, bzw. Medien-Publikationen, die dem Presserecht und dem Pressekodex 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](http://presserat.de)).

	<input checked="" type="checkbox"/> Pflicht <input checked="" type="checkbox"/> Optional	<i>Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise</i>	Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice 45€/Board/Motiv	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteile)			Tribunalsgebühren  PAUSCHAL
			Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & 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		✓	✓	✓	685,-	
3 Podcast (Ausgabe)				✓					1	1		✓	✓	✓	375,-	
4 Podcast (Serie)			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-	
5 Vlog/Webcast (Ausgabe)				✓					1	1		✓	✓	✓	375,-	
6 Vlog/Webcast (Serie)			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	8		✓	✓	✓	995,-	
7 Dokumentation		Eine Einzel-Doku oder Doku-Serie online.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	375,-	
8 Blog			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
9 Newsletter			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
10 Sonstiges			✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
<b>5 CROSSMEDIA / SPECIAL USES</b>		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		✓	✓	✓	685,-	

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





## 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 45€/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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
6 Bericht		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
7 Buch		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
8 Blog/Vlog		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
<b>3 CORPORATE PUBLISHING / CONTENT MARKETING</b>															
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.															
<b>1 COPY FOR</b>															
1 Reportage		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
2 Interview		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
3 Essay		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
4 Kolumne/Kommentar		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
5 Porträt		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
6 Bericht		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
7 Buch		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
8 Blog/Vlog		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	

# 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			45€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		
Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat	JPG & 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

Item	Description	Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
1	Film (Script/Drehbuch)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2	Audio (Script)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3	Spatial Experience	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4	User Experience	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
5	Game	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-

*Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.*

# 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
<p><b>1 PRINT MEDIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Plakat (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur...)</li> <li>2 Anzeige (Werbung, Veranstaltung, Kunst, Kultur...)</li> <li>3 Bericht</li> <li>4 Buch</li> <li>5 Buchcover</li> <li>6 Kalender</li> <li>7 Collaterals</li> <li>8 Broschüre</li> <li>9 Print-Produktion</li> </ul> <p><b>2 PUBLIC SPACE MEDIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Spatial Experience Media</li> <li>2 POS/POP</li> <li>3 Shop Window</li> </ul> <p><b>3 SPECIAL MEDIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Orientierungssystem/Signaletik</li> <li>2 Logo</li> <li>3 Key Visual</li> <li>4 Pictogramm/Icon</li> <li>5 Infografik/Datenvisualisierung</li> <li>6 Schrift/Typografie</li> <li>7 Merchandise</li> </ul>	<p><b>1 USER INTERFACE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Web</li> <li>2 App</li> <li>3 Sonstiges</li> </ul> <p><b>2 DIGITAL DESIGN SYSTEM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Digital Design System</li> </ul> <p><b>3 CREATIVE USE OF ...</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Typography</li> <li>2 Colors</li> <li>3 Iconography</li> <li>4 UI Animation</li> <li>5 UI Sound &amp; Music</li> </ul>	<p><b>1 MOTION DESIGN FOR</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Corporate Design</li> <li>2 Advertising</li> <li>3 TV/Cinema</li> <li>4 App</li> <li>5 Web-/Microsite</li> <li>6 Online/Social Media</li> <li>7 Game</li> <li>8 Data Visualisation</li> <li>9 Digital Out-of-Home</li> <li>10 Spatial Experience</li> </ul>	<p><b>1 PACKAGES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Verpackung</li> <li>2 Promotion-Verpackung/Sonderform</li> <li>3 Werbemittel</li> <li>4 Innovation</li> </ul>	<p><b>1 PRODUCTS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Consumer Goods</li> <li>2 Industrial Goods</li> <li>3 Office</li> <li>4 Werbemittel</li> <li>5 Public Design</li> <li>6 Innovation</li> </ul> <p><b>2 SERVICE DESIGN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Customer Experience</li> </ul>

# 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
<b>Film</b> max. 600 Sek.	<b>Minimale Anzahl</b> <b>Maximale Anzahl</b>	<b>Druckservice</b> 45€/Board/Motiv	<b>Casefilm</b> max. 180 Sek. <b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen <b>Thumbnail</b>	<b>PAUSCHAL</b>
<b>Audio</b> max. 600 Sek.				
<b>URL</b> Link				
<b>Board</b> PDF/JPG				
<b>Motiv</b> PDF/JPG				
<b>Exponat</b> JPG & muss dem ADC physisch vorliegen				

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"/>	<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"/>	685,-
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"/>	<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"/>	685,-
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"/>	<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"/>	685,-
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"/>	<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"/>	685,-
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"/>	<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"/>	685,-
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"/>	<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"/>	685,-
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"/>	<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"/>	685,-
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"/>	<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"/>	685,-
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"/>	<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"/>	685,-
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"/>	<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"/>	685,-
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"/>	<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"/>	685,-
3 Shop Window	Designkonzept zur Gestaltung eines oder mehrerer Schaufenster. Notwendig ist Beschreibung der Zielsetzung.	<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"/>	685,-
3 SPECIAL MEDIA															
1 Orientierungssystem/Signaletik		<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	Ein Board	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-

# 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.

		Bestandteile							Anzahl Bestandteile		Druckservice		Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)			Tribunnegebühren													
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL															
✓	Pflicht	Kategoriedefinitionen und Kategoriehinweise																											
✓	Optional																												
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	Ein Board	✓	✓	✓	685,-
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	Ein Board	✓	✓	✓	685,-
4	Pictogram/Icon	Stilisierte, einfach wahrzunehmende und zu interpretierende Zeichen/Darstellungen, die bestimmte Informationen vermitteln, z. B. Orientierungszeichen														✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5	Ein Board	✓	✓	✓	685,-
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	Ein Board	✓	✓	✓	685,-
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, handschriftlich oder illustrated Type. Daher sind auch Schriftentwürfe einzureichen. Die Typografie muss zentraler Bestandteil der Arbeit sein.														✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5	Ein Board	✓	✓	✓	685,-
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	Ein Board	✓	✓	✓	685,-
<b>2 INTERFACE DESIGN</b>																													
Besondere Einzelleistungen in der Gestaltung von Benutzeroberflächen																													
<b>1 USER INTERFACE</b>																													
1	Web	Gestaltung von Websites, Microsites & Webspecials, Landingpages														✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2	App	Gestaltung von Smartphone, Tablet und Desktop Apps														✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3	Sonstiges															✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
<b>2 DIGITAL DESIGN SYSTEM</b>																													
1	Digital Design System	Aufbereitung von Digitalen Design Systemen, die durch Handwerk und Konsistenz bestehen														✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2	5		✓	✓	✓	685,-
<b>2 CREATIVE USE OF ...</b>																													
1	Typography	Besondere kreative Einzelleistungen im Einsatz von Typograph für Web und App														✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2	Colors	Besondere kreative Einzelleistungen im Einsatz von Farben für Web und App														✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3	Iconography	Besondere kreative Einzelleistungen im Einsatz von Ikonographie für Web und App														✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4	UI Animation	Besondere kreative Einzelleistungen im Einsatz von Animationen, (Micro) Interactions und Übergängen im Interface Design für Web und App														✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
5	UI Sound & Music	Besondere kreative Einzelleistungen im Einsatz von Sound und Musik für Web und App														✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-

# 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
<b>Film</b> max. 600 Sek.	<b>Minimale Anzahl</b> <b>Maximale Anzahl</b>	<b>Druckservice</b> 45€/Board/Motiv	<b>Casefilm</b> max. 180 Sek. <b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen <b>Thumbnail</b>	<b>PAUSCHAL</b>
<b>Audio</b> max. 600 Sek.				
<b>URL</b> Link				
<b>Board</b> PDF/JPG				
<b>Motiv</b> PDF/JPG				
<b>Exponat</b> JPG & 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		✓	✓	✓	685,-
2	Advertising	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3	TV/Cinema	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4	App	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
5	Web-/Microsite	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
6	Online/Social Media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
7	Game	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
8	Data Visualisation	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
9	Digital Out-of-Home	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
10	Spatial Experience	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-

## 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		✓	✓	✓	685,-
---	------------	---	---	---	---	---	---	---	---	--	---	---	---	-------

# 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 45€/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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Casefilm max. 180 Sek.		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
2 Promotion-Verpackung/Sonderform	Temporäre/limitierte Verpackungen für ausgewählte Anlässe.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
3 Werbemittel	Verpackungen als Werbemedium, über den Zweck Verpackung hinaus.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
4 Innovation	Neu entwickeltes/geschaffenes Packaging Design.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
<b>5 PRODUCT DESIGN</b>															
Designte serielle und/oder industrielle Konsumgüter (technische Geräte, Haushaltsgeräte, Werkzeuge, Geschirr, Möbel, Leuchten, Spielzeug, Accessoires etc.) oder Investitionsgüter (Medizintechnik, Nutzfahrzeuge, Produktionsmaschinen, Messgeräte etc.)															
<b>1 PRODUCTS</b>															
1 Consumer Goods	Design für Produkte des privaten Gebrauchs.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
2 Industrial Goods	Design für Produkte des industriellen und geschäftlichen Gebrauchs.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
3 Office	Designs für Büroeinrichtung & -bedarf (z.B. Konferenzmöbel, Ablagesysteme, Schreibgeräte u.v.m.) sowie innovative Ideen für die Arbeitsplatzgestaltung.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
4 Werbemittel	Design für Produktproben, Give Aways o. ä. --- <b>Notwendig ist die Beschreibung der Zielsetzung.</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
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		✓	✓	✓	685,-	
<b>2 SERVICE DESIGN</b>															
1 Customer Experience	Konzeption von analogen und digitalen Dienstleistungsprozessen bzw. Gestaltung von Kundenerlebnissen/-erfahrungen.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-	



# 8. IMAGERY

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

1 PHOTOGRAPHY	2 ILLUSTRATION	3 POST-PRODUCTION / CGI
<b>1 PHOTOGRAPHY FOR</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 Brand and Product Presentation</li><li>2 Online/Social Media</li><li>3 Editorial</li><li>4 Spacial Experience</li><li>5 Corporate Publishing</li><li>6 Photography in Moving Images</li><li>7 Free Works</li><li>8 Post-Production</li></ul>	<b>1 ILLUSTRATION FOR</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 Brand Building</li><li>2 Activation</li><li>3 Spatial Experience</li><li>4 Online/Social Media</li><li>5 Editorial</li><li>6 Corporate Publishing</li><li>7 Freie Arbeit/Eigenwerbung</li></ul>	<b>1 POST-PRODUCTION / CGI FOR PHOTOGRAPHY</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 Projekt</li></ul>
<b>2 CINEMAGRAPHS / SINGLE IMAGE MONTAGE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 Cinemagraphs / Single Image Montage</li></ul>		<b>2 POST-PRODUCTION / CGI FOR ILLUSTRATION</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 Projekt</li></ul>
<b>3 HOLISTIC PHOTOGRAPHY OBJECTS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 Holistic Photography Objects</li></ul>		<b>3 HYBRID POST-PRODUCTION / CGI</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 Projekt</li></ul>

# 8. IMAGERY

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen  
und Kategoriehinweise*

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Triebmehrgelassen
<b>Film</b> max. 600 Sek.				
<b>Audio</b> max. 600 Sek.				
<b>URL</b> Link				
<b>Board</b> PDF/JPG				
<b>Motiv</b> PDF/JPG				
<b>Exponat</b> JPG & muss dem ADC physisch vorliegen				
<b>Minimale Anzahl</b>				
<b>Maximale Anzahl</b>				
<b>Druckservice</b> 45€/Board/Motiv				
<b>Casefilm</b> max. 180 Sek.				
<b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen				
<b>Thumbnail</b>				
<b>PAUSCHAL</b>				

1 PHOTOGRAPHY												
Fotografische Abbildungen aller Art mit kommerziellen (Werbe-, Mode-, Industriefotografie etc.) sowie journalistischen (Reportagen, Dokumentationen etc.) Intentionen für alle Offline- und Online-Medien.												
1 PHOTOGRAPHY FOR												
1 Brand an Product Presentation	Fotografie, die entweder eine Marke inszeniert oder ein Produkt/eine Produktgruppe.	<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	11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
2 Social Media	Fotografie für den Einsatz in sozialen Medien.	<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	11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
3 Editorial	Fotografie für redaktionelle Beiträge.	<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	11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
4 Spatial Experience	Fotografie, die in einer Interaktion mit einem Raum steht und dadurch neue Aspekte und Erlebnisse schafft. --> 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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
5 Corporate Publishing	Fotografie für werbliche redaktionelle Beiträge.	<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	11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
6 Photography in Moving Images	Fotografie, die einen massgeblichen Anteil an einem filmischen Format hat.	<input checked="" type="checkbox"/>						1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
7 Free Works	Fotografie ohne Auftrag.	<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	11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
8 Post-Production	Fotografie, die durch die Postproduktion auf einen höheren Level gehoben wird. Ebenso Anwendungen von CGI, Teil-CGI oder weiteren Techniken.	<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	11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
2 CINEMAGRAPHS / SINGLE IMAGE MONTAGE												
1 Cinemagraphs / Single Image Montage	Fotografien, in denen eine kleine, sich wiederholende Bewegung stattfindet. Sie entstehen durch die Aufnahme einer Reihe von Fotos, die mit Hilfe einer Bildbearbeitungssoftware zu einer nahtlosen Schleife aufeinanderfolgender Bilder zusammengesetzt werden.	<input checked="" type="checkbox"/>						1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
3 HOLISTIC PHOTOGRAPHY OBJECTS												
1 Holistic Photography Objects	Ganzheitliche Fotografieprojekte. Vom Fotobuch über fotografische Online-Projekte bis hin zu Fotografeausstellungen etc.	<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	1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-

# 8. IMAGERY

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen  
und Kategoriehinweise*

Bestandteile	Anzahl Bestandteile	Druckservice	Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)	Tribunnegebühren
<b>Film</b> max. 600 Sek.		<b>Druckservice</b> 45€/Board/Motiv	<b>Casefilm</b> max. 180 Sek.	
<b>Audio</b> max. 600 Sek.			<b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen	
<b>URL</b> Link			<b>Thumbnail</b>	
<b>Board</b> PDF/JPG				<b>PAUSCHAL</b>
<b>Motiv</b> PDF/JPG				
<b>Exponat</b> JPG & muss dem ADC physisch vorliegen				
	<b>Minimale Anzahl</b>			
	<b>Maximale Anzahl</b>			

## 2 ILLUSTRATION

Gezeichnete, gemalte und/oder collagierte bildnerische Darstellungen aller Art (von der Bleistift- oder Federzeichnung über Radierungen, Lithographien, Graffiti und Comics bis hin zu rein digital erstellten Illustrationen) für alle Offline- und Online-Medien.

### 1 ILLUSTRATION FOR

		Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
1 Brand Building	Illustrationen, die zum Brand Building einen Beitrag leisten..	<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"/>	685,-
2 Activation	Illustrationen, die zur Aktivierung/zur Kaufmotivation einen Beitrag leisten.	<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"/>	685,-
3 Spatial Experience	Illustration, die zur Raumerlebnissen/-erfahrungen beitragen. --- Zur Bewertung dieser kreativen Teilleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.	<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"/>	685,-
4 Online/Social Media	Illustration für den Online-Einsatz und/oder in sozialen Medien.	<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"/>	685,-
5 Editorial	Illustration für redaktionelle Beiträge.	<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"/>	685,-
6 Corporate Publishing	Illustration für werbliche redaktionelle Beiträge.	<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"/>	685,-
7 Freie Arbeit / Eigenwerbung	Illustration ohne Auftrag.	<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"/>	685,-

## 3 POST-PRODUCTION / CGI

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie besonders kreative, digital nachbearbeitete Fotografien oder Illustrationen (Motivveränderungen, Licht- oder Farbveränderungen etc.), außerdem rein digital mithilfe von 3D-Computergrafik-Software erstellte Bilder, die wie Fotografien wirken, aber nicht traditionell fotografiert worden sind (z. B. surreale, utopische oder extraterrestrische Motive).

### 1 POST-PRODUCTION / CGI FOR PHOTOGRAPHY

1 Projekt		<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
-----------	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

### 2 POST-PRODUCTION / CGI FOR ILLUSTRATION

1 Projekt		<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"/>	685,-
-----------	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

### 3 HYBRID POST-PRODUCTION / CGI

1 Projekt		<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
-----------	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---	---	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------

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

# 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.	Minimale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	PAUSCHAL
Audio max. 600 Sek.	Maximale Anzahl		Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	
URL Link			Thumbnail	
Board PDF/JPG				
Motiv PDF/JPG				
Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen				

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"/>	375,-
2 Radiospot (Serie)	Radiospot-Serie, bestehend aus mindestens zwei Spots einer Kampagne.	<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
3 Pre-, Mid- und Post-Roll Ads		<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
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																
Audio-Produktionen klassischer Verlage, von Journalist/innen, Vloggern/Bloggern oder Corporate Publishern.																
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"/>	375,-
2 Podcast/Webcast (Serie)	Vorproduzierte Audiopodcast-Serie oder live ausgestrahlte Audiowebrtcast-Serie/Sendung, bestehend aus mehreren Folgen.	<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-
3 Hörbuch		<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
2 PODCAST/WEBCAST ADS																
Audio-Werbeformate in Podcast-/Webcast-Produktionen.																
1 Audio Ad	Audio-Ad, die speziell für Podcast/Webcast erdacht wurde.	<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
2 Sponsorship	Sponsorship-Audio-Inhalte, die speziell für Podcast/Webcast erdacht wurden und einen Werbepartner präsentierten und einbinden.	<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
3 Branded Content	Branded Content, der speziell für Podcast/Webcast erdacht wurde.	<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-

# 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
<b>Film</b> max. 600 Sek.				
<b>Audio</b> max. 600 Sek.				
<b>URL</b> Link				
<b>Board</b> PDF/JPG				
<b>Motiv</b> PDF/JPG				
<b>Exponat</b> JPG & muss dem ADC physisch vorliegen				
<b>Minimale Anzahl</b>				
<b>Maximale Anzahl</b>				
<b>Druckservice</b> 45€/Board/Motiv				
<b>Casefilm</b> max. 180 Sek.				
<b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen				
<b>Thumbnail</b>				
<b>PAUSCHAL</b>				

## 3 AUDIO DESIGN

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie exzellente Kompositionen, um einen bestimmten Ton oder Soundeffekt zu erzeugen. Dabei handelt es sich um Audio-Elemente, die in einer Vielzahl von Bereichen eingesetzt werden, u.a. in Filmen, in der Fernsehproduktion, im Motion-Design sowie in den Bereichen Digital und Spatial Experiences.

### 1 AUDIO DESIGN

Item	Description	Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
1 for Film	Audio Design speziell produziert für einen Spot oder eine Spot-Serie für z. B. TV, Kino, Web, Showroom oder PoS.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2 for Digital Experience	Audio Design speziell produziert für die akustische Interaktionsgestaltung mittels Funktionsklängen (UI/UX-Sounds).	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3 for Spatial Experience	Audio Design speziell produziert für den dreidimensionalen räumlichen Einsatz für z. B. Games, VR/AR-Anwendungen oder Live-Experiences. --- Zur Bewertung dieser kreativen Teileleistung muss das Gesamtkonzept ausreichend ausführlich beschrieben werden, so dass die Funktion dieser Leistung verständlich und bewertbar ist.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4 for Online/Social Media	Audio Design für Websites und Social Media-Assets.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
5 for Motion Design	Audio Design speziell produziert für eindrucksvolle audiovisuelle Gestaltung, z. B. Titelanimationen, Interface-/Interaction Design, Datenvisualisierungen, Erklärfilme, etc.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
6 Brand/Corporate Design	Ganzheitliche Audio Designkonzepte für Unternehmen und/oder Marken.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
7 Audio Logo	Audio Design speziell verdichtet zu einem kurzen und prägnanten Audio Logo oder Jingle.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-

## 4 MUSIC

Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie kreative Produktionen bzw. künstlerische Werke (freie oder Auftragsarbeiten) aus rhythmisch organisierten Tönen und Klängen.

### 1 MUSIC

Item	Description	Film	Audio	URL	Board	Motiv	Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
1 New Composition for Advertising		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
2 New Music Composition for the Record Industry		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
3 Use of existing Music (Pick)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
4 Brand Partnership Music	Eine kreative Kollaboration einer Marke und eines Künstlers, idealerweise eine perfekte Business-Symbiose für beide Partner.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-
5 Brand Experience Music	Eine kreative Idee, die eine Marke durch die Kraft der Musik holistisch erfahrbar und erlebbar macht, touchpointunabhängig.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	5		✓	✓	✓	685,-

# 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)	Tribunalsgebühren		
Film	Audio	URL	Board	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link	PDF/JPG	45€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		
Exponat	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Motiv					
JPG & muss dem ADC physisch vorliegen			PDF/JPG					

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"/>	<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"/>	685,-
6 AUDIO CRAFT															
Besondere Einzelleistungen im Zusammenhang mit Audio-Medieninhalten bzw. Audio-Anwendungen.															
1 AUDIO CRAFT															
1 Regie	Kreative Regie- oder Konzeptionsleistungen im Audiobereich				<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"/>	685,-
2 Audio Engineering	Kreative Mix/Mastering/Schnitt- oder sonstige Audiobearbeitungstechniken				<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"/>	685,-
3 Casting	Besetzung sowie Fit von Sprechern/Stimmen für Audioproduktionen				<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"/>	685,-

# 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 (einzeln)
- 2 Online-Film (Serie)
- 3 Digital Pre-Roll Ad (einzeln)
- 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 CRAFT

- 1 Regie
- 2 Kamera
- 3 Schnitt
- 4 Casting
- 5 Post-Production/CGI/VFX
- 6 Set/Production Design
- 7 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 FOR MOBILE/ONLINE MEDIA

- 1 Digital Mobile Only (einzeln)
- 2 Digital Mobile Only (Serie)
- 3 Digital Pre-Roll Ad (einzeln)
- 4 Digital Pre-Roll Ad (Serie)
- 5 Online-Film (einzeln)
- 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 CRAFT

- 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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL	
<b>1 LIVE ACTION FILM</b>															
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.															
<b>1 FILM FOR TV/CINEMA</b>															
1 TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)	Film als Gesamtwerk bis 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung 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"/>	375,-	
2 TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)	Film als Gesamtwerk ab 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung 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"/>	375,-	
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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-	
<b>2 FILM FOR MOBILE/ONLINE MEDIA</b>															
1 Online-Film (einzeln)	Film, welcher für Mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital Pre-Roll Ad ist ausgeschlossen.	<input checked="" type="checkbox"/>						1	1		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	375,-	
2 Online-Film (Serie)	Filmserie, welche für Mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Digital Pre-Roll Ad ist ausgeschlossen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-	
3 Digital Pre-Roll Ad (einzeln)	Pre-Roll Ad, welche für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung 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"/>	375,-	
4 Digital Pre-Roll Ad (Serie)	Pre-Roll Ads Serie, welche für mobile Endgeräte und Onlinemedien produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-	
<b>3 MUSIC VIDEO</b>															
1 Music Video	Film, der eine Musikkomposition bebildert.	<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"/>	685,-	
<b>4 FILM PUBLISHING</b>															
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"/>	<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"/>	685,-	
2 Dokumentation	Film, der nonfiktionalen Ereignisse dokumentiert (z. B. Biographie, Mockumentary, investigative Dokumentation)	<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"/>	685,-	
3 Public-Service-Film		<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"/>	685,-	
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"/>	375,-	
5 Vlog / Webcast (Serie)	Filmserie, die als Vlog/Webcast produziert wurde.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-	

# 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)			Tribunnegebühren	
		Film max. 600 Sek.	Audio max. 600 Sek.	URL Link	Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek.	Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen	Thumbnail	PAUSCHAL		
<b>5 SPECIAL FORMATS</b>																
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"/>	685,-
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"/>	685,-
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"/>	685,-
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"/>	685,-
<b>6 FILM CRAFT · Herausragende Einzelleistung eines Filmprojekts</b>																
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"/>	685,-
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"/>	685,-
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"/>	685,-
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"/>	685,-
5	Post-Production/CGI/VFX	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"/>	685,-
6	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"/>	685,-
7	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"/>	685,-
<b>2 ANIMATED FILM</b>																
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.																
<b>1 ANIMATION FOR TV/CINEMA</b>																
1	TV-/Kinospot (Einzelspot bis 30 Sekunden)	Trickfilm als Gesamtwerk bis 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung 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"/>	375,-
2	TV-/Kinospot (Einzelspot ab 30 Sekunden)	Trickfilm als Gesamtwerk ab 30", welcher für TV/Kino produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung 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"/>	375,-
3	TV-/Kinospot (Serie)	Trickfilme, die als Serie produziert und auch geschaltet wurden, welche für TV/Kino produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung der gleichen Schnittfassung in den digitalen oder Online-Kategorien ist ausgeschlossen.		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	2	8		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	995,-

# 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 JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice 45€/Board/Motiv	Casefilm max. 180 Sek. Beschreibungstext max. 1.800 Zeichen Thumbnail	PAUSCHAL
<b>2 ANIMATION FOR MOBILE/ONLINE MEDIA</b>												
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. ----> Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.										375,-
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. ----> Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.										995,-
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. ----> Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.										375,-
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. ----> Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.										995,-
5	Online-Film (einzeln)	Trickfilm, welcher primär für das Internet konzipiert und produziert wurde. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen. ----> Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.										375,-
6	Online-Film (Serie)	Trickfilmserien, welche primär für das Internet konzipiert und produziert wurden. --- Eine weitere Einreichung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen. ----> Eine weitere Einreichung der gleichen Schnitfassung in den Kategorien TV/Kino oder Onlinefilm ist ausgeschlossen.										995,-
<b>3 ANIMATION MUSIC VIDEO</b>												
1	Music Video	Trickfilm, der eine Musikkomposition bebildert.										685,-
<b>4 ANIMATION PUBLISHING</b>												
1	Film für Unternehmensdarstellung	Trickfilm, der Unternehmen, Unternehmenszweige, Produkte oder Dienstleistungen zu Präsentationszwecken darstellt (z. B. Image-, Produkt- oder Schulungsfilm)										685,-
2	Dokumentation	Trickfilm, der nonfiktionalen Ereignisse dokumentiert (z. B. Biographie, Mockumentary, investigative Dokumentation)										685,-
3	Public-Service-Film											685,-
4	Vlog / Webcast (Ausgabe)	Trickfilm, der vorrangig als Vlog/Webcast produziert wurde										375,-
5	Vlog / Webcast (Serie)	Trickfilmserie, die vorrangig als Vlog/Webcast produziert wurde										995,-
<b>5 SPECIAL FORMATS</b>												
1	Kurzfilm/Sonderformat	Trickfilm mit einer Länge von bis zu 30 Minuten, welcher für spezielle Einsatzzwecke oder Medien produziert wurde.										685,-
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.										685,-
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.										685,-
4	Film für Point-of-Sale	Trickfilm, der speziell für den Ort des Verkaufs produziert wurde (z. B. Geschäft, Stand)										685,-

# 10. FILM

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

- Pflicht
- Optional

*Kategoriedefinitionen  
und Kategoriehinweise*

		<i>Bestandteile</i>							<i>Anzahl Bestandteile</i>		<i>Druckservice</i>	<i>Präsentationsformate (zählt nicht als Bestandteil)</i>			<i>Teilnahmegebühren</i>
		<b>Film</b> max. 600 Sek.	<b>Audio</b> max. 600 Sek.	<b>URL</b> Link	<b>Board</b> PDF/JPG	<b>Motiv</b> PDF/JPG	<b>Exponat</b> JPG & muss dem ADC physisch vorliegen	<b>Minimale Anzahl</b>	<b>Maximale Anzahl</b>	<b>Druckservice</b> 45€/Board/Motiv	<b>Casefilm</b> max. 180 Sek.	<b>Beschreibungstext</b> max. 1.800 Zeichen	<b>Thumbnail</b>	<b>PAUSCHAL</b>	
<b>6 ANIMATION CRAFT</b>															
1	Regie	Künstlerische Leitung					<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	685,-
2	Character Development	Gestaltung der handelnden Figuren					<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	685,-
3	Post-Production/CGI/VFX	Nachbearbeitung / 3D Bildsynthese/-gestaltung / Visuelle Effekte					<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	685,-
4	Animation	Tatsächliche Animation/Bewegung von handelnden Figuren eines Filmes.					<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	685,-

# 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)	Teilnahmegebühren		
Film	Audio	URL	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link			45€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		
Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat JPG & muss dem ADC physisch vorliegen							

1 MANDATE														
Ausgezeichnet werden in dieser Unterkategorie beauftragte, gesponserte oder geförderte Arbeiten/Werke.														
1 MANDATE														
1 Projekt		<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	Ein Board	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
2 INDEPENDENT														
Selbst initiierte, freie Arbeiten/Werke.														
1 INDEPENDENT														
1 Projekt		<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	Ein Board	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-
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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1	5	Ein Board	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	685,-

## 12. INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY

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

# 12. INNOVATION / CREATIVE TECHNOLOGY

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)			Teilnahmegebühren
Film	Audio	URL	Minimale Anzahl	Maximale Anzahl	Druckservice	Casefilm	Beschreibungstext	Thumbnail	PAUSCHAL
max. 600 Sek.	max. 600 Sek.	Link			45€/Board/Motiv	max. 180 Sek.	max. 1.800 Zeichen		
Board PDF/JPG	Motiv PDF/JPG	Exponat	JPG & muss dem ADC physisch vorliegen						

1 CONCEPT														
Klar umrissener Plan/Entwurf für eine technische Innovation.														
1 CONCEPTS														
1 Projekt		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1	5		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	685,-
2 PROTOTYPE														
Entwurfsmuster/-objekt oder Vorab-Konstruktion einer geplanten Serienfertigung.														
1 PROTOTYPES														
1 Projekt		<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"/>	685,-
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"/>	<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"/>	685,-



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 2023 und dem 15. Februar 2024 erstmals veröffentlicht wurden. Arbeiten aus Januar 2023, die bereits zum ADC Wettbewerb 2023 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 und damit der ADC Wettbewerb enden mit der Beendigung der Grands Prix Wahlen. Plagiats- und Dublettenhinweise sind an das ADC Wettbewerbsteam zu richten. Der Einreicher versichert, unter den registrierten Kontaktdaten mindestens bis Ende September 2024 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 Juni 2024 auszustellen

und öffentlich vorzuführen und die besten Arbeiten auf der Bühne der ADC Award Show zu präsentieren. Der ADC beabsichtigt ferner, ausgezeichnete Arbeiten auch nach dem Wettbewerb zu Zwecken der Eigenwerbung für den ADC als Veranstalter des Wettbewerbs zu nutzen. Bis zur Bearbeitung der Rücksendungen nach dem ADC Festival behält der ADC die Arbeiten in seinem Besitz. Ferner werden alle Gewinnerarbeiten veröffentlicht und/oder öffentlich zugänglich gemacht, insbesondere im Rahmen der ADC Gallery, ADC Virtual Gallery 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](mailto:wettbewerb@adc.de)

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