



Einsendeschluss: 21. Februar 2017

ADC Switzerland Awards 2017 Call for Entries

Jurierung am 28. und 29. März 2017

Einsendeschluss: Verlängert bis 7. März 2017



Inhaltsverzeichnis

1. <u>Das Grundsätzliche</u>	3
2. <u>Das Finanzielle und das Rechtliche</u>	7
3. <u>Das digitale Einreichen</u>	10
4. <u>Die Kategorien</u>	12
5. <u>Die Formate und technischen Anforderungen</u>	19
6. <u>Die Termine</u>	26



1. Das Grundsätzliche

Warum Agenturen, Auftraggeber und Kreative beim ADC Switzerland einreichen sollten.

Nicht nur, weil der ehemalige ADC Präsident und heutige Bestsellerautor Martin Suter einst geschrieben hatte: «Der ADC verbessert die Werbung, indem er sie juriert.» (was übrigens noch heute Gültigkeit hat). Sondern auch, weil ausgezeichnete kreative Kommunikation ein Vorbild für die Auftraggeber ist. Weil ausgezeichnete kreative Kommunikation ein Vorbild für die Kommunikationswirtschaft ist, insbesondere für den Nachwuchs. Und weil ausgezeichnete kreative Kommunikation Freude macht – häufig auch dem Publikum.

Die Jury des ADC setzt sich aus führenden Kreativen der Kommunikationswirtschaft zusammen: Creative Directors, Art Directors, Textern, Konzeptern, Autoren, Regisseuren, Filmern, Fotografen, Illustratoren, Musikern, Innovatoren, Designern, Internetspezialisten u.a. Sie diskutieren und beurteilen die eingereichten Arbeiten und setzen mit ihrer Wahl neue Standards. Entsprechend wertvoll ist ein ADC Würfel, und der gilt darum als härteste kreative Währung der Schweiz. Entsprechend hoch im Kurs bei den Auftraggebern und innerhalb der Branche sind die Agenturen und Personen, die hinter ausgezeichneten Arbeiten stehen.

Das wird juriert.

Juriert werden Arbeiten, die zwischen dem 1.1.2016 und dem 31.12.2016 in der Schweiz konzipiert und in der Schweiz und/oder im Ausland veröffentlicht wurden.

Juriert und ausgezeichnet werden in der Regel nur Arbeiten, für die eine Schweizer Agentur bzw. eine konzeptionell zuständige Firma in der Schweiz eindeutig verantwortlich zeichnet (Ausnahmen unter Kat. Film, Foto & Illustration).

Die Arbeiten müssen genauso eingereicht werden, wie sie erschienen sind (Format, Logogrösse etc.). Ein/e Verantwortliche/r der Agentur muss während der Jurierung jederzeit erreichbar sein, um in Zweifelsfällen Auskunft geben zu können. Wir verlangen eine entsprechende Bestätigung und für Rückfragen eine Agenturreferenz und eine Auftraggeberreferenz mit Telefonnummer (siehe Einreichungsformular).

Die Jurierungskriterien.

Qualität kennt keine Quote. Darum diskutiert und juriert der ADC nur nach qualitativen Kriterien. Erstens nach dem System 7+ von Michael Conrad. Und zweitens mit den 3Qs (3 Questions) von Frank Bodin.

7+:

10. Weltklasse
9. Neuer Standard in der Werbung
8. Neuer Standard in der Kategorie
7. Exzellent in der Ausführung
6. Frische Idee
5. Innovative Strategie
4. Klischee
3. Nicht konkurrenzfähig
2. Destruktiv
1. Erschreckend

3Qs:

Macht es Sinn?

Bewegt es Menschen und die Marke?

Ist es vorbildlich?

Die Kategorien.

Arbeiten können in 18 Kategorien eingereicht werden. Es gibt sowohl mediale als auch handwerkliche Kategorien.

Mediale Kategorien sind: Digital, Film, Anzeigen, Plakate, Direktmarketing, Promotionen & Events, Radio, Klein-aber-fein, Design, Creative Media, Evergreen, Kampagnen.

Handwerkliche oder Craft-Kategorien sind: Digital, Musik (Sound & Design), Foto & Illustration, Art Direction, Text.

Was neu ist gegenüber dem Vorjahr.

a) Die Kategorie Digital wird um die Subkategorie Online Kampagnen ergänzt. Diese umfasst neu Kampagnen, die nur für Online konzipiert wurden und mindestens 2 Massnahmen beinhalten, z.B. Website plus Online-Video.

b) Neu ist die Kategorie PR. Juriiert werden kreative Arbeiten, die mit dem Ziel eines positiven Echos in den Medien und/oder den sozialen Medien konzipiert und realisiert wurden. Die Arbeiten erbringen den Nachweis einer Multiplikation durch Medien (earned) und/oder soziale Medien (shared). Als Beurteilungsgrundlage müssen zusätzlich Clippings oder Monitorings vorliegen (als PDF unter „Beilagen“ hochladen).

c) Ebenfalls neu ist die Kategorie „Students“. Ein grosses Anliegen des ADC Switzerland ist die Förderung und die Weiterbildung von kreativen Talenten. Im Rahmen des bedeutendsten Kreativwettbewerbs der Schweiz, werden erstmals Studierende und Absolventen von (Fach-)Hochschulen oder Privatschulen mit kreativem Schwerpunkt dazu aufgerufen, ihre besten Kreationen, Semester- oder Abschlussarbeiten einzureichen. Den eingereichten Arbeiten muss jeweils eine Bestätigung beiliegen (unter „Beilagen“ hochladen), aus der das Thema und der Name des Studierenden sowie – bei einer Semester- und Abschlussarbeit – das Abgabedatum der Arbeit hervorgeht. Die Bestätigung muss vom zuständigen Dozenten/Professor unterschrieben sowie mit dem Stempel der (Fach-)Hochschule oder Privatschule mit kreativem Schwerpunkt versehen sein.

Die ADC Jury bewertet in den Subkategorien Digital, Cast/Audiovisuelle Medien, Visuelle Kommunikation & Design sowie Craft die Shortlist. Die herausragendste Arbeit erhält die Auszeichnung „Student of the year“ und wird bei der „Students Competition“ des ADC of Europe eingereicht.

d) In der Kategorie Kampagnen werden die Unterkategorien „Cross-Media Kampagnen“ und „Integrierte Kampagnen“ zusammengelegt. Die Bewertungskriterien bleiben gleich.

e) Die Abstimmung an der vergangenen ADC MV hat ergeben, dass Rückstufungen einer Arbeit – Bronze zu Shortlist – durch die Gold-Jury in seltenen Ausnahmefällen möglich sind. Dazu benötigt es eine 2/3-Mehrheit der Goldjury.



Was zwar nicht mehr neu ist, aber dennoch wichtig.

f) Als Patronatgeber lädt der ADC Switzerland die Gewinner des Swiss Photo Award – the.selection in den Kategorien Werbung und Fashion zur Teilnahme am ADC Award 2017 ein. Gesucht werden veröffentlichte Fotografierarbeiten aus dem Jahr 2016, z.B. Auftragsarbeiten für Editorials, Dokumentationen, Corporate-Design-Programme oder Werbung aller Art.

g) Der ADC lädt die Gewinner des Wettbewerbs GRAND 2016, der Association du Grand Prix Romand de la Création, in den gleichen Kategorien zur Teilnahme an den ADC Awards 2017 ein.

h) Wichtiger Hinweis für Gratis-Einreicher: Wenn die Arbeit ausgezeichnet wird, stellen wir, wie allen Einreichern, einen Herstellkostenanteil für die Dokumentation und Veröffentlichung (ADC Web-App etc.) in Rechnung. Die Publikation einer Auszeichnung bewegt sich zwischen 500 CHF und 650 CHF.

i) Doppelauszeichnungen in der Unterkategorie Interactive Promotions (Kategorie Digital) und der Kategorie Promotionen & Events sind nicht möglich.

j) Mehrfachauszeichnungen (z.B. Gold und Silber für die gleiche Arbeit oder dreimal Bronze für die gleiche Arbeit) sind möglich, mit Ausnahme der Kombination der Kategorien Ambient mit Plakaten, der Kombination Online-Werbung und Promotionen & Events bei gleichen Einreichungen sowie der Kategorie Klein-aber-fein, da in dieser Kategorie eingesandte Arbeiten von anderen Kategorien ausgeschlossen sind.

Mehrfach-Goldauszeichnungen sind nicht mehr möglich, mit Ausnahme in der Kombination mit den Kategorien Kampagnen und Evergreen. Bei einer allfälligen Mehrfach-Goldauszeichnung (z.B. die gleiche Kampagne in der Kategorie Anzeigen und in der Kategorie Plakate) entscheidet die Gold-Jury, in welcher der beiden Kategorien die Arbeit Gold erhält und in welcher sie bei Silber bleibt.

k) Die Craft-Kategorien Art Direction, Digital, Text und Musik (Sound & Design) haben zum Ziel, je die drei herausragendsten Arbeiten auszuzeichnen. In der Regel können in diesen drei Kategorien darum nur je maximal sechs Shortlists vergeben werden bzw. je einmal Gold, einmal Silber und einmal Bronze.

l) Die Online-Vorjurierungen in den Kategorien Digital und Text sind ein Must und dienen den Jurypräsidenten als Diskussionsgrundlage. Die Vorjurierung erfolgt nach qualitativen Kriterien (7+ oder 3Q). Die nachfolgende Gold-Jury ist verpflichtet, diese zwei Kategorien ebenfalls vorgängig über Nacht anzuschauen.

m) Die Evergreens werden ganz am Ende juriert.

n) Die Gewinner des Young Creatives Award und/oder die Gewinner der Ad School können für CHF 150 Young Professionals werden. Die jungen Kreativen und angehenden Professionals aus der Kommunikationsbranche (U30) sind somit ein Teil des Clubs. Automatisch als mögliche Young Professionals qualifiziert sind die Gewinner von Gold, Silber und Bronze der Ad School (rückwirkend bis ins Schuljahr 2010) sowie die acht Gewinner (vier Zweierteams) eines ADC Young Creatives Award (ebenfalls rückwirkend bis 2010). Die Gewinner der Ad School und des ADC Young Creatives Award sind automatisch als Juroren bei der nächstliegenden anstehenden ADC Jurierung zugelassen (1. Tag, Shortlist und Bronze). Die Jung-Juroren werden vom Jury Chairman gleichmässig auf alle Jury-Gruppen aufgeteilt (maximal zwei Young Professionals pro Jury-Gruppe).

Es gibt nichts zu verlieren.

Shortlist, Bronze, Silber, Gold, Evergreen – das alles kann man beim ADC Switzerland gewinnen.

Schafft es eine Arbeit auf die Shortlist, erscheint sie in der ADC Web-App sowie im optional bestellbaren Buch und man erhält eine Urkunde.

Gewinnt eine Arbeit Bronze, erscheint sie in der ADC Web-App sowie im optional bestellbaren Buch und man erhält einen Bronzewürfel und eine Urkunde.

Gewinnt eine Arbeit Silber, erscheint sie in der ADC Web-App sowie im optional bestellbaren Buch und man erhält einen Silberwürfel und eine Urkunde.

Gewinnt eine Arbeit Gold oder Evergreen, erscheint sie in der ADC Web-App sowie im optional bestellbaren Buch. Man erhält einen Gold- oder Evergreenwürfel und eine Urkunde. Die Goldauszeichnung kann zudem kostenlos an der Jurierung des ADC of Europe teilnehmen. Und kommt gross heraus an der **ADC Preisverleihung mit anschliessender Gala am 1. April 2017.**

Gewinner der Kategorie „Students“.

Schafft es eine Arbeit auf die Shortlist, erscheint sie in der ADC Web-App sowie im optional bestellbaren Buch und Sie erhalten eine Urkunde. Für die Publikation fallen für die Students keine Kosten an.

Die herausragendste Arbeit erhält die Auszeichnung „Student of the year“. Der Gewinner erhält eine Urkunde und die Arbeit ist zudem für die „Students Competition“ des ADC of Europe qualifiziert.



2. Das Finanzielle und das Rechtliche

Die Einreichungsgebühren.

Einzeleinreichung	CHF 300 plus 8% MwSt.
Kampagne mit zwei bis drei Teilen	CHF 500 plus 8% MwSt.
Kampagne mit vier bis sechs Teilen	CHF 600 plus 8% MwSt.
Kategorie Digital*	CHF 480 plus 8% MwSt.
Kategorie Evergreen*	CHF 850 plus 8% MwSt.
Kategorie Kampagnen*	CHF 850 plus 8% MwSt.
Kategorie Students*	CHF 50 plus 8% MwSt.

*unabhängig von der Anzahl eingereicherter Teile

Die Rechnung.

Die Bezahlung ist einfach. Nachdem die Arbeit(en) auf der Website fertig erfasst sind, wird die Einreichungsgebühr bequem und einfach per Kreditkarte oder PostFinance bezahlt, woraufhin die Einreichung definitiv bestätigt wird.

Wenn eine Arbeit ausgezeichnet und in der ADC Web-App 2017 und im optional bestellbaren Buch veröffentlicht wird, stellen wir zusätzlich einen Herstellkostenanteil für die Dokumentation in Rechnung (gilt auch für Gratis-Einreicher). Die Anzahl Auszeichnungen ist noch eine Unbekannte: Die Publikation einer Auszeichnung wird sich zwischen 500 CHF und 650 CHF bewegen.

Die Bezahlung.

Online mit Kreditkarte oder via PostFinance.

Das wird juriert.

Juriert werden Arbeiten, die zwischen dem 1.1.2016 und dem 31.12.2016 in der Schweiz konzipiert und in der Schweiz und/oder im Ausland veröffentlicht wurden.

Juriert und ausgezeichnet werden in der Regel nur Arbeiten, für die eine Schweizer Agentur bzw. eine konzeptionell zuständige Firma in der Schweiz eindeutig verantwortlich zeichnet

Ausnahmen: Unter Film kann ein Schweizer Regisseur auch eine für das Ausland bzw. für eine Agentur im Ausland realisierte Arbeit einreichen. Dasselbe gilt in der Kategorie Foto & Illustration für Schweizer Fotografen und Illustratoren.

Arbeiten, die zwar im Ausland konzipiert wurden, dies aber ausdrücklich nur für die Schweiz, in der sie exklusiv zum Einsatz kamen, sind zugelassen.

Die Arbeiten müssen genauso eingereicht werden, wie sie erschienen sind (Format, Logogrösse etc.). Ein/e Verantwortliche/r der Agentur muss während der Jurierung jederzeit erreichbar sein, um in Zweifelsfällen Auskunft geben zu können. Wir verlangen eine entsprechende Bestätigung und für Rückfragen eine Agenturreferenz und eine Auftraggeberreferenz mit Telefonnummer (siehe Einreichung).

Kategorie Studenten

Für die Kategorie Students gelten andere Grundsätze. Den eingereichten Arbeiten muss jeweils eine Bestätigung beiliegen (unter „Beilagen“ hochladen), aus der das Thema und der Name des Studierenden sowie – bei einer Semester- und Abschlussarbeit – das Abgabedatum der Arbeit hervorgeht. Die Bestätigung muss vom zuständigen Dozenten/Professor unterschrieben sowie mit dem Stempel der (Fach-)Hochschule oder Privatschule mit kreativem Schwerpunkt versehen sein.

Das wird nicht juriert.

Nicht juriert werden fiktive Kampagnen, Einzelarbeiten oder Projekte, die einzig für Präsentationszwecke oder die Jurierung hergestellt und nicht publiziert oder realisiert wurden. Oder die als Teil eines redaktionellen Beitrags («Wie würden Werbeprofis dies und jenes verkaufen?») erschienen sind. Arbeiten, die in einer Form eingereicht werden, die nicht ihrer effektiven Erscheinung entsprechen, können zurückgewiesen werden. Um hier nur einige Beispiele zu nennen: halbseitige Anzeigen, die als Doppelseiten eingereicht werden; Filme, die nur pro forma einmal in einem Lokalsender geschaltet worden sind; Plakate, die einzig zum Fotografieren aufgehängt wurden. Arbeiten, die in Form, Farbe, Inhalt und Erscheinung nicht der Realität entsprechen bzw. der Prüfung nicht standhalten, fallen ebenfalls unter den Tisch.

Im Zweifelsfall wird zur Überprüfung die zuständige Auftraggeberreferenz kontaktiert, die – zusammen mit einer Einsatzbestätigung – auf jedem Online-Einreichungsformular angegeben werden muss.

Die Präsidenten der verschiedenen Jurygruppen machen den Jury-Chairman auf zweifelhafte Einreichungen aufmerksam. Die Schlichtungskommission, bestehend aus fünf Jurypräsidenten, hat dann über die Disqualifikation einer Arbeit zu entscheiden. Diese erfolgt, wenn die Abklärung beim Auftraggeber keine eindeutig positive Bestätigung erbracht hat – oder wenn im Zweifelsfall die Agentur auf Anfrage bis zum Ende der Jurierung keinen Originalbeleg und/oder eindeutigen Einschaltplan nachliefert.

Damit es keinen Streit gibt.

Bei der ADC Jurierung gelten im Allgemeinen die gleichen Teilnahmebedingungen wie bei den sonstigen Kreativwettbewerben. Die Jury tagt öffentlich, zwischen Jury und Publikum findet jedoch keine Interaktion statt. Über ihre Entscheidungen darf man sich freuen oder ärgern. Der ADC führt keine Korrespondenz darüber und auch der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Die online eingereichten Angaben sind verbindlich. Bei Verletzungen der Teilnahmebedingungen ist eine allfällige Auszeichnung ungültig. Der ADC lehnt jede Haftung ab, wenn durch falsche oder unvollständige Angaben irgendwelche Urheberrechte oder empfindliche Seelen verletzt werden. Oder wenn Arbeiten beschädigt oder geklaut werden oder anderweitig verloren gehen. Im Falle eines Falles müssen Sie uns ein zweites Exemplar einer prämierten Arbeit einreichen.

Falsch eingereichte Arbeiten werden nicht juriert. **Und der ADC zahlt auch keine Einreichungsgebühren zurück. Dies gilt auch für registrierte Arbeiten, die nachträglich vom Einreicher zurückgezogen werden.**

Der ADC gibt die eingereichten Arbeiten nicht zurück. Sie verbleiben zu Ausstellungs- und ähnlichen Zwecken beim ADC. Das Einverständnis der Einsender ist mit deren Einreichung stillschweigend gegeben.

Wenn noch nicht alles klar sein sollte.

Im Zweifelsfall kann man sich an die ADC Geschäftsstelle wenden:
T 044 262 00 33 oder M info@adc.ch

Damit nichts zu spät kommt.

Einsendeschluss ist der 21. Februar 2017. Sollten – nur in Ausnahmefällen – die Einreichungen nicht termingerecht eintreffen oder erfasst werden, muss dies unbedingt mit der Geschäftsstelle vereinbart werden. Mehraufwand, welcher durch verspätete und/oder ungenaue Einreichungen entsteht, wird den Einreichern zusätzlich nach Aufwand verrechnet. Um Fehler und Mehrkosten zu vermeiden, bitten wir Sie, die Ausschreibung genau durchzulesen.

Damit nichts auf der Strecke bleibt.

Die Online-Einreichung ist auf www.adc.ch verfügbar, die Einsendeadresse für physische Anhänge lautet: ADC Switzerland, Zentralstrasse 18, 8003 Zürich.



3. Das digitale Einreichen

Die Einreichung ist digital.

Alle Arbeiten können auf www.adc.ch eingereicht werden. Das bedeutet weniger Papierkram, schnelleres und bequemer Einreichen, mehr Übersicht und mühelose Zahlungsabwicklung.

Um Arbeiten auf der Website einreichen zu können, müssen man sich zunächst anmelden oder registrieren. Dann kann man auf der Website den Einreichungsprozess starten. Bis zum Einsendeschluss oder bis zur Bezahlung der Einreichungsgebühr kann man die Einreichungen bearbeiten.

Wenn Sie das Formular ausfüllen.

Bitte seien Sie von Beginn an sorgfältig. Sämtliche Angaben, die Sie im Online-Einreichungsformular erfassen, werden für einen späteren Zweck benötigt. Für die ADC Web-App, das optional bestellbare ADC Buch, den Medaillenspiegel, die Pressemitteilungen und für vieles mehr.

Bitte vergessen Sie niemanden, der für die Arbeit mitverantwortlich zeichnet. Führen Sie die Personen mit Vor- und Nachnamen auf. Aber bitte ein und dieselbe Person nur einmal. Der Einreicher ist für die Vollständigkeit und die Richtigkeit selber verantwortlich.

Vergessen Sie nicht, am Ende des Online-Einreichungsformulars die **Einsatzbestätigung** auszufüllen: Wo, wann und wie oft die Arbeit erschienen ist in Kurzform. Zum Beispiel «Sonntagspresse mit fünf Titeln (SonntagsZeitung, NZZ am Sonntag, SonntagsBlick usw.), Mai/Juni 2014, drei Frequenzen 1/1-Seite» oder «Plakatstelle vor der Agentur, 1. April 2014, einmal» oder «Adressiertes Mailing Deutschschweiz, August 2014, 3100 Empfänger» oder «Spendenaktion in Zürich, August 2014, Objekt in 20-facher Ausführung für VIP-Eingeladene». Auf jeden Fall **wahrheitsgetreu und eindeutig**.

Auf keinen Fall vergessen: Der/die Verantwortliche der Agentur muss während der Jurierung jederzeit erreichbar sein, um in Zweifelsfällen Auskunft geben zu können.

Wenn Sie sich über das Kennwort den Kopf zerbrechen.

Bitte fassen Sie sich kurz und klar:

1. Kunde oder Marke (z.B. Migros)
2. Stichwort (z.B. Huhn)

Wenn Sie unter einem Kennwort eine mehrteilige Arbeit (Kampagne) einreichen.

Bitte geben Sie im Online-Einreichungsformular für jedes Teil einen Titel an. Beschriften Sie Ihre digitalen Anhänge entsprechend den gewählten Titeln und kennzeichnen Sie Ihre Teile alphabetisch gemäss der gewählten Reihenfolge.

Eine Einzelarbeit vs. mehrteilige Arbeit.

Wenn Sie eine mehrteilige Arbeit erfassen, müssen Sie mindestens zwei Teile hochladen. Eine mehrteilige Arbeit wird immer als Gesamtes bewertet, bei der Einzelarbeit wird nur diese juriert. Bei Einzelarbeiten oder mehrteilige Arbeiten können Sie Beilagen hinzufügen. Diese sollen der Jury zu einem besseren Verständnis der Einzel- bzw. mehrteiligen Arbeit verhelfen, werden aber nicht juriert.

Wenn Sie mit Ausfüllen fertig sind.

Ihre Einreichungen können Sie einzeln oder gesammelt bezahlen. Nachdem Sie Ihre Einreichungen bezahlt haben, werden diese übermittelt und Sie erhalten per E-Mail die Einreichungsbestätigungen, Laufzettel für allfällige physische Anhänge und den Zahlungsbeleg.

Wenn Sie Ihre Arbeiten hochladen.

Generelles.

Bitte laden Sie das zu bewertende Hauptdokument im Bereich «Hauptarbeit» hoch. Bei Kampagnen (mehrteilige Arbeit) laden Sie die einzelnen Teile bitte in den hierfür bestimmten Upload-Bereich hoch. Weitere Dateien, welche für die Jurierung relevant sind und hinzugezogen werden sollen sowie der Erscheinungsnachweis, im Bereich «Beilagen».

Das Hochladen von Arbeiten funktioniert per einfachem Drag & Drop. Ziehen Sie die ausgewählten Dateien einfach in den hierfür vorgesehenen Bereich. Dabei spielt es keine Rolle, ob Sie verschiedene Formate gleichzeitig hochladen wollen. Warten Sie einen Moment und überprüfen Sie, ob sämtliche Dateien vom System übernommen wurden.

Wenn Sie Filme hochladen.

Bitte Dateien klar beschriften (in der gleichen Reihenfolge wie im Einreichungsformular angegeben): Kennwort (kurz und klar, max. 36 Anschläge) sowie Anzahl Teile alphabetisch geordnet, also z.B. bei einer dreiteiligen Serie A_Treppenhaus, B_Laden, C_Wohnung.

Wenn Sie Radiospots hochladen.

Bitte Dateien klar beschriften (in der gleichen Reihenfolge wie im Einreichungsformular angegeben): Kennwort (kurz und klar, max. 36 Anschläge) sowie Anzahl Teile alphabetisch geordnet, also z.B. bei einer zweiteiligen Serie A_Gameboy, B_Kofferraum.

Wenn Sie fertig sind.

Bevor Sie die Online-Einreichung abschliessen und bezahlen, prüfen Sie nochmals, ob Sie sich exakt an die verschiedenen Spezifikationen und Anforderungen für die einzelnen Kategorien gehalten haben. Falsch eingereichte Arbeiten oder Arbeiten mit falschen oder ungenügenden Angaben werden nicht juriert. Und der ADC zahlt Ihnen auch die Einreichungsgebühr nicht zurück. Dies gilt übrigens auch für eingereichte Arbeiten, die nachträglich vom Einreicher zurückgezogen werden.

Der ADC übernimmt keine Verantwortung für die Qualität der eingereichten Arbeiten; das ist Sache des Einreichers.



4. Die Kategorien

Kategorien und Unterkategorien

1 Digital

- 1.1 Websites
- 1.2 Online Kampagnen
- 1.3 Online Werbung
- 1.4 Mobile
- 1.5 Interactive Promotions
- 1.6 Social Media
- 1.7 Digital Craft

2 Film

- 2.1 TV, Kino
- 2.2 Online- & Viralfilme
- 2.3 TV Trailer, Station Design
- 2.4 Sonderformate

3 Anzeigen

- 3.1 Einzelanzeigen
- 3.2 Kampagnen

4 Plakate

- 4.1 Einzelplakate
- 4.2 Kampagnen

5 Direktmarketing

- 5.1 Direktmarketing

6 Promotionen & Events

- 6.1 Promotionen
- 6.2 Events

7 PR

- 7.1 Einzelarbeiten
- 7.2 Kampagnen

8 Radio

- 8.1 Einzelspots
- 8.2 Kampagnen

9 Klein-aber-fein

10 Creative Media

- 10.1 Creative Media
- 10.2 Ambient

11 Musik (Sound & Design)

12 Design

- 12.1 Graphic Design
- 12.2 Corporate Design
- 12.3 Product & Package Design
- 12.4 Editorial und Buchgestaltung
- 12.5 Kommerzielle Auftragsarbeiten

13 Foto & Illustration

- 13.1 Fotografie
- 13.2 Illustration

14 Art Direction

- 14.1 Digital
- 14.2 Film
- 14.3 Anzeigen, Plakate, DM, Design

15 Text

- 15.1 Digital
- 15.2 Film
- 15.3 Anzeigen, Plakate, DM, Design
- 15.4 Radio

16 Kampagnen

- 16.1 Crossmediale und integrierte Kampagnen

17 Evergreen

18 Students

- 18.1 Digital
- 18.2 Cast/Audiovisuelle Medien
- 18.3 Visuelle Kommunikation & Design
- 18.4 Craft

1 Digital.

Websites (Websites, Microsites, Online-Magazine, Web Service usw.)

Online Kampagne (Kampagnen, die nur für Online konzipiert wurden und mindestens 2 Massnahmen beinhalten, z.B. Website plus Online-Video)

Online Werbung (Banners, Social Media Ads, interaktive Filme im gekauften Umfeld, Podcasts usw.)

Mobile (Mobile Websites, Mobile Apps, Activation by Location or Proximity, Augmented Mobile Experience usw.)

Interactive Promotions (Wettbewerbe, Games usw. mit dem Fokus auf Aktivierung und Engagement, die Kreativität bezüglich Inhalt und Mechanismus steht im Vordergrund)

Social Media (Kampagnen oder Massnahmen, die kreativ mit den Mechanismen von Social Media spielen)

Digital Craft (neuer Standard oder Benchmark bezüglich User Interface oder User Experience, Innovationen im Bezug auf die Programmierung und/oder Umsetzung)

Viralspots können nur noch in der Kategorie Film eingereicht werden.

2 Film.

TV, Kino mit einer maximalen Länge von drei Minuten (Einzelspots und Kampagnen)

Online- & Viralfilme mit einer maximalen Länge von drei Minuten (Einzelspots und Kampagnen)

TV Trailer, Station Design (Werbung für eine Sendung oder ein Programm,

Ankündigungen und Hinweise, Vorspanne, Werbeblock-Trennungen, Logos usw. mit einer maximalen Länge von 60 Sekunden)

Sonderformate (Sendegefässkonzepte, neue Anwendungen von Filmen usw.)

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

3 Anzeigen.

Einzelanzeigen und Kampagnen

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

Die Anzeigen müssen das Format haben, in dem sie in den jeweiligen Medien veröffentlicht wurden.

Wie bei internationalen Awards wie ADC*E, Cannes Lions Festival etc. werden Anzeigen nur noch elektronisch eingereicht – die Pappen fallen weg.

4 Plakate.

Plakate, Poster und E-Boards in gekauftem Raum oder am POS und POP

Upload von **ein bis max. sechs Teilen**.

5 Direktmarketing.

Direktmarketing (adressierte und unadressierte Mailings, mehrstufige

Dialogprogramme, Prospekte, Salesfolder, Flyer usw. mit der Intention, in einen Dialog zu treten und Response zu generieren oder eine spezifische Aktion auszulösen, die der Kundenbeziehung dient; ein sinnvolles, messbares Resultat muss ausgewiesen werden können)

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

6 Promotionen & Events.

Promotionen (zeitlich begrenzte Verkaufsförderungen, die eine unmittelbare Aktivierung für ein Produkt oder eine Dienstleistung auslösten)

Events (Messeaktivitäten, Roadshows, Veranstaltungen, Videoinstallationen, Interactive Terminals usw.)

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

Eine Promotion kann nur dann zusätzlich auch in der Kategorie Kampagnen ausgezeichnet werden, wenn sie als eigenständige Kampagne eingereicht wurde. Ist die Einreichung in der Kategorie Promotionen & Events und in der Kategorie Kampagnen identisch, ist eine Doppelauszeichnung nicht möglich bzw. hat die Gold-Jury zu entscheiden, welcher Kategorie die Auszeichnung zuzuteilen ist.

7 PR.

PR-Einzelarbeiten und PR-Kampagnen

Kreative Arbeiten, konzipiert und realisiert mit dem Ziel eines positiven Echos in den Medien und/oder den sozialen Medien. Die Arbeiten erbringen den Nachweis einer Multiplikation durch Medien (earned) und/oder soziale Medien (shared). Als Beurteilungsgrundlage müssen zudem Clippings oder Monitorings vorliegen (als PDF unter „Beilagen“ hochladen).

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

8 Radio.

Einzelspots und Kampagnen

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

9 Klein-aber-fein.

Arbeiten, für deren Erstellung (Produktion, Media) nur ein marginales Budget (Richtwert CHF 30'000.-) vorhanden war.

Diese Kategorie gibt Arbeiten eine Chance, die für einen Kunden mit sehr wenigen Mitteln entstanden sind. Gleichzeitig soll sie andere Kategorien von Eingaben entlasten, die kaum mit Kampagnen verglichen werden können, die unter komplexeren Bedingungen für substanzielle Auftraggeber entstehen. Innerhalb einer richtigen Kampagne geschaffene Teilleistungen (z.B. Gelegenheitsanzeige fürs BAG, Banner für Swisscom, POS-Plakat für Coop) gehören selbstverständlich in die entsprechenden «kommerziellen» Kategorien und werden nicht in der Kategorie Klein-aber-fein juriert.

Durch Mehrheitsbeschluss der Jurypräsidenten oder Juroren einer Kategorie kann jederzeit entschieden werden, ob eine Arbeit allenfalls von einer «kommerziellen» Kategorie in die Kategorie Klein-aber-fein zu verschieben sei. **In dieser Kategorie eingereichte Arbeiten sind von anderen Kategorien ausgeschlossen.**

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit). Die Arbeiten sind so einzureichen, wie unter den verschiedenen Kategorien angegeben ist.

10 Creative Media.

Creative Media (innovative Arbeiten, die sowohl über kreative als auch technische Qualitäten verfügen und die Schnittstelle zwischen Mensch und Medium neu definieren. Neben den klassischen Medien werden insbesondere auch junge Medien wie Internet, Mobile und Social Media in die Kategorie einbezogen. Beurteilt werden der Innovationsgrad der Mediaidee sowie die Exzellenz der Ausführung)

Ambient (Aussenwerbung in direktem Lebensumfeld ihrer Zielgruppe)

Umnutzungen wie z.B. lachendes Plakat, formatsprengende Teile oder Sonderplatzierungen (nicht normale Stellen), die das klassische Plakatgefäss benutzen, sind unter Plakate einzureichen.

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit). **In Ambient eingereichte Arbeiten sind von der Teilnahme in der Kategorie Plakate ausgeschlossen.**

11 Musik (Sound & Design).

Musik in den verschiedensten musikalischen Anwendungen wie Werbespots, Filmmusik, Banners, Jingles, Radiospots etc. werden in dieser neuen Kategorie bewertet. Sowohl vom eigentlichen musikalischen Werk wie auch vom Design her.

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

12 Design.

Graphic Design (gedruckte Werbemittel und kulturelle Plakate, bei denen die grafische Gestaltung das ausschlaggebende Element ist)

Corporate Design (ganzheitliche Erscheinungsbilder, gestalterische Programme)

Product & Package Design (Verpackungen, Accessoires, Design, bei dem Form, Material und Grafik das Objekt prägen)

Editorial und Buchgestaltung (Einzelbeiträge oder komplette Werke im redaktionellen, verlegerischen Bereich; ganze Zeitungen, Zeitschriften, Zeitungsbeilagen, Bücher oder Artikel und Artikelserien daraus)

Kommerzielle Auftragsarbeiten (Kundenmagazine, Unternehmensbroschüren, Geschäftsberichte, Kataloge)

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

13 Foto & Illustration.

Auftragsarbeiten, die für Editorials, Dokumentationen, Corporate-Design-Programme oder Werbung aller Art produziert wurden.

Beurteilt werden ausschliesslich Auftragsarbeiten, egal in welchem Kontext diese entstanden sind. Der ADC zeichnet in der Kategorie Fotografie Arbeiten aus, welche der Fotograf massgeblich gestaltet und geprägt hat. Es wird keine Fotografie ausgezeichnet, die nur eine Idee illustriert.

In der Kategorie Illustration werden neu auch Arbeiten bewertet, die auf fotografischen Vorlagen basieren, deren Bildinhalt aber mittels digitaler Bildbearbeitung geschaffen wurde.

Was ist Illustration basierend auf fotografischen Grundlagen?
Bilder, welche die Fotografie an sich gar nicht generieren kann.
Bilder, deren Gesamtaussage nur durch digitale Bearbeitung, sprich Composing, entstehen kann.

Bitte losgelöst vom Drumherum einreichen. Beispiel Anzeigen: wenn immer möglich, das Foto einreichen – und nicht die ganze Anzeige.

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

14 Art Direction.

Art Direction in gedruckten, elektronischen und digitalen Werbemitteln, Anzeigen, Plakate, Direktmarketing, Design

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit)

15 Text.

Texte in allen Anwendungen inkl. Copies, Headlines, Claims, Monologe, Dialoge

Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

16 Kampagnen.

Grosse, nachhaltige crossmediale und integrierte Kampagnen, bestehend aus mindestens drei Medien. Gesucht sind substanzielle Kampagnen.

Vorausgesetzt, dass eine Idee für die verschiedenen Werbemittel nicht nur dekliniert (z.B. gleiches Layout), sondern für jedes Werbemittel neu umgesetzt wurde. Einfache Adaptionen von Motiven genügen nicht. Die Kampagne muss als Ganzes eine Wirkung haben, und die einzelnen Teile sollen sich ergänzen oder gegenseitig verstärken. Einzelteile der Kampagne können natürlich auch in anderen Kategorien eingereicht werden. Eine Promotion kann nur dann zusätzlich auch in der Kategorie Kampagnen ausgezeichnet werden, wenn sie Bestandteil einer umfassenderen Kampagne ist.

Je nach Umfang pro Kampagne eine PowerPoint-Präsentation als PDF auf die Website unter der Rubrik Beilagen hochladen.

17 Evergreen.

Kampagnen, die seit mindestens drei Jahren bis zum heutigen Zeitpunkt auf derselben Leitidee basieren und damit strategische und konzeptionelle Kontinuität und Konsistenz auf höchstem Niveau zeigen.

In dieser Kategorie können bis max. drei Einreichungen mit einem Sonderpreis ausgezeichnet werden. Diese Auszeichnung würdigt gleichermassen die Arbeit der Agentur und des Auftraggebers.

Nachdem eine Kampagne einmal mit einem Sonderpreis bedacht wurde, kann sie erst wieder drei Jahre nach der erfolgten Auszeichnung eingereicht werden. Die aktuellen Teile der Kampagne können selbstverständlich in allen anderen Kategorien eingereicht und ausgezeichnet werden, unabhängig von einer Teilnahme in der Evergreen-Jurierung.

18 Students.

Digital (Website, Microside, App, Mobile, Social Media, Interface Design, Game Design)

Cast/Audiovisuelle Medien (Film, Musik (Sound & Design))

Visuelle Kommunikation & Design (Corporate Design & Identity, Anzeigen & Plakate, Direktmarketing, Promo & Events, Editorial, integrierte Kampagnen)

Craft (Foto, Illustrationen, Text, Animation)

Upload von **ein bis max. sechs Teilen**

Den eingereichten Arbeiten muss jeweils eine Bestätigung beiliegen (unter „Beilagen“ hochladen), aus der das Thema und der Name des Studierenden sowie – bei einer Semester- und Abschlussarbeit – das Abgabedatum der Arbeit hervorgeht. Die Bestätigung muss vom zuständigen Dozenten/Professor unterschrieben sowie mit dem Stempel der (Fach-)Hochschule oder Privatschule mit kreativem Schwerpunkt versehen sein.

5. Die Formate und technischen Anforderungen

Alle Arbeiten werden auf unserer Website eingereicht. In einigen Kategorien müssen die Einreichungen für die Jurierung nach wie vor mit physischen Anhängen ergänzt werden.

Die Formate.

Video	<p>MP4 (H.264), 25 fps. Bandbreite beschränken auf 5000 kBit/s bei Standard Definition und 10'000 kBit/s bei High Definition.</p> <p>Um eine gute Qualität der MP4-Filme sicherzustellen, muss die Encodierung unbedingt ab dem Master erfolgen.</p> <p>Zu Videos gehören auch Viralspots mit max. 2 Min.</p> <p>High Definition (HD ready) 1280 x 720 px, High Definition (Full HD) 1920 x 1080 px</p>
Audio	<p>MP3, 48 kHz, 16 Bit, Stereo (L R), 256 kBit/s.</p> <p>Zu Audio gehören auch Podcasts mit max. 2 Min.</p>
Bilder	<p>JPEG (RGB), Längsseite mindestens 2500 Pixel, Auflösung 300 dpi, ohne Rahmen</p>
Screenshot	<p>JPEG (RGB), max. 8</p>
Pappen	<p>Auf schwarzem Karton aufgezo-gen, matt, 300 g/m². Je nach Format 1/1-Seite auf A3 oder A2, 2/1-Seite auf A2 oder A1. Bitte vergessen Sie nicht, den entsprechenden Laufzettel anzubringen.</p>
A4-Ausdruck	<p>A4-Ausdruck pro Sujet, nicht aufgezo-gen</p>
Zwei- oder dreidimensionale Arbeiten	<p>Kleinere dreidimensionale Arbeiten als Original, zweidimensionale Arbeiten auf Pappe aufziehen</p>
Case-Film	<p>MP4 (H.264), 25 fps. Bandbreite beschränken auf 5000 kBit/s bei Standard Definition und 10'000 kBit/s bei High Definition, max. 2 Min.</p>
Case-Übersicht	<p>Case-Übersicht mit den zu bewertenden Arbeiten und max. 400 Zeichen (Ausgangslage, Lösung, Resultat) als PDF</p>
Synopsis	<p>Max. 400 Zeichen, ist online direkt in der Einreichung einzutragen</p>



Die Formate nach Kategorien.

Kategorie	Unterkategorien	Obligatorisch	Zusätzlich
1 Digital	1.1 Websites	<ul style="list-style-type: none"> - URL (mit Passwort, falls erforderlich) - Synopsis 	<ul style="list-style-type: none"> - Screenshots max. 8 - Case-Film, Podcasts max. 2 Min.
	1.2 Online-Kampagnen		
	1.3 Online-Werbung		
	1.4 Mobile		
	1.5 Interactive Promotions		
	1.6 Social Media		
	1.7 Digital Craft		
2 Film	2.1 TV, Kino	- Video, max. 3 Min.	
	2.2 Online- & Viralfilme		
	2.3 TV Trailer, Station Design	- Video, max. 60 Sek.	
	2.4 Sonderformate	- Video, max. 3 Min.	
3 Anzeigen	3.1 Einzelanzeigen	- Bilder	
	3.2 Kampagnen		
4 Plakate	4.1 Einzelplakate	<ul style="list-style-type: none"> - Bilder - Bei E-Boards: Video oder Audio 	
	4.2 Kampagnen		
5 Direkt-marketing	5.1 Direktmarketing	<ul style="list-style-type: none"> - Bilder - Kleinere dreidimensionale Arbeiten als Original, Zweidimensionales auf Pappe - Case-Übersicht: Alle eingereichten Arbeiten sind zusätzlich auf einer Pappe (A2) übersichtlich darzustellen 	- Case-Film, max. 2 Min.

Kategorie	Unterkategorien	Obligatorisch	Zusätzlich
6 Promotionen & Events	6.1 Promotionen	<ul style="list-style-type: none"> - Bilder - Kleinere dreidimensionale Arbeiten als Original, Zweidimensionales auf Pappe - Case-Übersicht: Alle eingereichten Arbeiten sind zusätzlich auf einer Pappe (A2) übersichtlich darzustellen - Überdimensionale Arbeiten müssen hochgeladen werden (technische Spezifikationen siehe «Plakate») 	- Case-Film, max. 2 Min.
	6.2 Events		
7 PR	7.1 Einzelarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> - Die Arbeiten sind so einzureichen, wie unter den verschiedenen Kategorien angegeben - Clippings & Monitoring als PDF (unter Beilage uploaden) 	
	7.2 Kampagnen		
8 Radio	8.1 Einzelspots	- Audio	
	8.2 Kampagnen		
9 Klein-aber-fein	9.1 Klein-aber-fein	- Die Arbeiten sind so einzureichen, wie unter den verschiedenen Kategorien angegeben	
10 Creative Media	10.1 Creative Media	<ul style="list-style-type: none"> - Bilder - Bei E-Boards: Video oder Audio - Wenn die Arbeiten multimedial sind, gelten die gleichen Richtlinien wie für die Kategorie «Kampagnen» - Kleinere dreidimensionale Arbeiten als Original - Zweidimensionales auf Pappe (technische Spezifikationen siehe «Plakate») 	
	10.2 Ambient		

Kategorie	Unterkategorien	Obligatorisch	Zusätzlich
11 Musik (Sound & Design)	11.1 Musik (Sound & Design)	<ul style="list-style-type: none"> - Bei Film: Video - Bei Radio: Audio - Bei Digital: URL (mit Passwort, falls erforderlich) oder der Upload von Audio-/ Video-Files 	<ul style="list-style-type: none"> - Screenshots max. 8
12 Design	12.1 Graphic Design	<ul style="list-style-type: none"> - Bilder - Original oder auf Pappe - Dreidimensionales als Original - Überdimensionale Arbeiten bitte hochladen (technische Spezifikationen siehe «Plakate») 	
	12.2 Corporate Design		
	12.3 Product & Package Design		
	12.4 Editorial & Buchgestaltung		
	12.5 Kommerzielle Auftragsarbeiten		
13 Foto & Illustration	13.1 Fotografie	<ul style="list-style-type: none"> - Bilder - Pappe mit Originalbeleg 	
	13.2 Illustration		
14 Art Direction	14.1 Digital	<ul style="list-style-type: none"> - URL (mit Passwort, falls erforderlich) 	<ul style="list-style-type: none"> - Digital - Bilder - Screenshots max. 8 - Video - Case-Film, max. 2 Min.
	14.2 Film	<ul style="list-style-type: none"> - Video 	
	14.3 Anzeigen, Plakate, DM, Design	<ul style="list-style-type: none"> - Bilder - Physische Anhänge siehe Spezifikationen unter «DM/Design» 	



Kategorie	Unterkategorien	Obligatorisch	Zusätzlich
15 Text	15.1 Digital	– URL (mit Passwort, falls erforderlich) oder Datei und Manuskript als PDF (unter «Beilagen» uploaden)	<ul style="list-style-type: none"> – Video – Audio – Screenshots max. 8 – Case-Film, max. 2 Min.
	15.2 Film	– Video und ein Manuskript als PDF (unter «Beilagen» uploaden)	
	15.3 Anzeigen, Plakate, DM, Design	– Bilder Physische Anhänge siehe Spezifikationen unter «DM/Design»	
	15.4 Radio	– Audio und ein Manuskript als PDF (unter Beilage uploaden)	
16 Kampagnen	16.1 Crossmediale/ Integrierte Kampagnen	<ul style="list-style-type: none"> – Pro Kampagne eine PowerPoint-Präsentation als PDF (unter «Beilagen» uploaden) – Bilder – Video und/oder Audio, max. 9 Min. 	
17 Evergreen	17.1 Evergreen	<ul style="list-style-type: none"> – Pro Kampagne eine PowerPoint-Präsentation als PDF (unter «Beilagen» uploaden) – Bilder – Video und/oder Audio, max. 9 Min. 	

Kategorie	Unterkategorien	Obligatorisch	Zusätzlich
18 Students	18.1 Digital (Website, Microside, App, Mobile, Social Media, Interface Design, Game Design)	<ul style="list-style-type: none"> - URL (mit Passwort, falls erforderlich) - Synopsis - Hochschul-Bestätigung (unter «Beilagen» uploaden) 	<ul style="list-style-type: none"> - Screenshots max. 8 - Case-Film, Podcasts max. 2 Min.
	18.2 Cast/Audiovisuelle Medien (Film, Musik (Sound & Design))	<ul style="list-style-type: none"> - Bei Film: Video (max. 3 Min.) - Bei Audio: Audio & Manuskript als PDF (unter «Beilagen» uploaden) - Bei Digital: URL (mit Passwort, falls erforderlich) oder der Upload von Audio-/ Video-Files - Hochschul-Bestätigung (unter «Beilagen» uploaden) 	<ul style="list-style-type: none"> - Screenshots max. 8
	18.3 Visuelle Kommunikation & Design (CI & CD, Anzeigen & Plakate, Direktmarketing, Promo & Events, Editorial, integrierte Kampagnen)	<ul style="list-style-type: none"> - Bei CD/CI: Bilder - Bei Anzeigen, Plakaten: Bilder - Bei DM: Bilder, Case-Übersicht - Bei Promo, Events: Bilder, Case-Übersicht - Bei Editorial: Bilder, Original oder auf Pappe, Dreidimensionales als Original - Bei int. Kampagnen: Bilder oder Casefilm, pro Kampagne eine PowerPoint-Präsentation als PDF (unter «Beilagen» uploaden) - Hochschul-Bestätigung (unter «Beilagen» uploaden) 	
	18.4 Craft (Foto, Illustrationen, Text, Animation)	<ul style="list-style-type: none"> - Bei Foto, Illu: Bilder Pappe mit Originalbeleg - Bei Text: URL (mit Passwort, falls erforderlich) oder Datei und Manuskript als PDF (unter «Beilagen» uploaden) - Bei Animation: URL (mit Passwort, falls 	



		erforderlich) oder Video, max. 3 Min. – Hochschul-Bestätigung (unter «Beilagen» uploaden)	
--	--	--	--

Für physische Anhänge wird im Online-Einreichungsformular automatisch ein Laufzettel generiert, welcher Ihnen per E-Mail zugesandt wird. Bitte den Laufzettel auf der Rückseite des Gegenstands befestigen und alles an den ADC schicken.



6. Die Termine

Einsendeschluss am **Dienstag, 21. Februar 2017**

Vorbesichtigung aller eingereichten Arbeiten in der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) am **Montag, 27. März 2017**

Jurierung am **Dienstag und Mittwoch, 28. und 29. März 2017**

Preisverleihung und ADC Gala am **Samstag, 1. April 2017**