



Einsendeschluss 5. Februar 2016

ADC Awards 2016

**Call for Entries für Arbeiten, die
zwischen 1.1. und 31.12.2015
veröffentlicht wurden.**

Jurierung am 8. und 9. März 2016



Inhaltsverzeichnis

1. 7 Musts
2. Grundsätzliches
3. Finanzielles und Rechtliches
4. Digitales Einreichen
5. Kategorien
6. Formate und technische Anforderungen
7. Termine

1. 7 Musts

1. Juriert werden Arbeiten, die zwischen dem 1.1. und dem 31.12.2015 in der Schweiz konzipiert und veröffentlicht wurden.
2. Juriert und ausgezeichnet werden grundsätzlich nur Arbeiten, für die eine Schweizer Agentur bzw. eine konzeptionell zuständige Firma in der Schweiz eindeutig verantwortlich zeichnet (Ausnahmen unter Kat. Film, Foto & Illustration).
3. Die Arbeiten müssen genauso eingereicht werden, wie sie erschienen sind (Format, Logogrösse etc. verbindlich). Der/die Verantwortliche 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 Online-Einreichung).
4. Eine Arbeit ist nur in einer Craft-Kategorie zugelassen, somit keine Doppelauszeichnung.
5. Zuerst wird Gold, dann Evergreen juriert.
6. Die Vorjurierung ist ein Must und dient dem Jurypräsidenten als Diskussionsgrundlage. Die Juroren nehmen konsequent eine Vorjurierung nach dem Punktesystem 7+ in den Kategorien Digital und Text vor.
7. Die Gold-Jury ist verpflichtet, diese zwei Kategorien vorgängig anzuschauen.

2. Grundsätzliches

Warum Agenturen, Auftraggeber und Kreative beim ADC Schweiz 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 Schweiz 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.

Die Jurierungskriterien.

Qualität kennt keine Quote. Darum diskutiert und juriert der ADC nach rein 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?

Was Sie einreichen können.

Ihre Arbeiten können Sie in 16 Kategorien einreichen. 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.

Hervorzuheben sind dabei folgende Neuerungen und Feinjustierungen gegenüber dem Vorjahr:

- a) Die Sub-Kategorien in der Kategorie Digital wurden neu definiert.
Websites (Websites, Microsites, Online-Magazine usw.)
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.

- b) Neue Definition der Kategorie Fotografie.
- 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.

c) Ergänzung zur Definition der Kategorie Illustration.

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.

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

Zwar nicht mehr neu, aber dennoch hervorzuheben sind die folgenden Punkte:

a) Die Gewinner des Young Creatives Award und/oder die Gewinner der ADC/BSW-Kreativschule können für CHF 150 Members/Young Professionals werden. Die jungen Kreativen sind somit ein Teil des Clubs. Junge Kreative (U30) und angehende Professionals aus der Kommunikationsbranche: Art Direction, Graphic Design, Text, Digitale Medien, Design, Editorial, Film, Fotografie, Illustration, Musik und Ton, Direktmarketing, Promotion, Media und strategische Planung. Automatisch als mögliche Members qualifiziert sind die Gewinner von Gold, Silber und Bronze der ADC/BSW-Kreativschule (rückwirkend bis ins Schuljahr 2010) sowie die acht Gewinner (vier Zweierteams) eines ADC Young Creatives Award (ebenfalls rückwirkend bis 2010). Die jährlichen bzw. zweijährlichen Gewinner der ADC/BSW-Kreativschule 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).

b) Als Patronatgeber lädt der ADC Schweiz die Gewinner des Swiss Photo Award – the.selection in den Kategorien Werbung und Fashion zur Teilnahme am ADC Award 2016 ein. Gesucht werden veröffentlichte Fotografierarbeiten aus dem Jahr 2015, z.B. Auftragsarbeiten für Editorials, Dokumentationen, Corporate-Design-Programme oder Werbung aller Art.

c) Der ADC lädt die Gewinner des Wettbewerbs GRAND 2015 der Association du Grand Prix Romand de la Création in den gleichen Kategorien zur Teilnahme an den ADC Awards 2016 ein.

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

e) 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.

f) 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.

Wer schon einen Tag vorher wissen will, was einen Tag später juriert wird.

Wir bieten allen Interessierten die Möglichkeit, sich am Vortag der Jurierung bereits ein Bild von den eingereichten Arbeiten zu machen. Kommen Sie mit Kollegen, Kunden, Mitarbeitenden. Wandeln Sie durch die Hallen. Und trinken Sie zum Schluss ein Glas mit den anwesenden Juroren und ADC Mitgliedern.

Montag, 7. März 2016, Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK). Eintritt frei.

Shortlist, Bronze, Silber, Gold, Evergreen.

Das alles können Sie beim ADC Schweiz gewinnen. Und einiges dazu:

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

Gewinnt Ihre Arbeit Bronze, erscheint sie in der ADC Web-App und im optional bestellbaren Buch. Sie erhalten einen Bronzewürfel und eine Urkunde.

Gewinnt Ihre Arbeit Silber, erscheint sie in der ADC Web App und im optional bestellbaren Buch. Sie erhalten einen Silberwürfel und eine Urkunde.

Gewinnt Ihre Arbeit Gold oder Evergreen, erscheint sie in der ADC Web App und im optional bestellbaren Buch. Sie erhalten einen Gold- oder Evergreenwürfel und eine Urkunde. Ihre Goldauszeichnung kann kostenlos an der Jurierung des ADC of Europe teilnehmen. Und Sie kommen gross heraus an der **ADC Preisverleihung mit anschliessender Gala am 12. März 2016.**

3. Finanzielles und Rechtliches

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.

*unabhängig von der Anzahl eingereichter Teile

Die Rechnung.

Die Bezahlung ist einfach. Nachdem Sie Ihre Arbeit(en) auf der Website fertig erfasst haben, bezahlen Sie die Einreichungsgebühr bequem und einfach per Kreditkarte oder PostFinance, worauf Ihre Einreichung definitiv bestätigt wird.

Wenn Ihre Arbeit ausgezeichnet und in der ADC Web App 2016 und im optional bestellbaren Buch veröffentlicht wird, stellen wir Ihnen zusätzlich einen Herstellkostenanteil für die Dokumentation in Rechnung. Die Anzahl Auszeichnungen ist noch eine Unbekannte, die Publikation einer Auszeichnung wird sich zwischen CHF 500 und CHF 650 bewegen.

Die Bezahlung.

Online mit Kreditkarte oder via PostFinance.

Das wird juriert.

Alle Arbeiten, die in der Schweiz vom 1.1. bis 31.12.2015 konzipiert und publiziert wurden. Teilnahmeberechtigt sind auch Arbeiten, die in der Schweiz konzipiert, aber international publiziert wurden.

Grundregel: Juriert und ausgezeichnet werden grundsätzlich 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.

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 Wahrheitsfindungskommission, 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 die gleichen Teilnahmebedingungen wie bei den sonstigen Kreativwettbewerben. Im Klartext: Die Jury tagt nicht öffentlich. Über ihre Entscheidungen darf man sich freuen oder ärgern. Der ADC führt jedoch 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.

Damit alles klar ist.

Wenden Sie sich im Zweifelsfall an die ADC Geschäftsstelle:
Telefon 044 262 00 33, E-Mail info@adc.ch

Damit nichts zu spät kommt.

Einsendeschluss ist der 5. Februar 2016. 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 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.

4. Digitales Einreichen

Die Einreichung ist digital.

Sie können alle Ihre Arbeiten auf www.adc.ch einreichen. Das bedeutet weniger Papierkram, schnelleres und bequemer Einreichen, mehr Übersicht und mühelose Zahlungsabwicklung.

Um Ihre Arbeiten auf der Website einreichen zu können, müssen Sie sich zunächst anmelden oder registrieren. Sind Sie angemeldet oder haben Sie sich registriert, können Sie auf der Website den Einreichungsprozess starten. Bis zum Einsendeschluss oder bis zur Bezahlung der Einreichungsgebühr haben Sie die Möglichkeit, Ihre Einreichungen zu 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 Medallenspiegel, 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 (mehnteilige 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, 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.

5. Kategorien

Kategorien und Unterkategorien

1 Digital

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

2 Film

- 2.1 TV, Kino
- 2.2 Online
- 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 Radio

- 7.1 Einzelspots
- 7.2 Kampagnen

8 Klein-aber-fein

9 Musik (Sound & Design)

10 Design

- 10.1 Graphic Design
- 10.2 Corporate Design
- 10.3 Product & Package Design
- 10.4 Editorial und Buchgestaltung
- 10.5 Kommerzielle Auftragsarbeiten

11 Creative Media

- 11.1 Creative Media
- 11.2 Ambient

12 Foto & Illustration

- 12.1 Fotografie
- 12.2 Illustration

13 Art Direction

- 13.1 Digital
- 13.2 Film
- 13.3 Anzeigen, Plakate, DM, Design

14 Text

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

15 Evergreen

16 Kampagnen

- 16.1 Cross-Media-Kampagnen
- 16.2 Integrierte Kampagnen

1 Digital.

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

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)

2 Film.

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

Online 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.

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 auslösen)

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 Radio.

Einzelspots und Kampagnen

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

8 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.

9 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).

10 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).

11 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.**

12 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).

13 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)

14 Text.

Texte in allen Anwendungen inkl. Copies, Headlines, Claims, Monologe, Dialoge
Upload von **ein bis max. sechs Teilen** (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

15 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.

16 Kampagnen.

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

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

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-Werbung		
	1.3 Mobile		
	1.4 Interactive Promotions		
	1.5 Social Media		
	1.6 Digital Craft		
2 Film	2.1 TV, Kino	- Video, max. 3 Min.	
	2.2 Online		
	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 Direkt-marketing	<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.
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		

Kategorie	Unterkategorien	Obligatorisch	Zusätzlich
7 Radio	7.1 Einzelspots	– Audio	
	7.2 Kampagnen		
8 Klein-aber-fein	8.1 Klein-aber-fein	– Die Arbeiten sind so einzureichen, wie unter den verschiedenen Kategorien angegeben	
9 Musik (Sound & Design)	9.1 Musik (Sound & Design)	– Bei Film: Video – Bei Radio: Audio – Bei Digital: URL (mit Passwort, falls erforderlich) oder der Upload von Audio-/Video-Files	– Screenshots max. 8
10 Design	10.1 Graphic Design	– Bilder – Original oder auf Pappe – Dreidimensionales als Original – Überdimensionale Arbeiten bitte hochladen (technische Spezifikationen siehe «Plakate»)	
	10.2 Corporate Design		
	10.3 Product & Package Design		
	10.4 Editorial und Buchgestaltung		
	10.5 Kommerzielle Auftragsarbeiten		
11 Creative Media	11.1 Creative Media	– 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»)	
	11.2 Ambient		
12 Foto & Illustration	12.1 Fotografie	– Bilder	
	12.2 Illustration	– Pappe mit Originalbeleg	
13 Art Direction	13.1 Digital	– URL (mit Passwort, falls erforderlich)	– Digital – Bilder – Screenshots max. 8 – Video – Case-Film, max. 2 Min.
	13.2 Film	– Video	
	13.3 Anzeigen, Plakate, DM, Design	– Bilder – Physische Anhänge siehe Spezifikationen unter «DM/Design»	

Kategorie	Unterkategorien	Obligatorisch	Zusätzlich
14 Text	14.1 Digital	– URL (mit Passwort, falls erforderlich) oder Datei und Manuskript als PDF (unter «Beilagen» uploaden)	– Video – Audio – Screenshots max. 8 – Case-Film, max. 2 Min.
	14.2 Film	– Video und ein Manuskript als PDF (unter «Beilagen» uploaden)	
	14.3 Anzeigen, Plakate, DM, Design	– Bilder – Physische Anhänge siehe Spezifikationen unter «DM/Design»	
	14.4 Radio	– Audio und ein Manuskript als PDF (unter Beilage uploaden)	
15 Evergreen	15.1 Evergreen	– Pro Kampagne eine PowerPoint-Präsentation als PDF (unter «Beilagen» uploaden) – Bilder – Video und/oder Audio, max. 9 Min.	
16 Kampagnen	16.1 Cross-Media-Kampagnen	– Pro Kampagne eine PowerPoint-Präsentation als PDF (unter «Beilagen» uploaden) – Bilder – Video und/oder Audio, max. 9 Min.	
	16.2 Integrierte Kampagnen		

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.

7. Termine

Einsendeschluss am **Freitag, 5. Februar 2016**

Besichtigung aller eingereichten Arbeiten in der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) am **Montag, 7. März 2016**

Jurierung am **Dienstag und Mittwoch, 8. und 9. März 2016**

Preisverleihung und ADC Gala am **Samstag, 12. März 2016**