

Einsendeschluss: 2. März 2020

ADC Switzerland Awards 2020 Call for Entries

Jurierung am 24. und 25. März 2020

Es gibt nichts zu verlieren, sondern nur zu gewinnen: Würfel und damit verbundene Beachtung von Auftraggebern, Medien, Agenturen und Kolleginnen und Kollegen. Die Qualität der Kommunikation gewinnt im digitalen Zeitalter mit seiner Informationsflut und Geschwindigkeit eine völlig neue und um so grössere Bedeutung.

Die ADC Call for Entries erlauben das Einreichen von Arbeiten, die zwischen dem 1.1.2019 und dem 29.2.2020 veröffentlicht wurden.

Jene Arbeiten, die im Januar und Februar 2019 erschienen sind und bereits für die ADC Awards 2019 eingereicht wurden, sind von der Jurierung 2020 ausgeschlossen und dürfen kein zweites Mal eingereicht werden.

Es empfiehlt sich, die Arbeiten möglichst frühzeitig einzureichen, um allfällige Unklarheiten klären zu können. Einsendeschluss für die ADC Awards 2020 ist spätestens Montag, 2. März 2020.



Inhaltsverzeichnis

1. <u>Das Grundsätzliche.</u>	3
2. <u>Das Finanzielle und das Rechtliche.</u>	7
3. <u>Das Einreichen.</u>	10
4. <u>Die Kategorien.</u>	12
5. <u>Die Formate und technischen Anforderungen.</u>	20
6. <u>Die Termine.</u>	28

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.». Sondern auch, weil ausgezeichnete kreative Kommunikation ein Vorbild ist: Für die Auftraggeber, für die Kommunikationswirtschaft ist, für Talente. Und weil ausgezeichnete kreative Kommunikation Freude macht – vor allem 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 **1.1.2019 und dem 29.2.2020** 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, Fotografie & 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, PR, Radio, Klein-aber-fein, Design, Creative Media, Evergreen, Kampagnen.

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

Was neu ist gegenüber dem Vorjahr.

- a) Der Schlichtungsrat besteht aus vier zu wählenden Mitgliedern und dem Jury Chairman. Die Mitglieder des Schlichtungsrats werden im Vorfeld der Jurierung von allen Juroren gewählt. Zur Wahl stellen können sich nur Mitglieder der Goldjury, also alle Jury-Delegierten und Jury-Präsidenten.

Was zwar nicht mehr neu ist, aber dennoch wichtig.

- b) Einwände wie "das gab's schon mal" gibt es nicht. In Zweifelsfällen wendet man sich still und leise an den Jury Präsidenten der betreffenden Kategorie; dieser leitet den Zweifel, wenn er denn als begründet erscheint, dem Schlichtungsrat weiter. Dazu gehört auch die Regelung, dass eine Auszeichnung - zum Beispiel im Falle einer Doublette - bis 30 Tage nach der Preisverleihung vom Schlichtungsrat aberkannt werden kann.
- c) Gewinnen ist keine Frage der Agenturgrösse: Einzelpersonen, Freelancer, Ateliers usw. können in den Kategorien Fotografie, Illustration und Design von einem Einreicher-Rabatt profitieren.
- d) Ein grosses Anliegen des ADC Switzerland ist die Förderung und die Weiterbildung von kreativen Talenten. Im Rahmen des bedeutendsten Kreativwettbewerbs der Schweiz werden Studierende und Absolventen von (Fach-)Hochschulen oder Privatschulen mit kreativem Schwerpunkt dazu aufgerufen, ihre besten Kreationen, Semester- oder Abschlussarbeiten in der Kategorie «Students» einzureichen. 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 nimmt an der «Students Competition» des ADC of Europe teil. An der Preisverleihung werden auch die Gewinnerinnen und Gewinner der «ADC Young Creative Awards» nochmals gewürdigt.

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

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 28. März 2020*.

Gewinner der Kategorie «Students».

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

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.

Die Zweifelsfälle.

In der Jury sind Sätze wie „Das gab es schon mal“ oder „Das wurde gar nicht in der Schweiz produziert“ nicht erlaubt. Zweifel werden dem jeweiligen Jury-Präsidenten der Kategorie unter vier Augen mitgeteilt. Bei Bedarf legt dieser dann den Fall dem

Schlichtungsrat (bisher Wahrheitsfindungs-Kommission) vor. Der Schlichtungsrat spricht eine Handlungsempfehlung aus. Falls sich Zweifel erhärten, teilt der Jury-Präsident seiner Jury die Sachlage mit, damit diese unter Berücksichtigung der Empfehlung des Schlichtungsrates über den weiteren Umgang mit der Einreichung entscheiden kann.

2. Das Finanzielle und das Rechtliche.

Die Einreichungsgebühren.

Einzeleinreichung	CHF 400 plus 7.7% MwSt.
Kampagnen mit <i>2-6 Teilen</i>	CHF 650 plus 7.7% MwSt.
Kampagnen mit <i>7-12 Teilen</i>	CHF 750 plus 7.7% MwSt.
Kategorie Digital*	CHF 650 plus 7.7% MwSt.
Kategorie Evergreen*	CHF 950 plus 7.7% MwSt.
Kategorie Kampagnen*	CHF 950 plus 7.7% MwSt.
Kategorie Students*	CHF 50 plus 7.7% MwSt.

*unabhängig von der Anzahl eingereichter Teile.

Einreicher-Rabatt in den Kategorien: Fotografie, Illustration und Design**

Einzeleinreichung	CHF 200 plus 7.7% MwSt.
Serie mit <i>2-6 Teilen</i>	CHF 300 plus 7.7% MwSt.
Serie mit <i>7-12 Teilen</i>	CHF 400 plus 7.7% MwSt.

** Einzelpersonen, Freelancer, Ateliers usw. müssen vor dem Abschliessen der Einreichung für die Prüfung einer allfälligen Reduktion eine Mail an die ADC Geschäftsstelle senden.

Die Rechnung und die Bezahlung.

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

Kategorie Studenten.

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 juriert.

Juriert werden Arbeiten, die zwischen dem **1.1.2019 und dem 29.2.2020** in der Schweiz konzipiert und in der Schweiz und/oder im Ausland veröffentlicht wurden.

Jene Arbeiten, die im Januar und Februar 2019 erschienen sind und bereits für die ADC Awards 2019 eingereicht wurden, sind von der Jurierung 2020 ausgeschlossen und dürfen kein zweites Mal eingereicht werden.

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 Fotografie & 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).

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. Der Schlichtungsrat, bestehend aus vier Jurypräsidenten und dem Jury-Chairman, 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.

Grundsätzlich ist es nicht im Sinne des Wettbewerbs, nach abgeschlossener Jurierung und Preisvergabe nachträglich Preise abzuerkennen. In Fällen von frappierenden Ähnlichkeiten zu bereits existierenden Arbeiten muss jedoch gehandelt werden - Doubletten dürfen nicht ausgezeichnet bzw. müssen im Nachhinein aberkannt werden. Der Zeitrahmen für die Meldung einer Doublette beträgt maximal 30 Tage nach Preisverleihung. Ob es sich um eine Doublette handelt, liegt im Ermessensspielraum des Schlichtungsrates und muss von diesem entschieden und begründet werden.

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 anderweitig verloren gehen. Im Falle eines Falles müssen Einreicher 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 Dokumentationszwecken beim ADC. Das Einverständnis der Einsender ist mit deren Einreichung stillschweigend gegeben.

Wenn noch nicht alles klar sein sollte.

Die ADC Geschäftsstelle sorgt für Klarheit:
044 262 00 33 oder info@adc.ch

Damit nichts zu spät kommt.

Einsendeschluss ist der 2. März 2020.

Sollten 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 alle Teilnehmenden, 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 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, muss man sich zunächst registrieren. Dann kann man auf der Website den Einreichungsprozess starten. Einreichungen können bis zum Einsendeschluss oder bis zur Bezahlung bearbeitet werden.

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.

Vor Abschluss der Einreichung sind alle Credits online anhand der Vorschau der Würfeletikette und des Diploms zu prüfen. Der Einreicher ist für die Vollständigkeit und die Richtigkeit selber verantwortlich. Nachträgliche Anpassungen an den Credits sind kostenpflichtig und werden nach Aufwand verrechnet.

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 2019, drei Frequenzen 1/1-Seite» oder «Plakatstelle vor der Agentur, 1. April 2019, einmal» oder «Adressiertes Mailing Deutschschweiz, August 2019, 3100 Empfänger» oder «Spendenaktion in Zürich, August 2019, Objekt in 20-facher Ausführung für VIP-Eingeladene». Auf jeden Fall *wahrheitsgetreu und eindeutig*.

Auf keinen Fall vergessen: Ein/eine Verantwortliche/r 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: Beim Kennwort handelt es sich um den Titel der Arbeit und *nicht* um ein Passwort.

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.

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 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 und 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 dreiteiligen Serie A_Treppenhaus, B_Laden, C_Wohnung.

Wenn Sie mit allem 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 Massnahme
- 1.4 Mobile
- 1.5 Social Media
- 1.6 Content Marketing
- 1.7 Technological Craft
- 1.8 Creative Data
- 1.9 E-Commerce
- 1.10 Interactive Promotions

2 Film

- 2.1 TV, Kino
- 2.2 Online Filme Langformate
- 2.3 Online Filme Kurzformate
- 2.4 TV Trailer, Station Design
- 2.5 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 Fotografie & Illustration

- 13.1 Fotografie Architektur, Interior
- 13.2 Fotografie Landschaft
- 13.3 Fotografie Mode, Beauty, People, Porträt
- 13.4 Fotografie Reportage, Dokumentarfotografie (News, Sport usw.)
- 13.5 Fotografie Still Life, Food
- 13.6 Fotobasierte Illustration, Bildbearbeitung, Composing
- 13.7 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 3 digitale Massnahmen beinhalten, z.B. Website plus Online-Video plus Banner)

Online Massnahme (im Vergleich zur Unterkategorie Online-Kampagne geht es hier nicht um vernetzte, sondern um Stand-Alone Massnahmen wie Banners, Social Media Ads, interaktive Filme, Podcasts usw.)

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

Social Media (Kampagnen oder Massnahmen, die kreativ mit den Mechanismen von Social Media spielen, Social-Media-Aktivierungen, Influencer-Massnahmen, Einzelposts, Post-Serien, usw.)

Content Marketing (Informativer und/oder unterhaltender Inhalt für ein Unternehmen oder ein Produkt, der Konsumenten auf verschiedenen digitalen Kanälen bereitgestellt wird - in Form von Podcasts, YouTube-Channels, redaktionellen Beiträgen, Blog-Inhalten, Streams, etc.)

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

Creative Data (Auswertungen und Interpretation von Daten dienen als Grundlage für eine Idee/Strategie/Kampagne im digitalen Raum. Schlagwörter sind: Data Storytelling, Data-driven Targeting, Data-driven Innovation, Data Visualisation, Use of Realtime Data, Social Data Insights, Daten-Sammlungen, etc.)

E-Commerce (kreative Lösungen für digitale Kaufabschlüsse in Web-Stores. Innovativer Umgang mit Zahlungsmethoden, Kundenbindungsmassnahmen, clevere Nutzung der Customer Journey, Neukundengewinnung, Personalisierungsmassnahmen, Verknüpfungen mit dem physischen Point of Sale, etc.)

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

2 Film.

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

Online Filme, Langformate (Einzelspots, Serien, Webisodes mit einer Länge ab je 60 Sekunden)

Online Filme, Kurzformate (Einzelspots, Serie von Einzelspots mit einer maximalen Länge bis je 60 Sekunden)

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, Spezialformate usw.)

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

3 Anzeigen.

Einzelanzeigen und Kampagnen

Hinweis: Die Arbeiten müssen das Format haben, in dem sie in den jeweiligen Medien veröffentlicht wurden.

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

4 Plakate.

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

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

5 Direktmarketing.

Direktmarketing (Massnahmen, die einen Call-To-Action aufweisen, die eine direkte Response erzeugen, die die Kundenbindung zu einer spezifischen Zielgruppe stärken und die klar ausgewiesene Resultate verbuchen können. Hierzu zählen Massnahmen wie adressierte und unadressierte Mailings, mehrstufige Dialog-Programme, Prospekte, Salesfolder, Flyer, Akquise-Massnahmen, Ansprache über digitale Plattformen, Ambient, OoH, Broadcasting, Social Media usw. immer mit der Intention,-Response zu generieren oder eine spezifische Aktion auszulösen, die der Kundenbeziehung dient).

Hinweis: Es empfiehlt sich, nicht den gleichen Case-Film wie in der Kategorie Promotionen und Events einzureichen.

Upload von *ein bis max. zwölf 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.)

Hinweis 1: Es empfiehlt sich, nicht den gleichen Case-Film wie in der Kategorie Direktmarketing einzureichen.

Hinweis 2: 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.

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

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 als PDF unter «Beilagen» hochgeladen werden.)

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

8 Radio.

Einzelspots und Kampagnen

Upload von *ein bis max. zwölf 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 und die nicht mit Kampagnen verglichen werden können, die unter komplexen Bedingungen für substanzielle Auftraggeber kreiert wurden. Die Teilleistungen von grossen Aufträgen (z.B. Gelegenheitsanzeige fürs BAG, Banner für Swisscom, POS-Plakat für Coop) gehören selbstverständlich in die entsprechenden «kommerzielle» Kategorien und werden nicht in der Kategorie Klein-aber-fein juriert.

Eine Arbeit kann von einer «kommerziellen» Kategorie in die Kategorie Klein-aber-fein verschoben werden; dazu benötigt es einen Nachweis, dass der Arbeit nur ein marginales Budget zugrunde lag, sowie einen Mehrheitsbeschluss der Juroren der betreffenden Kategorie.

In dieser Kategorie eingereichte Arbeiten sind von anderen Kategorien ausgeschlossen.

Die Arbeiten sind so einzureichen, wie unter den verschiedenen Kategorien angegeben ist.

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

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.

In Ambient eingereichte Arbeiten sind von der Teilnahme in der Kategorie Plakate ausgeschlossen.

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

11 Musik (Sound & Design).

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

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

13 Fotografie & Illustration.

Auftragsarbeiten aller Art, die für die Subkategorien Architektur, Interior, Landschaft, Mode, Beauty, People, Porträt, Reportage, Dokumentarfotografie (News, Sport usw.), Still Life oder Food produziert wurden oder fotobasierte Illustrationen, Bildbearbeitung, Composing oder Illustrationen sind.

Beurteilt werden ausschliesslich Auftragsarbeiten; dabei ist es 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.

Es werden 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. Oder Bilder, deren Gesamtaussage nur durch digitale Bearbeitung, sprich Composing, entstehen kann.)

Wichtig: Bitte losgelöst vom Drumherum einreichen. Beispiel Anzeigen: Nur die Fotografie einreichen und nicht die ganze Anzeige.

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

15 Text.

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

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

16 Kampagnen.

Komplexe multimediale Kampagnen, die auf einer medianeutralen Idee basieren und die durch intelligente Verzahnung von Kanälen, Disziplinen und Medien einen ganzheitlichen Auftritt schaffen. Die verschiedenen Kommunikationsmittel müssen sich dabei ergänzen, aufeinander aufbauen, temporär aufeinander folgen – sie müssen erkennbar miteinander verknüpft sein, z. B. durch Gestaltung, Text, Tonalität oder Keyvisual.

Einzelteile der Kampagne können natürlich auch in anderen Kategorien eingereicht werden. Entsprechend können Einzelteile (wie zum Beispiel eine Promotion) nur dann zusätzlich in der Kategorie Kampagnen ausgezeichnet werden, wenn sie Teil einer umfassenderen Kampagne sind.

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 bzw. strategische und konzeptionelle Kontinuität und Konsistenz auf höchstem Niveau zeigen und über mehrere Jahre bereits zahlreich ausgezeichnet wurden.

In dieser Kategorie können bis max. drei Einreichungen ausgezeichnet werden.

Nachdem eine Kampagne einmal mit einem Evergreen 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. zwölf Teilen* (Einzelarbeit oder Kampagne/mehrteilige Arbeit).

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, <i>ohne Rahmen</i></p>
Screenshot	<p>JPEG (RGB), max. 8</p>
Pappen	<p>Auf schwarzem Karton aufgezoogen, 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 aufgezoogen</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, <i>max. 2 Min.</i></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"> – Hauptarbeit – 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 Massnahme		
	1.4 Mobile		
	1.5 Social Media		
	1.6 Content Marketing		
	1.7 Technological Craft		
	1.8 Creative Data		
	1.9 E-Commerce		
	1.10 Interactive Promotions		
2 Film	2.1 TV, Kino	– Hauptarbeit: Video, max. 3 Min.	
	2.2 Online Filme Langformate	– Hauptarbeit: Video, ab 60 Sek. – max. 18 Min.	
	2.3 Online Filme Kurzformate	– Hauptarbeit: Video, max. 60 Sek.	
	2.4 TV Trailer, Station Design	– Hauptarbeit: Video, max. 3 Min.	
	2.5 Sonderformate		
3 Anzeigen	3.1 Einzelanzeigen	– Hauptarbeit: Bilder	
	3.2 Kampagnen		
4 Plakate	4.1 Einzelplakate	– Hauptarbeit: Bilder oder bei E-Boards: Video oder Audio	
	4.2 Kampagnen		

Kategorie	Unterkategorien	Obligatorisch	Zusätzlich
5 Direkt-marketing	5.1 Direktmarketing	<ul style="list-style-type: none"> – Hauptarbeit: 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"> – Hauptarbeit: Bilder – Kleinere dreidimensionale Arbeiten als Original, Zweidimensionales auf Pappe – Case-Übersicht: Alle eingereichten Arbeiten zusätzlich auf einer Pappe (A2) übersichtlich darstellen – Überdimensionale Arbeiten müssen hochgeladen werden (technische Spez. 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	– Hauptarbeit: Audio	
	8.2 Kampagnen		
9 Klein-aber-fein	9.1 Klein-aber-fein	– Die Arbeiten sind so einzureichen, wie unter den verschiedenen Kategorien angegeben	



Kategorie	Unterkategorien	Obligatorisch	Zusätzlich
10 Creative Media	10.1 Creative Media	<ul style="list-style-type: none"> – Hauptarbeit: Bilder oder 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 Spez. siehe «Plakate») 	
	10.2 Ambient		
11 Musik (Sound & Design)	11.1 Musik (Sound & Design)	<p>Jeweils Hauptarbeit:</p> <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 	– Screenshots max. 8
12 Design	12.1 Graphic Design	<ul style="list-style-type: none"> – Hauptarbeit: 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		

Kategorie	Unterkategorien	Obligatorisch	Zusätzlich
13 Fotografie & Illustration	13.1 Fotografie Architektur, Interior	<ul style="list-style-type: none"> – Hauptarbeit: Bilder – Pappe mit Originalbeleg 	
	13.2 Fotografie Landschaft		
	13.3 Fotografie Mode, Beauty, People, Porträt		
	13.4 Fotografie Reportage, Dokumentar- fotografie (News, Sport usw.)		
	13.5 Fotografie Still Life, Food		
	13.6 Fotobasierte Illustration, Bildbearbeitung, Composing		
	13.7 Illustration		
14 Art Direction	14.1 Digital	<ul style="list-style-type: none"> – Hauptarbeit – 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	– Hauptarbeit: Video	
	14.3 Anzeigen, Plakate, DM, Design	<ul style="list-style-type: none"> – Hauptarbeit: Bilder – Physische Anhänge siehe Spezifikationen unter «DM/Design» 	

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

Kategorie	Unterkategorien	Obligatorisch	Zusätzlich
18 Students	18.1 Digital (Website, Microsite, App, Mobile, Social Media, Interface Design, Game Design)	<ul style="list-style-type: none"> – Hauptarbeit – 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))	<p>Jeweils Hauptarbeit:</p> <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 Audio-/Video-File – 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)	<p>Jeweils Hauptarbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Bei CD/CI, 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 Case-Film, pro Kampagne eine PowerPoint-Präsentation als PDF (unter «Beilagen» uploaden) – Hochschul-Bestätigung (unter «Beilagen» uploaden) 	



	<p>18.4 Craft (Foto, Illustrationen, Text, Animation)</p>	<p>Jeweils Hauptarbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> – bei Foto, Illu: Bilder, Pappe mit Originalbeleg – Bei Text: Bilder, URL (mit Passwort, falls erforderlich) oder Datei und Manuskript als PDF (unter «Beilagen» uploaden) – Bei Animation: Bilder, 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 Switzerland schicken.

6. Die Termine.

Der ADC Switzerland führt in Kooperation mit dem Design Departement der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) vom 23. bis 27. März 2020 zum vierten Mal die „Creative Week“ durch und bietet dabei eine ganze Woche lang Einblick ins Schaffen der Schweizer Kreativwirtschaft und in die gleichzeitig stattfindende ADC Jurierung. Die Creative Week ist öffentlich und kostenlos.

- **Einsendeschluss am *Montag, 2. März 2020.***
- Vorbesichtigung aller eingereichten Arbeiten in der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) am *Montag, 23. März 2020*
- Jurierung am *Dienstag und Mittwoch, 24. und 25. März 2020*
- ADC Award-Night & Gala am *Samstag, 28. März 2020*