



Einsendeschluss: 1. März 2021

ADC Switzerland Awards 2021 Call for Entries

Es gibt nichts zu verlieren, sondern nur zu gewinnen: Würfel und die 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 neue und um so grössere Bedeutung.

Die ADC Call for Entries erlauben das Einreichen von Arbeiten, die zwischen dem 1.1.2020 und dem 28.2.2021 veröffentlicht wurden.

Arbeiten, die im Januar und Februar 2020 erschienen sind und bereits für die ADC Awards 2020 eingereicht wurden, 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 2021 ist spätestens Montag, 1. März 2021.



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, 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 Einreichungen und setzen mit ihren Bewertungen neue Standards. Entsprechend wertvoll ist ein ADC Würfel und gilt als härteste kreative Währung der Schweiz.

Juriert werden Arbeiten, die zwischen dem **1.1.2020 und dem 28.2.2021** in der Schweiz konzipiert und in der Schweiz und/oder im Ausland veröffentlicht wurden.

Die Jurierungskriterien

Qualität kennt keine Quote. Darum diskutiert und juriert der ADC nach qualitativen Kriterien: Nach dem System 7+ von Michael Conrad oder 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 die Menschen und die Marke?
- Ist es vorbildlich?

Die Kategorien

Arbeiten können in 19 Kategorien eingereicht werden. Es gibt sowohl mediale als auch handwerkliche bzw. Craft-Kategorien. In diesem aussergewöhnlichen Jahr gibt es die aussergewöhnliche Kategorie „Corona“ mit den Unterkategorien „Creativity & Corona“ und „Cancelled due to Corona“.

Mediale Kategorien

Digital, Film, Anzeigen, Plakate, Direktmarketing, Promotionen & Events, PR, Radio & Audio Publishing, Klein-aber-fein, Design, Creative Media, Evergreen, Kampagnen.

Craft-Kategorien

Digital, Musik & Sound-Design), Fotografie & Illustration, Art Direction, Text.

Kategorie Corona

Creativity & Corona

Corona stellt die Welt vor immense Herausforderungen, auch die Werbe- und Kommunikationswelt. Beispielsweise wenn über Nacht spezielle Kampagnen unter teilweise schwierigsten Bedingungen realisiert wurden. Mit der Unterkategorie „Creativity & Corona“ möchte der ADC Switzerland solch aussergewöhnliche Leistungen würdigen: Eingereicht werden können Arbeiten aus allen Kategorien, die in einem Zusammenhang mit Corona stehen (Mitarbeiterdank, Aufmunterungskampagne, Prävention usw.). Strategie und Idee stehen dabei im Vordergrund, im Wissen, dass sich die Ausführungsqualität oftmals der Dringlichkeit und den Produktionsbedingungen unterordnen musste. Die in der Unterkategorie „Creativity & Corona“ eingereichten Arbeiten sind auch in den jeweiligen medialen oder handwerklichen Kategorien zugelassen und müssen die jeweiligen Bedingungen erfüllen und erschienen sein. Doppelauszeichnungen mit allen anderen Kategorien sind möglich.

Cancelled due to Corona

Zahlreiche bereits produzierte Kampagnen haben wegen Corona leider nie das Licht der Öffentlichkeit erblickt. Darunter sicherlich auch Arbeiten, die es nicht verdient haben, im Dunkeln von Abfallkörben in Vergessenheit zu geraten. Diesen möchte der ADC die Chance auf eine Würdigung geben. Eingereicht werden können Arbeiten aus allen Kategorien, die fertig produziert waren, aber die wegen Corona nicht erscheinen konnten. Achtung: Nicht erlaubt sind nicht realisierte Arbeiten, Fakes usw., sondern explizit nur fertiggestellte Arbeiten, die in letzter Minute und wegen Corona vom Auftraggeber gestoppt werden mussten. Die Einreichung ist nur in dieser Unterkategorie gestattet und es muss auf jeden Fall eine schriftliche Einwilligung des Auftraggebers vorliegen.

Was neu ist gegenüber dem Vorjahr

Neu und nur dieses Jahr gibt es die Kategorie „Corona“ mit den Unterkategorien „Creativity & Corona“ und „Cancelled due to Corona“, um herausragende Leistungen im Zusammenhang mit Corona in diesen schwierigen Zeiten besonders zu würdigen (siehe oben).

Neu wird die Kategorie „Radio“ zur Kategorie „Radio & Audio Publishing“ erweitert. Diese Kategorie umfasst neu nicht mehr nur Radiospots, sondern alle Audioformate mit Sprache; eingereicht werden können also auch Podcasts, Hörspiele usw.



Was zwar nicht mehr neu ist, aber dennoch wichtig

- 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.
- 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 von Agenturgrösse oder Budgets: 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 beste 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 in der Kombination der Kategorie „Ambient“ und der Kategorie „Plakate“, 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 der Kategorie „Kampagnen“ und der Kategorie „Evergreen“ sowie der diesjährigen Ausnahmekategorie „Corona“. 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.



Beim ADC gibt es nichts zu verlieren

Beim ADC Switzerland kann man Shortlist, Bronze, Silber, Gold oder einen Evergreen gewinnen.

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

Gewinnt eine Arbeit eine Auszeichnung, erhalten Auftraggeber und Agentur nebst einer Urkunde einen der begehrten ADC Bronze-, Silber-, Gold- oder Evergreenwürfel und die Arbeit erscheint in der ADC Web-App sowie im optional bestellbaren Buch. Mit einem ADC Gold- oder Evergreen-Würfel ausgezeichnete Arbeiten kommen ausserdem an der ADC Preisverleihung und in den Medien ganz gross heraus und können kostenlos an der Jurierung des ADC of Europe teilnehmen.

Gewinner der Kategorie „Students“

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

Der herausragendsten Arbeit wird die Auszeichnung „Student of the year“ verliehen; die Gewinnerin oder der Gewinner erhält eine Urkunde, den ADC Student-Würfel und die Arbeit ist zudem für die „Students Competition“ des ADC of Europe qualifiziert.



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.
Kategorie Corona*	CHF 300 plus 7.7% MwSt.

*unabhängig von der Anzahl eingereicherter 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 „Students“

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 **1.1.2020 und dem 28.2.2021** in der Schweiz konzipiert und in der Schweiz und/oder im Ausland veröffentlicht wurden.

Arbeiten, die im Januar und/oder Februar 2020 erschienen sind und bereits für die ADC Awards 2020 eingereicht wurden, dürfen an der Jurierung 2021 kein zweites Mal eingereicht werden.

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

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

Die Arbeiten sind so einzureichen, 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 Agentur- und eine Auftraggeberreferenz mit Telefonnummer (siehe Einreichungsformular).

Das wird nicht juriert

Nicht juriert werden fiktive Arbeiten, die einzig für Präsentationszwecke oder Wettbewerbe erfunden wurden und nicht wirklich realisiert und veröffentlicht sind, oder die nur als Teil eines redaktionellen Beitrags („Wie würden Werbeprofis dies und jenes verkaufen?“) erschienen sind. Ebenfalls unzulässig sind Arbeiten, die in Form, Farbe, Inhalt und Erscheinung nicht der Realität entsprechen - 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. Auch Einreichungen mit falschen Angaben - wie beispielsweise erfundene Performance-Werte - können zurückgewiesen werden. **Zur Überprüfung kann die zuständige Auftraggeberreferenz kontaktiert werden, die zusammen mit einer Einsatzbestätigung auf jedem Online-Einreichungsformular angegeben ist.**

Auf zweifelhafte Einreichungen machen die Präsidenten der Jurygruppen den Jury-Chairman aufmerksam. Der Schlichtungsrat, bestehend aus vier Jurypräsidenten und dem Jury-Chairman, hat dann über die Qualifikation oder Disqualifikation einer Arbeit zu entscheiden. Eine Disqualifikation erfolgt, wenn die Abklärung beim Auftraggeber keine eindeutig positive Bestätigung erbracht hat, oder wenn die Agentur auf Anfrage keinen Originalbeleg und/oder glaubwürdigen Erscheinungsnachweis nachliefern kann.

Es ist nicht im Sinne des Wettbewerbs, nach abgeschlossener Jurierung und Preisvergabe nachträglich Preise abzuerkennen. Aber in seltenen Fällen werden frappierende Ähnlichkeiten zu bereits existierenden Arbeiten erst nach der Jurierung entdeckt - Doubletten können nicht im Sinne des ADC und seiner Mitglieder sein und können darum im Nachhinein aberkannt werden. Der Zeitrahmen für die Meldung einer Doublette beträgt maximal 30 Tage nach Preisverleihung. Ob es sich dabei um eine tatsächliche Doublette handelt, liegt im Ermessenspielraum 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 in der Regel öffentlich, zwischen Jury und Publikum findet jedoch keine Interaktion statt. Über die Jury-Entscheidung darf man sich freuen oder ärgern. So oder so führt der ADC aber keine Korrespondenz darüber und auch der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Die Angaben bei den Einreichungen 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 hilft gerne weiter: 044 262 00 33 oder info@adc.ch

Damit nichts zu spät kommt: **Einsendeschluss ist der 1. März 2021**

Sollten in Ausnahmefällen die Einreichungen nicht termingerecht eintreffen oder erfasst werden können, muss dies unbedingt mit der Geschäftsstelle vereinbart werden. Mehraufwand, welcher durch verspätete und/oder ungenaue Einreichungen (z.B. nachträgliche Korrekturen an den Credits) entsteht, wird dem Einreicher 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

Einreichen geht einfach

Alle Arbeiten werden via www.adc.ch eingereicht. Das geht in der Regel schnell, ist übersichtlich und einfach, auch was die Zahlungsabwicklung betrifft. Bevor man den Einreichungsprozess starten kann, muss man sich registrieren. Die Einreichungen können übrigens bis zum Einsendeschluss oder bis zur Bezahlung jederzeit bearbeitet werden.

Formular ausfüllen

Sorgfalt lohnt sich vom Anfang bis zum Ende: Sämtliche Angaben, die im Einreichungsformular erfasst sind, können zu einem späteren Zeitpunkt wichtig werden, zum Beispiel für die Angaben auf dem ADC Würfel oder die Pressemitteilungen und für vieles mehr. Ein gutes Namensgedächtnis ist ebenfalls vorteilhaft: Bitte keine Namen von Personen vergessen, die für die Arbeit mitverantwortlich zeichnen (Personen mit Vor- und Nachnamen aufführen, aber ein und dieselbe Person nur einmal).

Einzelarbeit vs. mehrteilige Arbeit

Bei einer mehrteiligen Arbeit müssen mindestens zwei Teile hochgeladen werden, logisch. Auch logisch: Eine mehrteilige Arbeit wird immer als Gesamtes bewertet, bei der Einzelarbeit wird nur diese juriert. Bei Einzelarbeiten oder mehrteilige Arbeiten können Beilagen mit Erklärungen hinzugefügt werden, die der Jury zu einem besseren Verständnis verhilft; diese werden aber nicht juriert.

Arbeiten hochladen

Bitte das zu bewertende Hauptdokument im Bereich „Hauptarbeit“ hochladen. Bei Kampagnen (mehnteilige Arbeit) bitte die einzelnen Teile in den hierfür bestimmten Upload-Bereich hochladen. Weitere Dateien, welche für die Jurierung relevant sind und hinzugezogen werden sowie der Erscheinungsnachweis, gehören in den Bereich „Beilagen“.

Das Hochladen von Arbeiten funktioniert per einfachem Drag & Drop: Ausgewählte Dateien einfach in den hierfür vorgesehenen Bereich ziehen. Dabei spielt es keine Rolle, ob verschiedene Formate gleichzeitig hochladen werden. Bitte immer einen Moment warten und dann überprüfen, ob sämtliche Dateien vom System übernommen wurden.

Credits

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.

Einsatzbestätigung

Am Ende des Online-Einreichungsformulars muss die *Einsatzbestätigung* ausgefüllt werden (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 2020, drei Frequenzen 1/1-Seite“ oder „Adressiertes Mailing Deutschschweiz, August 2020, 31'100 Empfänger“ oder „Spendenaktion in Zürich, August 2020, Objekt in 20-facher Ausführung für VIP-Eingeladene“. Auf jeden Fall *wahrheitsgetreu und eindeutig*.

Bitte nicht vergessen: Ein/eine Verantwortliche/r der Agentur muss während der Jurierung jederzeit erreichbar sein, um in Zweifelsfällen Auskunft geben zu können.

Wenn man mit Ausfüllen fast fertig ist

Bevor die Online-Einreichung abgeschlossen und bezahlt wird, bitte nochmals die verschiedenen Spezifikationen und Anforderungen für die einzelnen Kategorien überprüfen. Falsch eingereichte Arbeiten oder Arbeiten mit falschen oder ungenügenden Angaben werden nicht juriert und der ADC zahlt 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.*

Wenn man mit Ausfüllen fix und fertig ist

Einreichungen können einzeln oder alle zusammen bezahlt werden. Nach der Bezahlung erfolgen per Email die Einreichungsbestätigungen, Laufzettel für allfällige physische Anhänge und Zahlungsbelege.



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 & Audio Publishing

- 8.1 Radio
- 8.2 Audio Publishing

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 & Audio Publishing

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

19 Corona

- 19.1 Creativity & Corona
- 19.2 Cancelled due to Corona



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 & Audio Publishing

Radio (Einzelspots und Kampagnen)

Audio Publishing (Einzelspots, Kampagnen, Podcasts, Hörspiele etc. für Online-Media und Streaming Dienste)

Diese Kategorie umfasst neu nicht mehr nur Radiospots, sondern alle Audioformate mit Sprache; eingereicht werden können also auch Podcasts, Hörspiele usw.

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 Anwendungen wie Werbespots, Filmmusik, Banners, Jingles, Radiospots & Audio Publishing etc. Sowohl vom eigentlichen musikalischen Werk wie auch vom Sound-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 medianutralen 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.

19 Corona

Creativity & Corona Corona stellt die Welt vor immense Herausforderungen, auch die Werbe- und Kommunikationswelt. Beispielsweise wenn über Nacht spezielle Kampagnen unter teilweise schwierigsten Bedingungen realisiert wurden. Mit der Unterkategorie „Creativity & Corona“ möchte der ADC Switzerland solch aussergewöhnliche Leistungen würdigen: Eingereicht werden können Arbeiten aus allen Kategorien, die in einem Zusammenhang mit Corona stehen (Mitarbeiterdank, Aufmunterungskampagne, Prävention usw.). Strategie und Idee stehen dabei im Vordergrund, im Wissen, dass sich die Ausführungsqualität oftmals der Dringlichkeit und den Produktionsbedingungen unterordnen musste. Die in der Unterkategorie „Creativity & Corona“ eingereichten Arbeiten sind auch in den jeweiligen medialen oder handwerklichen Kategorien zugelassen und müssen die jeweiligen Bedingungen erfüllen und erschienen sein. Doppelauszeichnungen mit allen anderen Kategorien sind möglich.

Cancelled due to Corona Zahlreiche bereits produzierte Kampagnen haben wegen Corona leider nie das Licht der Öffentlichkeit erblickt. Darunter sicherlich auch Arbeiten, die es nicht verdient haben, im Dunkeln von Abfallkörben in Vergessenheit zu geraten. Diesen möchte der ADC die Chance auf eine Würdigung geben. Eingereicht werden können Arbeiten aus allen Kategorien, die fertig produziert waren, aber die wegen Corona nicht erscheinen konnten. Achtung: Nicht erlaubt sind nicht realisierte Arbeiten, Fakes usw., sondern explizit nur fertiggestellte Arbeiten, die in letzter Minute und wegen Corona vom Auftraggeber gestoppt werden mussten. Die Einreichung ist nur in dieser Unterkategorie gestattet und es muss auf jeden Fall eine schriftliche Einwilligung des Auftraggebers vorliegen.

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



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 «Beilagen» uploaden) 	
	7.2 Kampagnen		
8 Radio & Audio Publishing	8.1 Radio	– Hauptarbeit: Audio	
	8.2 Audio Publishing		
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 Publishing: 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 & Audio Publishing	<ul style="list-style-type: none"> – Hauptarbeit: Audio – Manuskript als PDF (unter „Beilagen“ 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) 	
19. Corona	<p>19.1 Creativity & Corona</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Die Arbeiten sind so einzureichen, wie unter den verschiedenen Kategorien angegeben 	
	<p>19.2. Cancelled due to Corona</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Die Arbeiten sind so einzureichen, wie unter den verschiedenen Kategorien angegeben 	

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

- **Einsendeschluss: Montag, 1. März 2021**
- Die ADC Award Night & Gala ist in Planung, der ADC Switzerland jongliert mit verschiedenen Optionen und informiert, sobald ein Datum festgelegt werden kann.