KEIN CCA.
KEIN CALL FOR ENTRIES.
KEINE VER-LÆNGERUNG.
30—03—2017

KEIN CC
KEIN C OR ENTRI
KEINE R-LÆNG RUNG.
30—03—2017

Creativ Club Austria

Jetzt einreichen.

Creativ Club Austria Venus 2017

Kein CCA.
Kein größter Kreativpreis des Landes.
Keine Experten-Jury.
Kein ausgezeichnetes Handwerk.
Keine herausragenden Arbeiten.
Keine innovative Kommunikation.
Kein New Business.
Keine Relevanz.
Kein Wettbewerb.
Keine Young Lions.
Keine neuen Talente.
Kein Gold.
Kein Silber.
Kein Bronze.
Keine Auszeichnungen.
Keine Kreativität, die besser fürs Geschäft ist.

→ Call for Entries

2 Allgemeines
3 Kategorien
12 Einreichgebühren
13 Einreichbedingungen
15 Jury
16 Jury — Einreichen
17 Leitfaden

❶ Neues bei den Kategorien.
Das Medienverhalten der Menschen ändert sich laufend — die Kategorien sind deshalb neuerlich überarbeitet und der Entwicklung unserer Branche angepasst. Die CCA-Jury zeichnet Arbeiten aus, die in ihren Kategorien beispielgebend sind und Standards setzen.

❷ Der umfassendste Überblick über Österreichs Werbebranche.
Der Creativ Club Austria (CCA) ist Österreichs einzige Nonprofit-Institution, die kreative Arbeit für den Marktplatz Österreich und von österreichischen Kreativen in einer breiten Palette von Kategorien bewertet. In 15 Kategorie-Gruppen besteht die Chance auf eine Goldene, Silberne oder Bronzene Venus, die im Rahmen der CCA-Awardshow am 20. April 2017 im MAK an die Gewinner überreicht werden. Zusätzlich gibt es bei den CCA Young Lions und der Kategorie Student of the Year weitere Chancen auf eine Venus.

❸ Experten beurteilen Experten.
Das Publikum hat immer Recht. Aber was uns alle weiterbringt, ist eine kritische Beurteilung von Qualität und Innovation. Deshalb urteilen in der CCA-Jury ausschließlich Experten über die zum Wettbewerb eingereichten Arbeiten. Wenn man im Urteil der Konkurrenten die oder der Beste ist, dann ist man es wirklich.

❹ Die meisten Talente. Auf einen Blick.
Die CCA-Awardshow ist DIE Talente-Bühne des Landes. Hier finden Agenturen den talentiertesten Nachwuchs, Auftraggeber die interessanteste Agentur, Kreative die besten Fotografen, Regisseure, Illustratoren und weitere Umsetzungspartner — von Onlinern bis zu Komponisten. Einfach nachzuschlagen auf
→ www.creativclub.at

❺ Das größte Werbe-Annual Österreichs.
Das CCA-Jahrbuch.
Alle Venus-Gewinner werden im größten Nachschlagewerk heimischer Werbung veröffentlicht: im CCA-Jahrbuch. Hier erscheinen alle interessanten Arbeiten, die von der Jury mit einer Auszeichnung bedacht wurden.

❻ Plus: Chancen auf einen internationalen Award beim ADC*E.
Alle Arbeiten, die beim CCA ausgezeichnet werden, sind auch beim ADC*E Award (Art Directors Club of Europe) startberechtigt und haben somit zusätzlich die Chance, einen internationalen Award zu gewinnen.

❼ Zugelassen.
Beim CCA-Wettbewerb 2017 sind alle Arbeiten zugelassen, die für den österreichischen Markt konzipiert und dort publiziert wurden. Dabei ist es nicht relevant, ob die Arbeiten inner- oder außerhalb Österreichs entstanden sind. Zugelassen sind auch Arbeiten für ausländische Märkte, die am Wirtschaftsstandort Österreich entstanden sind. Arbeiten, die lediglich für Österreich adaptiert wurden, sind nicht zugelassen.

Alle eingereichten Arbeiten müssen den vom CCA definierten Wettbewerbskategorien entsprechen. Die Arbeiten müssen nachweislich im Zeitraum vom 01. Jänner 2016 bis 28. Februar 2017 erstmals veröffentlicht worden sein. Der CCA behält sich das Recht vor, im Zweifelsfall vom Einreicher einen Nachweis über die Veröffentlichung im oben angeführten Zeitraum zu verlangen. Die eingereichten Arbeiten müssen im Auftrag und auf Kosten eines Auftraggebers veröffentlicht worden sein. Davon ausgenommen sind Arbeiten für den Eigenbedarf (EW01), freie Fotografie (FO03) und freie Illustration (IL02) sowie Einreichungen in der Kategorie „Student of the Year“ (NW01).

○	Film
● FI01	TV- & Kinospots: Einzelspots und Serien
● FI02	Online-Spots (ausschließlich online geschalten!): Einzelspots und Serien

○	Hörfunkspots
● HF01	Einzelspots und Serien

○	Print
● PT01	Einzelarbeiten und Serien

○	Out of Home
● OH01	Klassische Werbeformen: Einzelarbeiten und Serien
● OH02	Non-Klassik (Special Installation, Werbung im öffentlichen Raum)

○	Cyber
● CY01	Websites, Microsites
● CY02	Social Media
● CY03	Social Media Community Management
● CY04	Online Ads
● CY05	Other Platforms

○	Mobile
● MO01	Mobile

○	Direct & Promotion
● DP01	Direct & Dialog / Klassik
● DP02	Direct & Dialog / Digital
● DP03	Promotion & Verkaufsförderung

○	Public Relations
● PR01	PR-Aktion

○	Branded Content & Entertainment
● BC01	Branded Content & Entertainment

○	Gesamtkampagne
● KA01	Gesamtkampagne
● KA02	Digitale Kampagne

○	Innovation
● IN01	Innovation
● IN02	Innovative Mediennutzung

○	Eigenwerbung
● EW01	Eigenwerbung (alle Medien)

○	Design
● DE01	Editorial & Communication Design
● DE02	Corporate Design
● DE03	Verpackungsdesign
● DE04	Branding
● DE05	Kunst- / Kultur- / Veranstaltungsplakat

○	Craft
● CC01	Cyber-Craft
● FO01	Fotografie
● FO02	Fotoillustration
● FO03	Freie Fotografie
● IL01	Illustration
● IL02	Freie Illustration
● TX01	Text
● AD01	Art Direction
● AN01	Animation
● MS01	Musik & Sound Design
● FC01	Film-Craft

○	Nachwuchs
● NW01	Student of the Year
● YL01	Young Lions

Film

● FI01 TV- & Kinospot:
Einzelspots und Serien
● FI02 Online-Spots (ausschließlich online geschalten!): Einzelspots und Serien

→ Beachte: Bei Serieneinreichungen können die einzelnen Spots nicht zusätzlich als Einzelarbeit eingereicht werden. Interaktive Filme sind in der Kategorie FI02 einzureichen.
→ Beachte: Alle Filme müssen jeweils eine Sekunde schwarzen Vor- und Nachspann aufweisen! Die Daten dürfen keine nicht zum Werk gehörenden (Agentur-)Logos oder Schrifteinblendungen enthalten.

Container-Format: MPEG-4 (mp4) oder QuickTime (mov). Video: Codec H.264, Profil Base/Main, Level ≤ 4.1, Datenrate max. 15000 kBits/Sek., PAR 1:1, FPS 25.

Auflösung: 1024 × 576, 1280 × 720 oder 1920 × 1080

Audio: Format Stereo, Codec AAC oder MPEG-1 Audio Layer 3, Sample-Rate 48 kHz/16Bit. Datenrate max. 320 kBits/Sek., Aussteuerung 0 dBFS.

Andere Datenformate werden nur dann akzeptiert, wenn diese im VLC Mediaplayer in seiner Standardeinstellung einwandfrei wiedergegeben werden können (kostenloser Download unter → www.videolan.org).

Die Daten sind per Upload oder per CD/DVD einzureichen und mit der vom System automatisch generierten Einreich-ID zu benennen. Bei Kampagnen ist die Einreich-ID um einen Zähler zu erweitern, damit die Reihenfolge der Daten mit der Beschreibung (Titel) im Einreichformular übereinstimmt (z. B. FI01-123-0456-01, FI01-123-0456-02 usw.).

Hörfunkspots

● HF01 Einzelspots und Serien

→ Beachte: Bei Serieneinreichungen können die einzelnen Spots nicht zusätzlich als Einzelarbeit eingereicht werden. Die Audiodaten müssen eine Sekunde stummen Vor- und Nachspann enthalten.

Container-Format: MP3.

Audio: Format Stereo, Codec MPEG-1 Audio Layer 3, Sample-Rate 44,1 oder 48 kHz/16Bit, Datenrate max. 320 kBits/Sek., Aussteuerung 0 dBFS (es werden keine anderen Formate akzeptiert!).

Hörfunkspots können nur als Upload eingereicht werden. Die Daten sind mit der vom System automatisch generierten Einreich-ID zu benennen. Bei Serien ist die Einreich-ID um einen Zähler zu erweitern, damit die Reihenfolge der Daten mit der Beschreibung (Titel) im Einreichformular übereinstimmt (z. B. HF01-123-0456-01, HF01-123-0456-02 usw.).

Print

● PT01 Einzelarbeiten und Serien

Anzeigen, die in Tages-, Wochen- und Magazinzeitungen, in periodisch erscheinenden Supplementen (z. B. Schaufenster, Rondo etc.) und/oder B2B-Magazinen erschienen sind.

Einzureichen sind ausschließlich die veröffentlichten Originale, aufgezogen auf schwarzem, matten Fotokarton (max. Format DIN A2). Prints, Proofs, Kopien etc. werden nicht akzeptiert. Eine Erklärung, wann und wo die Anzeige erschienen ist, ist rückseitig am Chart anzubringen (max. 50 Worte).
→ Beachte: Bei Serieneinreichungen können die einzelnen Sujets nicht zusätzlich als Einzelarbeit eingereicht werden.
→ Beachte: Bilder sind zusätzlich als mit dem Internetbrowser kompatibles RGB JPG (Farbraum sRGB) in maximaler Qualität in der Größe von 2000 Pixel an der längeren Seite (entspricht ca. 17 cm bei 300 dpi) einzureichen. Keine Freiflächen. CMYK wird nicht akzeptiert!

Out of Home

● OH01 Klassische Werbeformen:
Einzelarbeiten und Serien

Zugelassen sind klassisch buchbare Formate wie Plakate (jedes Format), City-Lights, Rolling-Boards, Megaboards, Litfaßsäulen, Baustellennetze,

Verkehrsmittelwerbung), die ohne spezielle Sonderlösungen (wie z. B. 3D-Installationen auf Plakat) umgesetzt worden sind. Erklärung des Platzierungsumfelds kann bei Bedarf beigelegt werden (max. 100 Worte). Einreichungen ausschließlich per FTP-Upload bzw. auf CD-ROM.
→ Beachte: Bilder sind als mit dem Internetbrowser kompatibles RGB JPG (Farbraum sRGB) in maximaler Qualität in der Größe von 2000 Pixel an der längeren Seite (entspricht ca. 17 cm bei 300 dpi) einzureichen. Keine Freiflächen. CMYK wird nicht akzeptiert! Die Daten sind mit der vom System automatisch generierten Einreich-ID zu benennen. Bei Kampagnen ist die Einreich-ID um einen Zähler zu erweitern, damit die Reihenfolge der Daten mit der Beschreibung (Titel) im Einreichformular übereinstimmt (z. B. OH01-123-0456-01, OH01-123-0456-02 usw.).

● OH02 Non-Klassik (Special Installation, Werbung im öffentlichen Raum)

Alle anderen Arten von Outdoor-Lösungen, wie Special Installations, Werbung im öffentlichen Raum, Guerilla Werbung etc., die über die klassische Out of Home-Kategorie hinausgehen.

Alle Einreichungen sind so zu gestalten, dass die kommunikative Maßnahme klar verständlich ist. Die Einreichungen sind in Form von Originalen, Fotos oder Proofs (aufgezogen auf schwarzen, matten Fotokarton — max. Format DIN A2) oder in Form eines Einreichvideos (technische Spezifikation wie bei der Kategorie Film) einzureichen.
Maximale Länge von Einreichvideos: 120 Sekunden.

Cyber

Im Vordergrund aller hier angeführten Kategorien steht die IDEE, während der Fokus in der Cyber-Craft-Kategorie auf der technischen und ästhetischen Umsetzung liegt.

● CY01 Websites, Microsites

Permanente Online-Präsenz zur Darstellung von Unternehmen, Produkten, Organisationen und Inhalten, z. B. Corporate Websites, Online-Shops, B2B Websites, Public Service Websites. Online-Umsetzungen mit temporärem oder thematischem Schwerpunkt. In der Regel mit stärkerem Kampagnen-Charakter, z. B. Kampagnen-Microsites oder -Subsites (Landing-Pages für Display oder Offline-Kampagnen), Produkt-Microsites, Brand Sites.

● CY02 Social Media

Alle Formen von Umsetzungen, die soziale Netzwerke und Strukturen im digitalen Umfeld (online/mobile) nutzen, z. B. Umsetzungen, Kampagnen in sozialen Medien und Netzwerken (Facebook, Twitter, YouTube, Blogs, Snapchat, Instagram etc.). Reine Display Kampagnen ohne einen Bezug zu sozialen Strukturen werden nicht anerkannt.

● CY03 Social Media Community Management

Außergewöhnliche Kommunikation / Betreuung von Fans, Followern und Besuchern einer Marke oder Institution auf einer Social Media Plattform.

Einzureichen: Dokumentation des Cases als Film, max. Länge 120 Sekunden. Es gelten die technische Spezifikation der Kategorie Film.

● CY04 Online Ads

Alle Formen der Online-Werbung, die auf fremden Websites (online/mobile) platziert werden, sowie E-Mail-Aktionen, Newsletter etc., z. B. Content Ads, Banner, alle Formen von Layer Ads, Text Ads (z. B. Google AdWords), Mobile Display Ads, Interaktive Online-Spots etc.

● CY05 Other Platforms

Hier können zum Beispiel eingereicht werden:
New Technology, Games, Digital Installations, AR, VR, Widgets, Apps, etc.

Einreichungen in den Cyber Kategorien erfolgen in Form von Einreichvideos (maximale Länge 120 Sek.). Zusätzlich ist bei den Einreichungen eine URL (die Einreichung muss bis 31. Mai 2017 online sein!) im Einreichformular anzugeben. URLs nach Möglichkeit ohne Passwortschutz!

Bei passwortgeschützten URLs bitte Gastzugang wie folgt einrichten:
Benutzername: venus2017 Passwort: cca2017

Landing-Pages sind zu vermeiden. Wenn solche vorgeschalten sind, dürfen sie kein Agenturbranding enthalten.
→ Beachte: Zusätzlich sind für jede Einreichung 8 Screenshots beizufügen (Internetbrowserkompatibles Präsentationsbild als RGB JPG — Farbraum sRGB — in maximaler Qualität in der Größe von 2000 Pixel an der längeren Seite — entspricht ca. 17 cm bei 300 dpi — oder in der Originalgröße der Site/App). Keine Freiflächen. CMYK wird nicht akzeptiert!

Mobile

● MO01 Mobile

Kommunikative Lösungen, bei denen das Medium Mobile (Smartphones, Tablets, Wearables) zwingend erforderlich ist. Die Einreichung erfolgt in Form eines max. 120 Sekunden langen Einreichvideos, das die Umsetzung und Anwendung deutlich wiedergibt. Das Video ist im Online-Einreichsystem upzuloaden.

Direct & Promotion

● DP01 Direct & Dialog / Klassik

Zugelassen sind alle Werbemaßnahmen, deren Hauptziel der direkte One-to-One-Dialog zwischen Auftraggeber und Kunde ist, um eine bestimmte Aktion oder Antwort des Kunden auszulösen. Dazu gehören zum Beispiel Mailings, Prospekte oder Packages. Aber auch Anzeigen, Poster, Filme oder Hörfunkspots mit einem integriertem Response-Element.
→ Beachte: Bilder sind als mit dem Internetbrowser kompatibles RGB JPG (Farbraum sRGB) in maximaler Qualität in der Größe von 2000 Pixel an der längeren Seite (entspricht ca. 17 cm bei 300 dpi) einzureichen. Keine Freiflächen. CMYK wird nicht akzeptiert!

● DP02 Direct & Dialog / Digital

Zugelassen sind alle Werbemaßnahmen, deren Hauptziel der direkte One-to-One-Dialog zwischen Auftraggeber und Kunde ist, um eine bestimmte Aktion oder Antwort des Kunden auszulösen. Dazu zählen in dieser Kategorie E-Mails und Newsletter, aber auch MMS und SMS, sowie speziell für ein Social Network oder eine Social Community entwickelte Dialogmaßnahmen. Diese nutzen Gruppendynamiken, bedienen sich sozialer Regeln und spielen mit dem Drang, innerhalb eines Social Networks tatsächlich auch zu interagieren, virtuelle Erlebnisse zu teilen etc.
→ Beachte: Bilder sind als mit dem Internetbrowser kompatibles RGB JPG (Farbraum sRGB) in maximaler Qualität in der Größe von 2000 Pixel an der längeren Seite (entspricht ca. 17 cm bei 300 dpi) einzureichen. Keine Freiflächen. CMYK wird nicht akzeptiert!

● DP03 Promotion & Verkaufsförderung

Promotions sind zeitlich begrenzte Einzelaktionen, die der Aktivierung der Marktbeteiligung d. h. der Steigerung des Bekanntheitsgrads und/oder der Umsatzsteigerung dienen.

Alle Einreichungen sind so zu gestalten, dass die kommunikative Maßnahme klar verständlich ist.
Bei mehrstufigen Arbeiten sind alle Komponenten gesammelt in einem großen Kuvert oder in einer Box als Original einzureichen. Es sind jeweils zwei Belegexemplare einzureichen! Sehr große 3-dimensionale Gegenstände können im Original nur nach Rücksprache mit dem CCA-Büro eingereicht werden. Es wird empfohlen, überdimensionale Einreichungen in Form von Fotodokumentationen einzureichen. Es gelten sinngemäß die technischen Einreichbedingungen der jeweiligen Kategorien. Max. Länge von Einreichvideos: 120 Sekunden.
→ Beachte: Bilder sind als mit dem Internetbrowser kompatibles RGB JPG (Farbraum sRGB) in maximaler Qualität in der Größe von 2000 Pixel an der längeren Seite (entspricht ca. 17 cm bei 300 dpi) einzureichen. Keine Freiflächen. CMYK wird nicht akzeptiert!

Public Relations

● PR01 PR-Aktion

Gesucht wird die PR-Aktion des Jahres. Im Mittelpunkt steht eine außergewöhnliche und kreative Idee, die als Basis oder im Rahmen einer PR-Kampagne für den österreichischen Markt entwickelt und umgesetzt wurde. Der Bewertungsfokus liegt auf dem/r möglichst innovativen Ansatz/Idee, der Strategie dahinter (in Zusammenhang zum definierten Kommunikationsziel), der entsprechenden Inszenierung/Umsetzung sowie — schwerpunktmäßig — den Ergebnissen, die von Talk of Town über Social Media bis zu klassischen Presseclippings reichen können. Das Feld für die PR-Idee des Jahres ist groß: keine Einschränkung durch Themen, Kategorien und Branchen, Profit oder Non-Profit oder bestimmte Kanäle.

Die Einreichung erfolgt in Form einer Präsentation, in der Aufgabenstellung, Kommunikationsziel, Strategie, PR-Idee sowie Umsetzung und Output (z. B. Clippings) dokumentiert sind. Die Präsentation kann als PowerPoint, Prezi, Keynote oder Video (bevorzugt) eingereicht werden und ist im Online-Einreichsystem upzuloaden.
→ Beachte: Die Videos sind als mp4 oder mov-Format abzugeben, max. Länge 120 Sekunden. Es gelten die technischen Spezifikation wie bei der Kategorie Film.

Branded Content

● BC01 Branded Content & Entertainment

Gesucht werden einzigartige Ideen für Produkt-/Markeninszenierungen, die nicht in Kanälen und deren Einschränkungen gedacht sind, sondern bewußt gelernte Grenzen überwinden (Formate, Längen etc.).
Integration eines Produkts, einer Marke in:
↳ bestehende Medieninhalte bzw. Formate (TV-Produktion, Radio-Programm, Kinofilm, redaktionelle Artikel, Magazine, Bücher etc.),
↳ Internet-Aktivitäten (Branded Social Media, Blogs, Online Games, Mobile etc.),
↳ Events (Veranstaltungen, Messen, Festivals, Konzerte etc.).
Aber auch von Marken oder Unternehmen produzierte Inhalte/Formate bzw. neu geschaffene Inhalte/Formate, die Produkte oder Marken einbinden, die dem Publikum entweder direkt und/oder durch mediale Verbreitung zugänglich gemacht werden (Bsp. wie oben, nur extra geschaffen).
→ Beachte: Nicht reines Product Placement, sondern die überraschende und kreative Inszenierung von Produkt/Marke bzw. Marketingbotschaft. Die Absendermarke tritt dabei zunächst häufig in den Hintergrund. Gesucht wird nach beispielgebenden Arbeiten, die glaubwürdig und intelligent Themen um die eigene Marke aufbauen und auf diesem Weg sehens-, hörens- und/oder lesenswerten Content kreieren. Alle Einreichungen sind so zu gestalten, dass strategischer Insight und kreative Idee verständlich und nachvollziehbar sind. Die Einreichungen sind in Form von Originalen, Bilder sind als internetbrowserkompatibles RGB JPG (Farbraum sRGB) in maximaler Qualität in der Größe von 2000 Pixel an der längeren Seite (entspricht ca. 17 cm bei 300 dpi) einzureichen - keine Freiflächen; CMYK wird nicht akzeptiert - bzw. Proofs (aufgezogen auf schwarzen, matten Fotokarton — max. Format DIN A2) oder in Form eines Einreichvideos (technische Spezifikationen wie bei der Kategorie FI01, max. Länge 120 Sekunden) einzureichen.
→ Beispielhafte Arbeiten:
→ https://vimeo.com/133507827
→ https://www.youtube.com/watch?v=wDJjcL9Ya4c
→ https://www.youtube.com/watch?v=JbwG8hN6nL4
→ https://www.youtube.com/watch?v=6GKO-vu4p5U
→ https://www.youtube.com/watch?v=ysTqSHoTz0M

Gesamtkampagne

● KA01 Gesamtkampagne

Zugelassen sind Kampagnen, die eine Werbeidee konsequent über mehrere Medienkanäle/Werbemittel (z. B. Plakat, Anzeige, Hörfunkspots, TV-, Kino-, Online-Spot, Banner, Social Media etc.) transportieren. Unter mehreren Medienkanälen/Werbemitteln versteht der CCA mindestens zwei, egal ob rein analog oder analog und digital. Die Kampagne muss als Ganzes eine Wirkung haben und die einzelnen Teile sollen sich ergänzen bzw. gegenseitig verstärken.
Jede Kampagne ist in Form eines Einreichvideos (max. Länge 120 Sekunden) einzureichen, das die Exponate zusammenhängend darstellt. Alle Einreichungen sind so zu gestalten, dass die kommunikative Maßnahme klar verständlich ist. Einreichungen per Datenupload

(siehe technische Spezifikation der Kategorie FI01). Sollte die Erstellung eines Films aus technischen Gründen nicht möglich sein, können über das CCA-Büro alternative Möglichkeiten erfragt werden. Es sind maximal drei Komponenten pro Mediengattung zugelassen (z. B. drei TV-Spots, drei Printsujets, drei Hörfunkspots).
→ Beachte: Zusätzlich ist jeder Einreichung ein JPEG beizufügen, das im Falle einer Prämierung als Hauptmotiv herangezogen werden kann. Weiters muss jeder Einreichung ein Übersichtschart (schwarzer matter Fotokarton — max. Format DIN A2) beiliegen, auf dem Filme als Storyboard, Hörfunkspots als Manuskript und Print in Form von kleinen Abbildungen dargestellt sind.

● KA02 Digitale Kampagne

Zugelassen sind digitale Kampagnen, die eine Werbeidee konsequent über mehrere digitale Medienkanäle/Werbemittel (z. B. Online-Spot, Banner, Social Media etc.) transportieren. Die Kampagne muss als Ganzes eine Wirkung haben und die einzelnen Teile sollen sich ergänzen bzw. gegenseitig verstärken.
Es gelten sinngemäß die technischen Einreichbedingungen der Kategorie KA01.

Innovation

● IN01 Innovation

Gesucht werden echte Innovationen aus dem technologischen Bereich, Serviceinnovationen oder Produktinnovationen. Anforderung an eine solche Lösung ist, dass sie ein Business-Problem auf eine neuartige Weise löst und einer Marke oder einem Unternehmen einen völlig neuen Dialog mit dem Kunden ermöglicht.
Es gelten sinngemäß die technischen Einreichbedingungen der jeweiligen Kategorien.

● IN02 Innovative Mediennutzung

Innovative Nutzung von existierenden Medien/Kanälen oder Schaffung neuer Medien/Kanäle im Rahmen eines Kommunikationsauftrittes. Es gelten sinngemäß die technischen Einreichbedingungen der jeweiligen Kategorien.

Eigenwerbung

● EW01 Eigenwerbung (alle Medien)

Einzelarbeiten oder Serien, die von Kreativen im „eigenen Auftrag“ bzw. für den eigenen Bedarf entwickelt worden sind, d. h., Auftraggeber und Ausführender sind ident. Einreichungen, die diesen Umstand erfüllen und den Kategorien aus Film, Hörfunkspots, Print, Out of Home, Cyber, Mobile, Direkt-Werbung & Promotion, Branded Content & Entertainment, Gesamtkampagne oder Innovation zugeordnet werden können, sind somit ausschließlich in der Kategorie Eigenwerbung zugelassen. Es gelten sinngemäß die technischen Einreichbedingungen der jeweiligen Kategorien.

Design

● DE01 Editorial & Communication Design

Zugelassen sind verlegte Periodika und Bücher, Unternehmensdarstellungen, Jahres- und Geschäftsberichte, Nachhaltigkeitsberichte, Kalender etc. Bei verlegten Periodika und Büchern können auch Teile (z. B. nur Bucheinband, redaktioneller Einzelbeitrag etc.) eingereicht werden. Unternehmensdarstellungen (Booklets und Broschüren), Jahres-, Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte werden hingegen gesamt beurteilt.
→ Beachte (gültig bei allen Sub-Kategorien Design): Einreichung im Original und per FTP-Upload. Bilder sind als internetbrowserkompatibles RGB JPG (Farbraum sRGB) in maximaler Qualität in der Größe von 2000 Pixel an der längeren Seite (entspricht ca. 17 cm bei 300 dpi) einzureichen. Keine Freiflächen. CMYK wird nicht akzeptiert!
Die Daten sind mit der vom System automatisch generierten Einreich-ID zu benennen. Bei mehrteiligen Einreichungen/Kampagnen ist die Einreich-ID um einen Zähler zu erweitern, damit die Reihenfolge der Daten mit der Beschreibung (Titel) im Einreichformular übereinstimmt (z. B. DE01-123-4567-01, usw.)

● DE02 Corporate Design

Logo/Wort-Bild-Marken, Geschäftsausstattung (Brief, Kuvert, Visitenkarte), Programme, Logo/Wort-Bild-Marken, Key-Visuals.

→ Beachte: Eine kurze Erklärung über die Art des Unternehmens (z. B. Tierschutzorganisation, Softwarehersteller, Restaurant, Yachtcharter) ist rückseitig am Chart oder der Arbeit anzubringen.

● DE03 Verpackungsdesign

Verkaufsverpackungen, Um- und Transportverpackungen, Promotion-Verpackungen etc.
→ Beachte: Einreichung im Original montiert auf schwarzem Fotokarton (max. Format A2) und Bilder per FTP-Upload. Der Präsentation kann ein Video mit einer Maximallänge von 120 Sekunden beigestellt werden (siehe technische Spezifikationen in der Kategorie FI01).

● DE04 Branding

Hier geht es um ein umfassendes Markenerlebnis: multidisziplinäre, über mehrere Kanäle ausdefinierte und gestaltete Markendesigns. Das kann umfassen: Markenlogo, Namen z. B. inkl. Packaging, Flagshipstores, Gestaltung von Lokalen (Restaurants, Bars, Hotels etc.), Environmental und Interior Design, Geruchs- und Sounddesign etc.
→ Beachte: Einreichung im Original montiert auf schwarzem Fotokarton (max. Format A2) und Bilder per FTP-Upload. Der Präsentation kann ein Video mit einer Maximallänge von 120 Sekunden beigestellt werden (siehe technische Spezifikationen in der Kategorie FI01).

● DE05 Kunst- / Kultur- / Veranstaltungsplakat

Zugelassen sind Einzelarbeiten und Serien von Indoor- und Outdoor-Plakaten in jedem Format. Erklärung des Platzierungsumfelds kann bei Bedarf beigelegt werden (max. 100 Worte). Einreichung im Original und per FTP-Upload. Bilder sind als Internetbrowserkompatibles RGB JPG (Farbraum sRGB) in maximaler Qualität in der Größe von 2000 Pixel an der längeren Seite (entspricht ca. 17 cm bei 300 dpi) einzureichen. Keine Freiflächen. CMYK wird nicht akzeptiert! Die Daten sind mit der vom System automatisch generierten Einreich-ID zu benennen. Bei Kampagnen ist die Einreich-ID um einen Zähler zu erweitern, damit die Reihenfolge der Daten mit der Beschreibung (Titel) im Einreichformular übereinstimmt (z. B. DE05-123-0456-01, DE05-123-0456-02 usw.).

Dort, wo es vom Format her möglich ist, sind in den Design-Kategorien veröffentlichte Originale einzureichen. Bei Arbeiten, die auf Fotokarton aufgezogen werden, max. Format DIN A2. Die Einreichungen sind auf der Rückseite mit der vom System automatisch generierten Einreich-ID zu beschriften. In allen anderen Fällen, sind Dokumentationen der Originalarbeit einzureichen: Fotos als Chart bzw. Dokumentationsfilme (technische Spezifikation siehe Kategorie FI01). max. Länge von Dokumentationsfilmen: 120 Sekunden.

Craft

● CC01 Cyber-Craft

Kriterien dieser Kategorie sind die Qualität der technischen Umsetzung, das Design sowie UX/UI der Arbeiten. Zugelassen sind Arbeiten aus allen digitalen Kanälen. Es gelten sinngemäß die technischen Einreichbedingungen der jeweiligen Kategorien.

● FO01 Fotografie

Zugelassen sind alle Auftragsarbeiten aus den Bereichen Werbung und Editorial. Gemeint sind sinngemäß fotografische Arbeiten, die eine Situation, einen Gegenstand oder eine Person in einer außergewöhnlichen Komposition, mit provokanter Ausdruckskraft oder in außerordentlicher Schönheit zeigen, und durch den Kontext besondere Relevanz für unsere Zeit haben.
→ Beachte: Eine Arbeit kann nur entweder in der Kategorie Fotografie oder der Kategorie Illustration eingereicht werden. Eine Doppeleinreichung in beiden Kategorien ist nicht möglich! In Zweifelsfällen bitte mit dem CCA-Büro Rücksprache halten. Die Jury behält sich vor, eine Umreihung einer Arbeit in ggf. eine andere Kategorie vorzunehmen.
Einzureichen sind jeweils die Fotografie(n) ohne Veröffentlichungszusammenhang sowie auf einem zweiten Chart der Veröffentlichungszusammenhang bzw. die Darstellung der Idee (max. Format DIN A2). Möglich ist auch ein erklärender Film (max. 120 Sekunden). Weitere Spezifikationen, siehe Kategorie FI01 Film.

● FO02 Fotoillustration

Zugelassen sind alle Auftragsarbeiten aus den Bereichen Werbung und Editorial. Gemeint sind Bilder, die digital stark verändert, verfremdet oder ergänzt worden sind (CGI). Alle Arbeiten werden in ihrem Kontext bewertet: ihre Relevanz, der Zusammenhang mit der Marke, das Zusammenspiel mit der zugrunde liegenden Idee bzw. dem jeweiligen Auftrag. Einzureichen sind jeweils das Foto ohne Veröffentlichungszusammenhang sowie auf einem zweiten Chart der Veröffentlichungszusammenhang bzw. die Darstellung der Idee (max. Format DIN A2). Möglich ist auch ein erklärender Film (max. 120 Sekunden).

● FO03 Freie Fotografie

Zugelassen sind alle Arbeiten ohne Auftraggeber (z. B. für das eigenen Portfolio oder Aussendungen). Es gelten sinngemäß die oben genannten Bestimmungen.

● IL01 Illustration

Zugelassen sind alle Auftragsarbeiten aus den Bereichen Werbung und Editorial. Die Jury unterscheidet innerhalb der Kategorie IL01 Werbung und Editorial. Die Jury zeichnet innerhalb der Kategorie beide Bereiche gesondert aus. Alle Arbeiten werden in ihrem Kontext bewertet: Ihre Relevanz, der Zusammenhang mit der Marke, das Zusammenspiel mit der zugrunde liegenden Idee bzw. dem jeweiligen Auftrag. Einzureichen sind jeweils die Illustration ohne Veröffentlichungszusammenhang sowie auf einem zweiten Chart der Veröffentlichungszusammenhang bzw. die Darstellung der Idee (max. Format DIN A2). Möglich ist auch ein erklärender Film (max. 120 Sekunden). Weitere Spezifikationen, siehe Kategorie FI01 Film.

● IL02 Freie Illustration

Zugelassen sind alle Arbeiten ohne Auftraggeber (z. B. für das eigene Portfolio oder Aussendungen). Es gelten sinngemäß die oben genannten Bestimmungen.

● TX01 Text

Werbetexte in allen Anwendungen und Längen (Copies, Headlines, Claims, Dialoge, Monologe etc.) sind in ihrer jeweiligen Umsetzung einzureichen. Dabei gelten sinngemäß die technischen Spezifikationen der einzelnen Kategorien, d. h. bei Film siehe FI01, bei Print siehe PT01 etc. Zusätzlich sind die Textmanuskripte im Format DIN A4 (Typo Helvetica, 12 pt., linksbündig) der Einreichung beizulegen und im Online-System upzuloaden. Alle Daten und Text-Manuskripte sind mit der vom System automatisch generierten Einreich-ID zu bezeichnen.

● AD01 Art Direction

Zugelassen ist Art Direction in allen visuellen Medien. In dieser Kategorie wird vor allem der künstlerische Wert einer Arbeit ausgezeichnet, der durch die handwerkliche Perfektion der Umsetzung entsteht.
Es gelten sinngemäß die technischen Spezifikationen der entsprechenden Kategorien.

● AN01 Animation

Motion Graphics, CGI, Clay Animation, Stop Motion, jede Form von zwei- und dreidimensionaler Animation sowie handgenerierte Animation. Es gelten die technischen Spezifikationen der Kategorie Film.

● MS01 Musik und Sound Design

Kompositionen (eigens für Fernseh- und Hörfunkspots, Veranstaltungen etc.), komponiert und neu produziert. Es wird die kompositorische und kreative Leistung im Zusammenspiel mit der eingereichten Werbearbeit bewertet.

Sound Design (musikalische Anteile, natürliche und künstliche Geräusche und Sounds) — hier wird die besonders gelungene und kreative Auswahl eines Sound Designs beurteilt, was maßgeblich für die Idee und die Wirkung von Fernseh- oder Hörfunkspots bzw. für die Veranstaltung ist. Dazu zählen Signations, Best Use of Music, Audio Branding etc. Zusätzlich ist vor jeder Einreichung ein Chart mit einer Leistungsbeschreibung einzufügen. Es gelten die technischen Spezifikationen der Kategorien Film / Hörfunkspots.

● FC01 Film-Craft

Zugelassen sind TV-, Kino- und Online-Spots. In dieser Kategorie wird vor allem der künstlerische Wert einer Arbeit ausgezeichnet, der durch die handwerkliche Perfektion der Umsetzung entsteht. Es gelten die technischen Spezifikationen der Kategorie Film.

Nachwuchs

● NW01 Student of the Year

Teilnahmeberechtigt sind Studenten bzw. Studienabsolventen der Fachrichtungen Grafikdesign, Visuelle Kommunikation, Film und Vergleichbares mit ihren Seminar- bzw. Abschlussarbeiten (Diplomarbeit) etc. Die Teilnahme in dieser Kategorie ist kostenlos!

● YL01 Young Lions

Die jeweiligen CCA-Juries werden in vier gesonderten Kategorien die Young Lions bewerten.
Termine für die Briefings, jeweils um 17 Uhr in der Angewandten (1., Oskar Kokoschka Platz 2):

Freitag, 24. März 2017	Cyber
Samstag, 25. März 2017	Print
Freitag, 7. April 2017	Film
Samstag, 8. April 2017	Design

Weitere Infos auf → ccayounglions.at

① Die Einreichgebühren 2017.
→ Beachte: Alle in den Wettbewerbsunterlagen des CCA angeführten Preise verstehen sich zuzüglich 20 % Umsatzsteuer. Die Einreichgebühren sind vor Übermittlung der Einreichungen zu begleichen. Jeder Einreicher erhält nach Bearbeitung der Einreichungen durch das CCA-Büro eine Rechnung über die bezahlten Einreichgebühren.

Gesamtkampagne/Digitale Kampagne (KA01, KA02)	€ 490,00

Die Kategorien Design (DE01-DE05), Fotografie (FO01-FO03) Illustration (IL01-IL02)

Einzelarbeit:	€ 125,00
Serien bis 2 Sujets:	€ 225,00
Serien bis 5 Sujets:	€ 295,00
Serien bis 8 Sujets*):	€ 420,00

Alle anderen Kategorien

Einzelarbeit:	€ 210,00
Serien bis 2 Sujets:	€ 310,00
Serien bis 5 Sujets:	€ 440,00
Serien bis 8 Sujets*):	€ 690,00

Für die Einreichung in den Nachwuchs-Kategorien Student of the Year (NW01) und Young Lions (YL01) fällt keine Gebühr an.
*) Für jedes weitere Sujet wird eine Gebühr von € 100,00 berechnet.

② Zusatzgebühren.
Bearbeitungsgebühr: Korrekturen, fehlende Gesamtaufstellung, Datenkonvertierung — € 125,00 pro Fall.

Eine Rücksendung der eingereichten Arbeiten erfolgt grundsätzlich nicht. Sollte in bestimmten Fällen eine Rücksendung ausdrücklich verlangt werden (dies ist bei der Einreichung deutlich sichtbar zu machen!), stellt der CCA eine einmalige Bearbeitungsgebühr in Rechnung. Die Rücksendung erfolgt auf Kosten und Risiko des Einreichers. Bearbeitungsgebühr: Rücksendung von eingereichten Arbeiten — € 100,00 pro Rücksendeadresse.

Verspätungszuschlag: Für Einreichungen, die nach dem 30. März 2017 einlangen (Datum des Poststempels) wird pro eingereichter Arbeit ein Verspätungszuschlag von € 100,00 verrechnet. Der Verspätungszuschlag kommt auch zum Tragen, wenn Arbeiten zwar vor dem Einreichschluss im Online-System erfasst, aber nicht rechtzeitig, d. h. bis spätestens 30. März 2017, an das CCA-Büro übermittelt werden.

Bearbeitungsgebühr: Für jede eingereichte Arbeit, die vom Einreicher vor der Jury wieder zurückgezogen wird, behält sich der CCA eine Bearbeitungsgebühr von € 100,00 ein; die restliche Einreichgebühr wird rückerstattet. Eine Zurückziehung von eingereichten Arbeiten nach der Jurierung ist nicht mehr möglich. Im Fall der Zurückweisung einer Arbeit wegen unvollständigen oder unwahren Angaben oder aufgrund des Vorliegens einer Doppelgängerarbeit findet keine Rückerstattung der Einreichgebühr statt.

Veröffentlichung im 39. CCA-Jahrbuch: Für jede im 39. CCA-Jahrbuch veröffentlichte Arbeit (1/1 Seite) wird dem Einreicher ein Druckkostenbeitrag von € 330,00 in Rechnung gestellt.

❶ Wie man einreicht.
Alle Einreichungen zum CCA-Wettbewerb sind vom Einreicher mittels Online-Einreichformular bis spätestens 30. März 2017 zu erfassen, das auf der Website des CCA — www.creativclub.at — zu finden ist. Es ist zu beachten, dass bei allen Kategorien die Einreichung per Daten-Upload erfolgen muss. In einigen Kategorien sind Arbeiten zusätzlich in physischer Form bis spätestens 30. März 2017 (Einlangen bei CCA bzw. Poststempel) vorzulegen. Bei Kategorien, in denen ausschließlich mittels Daten-Upload eingereicht wird, muss trotzdem das entsprechende Einreichformular einschließlich der Gesamtaufstellung (eine Auflistung aller eingereichten Arbeiten eines Einreichers; sie wird bei der Online-Einreichung automatisch generiert und muss mittels Druck-Icon ausgedruckt werden!) und des Überweisungsbelegs (Bestätigung für die erfolgte Überweisung/Einzahlung der Einreichgebühren laut Gesamtaufstellung) an das CCA-Büro per Post, Fax oder Email übermittelt werden.

↻ Eine genaue Beschreibung des Upload-Vorgangs ist im Online-Einreichsystem zu finden. Die technischen Einreichbedingungen werden auf den folgenden Seiten bei den jeweiligen Kategorien näher beschrieben.

↻ Bei allen Einreichungen, die nicht in digitaler Form abgegeben werden, ist zusätzlich ein Internetbrowser-kompatibles Präsentations- bzw. Pressebild als RGB JPG (Farbraum sRGB) in maximaler Qualität in der Größe von 2.000 Pixel an der längeren Seite (entspricht ca. 17 cm bei 300 dpi) auf einem geeigneten Datenträger beizulegen. Keine Freiflächen! CMYK wird nicht akzeptiert! Das Präsentations- bzw. Pressebild sollte nicht kleinteilig ausgeführt sein, um die Arbeit auch bei geringer Abbildungsgröße erkennbar zu halten. Alle Daten-Uploads sind mit der vom System automatisch generierten Einreich-ID zu bezeichnen.

↻ Zunächst ist die Kategorie, in der die Arbeit bewertet werden soll, zu bestimmen. Soll eine Arbeit in mehreren Kategorien bewertet werden, ist die Arbeit für jede Kategorie gesondert vorzulegen. Das Online-Einreichformular muss für jede Einreichung in allen Teilen vollständig und wahrheitsgemäß ausgefüllt werden.

↻ Das Einreichformular dient als Manuskript für alle Veröffentlichungen und Publikationen einschließlich des 39. CCA-Jahrbuchs. Angaben zum Einreicher sind grundsätzlich nicht zulässig — außer diese Angaben sind mit dem Werk verbunden (z. B. Agentursignatur bei einem TV-Spot oder einer Anzeige).

↻ Änderungen und Korrekturen nach Eingang der eingereichten Arbeit beim CCA können ausschließlich vom Einreicher und ausschließlich in schriftlicher Form bis längstens eine Woche vor der Jurysitzung begehrt werden und werden dem Einreicher mit einer Bearbeitungsgebühr von € 125,00 (zzgl. 20 % USt) pro Änderung oder Korrektur in Rechnung gestellt.

↻ Zu jeder vorgelegten Arbeit ist das Einreichformular auszudrucken (Druck-Icon im Online-Einreichsystem!) und firmenmäßig zu zeichnen (Unterschrift und Stempel). Die unterfertigten Einreichformulare sind der Gesamtaufstellung beizulegen (siehe weiter unten). Jede Komponente der eingereichten Arbeit ist mit der vom System automatisch generierten Einreich-ID zu beschriften.

❷ Alles, was Recht ist.
Der Einreicher unterwirft sich mit seiner Unterschrift diesen Einreichbedingungen. Der Einreicher erklärt mit seiner Unterschrift auf dem Einreichformular, dass er Inhaber der Urheber- bzw. Werknutzungsrechte ist bzw. jedenfalls berechtigt ist, zeitlich und räumlich unbeschränkte Werknutzungsbewilligungen an den CCA sowie an die vom CCA beauftragten Unternehmen in dem gemäß diesen Einreichbedingungen erforderlichen Umfang zu erteilen. Der Einreicher leistet Gewähr dafür, dass er über die im Rahmen des Bewerbs „CCA-Venus 2017“ erforderlichen urheber-, leistungsschutz-, marken-, muster- und kennzeichnungsrechtlichen Schutzrechte seine eingereichten Arbeiten betreffend verfügt und diese an den CCA und dessen Partner übertragen kann; der Einreicher hält den CCA und seine Partner diesbezüglich für allfällige Ansprüche Dritter schad- und klaglos.

Der Einreicher bestätigt mit der Einreichung, dass seitens des Auftraggebers die Zustimmung zur Vervielfältigung, Verbreitung und Veröffentlichung (online und in gedruckter Form) vorliegt und keine dieser Veröffentlichungen entgegenstehende Vereinbarungen getroffen wurden. Der Einreicher überträgt dem CCA, den vom CCA beauftragten Verlagen und Medien und dem ADC*E das räumlich und zeitlich unbeschränkte Recht zur Vervielfältigung und Verbreitung in Medien aller Art und in sämtlichen derzeit bekannten oder künftig beabsichtigten Publikationen einschließlich deren kommerzieller Verwertung sowie das Recht, die Werke der Öffentlichkeit zur

Verfügung zu stellen. Ferner erteilt der Einreicher das räumlich und zeitlich unbeschränkte Vervielfältigungs-, Aufführungs- und Vorführungsrecht aller eingesandten Arbeiten und er stimmt dem Verleih oder Verkauf der auf Datenträger übertragenen Filme durch den CCA, die vom CCA offiziell beauftragten Verlage und Medien und den ADC*E zu.

Weiters stimmt der Einreicher einer räumlich und zeitlich unbeschränkten öffentlichen Zurverfügungstellung der eingereichten Arbeiten auf der Website des CCA, auf den Internetauftritten der vom CCA offiziell beauftragten Verlage und Medien und auf der Website des ADC*E zu. Der Einreicher hat keinen Entgeltanspruch für die Einräumung sämtlicher Werknutzungsbewilligungen. Im Falle einer Auszeichnung von Arbeiten mit audiovisuellen Bestandteilen verpflichtet sich der Einreicher, jegliche aus der Verwertung des Werks entstehende Gebühren und Entgelte (AKM-Lizenzgebühren und sonstige entstehende Lizenzentgelte) zu tragen. Desgleichen gilt für Einreichvideos, sofern aufgrund deren Veröffentlichung Ansprüche an den CCA wegen Musikrechten etc. gestellt werden.

Sämtliche Angaben zu den eingesandten Arbeiten — insbesondere hinsichtlich der angeführten Urheber — müssen vollständig sein und der Wahrheit entsprechen. Die Folgen falscher oder unvollständiger Angaben liegen beim Einreicher, der den CCA, die vom CCA offiziell beauftragten Verlage und Medien und den Art Directors Club of Europe (ADC*E) diesbezüglich schad- und klaglos hält. Der CCA behält sich das Recht vor, Arbeiten vom Wettbewerb und/oder der Veröffentlichung auszuschließen, wenn er zu der begründeten Überzeugung gelangt, dass durch diese eine Gefährdung der Durchführung des Wettbewerbs oder der Veröffentlichung des CCA-Jahrbuchs nicht auszuschließen ist. Weiters behält sich der CCA das Recht vor, Veneres bzw. Auszeichnungen, die aufgrund falscher Angaben vergeben wurden, für ungültig zu erklären und diese abzuerkennen.

Der Einreicher verpflichtet sich, auf Verlangen — jederzeit, auch nach Jurierung und Preisverleihung — ergänzende Informationen über Entstehen oder Veröffentlichung der eingereichten Arbeit zu erteilen und ermächtigt den Creativ Club Austria (CCA) ausdrücklich, auch entsprechende Informationen darüber bei Dritten einzuholen; der Einreicher verpflichtet sich in diesem Fall, Dritte, von denen solche Informationen zu erlangen sind, von etwaigen Geheimhaltungspflichten zu entbinden. Der Einreicher kann keine wie immer gearteten Ansprüche geltend machen, wenn er der Ansicht ist, dass eine Auszeichnung fälschlicherweise aberkannt wurde.

Der Einreicher unterwirft sich mit der Einsendung dem Urteil der Jury und den Teilnahmebedingungen des Wettbewerbs und akzeptiert den Ausschluss des Rechtsweges und eines Schiedsgerichtes. Einsendungen, die nicht den Teilnahmebedingungen entsprechen, werden unter Ausschluss des Rechtsweges und ohne Angabe von Gründen vom Wettbewerb ausgeschlossen. Es besteht kein Recht auf Rückerstattung der Einreichgebühren. Der CCA übernimmt keine Haftung für beschädigte, verloren gegangene oder entwendete Arbeiten. Der Einreicher kann auf Inhalt, Art und Umfang der Wiedergabe der prämierten Arbeiten im CCA-Jahrbuch und anderen Publikationen keinen Einfluss nehmen.

Der Einreicher versichert, dass er die Teilnahme- und Einsendebedingungen zur Kenntnis genommen hat und dass die Angaben im Einreichformular den Tatsachen entsprechen. Mit der firmenmäßigen Zeichnung des Einreichformulars, welches der Gesamtaufstellung beigelegt werden muss (siehe oben), unterwirft sich der Einreicher den im Call for Entries 2017 abgedruckten Teilnahmebedingungen in vollem Umfang.

Weiters bestätigt der Einreicher mit der firmenmäßigen Zeichnung ausdrücklich, dass die zum CCA-Wettbewerb vorgelegten Arbeiten in bezahltem Auftrag des im Einreichformulars genannten Auftraggebers entwickelt und veröffentlicht worden sind.

Ein Rückzug eingereichter Arbeiten nach der Jurierung ist ausgeschlossen.

❶ Von der Jury zum Buch. Wie die Jury arbeitet.
Der Vorstand des Creativ Club Austria (CCA) stellt die Jury zusammen. Die Jury sucht nach relevanten, originellen sowie ausgezeichnet umgesetzten Ideen. Sie beurteilt die kreative Qualität der eingereichten Arbeiten und zeichnet sie nach folgenden Kritierien aus:

● Frische
Ist die Idee und/oder Umsetzung neu?

● Freude
Berührt die Arbeit?

● Finesse
Ist die Arbeit künstlerisch wertvoll?

● Führung
Ist die Arbeit vorbildlich?

In den Craft-Kategorien wird hauptsächlich die umsetzungstechnische Brillanz der Ausführung beurteilt.

❷ Folgende Awards werden vergeben:

Für frische Ideen, die solide umgesetzt sind.

Auszeichnung

Für überdurchschnittliche Ideen mit exzellenter Ausführung. Es ist die Idee, die man gerne als Beispiel für gute Werbung nimmt.

Bronze

Für Ideen, die sich in ihrer Kategorie deutlich vom Umfeld abheben. Die Umsetzung ist brilliant. Es ist die Idee, die man selber gerne gehabt hätte.

Silber

Für wegweisende Ideen, die einen neuen Standard in der Kategorie setzen. Die Umsetzung unterstützt die Idee und besticht durch ihre Perfektion. Es ist die Idee, an die man sich noch in Jahren erinnern wird.

Gold

Mit einer Venus in Silber und Gold ausgezeichnete Arbeiten bringen in Idee und Umsetzung alles mit, was ihnen auch beste Chancen in internationalen Jurys gibt: Der CCA ist — im Gegensatz zu den vielen anderen österreichischen Kreativ-Wettbewerben — der einzige Wettbewerb, dessen mit Gold ausgezeichnete Arbeiten automatisch international beim ADC of Europe eingereicht werden können.

Zunächst wird von den Juroren aus allen eingereichten Arbeiten eine Shortlist gewählt. Arbeiten, die einen Shortlistplatz erhalten, werden im 39. CCA-Jahrbuch veröffentlicht. Diese Arbeiten erwerben damit eine „Auszeichnung“. Aus allen Shortlistarbeiten wählt die Jury die Gewinner der Veneres in Gold, Silber und Bronze, die im Rahmen der CCA-Awardshow am 20. April 2017 im MAK bekanntgeben und geehrt werden. Zusätzliche Veneres und Urkunden können gegen Gebühr von allen ausgezeichneten Einreichern über das CCA-Büro erworben werden. Arbeiten, die von der Jury ausgezeichnet wurden und den Teilnahmebedingungen des ADC*E-Awards entsprechen, sind berechtigt an der Jurierung des Art Directors Club of Europe (ADC*E) teilzunehmen. Der CCA informiert die Einreicher rechtzeitig über das Einreichprozedere der ADC*E-Awards.

„Doppelgänger“ sind Arbeiten von mangelnder Originalität und Individualität. Das bedeutet, dass diese Arbeiten in ihrer Gesamtheit ein hohes Maß an Übereinstimmung mit einer bereits bestehenden Arbeit ausweisen. Sie bedienen sich nicht bloß derselben Idee wie die bereits bestehende Arbeit, sondern auch derselben Umsetzung.

Die Jury entscheidet während der Jurierung auch über die Originalität und Individualität der Arbeiten. Ein Einspruch ist ausschließlich beim Juryvorsitzenden und unter vier Augen einzulegen. Dadurch wird auch gewährleistet, dass andere Jurymitglieder nicht im Abstimmungsprozess beeinflusst werden.

Am Ende der ersten Juryrunde („Buchrunde“), verliest der Juryvorsitzende etwaige Einsprüche auf Arbeiten, die sich auf der Shortlist finden — der/die Beeinspruchende hat bis dahin Zeit, dem Juryvorsitzenden geeignete Nachweise zu erbringen. Mangelnde Originalität und Individualität werden innerhalb der Jury diskutiert und durch den Juryvorsitzenden zur Abstimmung gebracht. Die Arbeit kann aus dem Bewerb ausgeschlossen werden, auf dem Status „Auszeichnung“ bleiben oder weiterjuriert werden, wenn es sich nach Ansicht der Jury um keinen Doppelgänger handelt.

Die einfache Mehrheit entscheidet. Der daraus resultierende Juryentscheid ist endgültig. Die Vergabe einer Auszeichnung und/oder einer Venus ist ein Tatsachenentscheid und kann nicht angefochten werden. Es gibt keine Möglichkeit, die Entscheidung der Jury nach der Jurierung zu ändern. Der CCA behält sich aber das Recht vor, Veneres bzw. Auszeichnungen, die aufgrund falscher Angaben vergeben wurden, für ungültig zu erklären und diese abzuerkennen.

❸ Die Veröffentlichung im 39. CCA-Jahrbuch.
Der Einreicher verpflichtet sich, dem CCA druckfähige Vorlagen bzw. Daten der prämierten Arbeiten für die Veröffentlichung im CCA- bzw. ADC*E-Jahrbuch nach Aufforderung kostenlos zur Verfügung zu stellen und einen Produktionskostenanteil für die Dokumentation im CCA-Jahrbuch zu tragen. Jede ausgezeichnete Arbeit wird im CCA-Jahrbuch auf einer 1/1 Seite abgebildet. Der CCA stellt dem Einreicher für jede 1/1 Seite € 330,00 (zzgl. 20 % USt) in Rechnung. Mit der Einreichung einer Arbeit verpflichtet sich der Einreicher zur Bezahlung dieses Produktionskostenanteils im Falle einer oder mehrerer Auszeichnungen. Davon ausgenommen sind ausgezeichnete Arbeiten in der Kategorie Student of the Year.

Einreichschluss

30. März 2017

→ Beachte: Anlieferungen mittels Botendienst sind ausschließlich von Montag bis Donnerstag in der Zeit von 10.00 bis 14.00 Uhr möglich.

Einreichadresse

Creativ Club Austria
Kochgasse 34/16
A-1080 Wien
T +43 (1) 408 53 51
F +43 (1) 408 53 52
office@creativclub.at
www.creativclub.at

Kennwort

„Venus 2017“

Bankverbindung

CCA
Creativ Club Austria
Erste Bank
IBAN: AT61 2011 1000 0513 6962
BIC: GIBAATWW
ZVR-Zahl: 091268612
ATU42845702

Schritt für Schritt	Einreichung einer Arbeit in digitaler Form	Einreichung eines Originals (dreidimensionale Arbeiten)
1	Online-Registrierung unter → www.creativclub.at bis spätestens 30. März 2017	⇆
2	Auswahl der entsprechenden Kategorie.	⇆
3	Ausfüllen des Online-Einreichformulars.	⇆
4	Upload der mit der Einreich-ID gekennzeichneten Arbeit (gewünschtes Format beachten!).	Upload des mit der Einreich-ID gekennzeichneten Pressebilds*).
5	Ausdrucken und Unterschreiben des Online-Einreichformulars (Druck-Icon).	⇆
6	—	Jede Arbeit muss mit der Einreich-ID auf der Rückseite oder Unterseite gekennzeichnet sein.
7	Ausdrucken und unterschreiben der automatisch erstellten Gesamtaufstellung (Druck-Icon).	⇆
8	Den auf der Gesamtaufstellung ersichtlichen Betrag auf das CCA-Konto überweisen	⇆
9	❶ Pro Arbeit ist ein unterschriebenes Einreichformular der Gesamtaufstellung beizulegen. ❷ Zahlungsbestätigung der Gesamtaufstellung beilegen. ❸ Alle Unterlagen gesammelt an das CCA-Büro schicken — bis spätestens 30. März 2017.	❶ Pro Arbeit ist ein unterschriebenes Einreichformular der Gesamtaufstellung beizulegen. ❷ Zahlungsbestätigung der Gesamtaufstellung beilegen. ❸ Original-Arbeit, Gesamtaufstellung mit Zahlungsbestätigung und jeweils einer Kopie des Einreichformulars an das CCA-Büro schicken — bis spätestens 30. März 2017.

*) Pressebild: RGB JPG (Farbraum sRGB) in max. Qualität in der Größe von 2000 Pixel an der längeren Seite (entspricht ca. 17 cm bei 300 dpi) einzureichen. Keine Freiflächen! CMYK wird nicht akzeptiert! Das Pressebild sollte nicht kleinteilig ausgeführt sein, um die Arbeit auch bei geringer Abbildungsgröße erkennbar zu halten.