

(((|

DECODING  
CREATIVITY

VENUS  
AWARD

TEILNAHME-  
BEDINGUNGEN

**CCA Venus Award 2026**

**Teilnahmebedingungen und Einreichleitfaden.**

Stand: 31. Jänner 2026

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

Liebe Kreativschaffende! Liebe Kolleg:innen! Liebe Kund:innen!

Kreativität ist in Österreich so vielfältig wie die Orte, an denen sie entsteht und die Menschen, die sie zur Entfaltung bringen. Selten wurde soviel über den **Stellenwert und die Kraft menschlicher Kreativität** gesprochen, wie in der aktuellen Zeit des Umbruchs in der Kreativbranche, in der wirtschaftlich herausfordernde Rahmenbedingungen auf die Möglichkeiten durch Künstliche Intelligenz trifft. Aber selbst im Jahr 2026, in dem die technologische und datengestützte **Palette an Tools und Umsetzungswegen** uns schnellere und schier endlos erscheinende Lösungen zu eröffnen scheint, zählt genau das, was die Entscheidungsfindung der CCA-Jurys bereits seit der Geburtsstunde von Österreichs einflussreichsten Kreativpreis leitet: **Die Frage nach der Exzellenz – nach dem, was uns berührt, aufrüttelt, erfreut, unser Denken und Handeln zu beeinflussen vermag.** Die Beantwortung der Frage nach dem Umbruch in der Kreativbranche durch den „Game-Changer AI“ ist also so komplex wie simpel: **Was ändert sich?** Alles ... und nichts.

In puncto Tempo, Arbeitsalltag und Berufsfelder bleibt gerade kein Stein auf dem anderen und wir alle haben in den letzten Jahren viel Zeit damit zugebracht, diese „brave new world“ zu unserer eigenen zu machen und sie gewinnbringend in unsere Arbeitsprozesse zu integrieren. Wenn es aber um die **Beurteilung und Prämierung richtungsweisender oder sinnstiftender werblicher Kommunikation** geht, ist die Frage danach, mit welchen Tools etwas Herausragendes entstanden ist, weiterhin weniger essentiell, als die für den CCA jeher prägende Frage danach, ob und warum uns Worte, Bilder und Botschaften berühren. Unsere Jurys versuchen, den „**secret code**“ zu entschlüsseln, der hinter der Arbeit steckt. **Technologie befähigt, Talent veredelt. Innovation bringt Tempo, Handwerk den nötigen Fokus. Künstliche Intelligenz potenziert, ein kreatives Auge kuratiert.** Und genau so, wie unser kreativer Blick in unserer Arbeit auch zukünftig die beste Lösung aus dem Mittelmaß filtert, so ist die CCA-Venus auch weiterhin **DIE Messlatte in der heimischen Branche**, die all das feiert, das sich auch in der Ära des KI-gestützten Werbetreibens mit Fug und Recht **kreativ, frisch oder handwerklich beispielgebend** nennen darf.

**Wir freuen uns auf eure Arbeiten, auf die ihr stolz seid und in denen die Expertise und das Herzblut eurer Teams stecken.** Wir freuen uns ebenso darauf, auch heuer wieder am **Jurytag** gemeinsam angeregt zu diskutieren, was auf der CCA-Bühne ausgezeichnet wird. Die Venus ist „die härteste Tür des Landes“, wenn es um Kreativität auf internationalem Level geht. Selten war **Österreich international präsenter** als im vergangenen Jahr und der Grundstein für heimische Erfolge auf globalen Festivals wird mit der Entscheidung für eine Venus-Einreichung gelegt. **Egal ob Shortlist oder Edelmetall, was 2026 eine Auszeichnung erhält, strahlt im Zeitalter der Explosion von Output und Content umso heller.**

Wie jedes Jahr haben wir versucht, basierend auf den Feedbacks aus dem Club, den Award zu optimieren.

**Im Namen des Vorstandes des Creativ Club Austria** wünsche ich allen Einreichenden viel Erfolg und blicke voller Erwartung und Neugier der Jury entgegen. Und lasst uns in Zeiten der Revolutionen und Rezessionen nie auf die **verändernde Kraft der Kreativität** vergessen.

Mit herzlichen Grüßen

Christian Hellinger  
Präsident Creativ Club Austria

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## Teilnahmevoraussetzungen.

Beim CCA-Venus-Award 2026 sind alle Arbeiten zugelassen, die **am Wirtschaftsstandort Österreich entstanden sind** (auch für ausländische Märkte) **oder** für den **österreichischen Markt** konzipiert und dort publiziert wurden. Arbeiten, die lediglich für Österreich adaptiert wurden, sind nicht zugelassen.

## Neues. Änderungen. Übersicht.

### 1. Veröffentlichungszeitraum.

Die Arbeiten müssen zwischen **1. März 2025 und 28. Februar 2026** veröffentlicht worden sein.

**Ausgenommen** sind Einreichungen zur Kategorie „**Creative Effectiveness**“. Hier können nur Arbeiten eingereicht werden, die bei der CCA-Venus 2025 mit Gold, Silber, Bronze oder Shortlist ausgezeichnet wurden.

Bei der **Einreichung einer Serie** mit mind. 3 Sujets/Spots gilt ein **Toleranzmonat**: Ein Sujet der Serie darf demnach auch außerhalb des Zeitraums veröffentlicht worden sein. Dieses Toleranzmonat dient der besseren Darstellung der Durchgängigkeit von Serien. Auf Anfrage ist ein entsprechender Schaltnachweis zu erbringen.

### 2. Kategorien.

Siehe bitte **→Übersicht** und die einzelnen **Kategorien**.

**Eigenwerbung** benötigt keine Kennzeichnung und wird in der jeweiligen Kategorie eingereicht.

### 3. Special Awards und Rankings.

Der CCA kann folgende Special Awards vergeben: **Client of the Year, Creative Lead of the Year, Regional Creative Lead (Bundesland), Student of the Year, Venus for Change, Venus for Equality**.

## Die Punkte für die CCA-Rankings (NEU)

Shortlist: 1 Punkt

Bronze: 4 Punkte

Silber: 6 Punkte

Gold: 8 Punkte

Grand Prix: 16 Punkte

**Hinweis:** Ausgezeichnete Arbeiten bei der CCA-Venus bekommen zusätzlich Punkte im **globalen Ranking des One Club for Creativity**. Die Infos dazu stehen im Einreichtool.

## Creative Lead of the Year

Der Credit „Creative Lead“ ist bei der Einreichung verpflichtend anzuführen und **bezieht sich auf die Firma**. Bei EPU, etc. kann natürlich auch eine Person angeführt werden. Bei der Awardshow werden die Top 3 prämiert.

Im Einreichtool können **bis zu drei „Additional Creative Leads“** angeführt werden. Auch diese bekommen Punkte für das globale Ranking des One Club for Creativity. →Siehe Einreichtool

## Regional Creative Lead

Der CCA prämiert den **„Regional Creative Lead“** pro Bundesland (falls im Ranking vertreten). Das ist jene:r Firma / Kreative aus dem jeweiligen Bundesland, die / der im Zuge des offiziellen CCA Rankings die meisten Punkte für sich verbuchen kann (**Credit „Creative Lead“ im Einreichtool**). Es muss daher das **Bundesland der Firmenadresse** als Pflichtfeld (Im Einreichtool unter dem Punkt „Information“) bei jeder Einreichung angegeben werden.

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## Client of the Year

Bei Client of the Year wird der eingereichte **Credit „Client“** herangezogen. Bei der Awardshow werden die Top 3 prämiert. Der CCA veröffentlicht nur die Top 3 Platzierungen. Ausgenommen für das „Client of the Year“ Ranking sind Eigenwerbungen.

## Venus for Change

Die Arbeit mit der besten Idee zum Thema soziale, ökonomische oder ökologische Nachhaltigkeit.

Die Venus for Change würdigt Kreativität und damit Arbeiten, die sich auch mit Themen der Nachhaltigkeit auseinandersetzen (17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (SDGs)). Die Arbeit muss eine Idee aufzeigen, die darauf abzielt, unseren Planeten, unsere Umwelt (Klima), unsere Gesellschaft oder verantwortungsvolle Wirtschaft positiv zu verändern und zu unterstützen. Diese Arbeit will mit kreativer Kraft unseren Lebensraum zum Besseren bewegen.

Info: Für diese Kategorie kann nicht eingereicht werden.

Die Juror:innen können Arbeiten, welche sich auf der Shortlist befinden, für diese Auszeichnung beim Juryvorsitz nominieren. Die Juryvorsitzenden können mit einfacher Mehrheit eine Arbeit mit der „Venus for Change“ auszeichnen.

## Jury und Bewertung

Der CCA holt sich für die **finale Entscheidung spezifisches Fachwissen von externen Nachhaltigkeitsexpert:innen**. Diese Expert:innen sichten die nominierten Arbeiten und beraten die Juryvorsitzenden. Die Venus for Change kann nur eine Arbeit bekommen, welche **zumindest eines der SDGs** verfolgt. Die Jury und die Nachhaltigkeitsexpert:innen haben das Recht, alle Behauptungen zu überprüfen und wenn nötig Belege von Einreicher:innen und / oder Auftraggeber:innen zusätzlich anzufordern.

## Venus for Equality

Die Arbeit mit der besten Idee zum Thema Geschlechtergerechtigkeit.

Die Venus for Equality würdigt gesellschaftsverändernde Kreativität und dort Arbeiten, die sich mit Fragen der Geschlechtergerechtigkeit auseinandersetzen. Die Einreichungen müssen Ideen aufzeigen, die darauf abzielen, die Gesellschaft zum Positiven zu verändern; Arbeiten, die darauf abzielen, mit gelungenen Maßnahmen die Chancengleichheit zwischen den Geschlechtern zum Besseren zu verändern.

Info: Für diese Kategorie kann nicht eingereicht werden.

Die Juror:innen können Arbeiten, welche sich auf der Shortlist befinden, für diese Auszeichnung beim Juryvorsitz nominieren. Die Juryvorsitzenden können mit einfacher Mehrheit eine Arbeit mit der „Venus for Equality“ auszeichnen.

## 4. Kosten.

Wir versuchen bei überschaubaren Kosten zu bleiben, um so einer größeren Anzahl an Kreativen die Teilnahme zu ermöglichen. **Im Vergleich zum Vorjahr erhöhen wir die Einreichgebühren, jedoch reduzieren wir die Folgekosten.** Alle ausgezeichneten Arbeiten (Gold, Silber, Bronze, Shortlist) werden in das **CCA-Online-Archiv** aufgenommen und darüber hinaus auch im globalen Ranking und Archiv des **One Club for Creativity**.

Pro Einreichung fällt eine Gebühr von **EUR 120,00 für Early Birds** (bei vollständigen Einreichungen) an, danach **EUR 160,00**.

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

**Zusätzlich** verrechnen wir **Preisträger:innen** (Gold, Silber, Bronze) einen **Winners-Beitrag** von EUR 300,00 pro Arbeit und pro Kategorie. **NEU:** Da es kein gedrucktes Jahrbuch mehr gibt, verrechnen wir für eine Shortlist keinen Winners-Beitrag mehr.

**(NEU) EPU-Rabatt:** Für EPU's (Ein-Personen-Unternehmen) gibt es einen **25% Rabatt auf die Einreichgebühr (EUR 90,00 bzw. EUR 120,00) und auf den Winners-Beitrag (EUR 225,00)**. Den Rabatt-Code gibt es im CCA-Büro unter — [office@creativclub.at](mailto:office@creativclub.at).

Für Einreichungen in der **Kategorie** „Student of the Year“ verrechnen wir keine Kosten.

**Verspätungszuschlag:** Für Einreichungen, die nach der Einreichdeadline einlangen, wird pro Arbeit ein Verspätungszuschlag von EUR 100,00 zusätzlich verrechnet.

## 5. Expert:innenjury

Der CCA sucht **relevante, originelle sowie ausgezeichnet umgesetzte Arbeiten**. Diese kritische Beurteilung von Kreativität, Qualität und Innovation erfolgt durch eine Jury aus Expert:innen. Diese setzt sich aus CCA-Mitgliedern und Gastjuror:innen zusammen und wird vom Vorstand des CCA zusammengestellt. Wir streben auch heuer eine paritätisch besetzte Jury an. Unsere Juror:innen entscheiden autonom gemäß dem Venus-Leitfaden und können Arbeiten mit Shortlist, Bronze, Silber oder Gold auszeichnen.

### Juryablauf.

Zunächst wird von der Jury aus allen eingereichten Arbeiten eine Shortlist gewählt. **Auch Arbeiten, die einen Shortlistplatz erhalten, werden im CCA-Online-Archiv aufgenommen.** Aus den Shortlistarbeiten wählt die Jury die Gewinner:innen der CCA-Veneres in Gold, Silber und Bronze.

Die Jury besteht aus **2 Runden**:

### Online-Vorjury.

Jedes Jurymitglied bewertet die zugeteilten Arbeiten online und individuell. Dadurch entsteht eine erste, vorläufige, Shortlist.

### Finale Jury.

Die finale Jury bestimmt die Shortlist und welche Arbeiten mit einer Venus ausgezeichnet werden.

### Jurykriterien.

Insbesondere in den ideengetriebenen Kategorien legen wir einen besonderen Fokus auf die Idee, während in den Craft-Kategorien die Umsetzung verstärkt ins Gewicht fällt. Dabei gilt es, je nach Kategorie gewichtet, folgende Fragen als **Leitfaden** zu beachten, danach zu diskutieren und zu jurieren:

### VENUS-Leitfaden.

Die Juries bewerten jede Arbeit (je nach Kategorie gewichtet) nach dem VENUS-Leitfaden:

**V wie Vorbildlich** (Ist die Arbeit außergewöhnlich gedacht und / oder gemacht?)

**E wie Emotional** (Schafft es die Arbeit, emotional zu bewegen?)

**N wie Neuartig** (Ist die Arbeit innovativ gedacht und / oder gemacht?)

**U wie Umsetzung** (Überzeugt die Arbeit durch ihre handwerkliche Machart?)

**S wie Strahlkraft** (Bleibt die Arbeit im Gedächtnis und wirkt sie über den Moment hinaus?)

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

In den **Craft-Kategorien** bewertet die Jury die exzellente Umsetzung einer Arbeit. Der Fokus liegt dabei auf der finalen Ausführung.

In der Kategorie „**Creative Strategy**“ steht die strategische Idee im Vordergrund. Die Jury legt deshalb das Hauptaugenmerk auf die Einzigartigkeit der jeweiligen Kommunikations- oder Markenstrategie, die außergewöhnlich und brillant gedacht sein sollte.

In der Kategorie „**Creative Effectiveness**“ zählt das Ergebnis einer bereits von der CCA-Jury im Vorjahr (CCA-Venus 2025) mit Shortlist, Bronze, Silber oder Gold ausgezeichneten Arbeit. Die Jury fokussiert sich dabei auf echte Zahlen, da zu diesem Zeitpunkt das kreative Potenzial der Arbeit nachweislich erbracht wurde.

Die Jurys können folgende Awards und Auszeichnungen vergeben.

## **Shortlist**

Auszeichnung für eine gelungene Arbeit, die repräsentativ für das Kreativjahr ist.

## **Bronze**

Für eine bemerkenswerte Arbeit, die sich qualitativ von der Shortlist abhebt.

## **Silber**

Für eine hervorragende Arbeit, die als Vorbild für kreative Kommunikation gilt.

## **Gold**

Für eine exzellente Arbeit, die richtungsweisend für die Kategorie ist.

## **Grand Prix**

Für DIE Arbeit, die aus allen Goldprämierungen heraussticht und an die man sich noch in Jahren erinnern wird.

## **Venus for Change**

Die Arbeit mit der besten Idee zum Thema soziale, ökonomische oder ökologische Nachhaltigkeit.

## **Venus for Equality**

Die Arbeit mit der besten Idee zum Thema Geschlechtergerechtigkeit.

## **6. Credits**

Neben den **Hauptcredits** (Arbeit, Titel, Einreicher:in, Auftraggeber:in, Creative Lead sowie beteiligte Agenturen/Firmen), müssen auch die **Personen-Credits** bereits bei der Einreichung angeführt werden.

**Bitte beachte, dass die eingereichten Arbeiten und Credits als Manuskript für alle Veröffentlichungen und Publikationen dienen.** Credits können nach der Einreichung nicht mehr geändert werden und werden wie im Einreichformular angegeben verwendet!

## **7. Internationale Bühne**

Der CCA-Venus-Award ist die **Qualifikation für den europäischen ADCE-Award** und der einzige österreichische Award, dessen ausgezeichnete Arbeiten (Gold, Silber, Bronze, Shortlist) beim Art Directors Club of Europe eingereicht werden dürfen. Der ADCE ist Teil des One Club for Creativity.

**Wir verwenden das Einreichtool vom One Club for Creativity.** Einreichungen für den ADCE-Award sind **über denselben Account möglich** und ihr könnt auf dieselben Daten zurückgreifen. Zusätzlich gibt es für CCA-Venus-Preisträger:innen auch Punkte für das **internationale Ranking** des One Clubs und somit **Präsenz im globalen Netzwerk**.

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## 8. Leitfaden für eine Einreichung.

- Account via: [ccavenus.awardhub.org](https://ccavenus.awardhub.org)
- Kategorie auswählen
- Credits angeben: Für Shortlist- und Gewinnerlisten, Awardshow, Statue, Presse, Rankings, u.a.
- Textfeld ausfüllen: Kurzbeschreibung (Veröffentlichungszusammenhang, Aufgabe, Idee, Lösung, max. 1.000 Zeichen insgesamt)
- Arbeit/en uploaden (siehe dazu die technischen Spezifikationen)
- Präsentationsbild uploaden
- Personen-Credits angeben
- Physische Einreichungen / Muster nur in Design-Kategorien (bitte unbedingt mit der Einreich-ID!)
- Für eine Einreichung in einer zusätzlichen Kategorie, kann einfach auf die Medien- und Creditsdatenbank zugegriffen werden. Bitte beachte die unterschiedlichen Kategorien!
- Einreichdeadline am 20. März 2026
- Awardshow / Präsentation Gewinner:innen: 28. Mai 2026 in den Wiener Werkshallen

## 9. Einreichservice.

Das CCA-Büro steht gerne bei Fragen zur Einreichung zur Verfügung ([office@creativclub.at](mailto:office@creativclub.at)).

## 10. Danke an unsere Sponsor:innen und Partner:innen.

Art Direction: **Europapier**

Audio: **RMS Austria**

Audio Craft & Sound Design: **Blautöne**

Brand Experience: **Habegger**

Creative Strategy: **Strategie Austria**

Direct Marketing: **Österreichische Post**

Film: **ORF-Enterprise**

Integrated: **RTL AdAlliance**

Interactive & Digital: **ORF-Enterprise**

Outdoor: **Gewista**

Print: **Print Alliance**

Student of the Year: **Wirtschaftskammer Wien und Fachgruppe Werbung Wien**

Weiters: **BBDO Wien, PPMNEXT\_, Wiener Werkshallen, Wien Nord Serviceplan, Studio FREUDE, Tieb, die Graphische.**



# Sponsor:innen, danke.

**BBDO WIEN**

**BLAUTÖNE**

**EUROPAPIER**

**FREUDE°**

**gewista**

**Graphische**

**HABEGGER**

Bewegt wie nie zuvor.  
**ORF**  
ENTERPRISE



**PPMNEXT**

**PRINT ALLIANCE**

**RMS**  
Der Audiovermarkter.

**RTL**

**strategie austria**



**WIENER  
WERKS  
HALLEN**

**WIENNORD SERVICEPLAN**  
HOUSE OF COMMUNICATION

**WKO** WIEN  
WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN

**WKO**  
WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN  
Werbung - Marktkommunikation

**CCA VENUS**

**2026**

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## Übersicht Kategorien.

### ● Audio

AU01 Audio- / Radiospot  
AU02 Audio Craft & Sound Design  
AU03 Audio Best Use of Music  
AU04 Audio Eigenkomposition

### ● Brand Experience

BE01 Promotion  
BE02 POS Experience  
BE03 Live Marketing  
BE04 New Use of Media

### ● Craft

AN01 Animation  
AD01 Art Direction  
FO01 Fotografie  
IL01 Illustration  
TX01 Text

### ● Creative Effectiveness

CE01 Creative Effectiveness

### ● Creative Strategy

CS01 Creative Strategy

### ● Design

DE01 Graphic Communication  
DE02 Editorial Design  
DE03 Branding  
DE04 Logo  
DE05 Fontdesign  
DE06 Package Design  
DE07 Spatial Experience

### ● Direct Marketing

DM01 Direct Marketing

### ● Film

FI01 TV-, Kinospot  
FI02 Online Video  
FC01 Film Craft

### ● Integrated

IN01 Integrated Campaign  
IN02 Branded Content & Entertainment  
IN03 Best Use of Data

### ● Interactive & Digital

DI01 Digital Campaigns  
DI02 Websites, Microsites  
DI03 Display Advertising  
DI04 Social Media  
DI05 Influencer  
DI06 Games, Apps, Tools & Other Digital  
DC01 Digital Craft

### ● Outdoor

OU01 Outdoor  
OU02 Special Outdoor  
OU03 Digital Screens

### ● Print

PT01 Print

### ● Public Relations

PR01 PR-Aktion

### ● Student of the Year\*

ST01 Grafik- / Produktdesign  
ST02 Kommunikationsidee / -konzept  
ST03 Multimedia (NEU)

\*Nachwuchsförderung: Kosten übernimmt der CCA und seine Partner:innen.

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## Informationen zur Einreichung.

- **Beachte:** Die erste Juryrunde findet digital statt.
- **Bitte kein digitaler Overload!** Beachte die Kategorie/n und reiche nur jene Elemente ein, die gefragt und notwendig sind. Zur Info: Die Jurys greifen direkt auf die eingereichten Files zu.
- **Serien-Einreichung:** Maximal 5 Arbeiten / Sujets / Spots, etc.

## Physische Einreichungen.

- **Keine physischen Pappen\* in Fotografie, Print, Outdoor, etc.!**
- **Physische Originale / Muster nur\* in den Design-Kategorien.**  
Bitte im Einreichtool auswählen und die Einreich-ID anbringen!

**Anlieferungen** bitte vorab ankündigen unter [office@creativclub.at](mailto:office@creativclub.at)  
Adresse: Creativ Club Austria, Theobaldgasse 16/2, 1060 Wien

\*Ausnahmen kann es natürlich geben. Bitte um Rücksprache mit dem CCA-Büro.

- **Textfeld: Kurzbeschreibung (Aufgabe, Idee, Lösung, Info zur Veröffentlichung).**  
Bitte möglichst exakt und verständlich die Aufgabe, Idee und Lösung erläutern. Hier gibt es die Möglichkeit, der Jury Details rund um die Komplexität der Aufgabenstellung, Gedanken zur Idee, zur Besonderheit der Lösung oder Infos zur Veröffentlichung zu geben, damit dies in die Bewertung der Arbeit mit einfließen kann. **Maximal 1.000 Zeichen.**
- **Präsentationsbild**  
**Für jede Einreichung muss ein Präsentationsbild (Format: 16:9) upgeloaded werden (bei Audio oder Text z.B. das Logo), das repräsentativ für die Arbeit steht.** Das Präsentationsbild sollte nicht kleinteilig sein, um die Arbeit auch bei geringer Abbildungsgröße erkennbar zu halten. Das Präsentationsbild kann vom CCA u.a. für die Verleihung herangezogen, Medien zur Verfügung gestellt und für die CCA-Website verwendet werden.
- **Digitales Übersichts-Chart**  
V.a. bei mehrteiligen Arbeiten macht ein **digitales Übersichts-Chart** Sinn. Dies ist eine Übersicht, die anhand von Bildern und Texten die Bestandteile des Projektes verständlicher machen soll. Bitte beachte, dass das Chart nicht zu kleinteilig ist.  
Format: JPG, Querformat

## Technische Spezifikationen.

### Casefilm (Erklärvideo)

Dauer: max. 120 Sekunden

Formate: siehe bitte Punkt „Video“

### Hinweis!

Ein Casefilm beinhaltet Hintergrund-Information, die über die einfache Darstellung der eingereichten Arbeit hinausgehen. Fokussiert euch in euren Videos bitte auf die eingereichte Kategorie!

### Video

Format: .mp4 oder .mov

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## **Audio**

Dauer: Originallänge Schaltung

Format: .mp3

## **Bilder**

Bilder sind als JPG in bestmöglicher Qualität einzureichen.

## **TV-, Kino- oder Onlinespots**

Dauer: Originallänge Schaltung

## **Sprache**

Vorzugsweise Deutsch, Englisch ist ebenfalls OK.

## **Präsentation**

Präsentationen als PDF oder Movie einreichen. Bitte **keine** Keynote oder Powerpoint (etc.), um mögliche Konvertierungs- oder Versionsunterschiede zu vermeiden. **Zur Info: Die Jurys greifen direkt auf die eingereichten Files zu.**

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## Die Kategorien.

### Audio

#### **Audio- / Radiospot (AU01)**

Audiowerbung in Radio, in Podcasts und anderen (digitalen) Audiokanälen. In dieser Kategorie geht es v.a. um Idee / Konzept.

#### **Audio Craft & Sound Design (AU02)**

Ausgezeichnet werden kreative Leistungen im Bereich **Regie** (Regie- oder Konzeption im Audiobereich), **Casting** (Besetzung von Sprecher:innen / Stimmen für Audioproduktionen), **Audio Engineering** (Mix / Mastering / Schnitt- oder sonstige Audibearbeitungstechniken), **Audioelemente**, die einen Mehrwert für das Werk darstellen: Auf Video-, Radio- und Online-Plattformen, einschließlich Audio-Branding-Tools (usw.).

#### **Audio Best Use of Music (AU03)**

Ausgezeichnet wird der gelungene Einsatz von Originalen / von bereits bestehenden Musikstücken.

#### **Audio Eigenkomposition (AU04)**

Ausgezeichnet werden (Eigen-)Kompositionen sowie Neuinterpretationen.

---

### Brand Experience

#### **Promotion (BE01)**

Zeitlich begrenzte Verkaufsförderung, direkte Aktionen wie Rabatte, Musterverteilungen, Gewinnspiele oder spezielle Events.

#### **POS Experience (BE02)**

Einkaufserlebnis am Verkaufsort (physisch oder online) durch gezielte Aktionen, Gestaltung oder Interaktion.

#### **Live Marketing (BE03)**

Live-Happenings oder Stunts, die eine Marke bei Veranstaltungen wie Festivals, Sportveranstaltungen oder anderen Events mit einem Publikum in Verbindung bringen oder generell in der Öffentlichkeit stattfinden.

#### **New Use of Media (BE04)**

Werke, die auf innovative Weise Medien nutzen, diese zu neuen Tools machen und der kreativen Idee mehr Kraft verleihen. Zu dieser Kategorie gehören auch Werke, denen es gelingt, ein völlig neues Medium zu schaffen.

---

### Craft

**Hinweis: Audio Craft, Digital Craft sowie Film Craft** finden sich bei den jeweiligen Hauptkategorien.

In den Craft-Kategorien bewertet die Jury die exzellente Umsetzung einer Arbeit. Der Fokus liegt dabei auf der finalen Ausführung.

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## Animation (AN01)

Der Einsatz von 3D-Videografie, computergenerierten Bildern (CGI), verschiedenen Arten von 2D- oder 3D-Animation, Motion Graphics sowie visuelle Effekte.

---

## Art Direction (AD01)

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. Im Fokus steht die kreative Führung, die die gelungene Verbindung aller visuellen Elemente zeigt. **Zusätzliche Einblicke in den kreativen Prozess** – wie Skizzen, Making-Of-Materialien oder dokumentierte kreative Entscheidungen – können dazu beitragen, den spezifischen Einfluss der Art Direction zu veranschaulichen.

Es gelten sinngemäß die technischen Spezifikationen der entsprechenden Kategorien.

---

## Fotografie (FO01)

Zugelassen sind Arbeiten aus den Bereichen Werbung und Editorial.

---

## Illustration (IL01)

Zugelassen sind Arbeiten aus den Bereichen Werbung und Editorial.

---

## Text (TX01)

Werbetexte (Copies, Headlines, Claims, Dialoge, Monologe, Namings, etc.).

**Beachte:** Bitte die Einreichvorlage des CCA verwenden und unbedingt die Einreich-ID anführen! **Bei Büchern, Magazinen, etc.: Bitte nur einen Auszug (max. zwei A4-Seiten) uploaden.**

→ [Download Vorlage \(bitte als pdf. einreichen\)](#)

---

## Creative Effectiveness (CE01)

Gute Ideen sind besser fürs Geschäft.

**Eingereicht werden können nur jene Arbeiten, die im Vorjahr (CCA-Venus 2025) mit einer Venus (Gold, Silber oder Bronze) oder einer Shortlist ausgezeichnet wurden.** Die Kreativität der Arbeit wurde bereits ausgezeichnet, nun wird bewertet, wie die Arbeit auch in Wirkung und Business punktet.

**Diese Kategorie zeichnet den messbaren Impact der Idee aus.**

Effektiv: Wurden zur Zielerreichung die richtigen Maßnahmen ergriffen?

Effizient: Wurden diese Maßnahmen auch richtig angewendet?

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

Sowohl eine effektive Zielerreichung als auch ein effizienter Weg dorthin sind ausschlaggebend für die Entscheidung der Jury. Bitte unbedingt auch die Ziele formulieren! Was war das Ziel / die Ziele und was wurde unternommen, um dies zu erreichen?

**Achtung!** Echte Zahlen und keine Verhältnisse, keine Relationen, keine Indizes, sondern: Klare Verkaufs-, Response- oder Brandscorezahlen inkl. Angabe des Kampagnenzeitraums.

## Jury

Einreichungen in dieser Kategorie bewertet die Jury nach den folgenden Kriterien:

- Impact und Resultate
  - Maßnahmen und Umsetzung
- 

## Creative Strategy (CS01)

Wir suchen die Idee vor der Idee. Diese Kategorie zeichnet die strategische Kraft und das Zusammenspiel zwischen Strategie und Kreation aus.

Folgende Fragen sind für eine komplette Einreichung (im Einreichtool) zu beantworten:

1. Insight: Beschreibe die Strategie.
2. Idea: Erkläre die Creative Idea und wie die Creative Strategy diese inspiriert und geleitet hat.

**Neben der Beantwortung der beiden Fragen sind bis zu 2 Kreativbeispiele** (zentrale Elemente der kreativen Umsetzung) mitzuliefern, um das Zusammenwirken zwischen Strategie und Kreation zu illustrieren.

## Jury

Die Jury fokussiert sich auf die strategische Dimension der kreativen Arbeit:

- Ist die strategische Idee überraschend?
  - Kann die Strategie Menschen bewegen?
  - Ist der Insight inspirierend?
  - Mündet die Strategie in einer starken kreativen Idee?
- 

## Design

**Hinweis:** In den Design-Kategorien bitte physische Arbeiten / Muster im CCA-Büro **bis zur Einreichdeadline** abgeben.

## Graphic Communication (DE01)

**Grafische Gestaltung von Druckerzeugnissen aller Art** (Kalender, Postkarten, Plakate, Merchandising-Artikel, Veranstaltungswerbung usw.) oder visuellen Kommunikationsmitteln, die eine bestimmte Botschaft vermitteln oder die Markenbekanntheit steigern sollen.

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## **Editorial Design (DE02)**

Mehrseitige gedruckte Publikationen (Bücher, Zeitschriften, Firmenpublikationen, Kataloge usw.)

**Beachte:** Physische Exemplare sind verpflichtend abzugeben. Ausgenommen sind rein digitale Publikationen.

## **Branding (DE03)**

Schaffung oder Rebranding einer Marke bzw. Corporate Identity für ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Organisation. Arbeiten, die einen oder mehrere Markenberührungspunkte und Medienplattformen umfassen. **Die Einreichung sollte das Markenerlebnis zeigen:** Beispielsweise auf Verpackungen, Drucksachen, Markenmaterial, digitale Inhalte, Umgebungen und Filminhalte.

## **Logo (DE04)**

Gestaltung von Logos und Wort-/Bildmarken für Marken, Produkte, Dienstleistungen oder Organisationen.

## **Fontdesign (DE05)**

Gestaltung von eigens entwickelten Schriften, Schriftschnitten oder Schriftfamilien sowie die kreative Weiterentwicklung und Customization bestehender Fonts. Bewertet werden typografische Qualität, gestalterische Eigenständigkeit, Funktionalität und handwerkliche Präzision.

## **Package Design (DE06)**

Ausarbeitung und Originalität von Verpackungsdesigns aller Art.

**Beachte:** Physische Exemplare sind verpflichtend abzugeben.

## **Spatial Experience (DE07)**

Räumliches Design, das die Interaktion zwischen Menschen und gestalteten Räumen in den Mittelpunkt stellt. Es verbindet Elemente aus Architektur, Design, Technologie und Kunst, um ästhetische, funktionale und oft emotional ansprechende Umgebungen zu schaffen. (Bsp.: Ausstellungen, Retail Design, Rauminstallationen, interaktive und immersive Umgebungen sowie VR-Projekte).

---

## **Direct Marketing**

### **Direct Marketing (DM01)**

One-to-One-Kommunikation in allen Kanälen.

Zugelassen sind Werbemaßnahmen, deren Hauptziel der direkte Dialog ist, um eine bestimmte Aktion oder Antwort des Kunden auszulösen. Dazu gehören zum Beispiel Mailings, Prospekte, Packages, Anzeigen, Poster, Filme oder Audiospots mit integriertem Response-Element bis zu Newsletter, MMS, SMS, WhatsApp oder speziell für ein Social Network bzw. eine Social Community entwickelte Dialogmaßnahmen.

---

## **Film**

### **TV-, Kinospot (FI01)**

Werbespot/s im Fernsehen oder Kino.



# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## **Online Video (FI02)**

Ausschließlich für Online-Kanäle erstellte Videos.

## **Film Craft (FC01)**

Filmarbeiten, die sich durch ihre Ausführung und Machart auszeichnen - von der Vision des Regisseurs / der Regisseurin bis hin zu den Produktionselementen, die für die Erstellung des Videos verwendet wurden: Kameraführung, Kinematographie, Bühnenbild, Produktionsdesign, Casting und Schnitt.

---

## **Integrated**

### **Integrated Campaign (IN01)**

Kreative Lösungen, die die Markenbotschaft über mindestens 3 Kommunikationskanäle oder Werbemittel transportieren (egal ob rein analog oder gemischt mit digital).

**Beachte:** Eine Arbeit kann nur entweder in der Kategorie „Integrated Campaign“ oder in „Digital Campaign“ eingereicht werden.

### **Branded Content & Entertainment (IN02)**

Originalinhalte, die für eine Marke erstellt wurden, oder eine natürliche Integration einer Marke in ein bestehendes Format. Dazu gehören Medienkanäle (Internetvideo, Promo, Fernsehen, etc.) und Multikanalplattformen zur Bereitstellung von Inhalten für ein Publikum (Radio, Veröffentlichungen, Bücher, Spiele, Musik, Videos, mobile Inhalte, soziale Lösungen, Blogs, Werbeveranstaltungen, Massenveranstaltungen, etc.).

### **Best Use of Data (IN03)**

Kreative Nutzung von Daten, um die Wirksamkeit einer Werbekampagne zu erhöhen.

---

## **Interactive & Digital**

### **Digital Campaign (DI01)**

Werbekampagne auf ausschließlich digitalen (mindestens 3) Medienkanälen / Plattformen.

**Beachte:** Eine Arbeit kann nur entweder in der Kategorie „Digital Campaign“ oder in „Integrated Campaign“ eingereicht werden.

### **Websites, Microsites (DI02)**

Online-Präsenz zur Darstellung von Unternehmen, Produkten, Organisationen und Inhalten, z.B. Corporate Websites, Online-Shops, B2B-Websites und Online-Umsetzungen mit temporärem oder thematischem Schwerpunkt.

### **Display Advertising (DI03)**

Werbemittel auf Websites, sowie E-Mail-Aktionen, Newsletter, z.B. Content Ads, Banner, Layer Ads, Text Ads, Mobile Display Ads, Full Site Branding, Website Takeover, etc.

### **Social Media (DI04)**

Kommunikationsmaßnahmen und Kampagnen, die speziell für Social-Media-Plattformen erstellt wurden.

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## **Influencer (DI05)**

Kreatives Engagement im Bereich des Influencer-Marketings. Die Einreichung muss zeigen, wie Engagement, Reichweite und der kreative Einsatz von Markenbotschaftern zu wirtschaftlichem Erfolg führen.

## **Games, Apps, Tools & Other Digital (DI06)**

Interaktive oder mobile Projekte, deren Format und Konzept sich von den oben beschriebenen Unterkategorien unterscheiden: New Technology, Games, Digital Installations, Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), Widgets, Apps, Sprachassistenten, etc.

## **Digital Craft (DC01)**

Zugelassen sind Arbeiten aus allen digitalen Kanälen. Kriterien dieser Kategorie sind die Qualität der technischen Umsetzung: User Experience (UX), User Interface (UI), Design, UI Animation, Copywriting, Content, Code, Data, Voice/Conversation, Internet of Things, AI/Machine Learning, Immersion (AR, VR, Web), u.a.

---

## **Outdoor**

### **Outdoor (OU01)**

Außenwerbung an Außenflächen von Gebäuden, Bauwerken, etc.: Werbeplakate, Plakatwände, City-Formate und andere Formate.

### **Special Outdoor (OU02)**

Nicht-standardisierte Außenwerbung, die einen unkonventionellen Ansatz für die Kommunikation mit dem Verbraucher an öffentlichen Orten verfolgt (Ambient Media, Erlebnismarketing, Außeninstallationen).

### **Digital Screens (OU03)**

Nicht-statische Außenwerbung.

---

## **Print**

### **Print (PT01)**

**Werbung in** Zeitungen, Zeitschriften, Magazine, Beilagen etc. Einzureichen sind die veröffentlichten Originale (digital im Einreichtool). Eine Erklärung zum Platzierungsumfeld kann gerne abgegeben werden (z.B. im Einreichtool im Textfeld).

---

## **Public Relations**

### **PR-Aktion (PR01)**

Eine kreative Idee, die die Marke mit einem Publikum durch eine PR-Strategie verbinden, die nachweislich Medienerfolge und Wirkung erzielt (Unternehmen, Öffentlichkeit, Verbraucher, Gesellschaft und Kultur)

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## **Student of the Year**

Teilnahmeberechtigt sind **Studierende bzw. Studienabsolvent:innen sowie Schüler:innen** einer Ausbildung (**Standort in Österreich**) im Kommunikationsbereich mit ihren **Semester-, Abschluss- oder Diplomarbeiten**.

Die Jury kann pro Kategorie Gold, Silber oder Bronze vergeben, für Shortlistplätze gibt es eine Urkunde. **Teamarbeiten** dürfen ebenfalls eingereicht werden.

**NEU: Ein und dieselbe Arbeit darf nur in einer Student-Kategorie eingereicht werden.**

Der CCA verrechnet **für Einreichungen in den Kategorien „Student of the Year“ keine Kosten**.

Student-Arbeiten können auch / zusätzlich in anderen Kategorien eingereicht werden → **Beachte:** In diesen Kategorien fallen die regulären Kosten an!

## **Student Grafik- / Produktdesign (ST01)**

Arbeiten mit Fokus auf Design, analog oder digital.

## **Student Kommunikationsidee / -konzept (ST02)**

Arbeiten mit Fokus auf eine kreative Idee / Problemlösung.

## **Student Multimedia (ST03)**

Arbeiten mit Fokus auf den kreativen Einsatz von Medien (bspw. Film, Animation, Tools, Apps, innovativer Einsatz von neuen Technologien).

---

## **Lookalike-Regelung.**

Um die kreative Exzellenz einer Arbeit zu beurteilen und die Integrität eines kreativen Werks zu bewahren, können etwaige auffällige Parallelen zu einem bestehenden Werk nicht völlig ignoriert werden.

Let's face it: Ähnlichkeiten, Gedanken, die in ein bereits erschlossenes kreatives Territorium vorstoßen und Parallelen zu Exekutionen, die es in der jahrzehntelangen Werbegeschichte bereits einmal gegeben hat, kommen vor und sind nicht unbedingt absichtlich. Um jene "beiläufigen" Gemeinsamkeiten und ähnlichen stilistischen Entscheidungen von offensichtlich, umfassend und nach mehrfachen Gesichtspunkten gleich ausgeführten Arbeiten zu unterscheiden, gibt es im Wettbewerb die Lookalike-Regelung: **Sieht eine Arbeit auf den ersten Blick nur ein bisschen ähnlich aus oder sind die Gemeinsamkeiten zu zahlreich, um ignoriert zu werden und die Arbeit noch als frischen, neuwertigen, originellen Zugang beurteilen zu können?**

Wir wollen mit dieser Regelung den Prozess fair, transparent und nachvollziehbar gestalten – damit Juror:innen nicht nur berechtigte Bedenken anmelden können, sondern die Beurteilung eines Vorwurfs auch nach klaren Kriterien ablaufen kann und Arbeiten nicht unter "Generalverdacht" gestellt werden.

**Ein Vorwurf ist ausschließlich von Mitgliedern der aktuellen CCA-Jury bis zum Ende der Vorjury** beim CCA-Büro unter [office@creativclub.at](mailto:office@creativclub.at) einzureichen. Dadurch wird gewährleistet, dass andere Jurymitglieder nicht im Abstimmungsprozess beeinflusst werden. Dem Vorwurf ist die **Vorlagearbeit** zu übermitteln. Weiters müssen folgende **Kriterien** erfüllt werden:

**1. Klarer Beweis:** Die Ähnlichkeit der eingereichten Arbeit mit der Vorlage muss durch einen konkreten Nachweis belegt werden (z.B. Link, Screenshot, Veröffentlichungsdatum, Branche / Zielgruppe).

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

**2. Präzise Beschreibung:** Die meldende Person muss für jede eingereichte Kategorie (diese Info folgt aus dem CCA-Büro) genau angeben, welche Elemente es betrifft (z.B. Idee, Design, Umsetzung) und wie und worin diese mit der eingereichten Arbeit übereinstimmen.

**Eine vage Meldung ohne Begründung oder eine, die nicht anhand der oben beschriebenen Punkte argumentiert wird, wird automatisch abgelehnt.**

## Kriterien-Checkliste für das Gremium

**Idee / Konzept:** Ist die zentrale Idee oder das Konzept identisch?

- Ja: Die Arbeit verfolgt die gleiche Kernidee (z.B. gleiche Handlung, konkrete Botschaft oder kreativer Twist).
- Nein: Es gibt lediglich ähnliche visuelle Elemente, Stilistik, Tonalität oder Stimmungen und diese allein reichen nicht aus.

**Umsetzung:** Sind visuelle, sprachliche oder stilistische Elemente so ähnlich, dass sie keine unabhängige Entwicklung vermuten lassen?

- Ja: Exakte Szenen oder ganze Szenenfolgen, Wortlaute und Wordings, Farb- und Designmuster
- Nein: Ähnlichkeit in einzelnen wenigen oder nicht zusammenhängenden Szenen, Wortlauten, Farb- und Designmustern.

## Gremium

Das Gremium besteht aus Branchenexpert:innen - nämlich den **Juryvorsitzenden**. Diese prüfen jeden Vorwurf nach erfolgter Einholung etwaiger **Gegenargumente** des Einreichers / der Einreicherin. Die Entscheidung fällt mit einfacher Mehrheit der stimmberechtigten Juryvorsitzenden. Die Entscheidung wird inklusive Begründung vor der finalen Jurysitzung dem Einreicher / der Einreicherin übermittelt.

Die beanstandete Arbeit ist **bei negativem Entscheid** im Bewerb zu belassen und dort entsprechend dem bei der Vorjury erlangten Status zu behandeln. Sie ist damit von der gesamten Jury der jeweiligen Kategorie als reguläre Arbeit mit all ihren möglichen Chancen anzuerkennen.

**Bei positivem Entscheid** wird die beanstandete Arbeit aus dem Bewerb genommen. Bei mehrfacher Einreichung wird die Entscheidung **je eingereichter Kategorie** einzeln abgestimmt.

Gebühren werden nicht rückerstattet. Die Entscheidung ist endgültig. Es kann dagegen kein Rechtsmittel ergriffen werden.

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## **Alles, was Recht ist.**

Der Einreicher / die Einreicherin / das einreichende Unternehmen unterwirft sich mit dem Einreichen diesen Einreich- und Teilnahmebedingungen. Der Einreicher / die Einreicherin versichert, dass er / sie Inhaber:in der Urheber- bzw. Werknutzungsrechte ist bzw. berechtigt ist, zeitlich, räumlich und territorial unbeschränkte Werknutzungsbewilligungen an den CCA sowie an die vom CCA beauftragten Unternehmen zu erteilen. Der Einreicher / die Einreicherin leistet Gewähr dafür, dass er / sie über die im Rahmen des Bewerbs „CCA-Venus“ erforderlichen urheber-, leistungsschutz-, marken-, muster- und kennzeichnungsrechtlichen Schutzrechte seiner / ihrer eingereichten Arbeit(en) betreffend verfügt und diese an den CCA und dessen Partner:innen übertragen kann. Der Einreicher / die Einreicherin hält den CCA und seine Partner:innen diesbezüglich für allfällige Ansprüche Dritter schad- und klaglos. Der Einreicher / die Einreicherin 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 / die Einreicherin überträgt dem CCA, den vom CCA beauftragten Verlagen und Medien sowie dem ADC\*Europe / One Club for Creativity das räumlich, zeitlich und territorial 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.

Weiters stimmt der Einreicher / die Einreicherin einer räumlich, zeitlich und territorial unbeschränkten öffentlichen Zurverfügungstellung der eingereichten Arbeiten und Credits auf der Website und den Social-Media-Kanälen des CCA, auf den Internetauftritten und allen Kanälen der vom CCA offiziell beauftragten Verlage und Medien zu. Der Einreicher / die Einreicherin hat keinen Entgeltanspruch für die Einräumung sämtlicher Werknutzungsbewilligungen.

Im Falle einer Auszeichnung von Arbeiten mit audiovisuellen Bestandteilen verpflichtet sich der Einreicher / die Einreicherin, 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.

Der CCA behält sich das Recht vor, Arbeiten vom Wettbewerb und / oder der Veröffentlichung auszuschließen, wenn er zu der Überzeugung gelangt, dass durch diese eine Gefährdung der Durchführung des Wettbewerbs nicht auszuschließen ist. Weiters behält sich der CCA das Recht vor, Auszeichnungen, die aufgrund falscher Angaben vergeben wurden, für ungültig zu erklären und diese abzuerkennen. Der Einreicher / die Einreicherin verpflichtet sich, auf Verlangen, jederzeit, auch nach Jurierung und Preisverleihung, ergänzende Informationen über Entstehen oder Veröffentlichung der eingereichten Arbeit zu erteilen und ermächtigt den CCA ausdrücklich, auch entsprechende Informationen darüber bei Dritten einzuholen. Der Einreicher / die Einreicherin verpflichtet sich in diesem Fall, Dritte, von denen solche Informationen zu erlangen sind, von etwaigen Geheimhaltungspflichten zu entbinden. Der Einreicher / die Einreicherin kann keine wie immer gearteten Ansprüche geltend machen, wenn er / sie der Ansicht ist, dass eine Auszeichnung fälschlicherweise aberkannt wurde.

Der Einreicher / die Einreicherin versichert, dass er / sie die Einreichbedingungen zur Kenntnis genommen hat, dass die Angaben im Einreichtool den Tatsachen entsprechen und akzeptiert den Ausschluss des Rechtsweges und eines Schiedsgerichtes. Es besteht kein Recht auf Rückerstattung der Gebühren. Der CCA übernimmt keine Haftung für beschädigte, verloren gegangene oder entwendete Arbeiten. Der Einreicher / die Einreicherin kann auf Inhalt, Art und Umfang der Wiedergabe der prämierten Arbeiten, z.B. in Publikationen, keinen Einfluss nehmen.

# ( CREATIV ( CLUB (| AUSTRIA

## **Hinweise!**

Der CCA nutzt (wie auch der ADC\*Europe) das Einreich- und Jurytool des **One Club for Creativity** mit Sitz in New York, USA. Die eingereichten Daten werden vom One Club for Creativity im Rahmen der Auftragsdatenverarbeitung gespeichert und verarbeitet. →oneclub.org

Der CCA beschäftigt die Firma **Intercura Treuhand- und Revisionsgesellschaft m.b.H** für Buchhaltung und Mahnwesen.

Alle angeführten Preise verstehen sich zzgl. 20% MwSt.

## **Kontakt- und Einreichadresse.**

CCA, Creativ Club Austria, e.V.  
Theobaldgasse 16/2  
A-1060 Wien

office@creativclub.at  
creativclub.at

Bankverbindung  
Erste Bank  
IBAN: AT61 2011 1000 0513 6962  
BIC: GIBAATWWXXX  
UID-Nr.: ATU42845702  
ZVR-Zahl: 091268612