

SPERRFRIST BIS: Samstag, 30. Januar 2010, 19.00 Uhr.

1) ADC Jurierung 2010: Bemerkungen, Technisches, Zahlen, Sponsoren.

Die Mitglieder des Art Directors Club Schweiz (ADC) haben wie jedes Jahr die Werbung des vergangenen Jahres (Jahrgang 2009) beurteilt und das Beste davon ausgezeichnet.

Im Zuge der Öffnung des ADC nahm erstmals ein Gastjuror an der gesamten Jurierung teil: Der Oscar-Preisträger Xavier Koller. Er bereicherte die Jurierung mit seiner professionellen Aussensicht. Der ADC Schweiz dankt ihm herzlich für seinen Einsatz.

Ebenfalls herzlich dankt der ADC seinen Sponsoren: Publisuisse (Premium-Partner sowie Kategorie-Sponsor Film), Schweizer Presse (Kategorie-Sponsor Anzeigen), APG (Kategorie-Sponsor Plakat), UD Print (Kategorie-Sponsor Design), Goldbach-Media (Kategorie-Sponsor Digital sowie Gesamtkampagne) und Handelszeitung und Bilanz (Fest-Sponsoren).

Es wurde wie immer hart, aber fair juriert. Die Jury-Leitung hatte Jury-Chairman Andreas Prokesch inne. Von insgesamt 755 eingereichten Arbeiten wurden 195 Arbeiten ausgezeichnet: 9 mit Gold, 23 mit Silber, 44 mit Bronze und 119 mit Shortlist.

Neu wurden dieses Jahr zwei sogenannte "Craft-Kategorien" juriert: "Text" und "Art Direction", in denen Arbeiten aus sämtlichen anderen Kategorien zusätzlich eingegeben werden konnten.

Insgesamt 34 Agenturen und ihre Auftraggeber bzw. Einsender dürfen sich über mindestens eine Shortlist freuen.

2) Die Beurteilung des Werbejahrgangs 2010.

Es verblüfft nur auf den ersten Blick, dass ausgerechnet im Krisenjahr 2009 überraschend viele herausragende Arbeiten ausgezeichnet werden konnten.

Auf den zweiten Blick ist es aber nichts als eine logische Folge: In Zeiten, in denen gerade auch am Werbefranken gespart wird und sich jeder Auftraggeber zweimal überlegt, wofür er diesen einsetzt, sind herausragende und exzellente gefertigte Ideen gefragt. Denn nur diese bieten die Sicherheit, vermittels Ihrer Kreativität und Überraschung die Konsumentin und den Konsumenten zu erreichen, Aufmerksamkeit und Interesse zu erregen.

Deshalb freut es den ADC Schweiz ganz besonders, dass neben vielen frechen und frischen Ideen für kleinere Auftraggeber auch sehr viele herausragende Arbeiten von grossen Unternehmen und Institutionen preisgekrönt werden konnten.

3) 9x Gold für Arbeiten, die herausragen.

In der Kategorie Anzeigen:

- Zürcher Kammerorchester Grosse Gefühle von Euro RSCG Gruppe Schweiz

In der Kategorie Film:

- Migros Farm der Tiere von Jung von Matt/Limmat
- BAG Zu schnell von Euro RSCG Gruppe Schweiz

In der Kategorie Radio:

- Mercedes-Benz Attention Assist von Jung von Matt/Limmat
- Sport Factory Outlet Trauminseln von Ruf Lanz
- Mercedes-Benz Linguatronic von Jung von Matt/Limmat

In der Kategorie Low'n'no-Budget:

- Supreme Security Zollaktion von Advico Y&R

In der Kategorie Text:

- Mercedes-Benz Hybride Textblöcke von Jung von Matt/Limmat

In der Kategorie Gesamtkampagne:

- Schweiz Tourismus Felsenputzer von Spillmann/Felser/Leo Burnett

4) 23x Silber für Arbeiten, die ebenfalls internationales Niveau erreichen.

In der Kategorie Anzeigen:

- Mercedes-Benz Hybride Textblöcke von Jung von Matt/Limmat
- VW Schweiz Tunnels von Krieg, Schlupp, Bürge / Springer & Jacoby
- DU Eye Tracking von Euro RSCG Gruppe Schweiz
- CDS Monsterhäuser von Jung von Matt/Limmat
- SonntagsZeitung Babushka von Advico Y&R

In der Kategorie Plakate:

- SUVA Spitalbetten von Ruf Lanz
- Zoo Elefantengehege von Advico Y&R
- Travelbook Store Stories von Wirz Werbung

In der Kategorie Film:

- Blindenwohnheim Mühlehalde Bedrohte Tiere von Ruf Lanz
- Appenzeller Käse Monologe von Contexta

In der Kategorie Radio:

- Real Clean Details von Ruf Lanz
- Blaues Kreuz Drama von Advico Y&R

In der Kategorie Direktwerbung, POS, Events:

- freelancerportal.ch Schlechte Nachrichten von Ruf Lanz
- Mercedes-Benz Pflasterstein von Jung von Matt/Limmat
- CKW Romantischer Stromausfall von Ruf Lanz

In der Kategorie Ambient Media:

- Blaues Kreuz Container Aktion von Advico Y&R

In der Kategorie Design:

- Silvio Seiler Briefschaft von Silvio Seiler

In der Kategorie Digital:

- Schweiz Tourismus Felsenputzer von Spillmann/Felser/Leo Burnett
- Pro Senectute Keine Freunde von Jung von Matt/Limmat

In der Kategorie Low'n'no-Budget:

- VBZ Parksünder von Ruf Lanz

In der Kategorie Text:

- Ruf Lanz Weihnachtsaussand von Ruf Lanz
- Sport Factory Outlet Trauminseln von Ruf Lanz

In der Kategorie Gesamtkampagne:

- BAG Zu schnell von Euro RSCG Gruppe Schweiz

5) Die Agentur des Jahres: Ruf Lanz.

Der Titel "Agentur des Jahres" wird an diejenige Agentur vergeben, die nach dem gewichteten Ranking am meisten Punkte erzielt. Dabei gilt: Gold = 7 Punkte, Silber = 4 Punkte, Bronze = 2 Punkte, Shortlist = 1 Punkt.

Dieses Jahr heisst die Agentur des Jahres Ruf Lanz.

6) Die Top 10 der Schweizer Werbeagenturen, rangiert nach Punkten.

Agentur	Punkte	Ausz.	Gold	Silber	Bronze	Shortlist
1. Ruf Lanz	80	38	1	8	12	17
2. Jung von Matt/Limmat	70	29	4	4	5	16
3. Spillmann/Felser/Leo Burnett	44	30	1	1	5	23
4. Y&R Group Switzerland	41	20	1	4	3	12
5. Euro RSCG Gruppe Schweiz	38	15	2	2	5	6
6. Wirz Werbung	19	13	0	1	3	9
7. Krieg, Schlupp, Bürge / Springer & Jacoby	11	7	0	1	1	5
8. Publicis Werbeagentur	7	6	0	0	1	5
9. Contexta	6	3	0	1	0	2
10. Saatchi & Saatchi Schweiz	5	4	0	0	1	3

7) Die Sonderpreise der Kollegial-Juries.

Auch dieses Jahr hat der ADC Schweiz namhafte Kollegen aus den Bereichen Strategie, Beratung, Media, Direct Marketing und Realisation zur Kollegialmitgliedschaft und Jurierung eingeladen. Diese haben aus ihrer eigenen professionellen Perspektive drei Sonderwürfel vergeben.

Kategorie Creative Campaigning (Gesamtkampagne):

- Schweiz Tourismus Felsenputzer von Spillmann/Felser/Leo Burnett

Kategorie Creative Production (Film):

- Migros Chocolate von Jung von Matt/Limmat

Kategorie Creative Media (Digital):

- Pro Senectute Keine Freunde von Jung von Matt/Limmat

Kategorie Creative Strategy (Gesamtkampagne):

- Es wurde kein Preis vergeben.

8) Ergänzung: Die internationalen Jury-Standards des ADC Schweiz.

Der ADC Schweiz juriert nach Kriterien, die dem internationalen Qualitäts-Standard entsprechen. Deshalb entsteht auch in der Schweiz Weltklasse. Und wird entsprechend honoriert.

Die Kriterien:

10. Weltklasse
9. Neuer Standard in der Werbung
8. Neuer Standard in der Kategorie
7. Exzellent in der Ausführung
6. Frische Idee
5. Innovative Strategie
4. Klischee
3. Nicht konkurrenzfähig
2. Destruktiv
1. Erschreckend

Die Erklärung zu den Kriterien:

Die Stufen 1. - 4. sind das, was keiner will und mag. Weder der Werbeauftraggeber noch der Werbekreative und schon gar nicht der Konsument, der sich über solch kontraproduktive Reklame nur nervt. Diese Art von Werbung gilt es zu verhindern.

Die Stufen 5. - 7. sind Grund-Voraussetzung für eine Arbeit, damit sie es überhaupt auf die Shortlist schaffen kann und danach vielleicht im ADC-Jahrbuch zu sehen ist.

Arbeiten, die die Stufe 7. übertreffen, werden mit einem Bronze-, Silber- oder gar Goldwürfel ausgezeichnet.

9) Für detaillierte Auskünfte und weitere Informationen.

Markus Ruf, ADC Präsident
mruf@ruflanz.ch
044 386 66 47

oder

Alexander Jaggy, ADC Präsident
alexander.jaggy@jvm.ch
044 254 66 00

oder auch

Daniel Krieg, ADC Vorstand Öffentlichkeitsarbeit
daniel.krieg@ksbsj.ch
043 399 80 50

oder auch

Helen Müller, ADC Geschäftsführerin
Oberdorfstrasse 15, 8001 Zürich
helen.mueller@adc.ch
044 262 00 33
www.adc.ch

10) Downloads der mit Gold prämierten Arbeiten.

<http://www.adc.ch/press/>
login: press
passwort: 10ad

Auf Wunsch können zusätzliche Bilder bei der ADC Geschäftsstelle angefordert werden.