

YOUNG LIONS COMPETITION AUSTRIA 2025

MEDIA BRIEFING 07.03.2025

Auftraggeber: ORF-Enterprise

Briefing: Freitag, 7. März 2025

Abgabe: bis Montag, 10. März 2025, 12.00 Uhr

ZIEL DER COMPETITION

Im Rahmen dieser Competition soll eine innovative B2B-Kommunikationsstrategie entwickelt werden, die potenzielle Einreicher:innen für die ORF-AWARDS in den Kategorien „GESEHEN“, „GEHÖRT“ und „GEKLIKT“ gezielt anspricht und zur Teilnahme motiviert. Im Fokus steht die Steigerung der Sichtbarkeit der Awards und die Erhöhung der Einreichzahlen.

DIE WICHTIGSTEN ECKPUNKTE ZUM BRIEFING

Die ORF-AWARDS werden jährlich von der ORF-Enterprise organisiert und zeichnen die kreativsten und kommunikationsstärksten Werbemittel aus, die in den ORF-Medien geschaltet wurden.

Im Jahr 2024 wurden die ORF-AWARDS neu aufgestellt: Es gibt neue Kategorien, eine neu gestaltete Trophäe und ein frisches, modernes Konzept. Die drei Kategorien „GESEHEN“, „GEHÖRT“ und „GEKLIKT“ repräsentieren die wichtigsten Bereiche des modernen Medienkonsums und zeichnen die besten Werbemittel in den Bereichen Bewegtbild-, Audio- und Online-Werbung aus.

Die ORF-AWARDS bieten damit nicht nur eine Plattform für die besten Werbeproduktionen, sondern positionieren sich als wichtiger Wettbewerb, der die innovative Kraft der Branche sichtbar macht und Talente zu einer Teilnahme motiviert.

Der Award ist besonders relevant für Unternehmen und Kreative, die sich mit ihren Arbeiten einem breiten Publikum präsentieren möchten. Er fördert die Sichtbarkeit und Anerkennung von kreativen Projekten und bietet eine hervorragende Gelegenheit, in der Branche wahrgenommen zu werden.



DIE HERAUSFORDERUNG

Trotz der hohen Relevanz und der Neuausrichtung des Awards stehen die ORF-AWARDS vor einigen Herausforderungen, wenn es um die Steigerung der Einreichzahlen geht:

1. Geringe Bekanntheit unter jüngeren Kreativen und Start-ups: Viele junge und neue Talente sowie kleinere Agenturen sind noch nicht ausreichend mit den ORF-AWARDS vertraut und nehmen sie daher möglicherweise nicht als relevantes Forum für ihre Arbeiten wahr.
2. Fehlende Motivation zur Teilnahme: Gerade bei jungen Kreativen und Start-ups könnte der personelle, zeitliche und finanzielle Aufwand für eine Einreichung als zu hoch angesehen werden, wenn der Mehrwert oder die langfristigen Karriereaussichten nicht unmittelbar erkennbar sind.
3. Bedenken hinsichtlich der Komplexität des Einreichprozesses: Einige potenzielle Teilnehmer:innen könnten die Teilnahme als zu komplex oder zeitraubend empfinden, insbesondere wenn sie nicht mit den spezifischen Anforderungen und Kategorien vertraut sind.

Diese Herausforderungen gilt es in der Kampagne zu adressieren, um die Einreichzahlen zu steigern und den ORF-AWARDS die Sichtbarkeit zu verschaffen, die sie verdienen.

ZIELGRUPPE

- Kreativagenturen, die sich auf die Entwicklung von Werbemitteln in den Bereichen Bewegtbild, Audio- und Online-Werbung spezialisiert haben.
- Mediaagenturen, die für die Planung und Schaltung von Werbemaßnahmen zuständig sind.
- Auftraggeber:innen wie Unternehmen, Marken und Organisationen, die in ihren Kommunikationsstrategien auf kreative Werbemaßnahmen setzen.
- Produktionsfirmen, die Werbeinhalte für TV, Radio und digitale Plattformen produzieren.

WAS IST DAS VERSPRECHEN, DAS WIR DER ZIELGRUPPE GEBEN MÖCHTEN?

Die ORF-AWARDS sind der renommierteste Preis für herausragende Werbeerfolge in der österreichischen Kommunikationslandschaft. Als einziger Award würdigen sie die erfolgreiche Zusammenarbeit von Teams aus verschiedenen Disziplinen. Mit der Neuausrichtung und der Einführung der neuen Kategorien „GESEHEN“, „GEHÖRT“ und „GEKLICKT“ hat sich der Wettbewerb den digitalen Herausforderungen gestellt und bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Kreativität in einem sich ständig verändernden Umfeld unter Beweis zu stellen. Die ORF-AWARDS sind nicht nur eine Auszeichnung, sondern auch ein Netzwerk für die besten Köpfe der Branche. Sie bieten Unternehmen die Möglichkeit, ihre Leistungen zu würdigen zu lassen, als führendes Unternehmen etabliert zu werden und von einem starken Netzwerk aus Kreativen und Expert:innen zu profitieren. Als renommierteste Auszeichnung der Branche garantiert sie höchste Anerkennung und Wertschätzung.

AUFGABENSTELLUNG

Gesucht wird eine smarte B2B-Kommunikationsstrategie, die folgende Ziele verfolgt:

- Sichtbarkeit erhöhen: Die Bekanntheit der ORF-AWARDS in den genannten Kategorien soll durch den Einsatz innovativer Kommunikationsmaßnahmen deutlich gesteigert werden.
- Aktivierung von Einreicher:innen: Die Zielgruppe soll über kreative Ansätze und zielgruppenrelevante Inhalte zur Teilnahme motiviert werden.
- Zielgruppen erreichen: Die Kommunikation soll die relevanten Zielgruppen präzise ansprechen und deren spezifische Bedürfnisse berücksichtigen.

Die Strategie soll konkrete Maßnahmen zur Umsetzung beinhalten. Printanzeigen und klassische Onlinewerbemittel (z.B. Fachmedien) sollen kein Bestandteil der Kommunikationsstrategie sein.

BUDGET

Zur Verfügung steht ein fiktives Mediabudget von 50.000 Euro. Dieses ist entsprechend der Kommunikationsstrategie prozentuell den einzelnen Mediengattungen / Kommunikationsformen zuzuordnen. Eine Detailkalkulation und die Errechnung von Leistungswerten sind nicht erforderlich.

UMFANG

Abstract: max. 1 Seite DIN A4
Format: pdf
Präsentation: max. 10 Seiten
Format: pdf oder ppt/pptx

ABGABE

Die ausgearbeitete B2B Kommunikationsstrategie kann bis **Montag, den 10. März 2025, 12:00 per E-Mail an carmen.lunzer@orf.at** übermittelt werden.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

YOUNG LIONS COMPETITION AUSTRIA 2025 | MEDIA

Die Young Lions Competition wird von der ORF-Enterprise als österreichischer Repräsentant des International Festival of Creativity, den Cannes Lions, durchgeführt. In der Kategorie Media gibt es ein Briefing der ORF-Enterprise, auf Basis dessen die Teilnehmer:innen in der vorgegebenen Zeit ein Konzept ausarbeiten und abgeben. Eine unabhängige Jury ermittelt aus den Einreichungen die besten Arbeiten. Die Jury wird von der ORF-Enterprise einberufen und setzt sich aus Werbeexpert:innen zusammen. Das Siegerteam wird sich von 16. bis 20. Juni 2025 mit den internationalen Teams der Young Lions Competition im Rahmen des Cannes Lions International Festival of Creativity in Frankreich messen.

TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN 2025

Teilnahmeberechtigt sind alle in Österreich in Mediaagenturen tätigen Personen, die von ihrem Arbeitgeber zeitgerecht nominiert wurden und 30 Jahre oder jünger sind (geboren am oder nach dem 20. Juni 1994). Bei Aufforderung ist ein entsprechender Nachweis des Geburtsdatums zu erbringen. Es ist ausschließlich die Teilnahme eines Zweierteams pro Mediaagentur möglich.

BRIEFING

Das Briefing erfolgt am Freitag, dem 7. März 2025, per E-Mail an alle angemeldeten Teilnehmer:innen.

EINREICHUNG

Bis Montag, den 10. März 2025, 12.00 Uhr, müssen die Einreichungen per E-Mail an carmen.lunzer@orf.at übermittelt werden. Alle Arbeiten, die bis zum Ablauf der Abgabefrist einlangen, nehmen am Wettbewerb teil. Später eingehende Beiträge werden nicht berücksichtigt. Mit Abgabe ihrer Einreichung akzeptieren die Teilnehmer:innen die vorliegenden Teilnahmebedingungen.

KOSTEN

Die Teilnahme an der Competition ist kostenlos. Allfällig anfallende Spesen werden nicht erstattet.

JURY

Die Jury setzt sich aus Werbeexpert:innen zusammen. Die Jury-Entscheidungen sind endgültig. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

DAS SIEGERTEAM

Das Siegerteam nimmt vom 16. bis 20. Juni als offizieller Vertreter Österreichs an der Young Lions Competition 2025 | Media im Rahmen des Cannes Lions International Festival of Creativity in Frankreich teil.

Die ORF-Enterprise übernimmt die Kosten für die beiden Festivaltickets für das Siegerteam. Flüge, Unterkunft, sowie anfallende Spesen sind vom Arbeitgeber des Siegerteams zu tragen. Die Gewinnerteams der Österreichausscheidung erklären sich bereit, der ORF-Enterprise, sowie anderen Medien, während ihres Aufenthalts in Cannes als Ansprech- bzw. Interviewpartner im jeweils erforderlichen Ausmaß zur Verfügung zu stehen.

RECHTE

In der Kategorie Media ist eine dem Briefing entsprechende Arbeit im vorgegebenen Umfang einzureichen. Diese muss zur Gänze und ausschließlich vom jeweiligen Team entwickelt und gestaltet werden und darf zuvor noch nicht veröffentlicht worden sein. Die Teilnehmer:innen erklären, Inhaber sämtlicher Urheber-, Leistungsschutz- und der entsprechenden Werknutzungsrechte zu sein und verpflichten sich, die ORF-Enterprise dahingehend schad- und klaglos zu halten.

Davon ausgenommen sind Materialien, die vom Arbeit- / Auftraggeber für den jeweiligen Wettbewerb zur Verfügung gestellt werden. Die Teilnehmer:innen räumen der ORF-Enterprise das Recht ein, die eingereichten Werke zeitlich, sachlich und territorial unbeschränkt (ganz oder teilweise) zu veröffentlichen, zu nutzen und zu verwerten. Insbesondere umfasst diese Rechtseinräumung die Rechte der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Verbreitung, Bearbeitung, Kürzung und Teilung, Sendung, öffentlichen Auf- und Vorführung sowie das Recht der Zurverfügungstellung.

Allfällige vertragliche Bestimmungen hinsichtlich der Übertragung von Urheber- bzw. Nutzungsrechten an den Arbeit- / Auftraggeber oder sonstige Dritte gelangen in Bezug auf die für diesen Wettbewerb geschaffenen Werke nicht zur Anwendung.

Eine Verpflichtung zu einer Veröffentlichung oder Realisierung besteht für die ORF-Enterprise nicht. Von Seiten des Auftraggebers besteht keine Verpflichtung sich dem Juryentscheid dahingehend zu unterwerfen, seine werblichen Aktivitäten nach dem Gewinnersujet des Wettbewerbs auszurichten. Die Teilnehmer:innen sind für die Richtigkeit ihrer Angaben verantwortlich. Die ORF-Enterprise ist nicht verpflichtet, die gemachten Angaben der Teilnehmer:innen zu überprüfen und ist für die Veröffentlichung bzw. Weitergabe dieser Angaben nicht haftbar. Mit Ausnahme der Gewinner:innen erfolgt keine Nennung von Platzierungen. Die ORF-Enterprise hält sich im Falle allfälliger Ansprüche Dritter im Zuge der Veröffentlichung einer Arbeit am betreffenden Teilnehmer schad- und klaglos. Im Falle eines Gewinnes liegen die steuerlichen Obliegenheiten bei den Gewinner:innen.

KONTAKT

ORF-Enterprise GmbH & Co KG

Carmen Lunzer

Hugo-Portisch-Gasse 1

1136 Wien

E-Mail: carmen.lunzer@orf.at