

YOUNG LIONS COMPETITION AUSTRIA 2019

MEDIA BRIEFING 15. März 2019

Auftraggeber: ORF-Enterprise
Briefing: Freitag, 15. März 2019
Abgabe: bis Montag, 18. März 2019, 12.00 Uhr

WHAT IS THE KEY FACT FOR THIS BRIEFING?

Den Media Award gibt es seit 2004 und er ist bis heute die einzige Plattform Österreichs, die die gesamthafte Leistung der Mediaagenturen in den Mittelpunkt stellt und auszeichnet. Der Media Award ist eine gemeinsame Initiative von EPAMEDIA, Gewista, Goldbach Austria, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, ORF-Enterprise, RMS Austria und VGN und wird heuer zum 16. Mal durchgeführt. Auftraggeber und Agenturen können in den Kategorien „Kreative Media-Idee“ und „Exzellente Media-Strategie“ einreichen. Die Einreichung ist kostenlos. Mit dem Award wollen die Initiatoren hochkarätige Mediaplanung auszeichnen, die von der Qualität heimischer Medien mit konstanter Verlässlichkeit und Planungssicherheit profitiert. Der Media Award bietet der Expertise der Mediaagenturen und der Innovationskraft heimischer Medienanbieter eine sichtbare Plattform.

Weitere Informationen: www.mediaaward.at

WHAT IS THE PROBLEM THE ADVERTISING SHOULD SOLVE?

Die Einreichzahlen beim Media Award sind rückläufig. Ebenso geht das Interesse an der Award Show zurück.

Dafür mag es unterschiedliche Gründe geben: Das große Angebot an Awards: neben nationalen Awards wie ORF-Awards (Top Spot, Werbehahn, Onward), den CCA-Veneri, dem Adgar, dem WebAd oder den Effies laden auch internationale Awards, allen voran die Cannes Lions, zum Einreichen ein. Die Professionalität der Einreichungen und die Qualität des gesamten Jury-Prozesses ist über die Jahre signifikant gestiegen. Um State of the Art einzureichen, bedeutet dies für den Einreicher einen hohen zeitlichen, personellen und finanziellen Aufwand, der in schlanken Strukturen zunehmend schwierig abzubilden ist. Award-Auszeichnungen sind für die Gewinner ehrenvoll, verlieren aber aufgrund der zunehmenden Effizienz und ROI-Orientierung der Auftraggeber als Asset der Agenturen an Bedeutung. Zu guter Letzt kann durch verstärkten Datenschutz die Unmöglichkeit der Veröffentlichung von Wirkungszahlen ebenso als Einreichbremse wirken. Wir benötigen daher eine kreative B2B-Kommunikationsstrategie, um die Einreichzahlen beim Media Award zu pushen.

**ABGABE
BIS 18.03.2019
12.00 UHR**



Wir wollen:

1. Bewusstsein für die Bedeutung des Media Award in der gesamten Kommunikationsbranche, im Speziellen aber bei Mediaagenturen und Auftraggebern schaffen.
2. Den Media Award so positionieren, dass jede Mediaagentur teilnehmen, gewinnen und bei der Award Show dabei sein möchte.
3. Die Einreichzahlen steigern.

WHO IS THE TARGET GROUP?

Zum Media Award reichen Auftraggeber und Agenturen ein. Da die Arbeit der Mediaagenturen im Mittelpunkt des Awards steht, wollen wir primär Mitarbeiter/innen in Mediaagenturen ansprechen. Die Palette reicht dabei vom CEO bis zu den Kampagnenverantwortlichen. Gleichzeitig wollen wir niemanden ausgrenzen, auch Kreativagenturen, Digitalagenturen u.a., die an Media-Umsetzungen beteiligt sind, sollen zum Mitmachen motiviert werden. Aber natürlich wollen wir auch Auftraggeber animieren, „ihre“ Agenturen zur Einreichung ihrer stärksten Kampagnen oder kreativen Media-Umsetzungen aufzufordern.

WHAT IS THE PROMISE WE WANT TO MAKE TO THE TARGET GROUP?

Der Media Award ist der einzige Preis in Österreich, der die Leistung von Mediaagenturen im Bereich Mediastrategie, -planung und -umsetzung auszeichnet. Im Zeitalter einer verstärkten ROI-Orientierung belegen die ausgezeichneten Cases die steigende Bedeutung, die Mediaagenturen zukommt und welche wichtige Rolle sie in der Kommunikationswirtschaft einnehmen. Ein zweistufiges Expertenjuryverfahren mit einem Jurypräsidenten aus den Reihen der Mediaagenturen stellt die objektive und transparente Jurierung sicher. Die Preisträger werden bei der Award Show angemessen gewürdigt, die ausgezeichneten Arbeiten präsentiert und die Preiswürdigkeit dem Publikum erklärt. Umfassende Kommunikationsarbeit stellt sicher, dass die gesamte Branche über den Event hinaus erreicht wird. Zudem bietet der Event einen entspannten Rahmen für Networking. Ein Gewinn beim Media Award ist ein Gütesiegel für die Arbeit der Mediaagenturen und ihrer Mitarbeiter/innen.

MANDATORY

Smarte, charmante Idee/n für eine innovative B2B-Kommunikationsstrategie. Printanzeigen und klassische Onlinewerbemittel (z.B. in Fachmedien) sollen kein Bestandteil der Kommunikationsstrategie sein.

BUDGET

Zur Verfügung steht ein fiktives Mediabudget von 25.000 Euro. Dieses ist entsprechend der Kommunikationsstrategie prozentuell den einzelnen Mediengattungen/Kommunikationsformen zuzuordnen. Eine Detailkalkulation und die Angabe bzw. Errechnung von Leistungswerten ist nicht erforderlich.

Umfang Abgabe

Abzugeben sind (in deutscher Sprache):

Abstract:	(max.) 1 Seite DIN A4
Format:	doc, txt oder pdf
Präsentation:	max. 10 Sheets
Format:	ppt/pptx oder pdf



BUCHEN SIE ERFOLG.



Die Kommunikationsstrategie ist in einem Abstract zu erklären, die Umsetzung der Strategie, sowie Kommunikationskanal und Gewichtung der Budgetanteile, müssen in einer Präsentation (Powerpoint oder PDF) dargestellt werden. Abstract wie auch Präsentation sind innerhalb der Wettbewerbsfrist abzugeben.

ABGABE

Die B2B Kommunikationsstrategie muss bis Montag, 18. März 2019, 12.00 Uhr per E-Mail an lorenz.schmidl@orf.at übermittelt werden.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN - YOUNG LIONS COMPETITION AUSTRIA 2019 / MEDIA

YOUNG LIONS COMPETITION AUSTRIA 2019 / MEDIA

Die Young Lions Competition werden 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 in der vorgegebenen Zeit ein Konzept ausarbeiten und abgeben. Eine unabhängige Jury ermittelt aus den eingereichten Arbeiten die besten Arbeiten. Die Jury wird von der ORF-Enterprise einberufen und setzt sich aus Werbeexperten zusammen. Das Siegerteam fliegt zum 66. Cannes Lions International Festival of Creativity (17. - 22. Juni 2019). Im Rahmen des Festivals treten Teams aus der ganzen Welt bei der internationalen Young Lions Competition gegeneinander an.

TEILNAHMEVERAUSSETZUNGEN 2019

Teilnahmeberechtigt sind alle in Österreich in Mediaagenturen tätigen Personen, die von ihrem Arbeitgeber zeitgerecht nominiert wurden, bis zum vollendeten 30. Lebensjahr (geboren nach dem 22. Juni 1988). 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 15. März 2019, per E-Mail an alle angemeldeten Teilnehmer/innen.

EINREICHUNG

Bis Montag, den 18. März 2019, 12.00 Uhr, müssen die Einreichungen per E-Mail an lorenz.schmidl@orf.at übermittelt werden. Alle Arbeiten, die bis zum Ablauf der Abgabefrist einlangen, nehmen am Wettbewerb teil. Später eingehende Beiträge werden nicht berücksichtigt.

KOSTEN

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

JURY

Die Jury setzt sich aus Werbeexperten zusammen. Die Jury-Entscheidungen sind endgültig. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

DAS SIEGERTEAM

Das Siegerteam fährt zum 66. Cannes Lions International Festival of Creativity nach Cannes und nimmt als offizieller Vertreter Österreichs an der Young Lions Competition 2019 / Media 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.



BUCHEN SIE ERFOLG.



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 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 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 Rechtseinkäumung 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 sind für die Richtigkeit ihrer Angaben verantwortlich.

Die ORF-Enterprise ist nicht verpflichtet, die gemachten Angaben der Teilnehmer zu überprüfen und ist für die Veröffentlichung bzw. Weitergabe dieser Angaben nicht haftbar. Mit Ausnahme der Gewinner 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
Lorenz Schmidl
EUROPLAZA Gebäude C, 1. Stock
Am Europlatz 5
1120 Wien
E-Mail: lorenz.schmidl@orf.at