

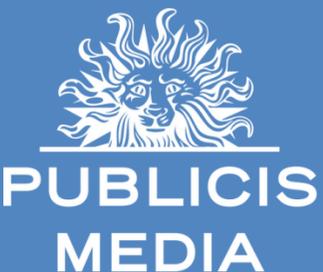
Young Lions Competition 2025

Kategorie Media
Publicis Media Austria

Nicole Urban
Jan Wenigwieser



**YOUNG LIONS
COMPETITIONS**





1 Ich möchte mein Können und meine Kreativität unter Beweis stellen und etwas Außergewöhnliches machen um mich in der Mediabranche zu beweisen.

2 Für sowas sind Awards perfekt. Aber das zahlt sich gar nicht aus - da hast du nur Scherereien und keinen Mehrwert dahinter!

3 Ja das sehe ich auch so, klingt immer ganz nett, aber der Aufwand und die Kosten dahinter sind es nicht wert.



Nicole, 26
arbeitet in einer Kreativagentur



Jan, 24
arbeitet in einer Mediaagentur



Olivia, 35
arbeitet in einem Start-Up



Wie lösen wir das Problem? Für Dich? Für Mich? Für Alle?

Unsere Strategie ist auf drei gezielte Botschaften ausgerichtet

INSIGHT

Die geringe Bekanntheit der ORF Awards unter jungen Kreativen und Start-ups stellt eine verpasste Chance dar, da diese Plattform ihnen helfen könnte, ihre Arbeiten und ihr Können vor einem größeren Publikum zu präsentieren.

Kleinere Agenturen und Start-ups können durch die Teilnahme an den ORF Awards ihr Portfolio verbessern und in der Branche an Ansehen gewinnen, da diese Wettbewerbe bereits bei größeren Agenturen bekannt und anerkannt sind

Der Einreichprozess der ORF Awards wird als kompliziert angesehen, was wir im Vergleich zu anderen Awards nicht so empfinden.

IDEE

FÜR DICH

FÜR MICH

FÜR ALLE

ORF Award sichtbar und auffällig...

FÜR DICH



Die geringe Bekanntheit der ORF-AWARDS und das Fehlen kreativer, zielgruppenrelevanter Inhalte führen dazu, dass potenzielle Einreicher:Innen bislang nicht ausreichend zur Teilnahme motiviert sind

Cherry on top:

Warum nicht zusammen mit den Agenturen das Mural entwerfen? persönlichen Touch und zieht die Aufmerksamkeit der Kreativagenturen



Um das Interesse der relevanten Zielgruppe zu wecken, setzen wir auf eine beeindruckende, auffällige OOH-Graffiti-Wand. Damit erreichen wir in einem Agenturdichten Gebiet mit hoher Frequenz die richtigen Personen. Diese Kommunikationsmaßnahme bringt die Zielgruppe dem Award näher.



Hohe Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit



Kombinierbar mit interaktiven QR-Codes zum BTS Video auf eigenen Kanälen



Linke Wien Zeile

34

Am Naschmarkt



Der ORF zeigt sich exklusiv 'Behind the Scenes' - maßgeschneidert für Agenturen, Kunden:Innen und Start-Ups, ganz...

FÜR DICH



Viele junge Kreativagenturen und Start-ups sind mit den ORF-AWARDS noch nicht vertraut und sehen sie daher oft nicht als relevantes Forum für ihre Arbeiten.



Um die Aufmerksamkeit der relevanten Zielgruppe zu gewinnen, setzen wir auf gezielte Ansprache via LinkedIn, um Agenturen, Kunden:Innen und Start-Ups präzise zu erreichen.

Botschaftsverbreitung:

ein exklusives "Behind the Scenes"-Video der OOH Graffiti-Produktion mit ORF und Agenturen



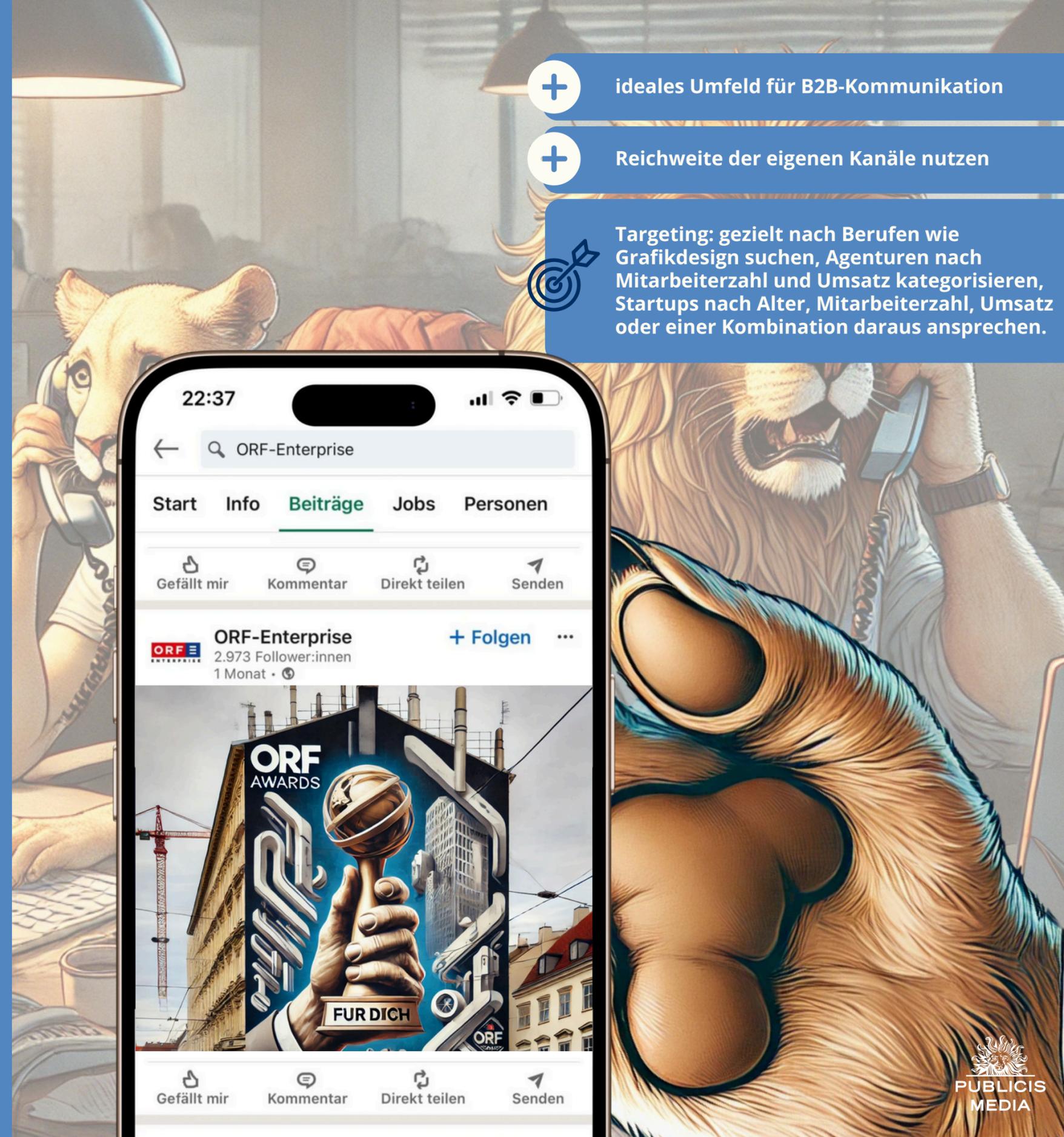
ideales Umfeld für B2B-Kommunikation



Reichweite der eigenen Kanäle nutzen



Targeting: gezielt nach Berufen wie Grafikdesign suchen, Agenturen nach Mitarbeiterzahl und Umsatz kategorisieren, Startups nach Alter, Mitarbeiterzahl, Umsatz oder einer Kombination daraus ansprechen.



Eines Tages am Königlberg...

OMG der ORF Award steht an!!!



Alles klar! Eine Woche für die Einreichung verplant

10 Sekunden später...



WIR HABEN EINGEREICHT!!!

unkompliziert und direkt...

FÜR MICH

Fehlende Motivation zur Teilnahme: Besonders junge Kreative und Start-ups könnten den zeitlichen Aufwand einer Einreichung als zu hoch einstufen.



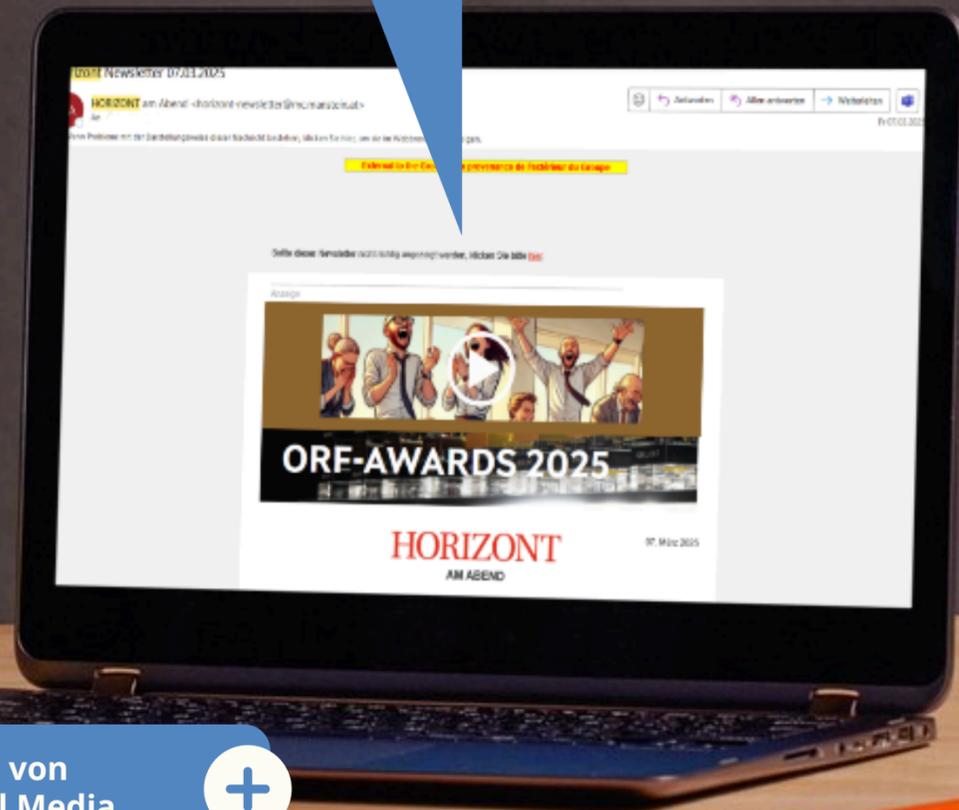
Erreiche Kunden:Innen, Start-Ups und Agenturen durch gezielte Kooperationen mit relevanten Partnern wie Horizont und Brutkasten

Botschaftsverbreitung:

Ein humorvolles Testimonial in Form einer Videoparodie des Agenturalltags zeigt, wie schnell und einfach Einreichungen sein können, und unterstreicht die geringe Zeitintensität des Prozesses.



Multichannel-Mix: Integration von Video in Newsletter und Social Media



Einsatz von Videos und Event Ads, um die Einreichungsphase zu promoten



Erfolgsgeschichten: inspirierende Cases der Gewinner von gestern, für die Helden von morgen



Motivationsschub: Steigere die Teilnahmebereitschaft durch positive Vorbilder



Ein ORF-AWARD boostet nicht nur die Sichtbarkeit und Anerkennung, sondern stärkt auch Portfolio und Reputation – ein Gewinn, der zählt,

FÜR MICH

Der Mehrwert ist nicht sofort erkennbar: Besonders für Agenturen ist der Nutzen auf den ersten Blick oft nicht offensichtlich. Insbesondere kleinere und junge Agenturen nehmen nicht immer wahr, dass die ORF Awards Vorteile mit sich bringen.



Teile inspirierende Cases der Gewinner:Innen von gestern, um die Helden:Innen von morgen zu inspirieren via LinkedIn



*Podcasts fürs Hirn,
Gewinne fürs Herz: ORF Awards....*

FÜR ALLE



Bedenken zur Einreichung: Teilnehmer:innen könnten den Prozess als zu komplex wahrnehmen, vor allem wenn sie mit den spezifischen Anforderungen nicht gut vertraut sind und den Mehrwert nicht erkennen.



Mit einem Podcastspecial von der Professor und der Wolf namens "Der Löwe und der Wolf" korrigieren wir die Annahme, dass ORF Award Einreichungen kompliziert seien!

Experteninterviews: Gespräche mit Agentur-CEOs und ORF-Mitarbeiter:Innen bieten wertvolle Einblicke und heben nochmals die Vorteile des Gewinns eines ORF Awards hervor!



Strategische Roadmap

FÜR DICH

FÜR MICH

FÜR ALLE



OOH
Graffiti

€ 25.000
50%



KOOPs

€ 12.000
24%



LinkedIn
OOH (BTS)

€ 4.000
8%



LinkedIn
Best Of + Event Ads

€ 6.000
12%



Podcast
Der Löwe und der Wolf

€ 3.000
6%



AWARD EINREICHUNG

FEBRUAR

MÄRZ

APRIL

MAI

Die ORF Awards,
für DICH,
für MICH,
für ALLE!

Überhaupt nicht,
Einreichung war
unkompliziert, Portfolio
aufgewertet, und
gewonnen haben wir
auch noch!

Das war doch
gar nicht so
schwer!

