CCA YOUNG LIONS COMPETITION 2018 LEITFADEN

KATEGORIE: FILM

DEIN SPRUNGBRETT

DER CCA

BRIEFING:
2.3.2018, 17:00 UHR

ABGABETERMIN:
BIS 4.3.2018,
23:59 UHR

REGISTRIEREN UND UPLOAD VIA:
CCAVENUS2018.SUBMIT.TO

NOTFALLS VIA DOWNLOADLINK PER E-MAIL AN:
CCAYOUNGLIONS@CREATIVCLUB.AT
(BbetreFF: YL FILM NACHNAME1_NACHNAME2)

IN KOOPERATION MIT

CANNES LIONS
OFFICIAL FESTIVAL REPRESENTATIVE
AUSTRIA

BUCHEN SIE ERFOLG.
ORF ENTERPRISE

CCA - YOUNG LIONS COMPETITION 2018

Die Förderung von Talenten und Österreichs kreativem Nachwuchs – darum kämpft der Creativ Club Austria wie ein Löwe um seine Jungen.

Der Creativ Club Austria holt heuer den Nachwuchs der kreativen Kommunikationsbranche noch näher zu sich. Young Lions Kategorien sind eigene Kategorien der CCA-Venus 2018, die Einreichungen werden von der CCA-Jury bewertet und die GewinnerInnen der Young Lions werden bei der CCA-Awardshow prämiert und im CCA-Jahrbuch verewigt. Zudem gibt es beim Creativ Club Austria eigene Mitgliedschaften für „Young Creatives“ und „Students“.

Die CCA Young Lions Competitions werden in den Kategorien Film, Print, Cyber, Design und (neu) PR durchgeführt. Ein Briefing muss jeweils von 2er-Teams (geboren nach dem 22. Juni 1987) in 24 bzw. 48 Stunden ausgearbeitet und abgegeben werden. Eine Jury ermittelt aus den eingereichten Arbeiten die besten Arbeiten je Kategorie.

Die Teilnahmebedingungen: https://ccavenus2018.submit.to/

Die Young Lions Competition Austria wird in den Kategorien Film, Print, Digital, Design und PR mit der ORF-Enterprise als Partner und österreichischer Repräsentant des Cannes Lions International Festival of Creativity durchgeführt.

Wir danken unserem Sponsor und Partner der Kategorie Film:

maxima

maxima

Teil 1

Ausgangssituation

2018 legt maxima in Print und Digital den Fokus auf Profilschärfung und definiert den Begriff der Schönheit und Beauty neu: Der Beauty-Schwerpunkt wird hinsichtlich der Themen rund um Gesundheit/Ernährung, Trends, Service, Wissen weiter ausgebaut. Frauen soll kein striktes Schönheitsbild oktroyiert werden; individuelle Schönheit rückt in den Fokus. maxima repräsentiert die Vielfalt an Frauenbildern, alle Lebensmodelle (Digital für Frauen im Alter von 18–34) sollen sich in der Marke wiederfinden. maxima will Frauen nicht sagen, was sie alles zu tun haben, um Gesellschaftsstandards zu entsprechen und Männern zu gefallen, sondern Selbstbewusstsein und Solidarität unter Frauen fördern. Make-up- und Beauty-Trends werden besprochen, aber es ist ein lockerer Umgang, denn das Thema Beauty soll Spaß machen und keinen Zwang vermitteln – ganz nach dem Motto: „Give them tools, not rules."

Der Digital-Auftritt ist Teil dieser Neuausrichtung.
maxima will dialogstiftend sein und die Themenführerschaft im Beauty-Segment besetzen. Dafür sollen insbesondere die digitalen Kanäle der Marke aktiviert werden.

Aufgabenstellung

Es soll ein redaktionell anmutendes Bewegtbildformat (max. 60 Sekunden, für Online/Social – insbes. Facebook) produziert werden, welches das neue Markenverständnis um das Thema Beauty transportiert. maxima soll hier als redaktioneller Absender auftreten.

Zu produzieren ist ein maximal 60 Sek. langer Spot. Die Idee ist, dass dieser Spot der Start einer mehrteiligen Online-Mini-Serie ist. Dies bitte bedenken. (Zur Sicherheit: die Serie müsst ihr nicht produzieren.)

Ziel der Mini-Serie: Imageaufbau, Steigerung der Bekanntheit von maxima.at und die Neuausrichtung der Marke.

Im Vordergrund sollen die nachhaltige Message an die Zielgruppe und das Aktivieren derselben stehen, sodass das Format (der Pilot) maximales Engagement, relevante Interaktion mit der Community und im besten Falle auch das Abonnieren der maxima-Facebook-Page beim User/Zuseher bewirkt.

Zielgruppe

Die Kernzielgruppe Online ist weiblich und zwischen 18 und 34 Jahre alt. Weibliche Millennials sehen sich insbesondere auf den digitalen Kanälen häufig mit abstrusen Schönheitsidealen und Negativmeldungen konfrontiert. Hier wollen wir entgegensteuern und eine Zielgruppe ansprechen, der wir vermitteln wollen, selbstbewusst ihr eigenes Schönheitsbild auszuleben und alle Lebensmodelle zu zelebrieren.

Die Zielgruppe ist sensibel, was Selbstdarstellung in Sozialen Medien betrifft, und wählt Interaktion mit Beiträgen bewusst aus. Die Hemmschwelle, mit dem produzierten Format zu interagieren, soll möglichst niedrig sein.

Consumer Insight (Something Enlightening)

Frauen sind in und mit all ihren Größen, Hautfarben, Kleidungsstilen, Fitnessroutinen, Kosmetikpräferenzen, Körperbehaarungen und Lebensmodellen schön, auch unabhängig von gängigen Schönheitsidealen – und dürfen darauf stolz sein.

One Thing (Creative Challenge – The Key The Advertising Should Say)

Trau dich, auf deine eigene Art schön zu sein und das auch nach außen zu transportieren.

Reason To Believe (What is our proof, why will people believe us)

„Give them tools, not rules.“ – maxima schreibt ihrer Community nicht vor, was Schönheit konkret zu bedeuten hat, sondern ermutigt Frauen, nach eigenem Ermessen Schönheit zu definieren und auszuleben.

Laut Marktforschung 2017 (siehe Anhang) wird maxima – trotz Nähe zu REWE/BIPA – als unabhängiger wahrgenommen als der direkte Mitbewerb im Bereich österreichischer Frauenmedien.

Tonalität
Modern, cool, freundlich, frech – siehe Positionierung / Markenpersönlichkeit. Die Ansprache erfolgt in der Du-Form.

Teil 2

Was soll die Zielgruppe denken/tun als Reaktion auf die Werbung?
„Ich fühle mich in meiner individuellen Weiblichkeit und Schönheit abgeholt – und möchte diese Botschaft auch mit meinen Freundinnen teilen. Ich fühle mich unterhalten und verstanden, das möchte ich auch nach außen mitteilen." – Die Zielgruppe soll mit dem Beitrag interagieren (kommentieren, liken, teilen, markieren) und die Message so weiter im eigenen Netzwerk multiplizieren. Der Zuseher soll durch den Spot mehr erfahren wollen und die maxima-Facebook-Page abonnieren.

Kommunikationsziel
- Strategische Neuausrichtung des Digitalauftritts der Marke maxima soll klar unterstrichen werden
- maxima soll als vertrauenswürdiges, relevantes Medium wahrgenommen werden, das Frauen über Trends informiert, aber trotzdem bestärkt und ermutigt
- Verankerung von maxima als erste digitale Anlaufstelle für Beauty-Themen am Lifestylemedienmarkt

Material
Am 2. März 2018 gegen 17:00 steht das Briefing zum Download zur Verfügung. Im Downloadordner steht auch zusätzliches Material zum Briefing zur Verfügung.

Mandatories (welche Vorgaben müssen eingehalten werden?)
- Rechte für die Verbreitung des Spots müssen gegeben sein
- Rechte für eingespielte Musik müssen vorhanden sein (bitte zumindest Credit/s einblenden)
- Das maxima Video Layout muss als Outro verwendet werden (steht als Download zur Verfügung)
- Responsible advertising: Werbung mit Verantwortung – keine Inhalte, die Menschen beleidigen.

Umfang

- Produktion eines Films / Spots
- Länge: gesamt max. 60 Sekunden (das maxima Layout / Outro muss nicht eingerechnet werden)
- Dateigröße: max 1 GB
- Zusätzlicher Upload von 3 Screenshots (JPEG, PNG oder GIF)

Einreichung

Die Abgabe der Arbeit/en erfolgt über das CCA-Einreichtool https://ccavenus2018.submit.to.

- Registrieren (1 Person aus dem Team)
  (UID Nummer muss bei den Young Lions nicht angegeben werden)
- Neue Einreichung
- Kategorie auswählen
- Credits – auch von der Teampartnerin / des Teampartners – angeben
- Scans der Ausweise hochladen (zur Kontrolle der Geburtsdaten)
- Arbeit/en hochladen (Dateiname: Nachname1_Nachname2_Film)
- Screenshots hochladen
- Einreichen
- Bestätigungs E-mail folgt anschließend automatisch

Einreichdeadline: bis 4. März 2018, 23.59 Uhr.

Die Teilnahme bei den Young Lions ist kostenlos.

Teil 3

Auftraggeber

maxima ist die Frauen- und Lifestylemedienmarke von BIPA / der REWE International AG und das auflagenstärkste Frauenmagazin in Österreich. Die Brand maxima ist Imageträger der REWE Group und soll Vertrauen und Bekanntheit derselben steigern.

Inhaltlich bildet die Marke Themen ab, die Frauen wirklich interessieren – mit einem Schwerpunkt auf Beauty und Gesundheit. Digital richten sich

die Inhalte an ein jüngeres Zielpublikum (18–34), die Themenschwerpunkte Beauty und Gesundheit sind aber die gleichen.

In Print hat maxima eine Auflage von 364.849 Exemplaren und ist exklusiv bei BIPA, BILLA, MERKUR, PENNY & ADEG erhältlich. Die Printausgabe hat mehr als 500.000 Leserinnen in allen Altersklassen.

Die Online-Plattform maxima.at erreicht über 200.000 Unique Users im Monat und mehr als 500.000 Unique Visits. Der wichtigste Trafficbringer ist der Facebook-Auftritt der Marke (www.facebook.com/maxima.magazin/); hier wurden im Jahr 2017 über 58 Millionen Impressions generiert.

Positionierung

Um eine stärkere Differenzierung im Frauen-/Lifestylesegment zu erreichen und sich stärker auf dem Markt zu positionieren, wird 2018 eine neue Content-Strategie zum Einsatz kommen.

Die digitale Plattform der Marke maxima soll als Feel-good-Product wahrgenommen werden. Die Neuausrichtung forciert eine rein positive Kommunikation: maxima will den Leserinnen weder Verbote noch unrealistische Schönheitsideale vermitteln. Der Beauty-Schwerpunkt wird über „Sich im eigenen Körper wohlfühlen“ kommuniziert – und nicht über „Bestmögliches Aussehen“ oder „Was Männern gefällt und nicht gefällt“.

Die inhaltlichen Schwerpunkte sind Beauty, Gesundheit/ Ernährung mit dem Ziel „Wohlfühlen“ – unabhängig von einer bestimmten Kleidungsgröße.

Mutige, innovative Inhalte bilden bei Print und Digital die Basis – die Leserin soll mit Qualität und Kreativität überrascht werden.

Markenpersönlichkeit

maxima legt Wert auf modernen, freundlichen, gerne auch mal frechen Stil. Worte und Formulierungen orientieren sich an der Leichtigkeit internationaler Frauen- und Lifestylemagazine. maxima stellt Service in den Fokus und bietet Leserinnen Beratung und Aha-Erlebnisse.

Optisch ist maxima ansprechend und qualitativ hochwertig; cool, weiblich, emanzipiert, selbstbewusst mit gutem Humor und bewusst nicht zu lieblich.

Die weiteren Termine:

- **CCA Jury**: 25. April 2018
- Siegerehrung im Rahmen der **CCA Awardshow:** 3. Mai 2018
- **Cannes Lions Competition & Festival:** 18. – 22. Juni 2018

Awardshow
Das Siegerteam jeder Kategorie wird bei der CCA Awardshow 2018 prämiert und erhält eine **CCA Young Lions Venus**. Zusätzlich fährt jedes Siegerteam zum Cannes Lions International Festival of Creativity nach Cannes und nimmt **als offizieller Vertreter Österreichs** in der jeweiligen Kategorie an der Young Lions Competition 2018 teil.

Das **Gewinnerpaket** beinhaltet:
- Übernahme der Kosten für den Festivalpass sowie für Flüge und Unterkunft
- Besuch der im Zeitrahmen stattfindenden Seminare und Workshops
- Besuch der Award-Zeremonien

Tickets Awardshow & Party
Die diesjährige CCA Awardshow & Party findet am 3. Mai in der Gösserhalle (Laxenburger Str. 2B, 1100 Wien) statt. Tickets für diese Veranstaltung werden zu €60 über die CCA Website www.creativclub.at verkauft.
Teams, die es auf die **Shortlist** schaffen, erhalten die Tickets gratis bzw. die Kosten rückerstattet, sollten Tickets bereits gekauft worden sein.

Rechtliche Hinweise
Je nach Kategorie ist eine dem Briefing entsprechende Arbeit in der dafür vorgesehenen Form (Anzeige, Spot, Logo, Webelement, Kampagne etc.) einzureichen. Diese muss zur Gänze und ausschließlich vom jeweiligen Team entwickelt und gestaltet werden und darf zuvor noch nicht veröffentlicht worden sein. Die Einreicher erklären, Inhaber sämtlicher Urheber-, Leistungsschutz- und der entsprechenden Werknutzungsrechte

zu sein und verpflichten sich, den Creativ Club Austria (CCA) dahingehend schad- und klaglos zu halten. Davon ausgenommen sind Materialien, die vom Auftraggeber für den jeweiligen Wettbewerb zur Verfügung gestellt werden.

Die Teilnehmer räumen dem Creativ Club Austria (CCA) und den Auftraggebern, zeitlich, sachlich und territorial unbeschränkt das Recht ein, die eingereichten Werke ganz oder teilweise, sowohl in deren als auch in anderen Medien zu veröffentlichen, zu nutzen und einzusetzen. Insbesondere umfasst diese Rechtseinräumung die Rechte der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Verbreitung, Bearbeitung, Kürzung und Teilung, Sendung, öffentlichen Auf- und Vorführung sowie das Recht der Zurverfügungstellung. Eine Verpflichtung zu einer Veröffentlichung oder Realisierung besteht für den Creativ Club Austria (CCA) bzw. den jeweiligen Auftraggeber 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. Der Creativ Club Austria (CCA) ist nicht verpflichtet, die gemachten Angaben der Teilnehmer zu überprüfen und für die Veröffentlichung bzw. Weitergabe dieser Angaben nicht haftbar. Mit Ausnahme der Gewinner pro Kategorie erfolgt keine Nennung von Platzierungen. Der Creativ Club Austria (CCA) 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 der Gewinnerin / bei dem Gewinner.

Der guten Ordnung halber wird nochmals darauf verwiesen, dass die Rechtseinräumung des bzw. der jeweils teilnehmenden Personen dem Creativ Club Austria (CCA) gegenüber sachlich, zeitlich und territorial unbeschränkt ist und auf exklusiver Basis erfolgt. Nur Arbeiten, die den Teilnahmebedingungen entsprechen, nehmen an der CCA Young Lions Competition 2018 und an der Bewertung teil. Das betrifft auch die korrekten Angaben zur Einreichung.

Die Jury der CCA Young Lions Competition 2018 behält sich vor, Arbeiten von der Young Lions Competition und/oder von der Veröffentlichung auszuschließen, wenn sie nicht den Teilnahmebedingungen entsprechen

oder wenn die Jury zu der Überzeugung gelangt, dass die Arbeiten eine Schädigung des CCA, der Wettbewerbspartner oder der CCA Young Lions Competition 2018 zur Folge haben könnten. Ein Grund für einen Ausschluss ist ferner u. a. gegeben, wenn an der Originalität oder der Urheberschaft der Arbeit Zweifel bestehen oder es wettbewerbliche Bedenken gibt. Mit der Teilnahme am Wettbewerb erklärt sich der Teilnehmer mit den Teilnahmebedingungen einverstanden.

Kontakt

CCA Creativ Club Austria
CCA Young Lions Team
T: +43 / 1 / 408 53 51
E: ccayounglions@creativclub.at
W: creativclub.at