



Young Lions Competition 2017

Young Marketers Briefing

21.04.2017

Young Lions 2017

Young Marketers Competition

- Auftraggeber:** ORF-Enterprise
- Briefing:** Freitag, 21. April 2017
- Abgabe:** bis Montag, 24. April 2017, 23.59 Uhr

WHAT IS THE KEY FACT FOR THIS BRIEFING?

Wir benötigen eine kreative B2B-Kommunikationsstrategie um die Vermarktung des ORF-Radiosenders radio FM4 zu pushen. Die Strategie soll die Zielgruppe positiv emotional berühren und dazu anregen, Werbung auf radio FM4 zu schalten.

WHAT IS THE PROBLEM THE ADVERTISING SHOULD SOLVE?

Die Kommunikationsstrategie soll das attraktive Werbeumfeld von radio FM4 darstellen und kommunizieren, dass man auch mit kleineren Budgets großes erreichen kann mit dieser, in der österreichischen Radiolandschaft einzigartigen, Hörer/innenstruktur.

Daher wollen wir:

1. Mehr Bewusstsein und Produktverständnis für radio FM4 schaffen.
2. Positive Emotionen in Verbindung mit radio FM4 generieren.
3. Kreative Strategie-Ideen um diese für eine Kampagne zu nutzen.

WHO IS THE TARGET GROUP?

Mediaagenturen und Auftraggeber

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

Mit radio FM4 erreichen Sie gut gebildete und kaufkräftige Jugendliche in ganz Österreich.

- radio FM4-Hörer/innen sind jung/aufstrebende Junge zwischen 20 und 39 Jahre alt
- radio FM4-Hörer/innen kommen aus den oberen Bildungs- und Einkommensschichten
- Allgemein und höher gebildet: Matura- oder Universitätsabschluss
- Personen mit hohem Haushaltsnettoeinkommen zwischen 2.100,- und über 3.600,-
- radio FM4-Hörer/innen sind urban → mehr als die Hälfte der Hörer/innen kommt aus Orten mit mehr als 10.000 Einwohnern

radio FM4-Hörer/innen sind oft:

- Junge, ledige Berufstätige
- kleine Familien mit Kleinkind/er
- Junge Paare ohne Kinder

radio FM4-Hörer/innen sind besonders interessiert an:

- beruflicher Weiterbildung
- Wissenschaft, Kultur, Politik/Wirtschaft, soziales Engagement
- Fotografieren, Videofilmen, Reisen, Kultur/kulturelles Geschehen, Politik und Wirtschaft

radio FM4-Hörer/innen gestalten ihre Freizeit überdurchschnittlich folgendermaßen:

- in Discos/Clubbing, Schi-/Snowboardfahren, ins Kino gehen, und selbst aktiv Sport betreiben, sie sind also sehr mobil

radio FM4:
erreicht täglich rund 280.000 Hörer (Personen 10+)
junge Zielgruppe mit niedrigem Streuverlust

Günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis:

Ø-TKP 14-29 Jahre: € 7,9 (6.00-18.00 Uhr)
Ø-TKP 18-35 Jahre: € 5,0 (6.00-18.00 Uhr)

Unterstützendes Material: radio FM4 Präsentation (Verlinkt im Briefing E-Mailing und [unter diesem Link](#)).

MANDATORY

Smarte, charmante Idee/n für eine **innovative Kommunikationsstrategie**, die mit dem USP von radio FM4 spielt. Printanzeigen (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 zuzuordnen. Eine Detailkalkulation und die Angabe bzw. Errechnung von Leistungswerten ist nicht erforderlich.

Umfang Abgabe

Abzugeben sind:

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

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

Abgabe

Die Kommunikationsstrategie kann bis Montag, 24. April 2017, 23.59 Uhr per E-Mail an younglions@orf.at eingereicht werden.

Teilnahmebedingungen - Young Lions 2017

Young Lions Competition 2017

Die *Young Lions* Wettbewerbe werden von der ORF-Enterprise als österreichischer Repräsentant des *International Festival of Creativity*, den *Cannes Lions*, durchgeführt. In jeder Kategorie gibt es ein Briefing, welches in der vorgegebenen Zeit ausgearbeitet und abgegeben werden muss. Eine Jury ermittelt aus den eingereichten Arbeiten die besten Arbeiten je Kategorie. Die Gewinner fliegen zum 64. *Cannes Lions International Festival of Creativity (17.-24. Juni 2017)*. Im Rahmen des Festivals treten Teams aus der ganzen Welt bei der internationalen *Young Lions Competition* gegeneinander an.

Die österreichischen *Young Lions 2017* werden in den Kategorien „Print“, „Cyber“, „Media“, „Design“, „Film“, „PR“ und „Young Marketers“ ausgetragen.

Teilnahmevoraussetzungen 2017

Teilnahmeberechtigt sind alle in Österreich im Bereich der Kommunikation Tätigen bis zum vollendeten 30ten Lebensjahr (geboren nach dem 24. Juni 1986).

Einreicher/Team

Teilnahmeberechtigt in der Kategorie „Young Marketers“ ist pro Firma **ein Zweierteam**, welches innerhalb der Anmeldefrist für den Wettbewerb angemeldet wurde. Hinsichtlich des entscheidenden Kriteriums des Alters, ist bei Aufforderung ein entsprechender Nachweis des Geburtsdatums zu erbringen.

Briefing

Das Briefing erfolgt am Freitag, 21. April 2017, per E-Mail an alle angemeldeten Teams.

Abgabe

Alle Arbeiten, die bis zum Ablauf der Abgabefrist einlangen, nehmen am Wettbewerb teil. Später eingehende Beiträge werden nicht berücksichtigt.

Kosten

Die Teilnahme am Wettbewerb in Österreich ist kostenlos. Allfällige anfallende Spesen werden nicht erstattet.

Jury

Die Jury setzt sich aus Vertretern der ORF-Enterprise aus den Bereichen Geschäftsführung, Sales und Communications zusammen. Die Jury-Entscheidungen sind endgültig. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Gewinner

Das Siegerteam fährt zum 64. *Cannes Lions International Festival of Creativity* nach Cannes und nimmt als offizieller Vertreter Österreichs an der *Young Lions Competition 2017* teil.

Die ORF-Enterprise übernimmt die beiden Festivaltickets für das Gewinnerteam. Flüge, Unterkunft, sowie anfallende Spesen sind vom Unternehmen 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

Je nach Kategorie ist eine dem Briefing entsprechende Arbeit in der dafür vorgesehenen Form (Anzeige, Spot, Sujet, Webelement, Abstract, Mediaplan, Strategie, 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, die ORF-Enterprise dahingehend schad- und klaglos zu halten. Davon ausgenommen sind Materialien, die vom Auftraggeber für den jeweiligen Wettbewerb zur Verfügung gestellt werden. Die Teilnehmer räumen der ORF-Enterprise 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 die ORF-Enterprise bzw. den jeweiligen Auftraggeber nicht. Von Seiten des Auftraggebers besteht keine Verpflichtung sich dem Juryentscheid dahin gehend 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 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 der Gewinnerin / beim Gewinner.

Der guten Ordnung halber wird nochmals darauf verwiesen, dass die Rechtseinräumung des bzw. der jeweils teilnehmenden Personen der ORF-Enterprise gegenüber sachlich, zeitlich und territorial unbeschränkt ist und auf exklusiver Basis erfolgt.

Mit der Teilnahme am Wettbewerb erklärt sich der Teilnehmer mit den vorstehenden Teilnahmebedingungen einverstanden.

Kontakt

ORF-Enterprise GmbH & Co KG
Cannes Lions Official Festival Representative
Reinhard Schwarzinger
EUROPLAZA Gebäude C, 1. Stock
Am Europlatz 5
1120 Wien
E-Mail:  younglions@orf.at