

YOUNG LIONS COMPETITION AUSTRIA 2023

MEDIA BRIEFING 10.03.2023

Auftraggeber:	ORF-Enterprise
Briefing:	Freitag, 10. März 2023
Abgabe:	bis Montag, 13. März 2023, 12.00 Uhr

DIE WICHTIGSTEN ECKPUNKTE ZUM BRIEFING!

Screenforce ist die multinationale Mediengattungsinitiative der Vermarktungshäuser für Fernsehen und Bewegtbild mit Länderorganisationen in Österreich, Deutschland, Schweiz, Finnland und den Niederlanden. In den deutschsprachigen Ländern repräsentiert die breite Allianz aus zwölf Vermarktern über 95 Prozent des TV-Werbemarkts in der gesamten DACH-Region. Österreich wird durch die Arbeitsgemeinschaft TELETTEST (AGTT) vertreten, die ihre Mitglieder repräsentiert: ATV, Goldbach Austria, IP Österreich, ORF, ORF-Enterprise, ProSiebenSat.1 PULS 4 und ServusTV.

Mission Statement: Premium Content – linear und On-Demand

Fernsehen ist, wenn Menschen fern sehen. Auf jedem Endgerät und Verbreitungsweg, zu jeder Zeit und an jedem Ort. Screenforce steht für professionell produzierten Premium-Content – linear und On-Demand, auf welchem Screen auch immer.

Kernaktivitäten: Forschung, Marketing und Kommunikation

Mit wegweisenden Insights, aktuellen wissenschaftlichen Studien und inspirierenden Veranstaltungen bietet Screenforce Werbetreibenden und Agenturen brandaktuelle Informationen, um die beste Werbewirkung mit TV, Video und Bewegtbild zu erzielen. Über unternehmensübergreifende Marketingmaßnahmen stärkt Screenforce die Sichtbarkeit der Gattung und ihrer Vorteile, wobei ein besonderer Fokus auf der stark wachsenden Nutzung der Sendermediatheken (Broadcaster Video On Demand) liegt. Als die gemeinsame Plattform der Vermarktungshäuser der Broadcaster, die sich durch (redaktionell und journalistisch) kuratierte Inhalte von Subscription-Services und anderen Video-Plattformen abgrenzen, setzt sich Screenforce für die Stärkung der nationalen/europäischen Wertschöpfung ein.

Weitere Informationen auf screenforce.at und screenforce.de.



DIE HERAUSFORDERUNG!

Screenforce hat sich das Ziel gesetzt, die Schlagkraft der Gattungsinitiative durch gezielte, abgestimmte B2B-Marketingmaßnahmen zu verstärken.

Wir benötigen daher eine wirksame und kreative B2B-Kommunikationsstrategie, um Screenforce bei österreichischen Mediaagenturen sowie bei Auftraggebern als die Plattform für

- Forschung zu Fernsehen und Bewegtbild
- Wissensaustausch und brancheninterne Weiterbildung
- Veranstaltungs- und Networking-Formate

zu etablieren und

- Event-Teilnehmer:innen
- Newsletter-Abonnett:innen
- LinkedIn-Follower

zu gewinnen.

WER IST DIE ZIELGRUPPE?

Mitarbeiter/innen in Mediaagenturen und Marketingabteilungen von Auftraggebern (auch solchen, die bisher noch nicht im Broadcaster-Umfeld geschaltet haben).

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

- Screenforce unterstützt Werbekunden und Agenturen dabei, das Beste für ihre Marken aus Fernsehen und Bewegtbild herauszuholen. Screenforce glaubt an die Kraft des klassischen Fernsehens und an die Faszination von professionellem Bewegtbild.
- Screenforce bildet die gesamte Bandbreite kuratierter Video-Inhalte der Broadcaster ab und stärkt das Bewusstsein für die Vielfalt von Fernsehen in der werbetreibenden Wirtschaft.
- Screenforce liefert regelmäßig die aktuellsten Studienergebnisse direkt in die Postfächer der Newsletter-Abonnett:innen.
- Screenforce informiert auf LinkedIn über interessante Facts & Figures zum Thema Fernsehen und Bewegtbild.
- Screenforce bietet in unterschiedlichen Eventformaten hochkarätige Speaker und Forschungsergebnisse aus aller Welt.
- Screenforce ermöglicht Wissensaustausch und brancheninterne Weiterbildung sowohl für etablierte Experten als auch Nachwuchstalente.
- Screenforce ist die Networking Plattform rund um Fernsehen und Bewegtbild.

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 50.000 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

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.

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 kann bis Montag, 13. März 2023, 12.00 Uhr per E-Mail an katarina.stanisavljevic@orf.at übermittelt werden.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

YOUNG LIONS COMPETITION AUSTRIA 2023 | 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 eingereichten Einreichungen die besten Arbeiten. Die Jury wird von der ORF-Enterprise einberufen und setzt sich aus Werbeexpert:innen zusammen. Das Siegerteam wird sich von 19. bis 23. Juni 2023 mit den internationalen Teams der Young Lions Competition im Rahmen des Cannes Lions International Festival of Creativity in Frankreich messen.

TEILNAHMEVORAUSSETZUNGEN 2023

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 23. Juni 1992). Bei Aufforderung ist ein entsprechender Nachweis des Geburtsdatums zu erbringen. Es ist ausschließlich die Teilnahme eines Zweiertteams pro Mediaagentur möglich.

BRIEFING

Das Briefing erfolgt am Freitag, dem 10. März 2023, per E-Mail an alle angemeldeten Teilnehmer:innen.

EINREICHUNG

Bis Montag, den 13. März 2023, 12.00 Uhr, müssen die Einreichungen per E-Mail an katarina.stanisavljevic@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 19. bis 23. Juni als offizieller Vertreter Österreichs an der Young Lions Competition 2023 | 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 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 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 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

Katarina Stanisavljevic

Hugo-Portisch-Gasse 1

1136 Wien

E-Mail: katarina.stanisavljevic@orf.at

Tel: +43 664 88119629