

ccayoung lions
2016

Cyber

Auftraggeber
Wirtschaftskammer Wien /
Wiener Einkaufsstraßen-
Management

Briefing
26.02.2016, 17:00 Uhr

Abgabetermin
27.02.2016, 23:59 Uhr

Mit freundlicher
Unterstützung von



CCA YOUNG LIONS COMPETITION 2016

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

Und darum wird aus der bisherigen CCA Nachwuchskategorie Junior of the Year die neue CCA Young Lions Competition. In den Kategorien Film, Print, Cyber und Design erfolgt ein Briefing eines realen Auftraggebers, das von 2er-Teams in 24 bzw. 48 Stunden ausgearbeitet und abgegeben werden muss. Eine Jury ermittelt aus den eingereichten Arbeiten die besten Arbeiten je Kategorie.

Der Wettbewerb wird mit der ORF-Enterprise als Partner und österreichischer Repräsentant des Cannes Lions International Festival of Creativity durchgeführt.

Wir danken unseren Sponsoren und Partnern.

AUSGANGSSITUATION

Qualität liegt ganz in der Nähe! Bei Fachgeschäften und Dienstleistern hat persönliche Beratung und Wertschätzung hohe Priorität. Die ansässigen Unternehmen übernehmen Verantwortung für die gemeinsame Nahversorgung und das lebendige Grätzl.

Der Trend zur Onlineplanung von Freizeit und Einkauf hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Durch die deutlich höhere Mobilität der KonsumentInnen, kommt es zur Kaufkraft-Verflechtungen zwischen den einzelnen Bezirken. Langfristig betrachtet, kaufen KundInnen immer weniger im eigenen Grätzl ein.

Neben den großen Einkaufszentren am Stadtrand und im Wiener Umland sowie der zunehmenden Filialisierung des Einzelhandels stellt vor allem der stark wachsende Online-Handel die Wiener UnternehmerInnen vor große Herausforderungen. Obwohl derzeit insbesondere jüngere InternetnutzerInnen bis 30 Jahre am häufigsten online kaufen, werden zunehmend alle Altersgruppen durch dieses Medium erreicht.

ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN ZU DEN WIENER EINKAUFSTRASSEN

- › 20.000 Geschäfte in der Erdgeschoßzone
- › 660.000 PassantInnen täglich (Fußgänger in den Wiener Einkaufsstraßen)
- › 74 Einkaufsstraßenvereine (Zusammenschluss von Unternehmen in der Erdgeschoßzone)
- › 5.000 Mitglieder in der Erdgeschoßzone
- › 950.000 BewohnerInnen – Wirkungsraum (werden mit den Maßnahmen der Wiener Einkaufsstraßenvereine erreicht)

- › Facebook 5298 Fans auf der Wiener Einkaufsstraßen Fanpage (Stand 23.2.2016)
- › 39 Einkaufsstraßen Vereine auf Facebook
- › Instagram und Pinterest: noch kein Profil vorhanden

AUFGABENSTELLUNG

Erstellung einer Social Media-Kampagne (Facebook, Instagram, etc.) zum Thema »Buy Local« in den Wiener Einkaufsstraßen. Die KonsumentInnen sollen mit Hilfe einer spielerischen Kampagne sensibilisiert und motiviert werden, ihre Einkäufe in den Wiener Einkaufsstraßen zu tätigen. Die Vorteile des lokalen Einkaufens liegen klar auf der Hand:

- › Individualität und Vielfältigkeit der Geschäfte
- › Persönliche Beratung inhabergeführter Unternehmen
- › Betreuung durch geschultes Fachpersonal vor Ort
- › Nähe – unmittelbar vor meiner Haustüre

ZIELGRUPPE

Die Zielgruppe umfasst alle KonsumentInnen (EinwohnerInnen, PendlerInnen, ...) die in Wien einkaufen UND aktiv im Internet bzw. auf diversen Social Media Kanälen vertreten sind. (bzw. Social Media im täglichen Lebensumfeld nutzen)

KOMMUNIKATIONSZIEL

- › Kundenbindung und -Interaktion auf dem jeweiligen Social Media Channel
- › Verkaufsförderung / Unterstützung von Vereinsmitgliedern der Wiener Einkaufsstraßen
- › Differenzierung vom Wettbewerb gegenüber Einkaufszentren und Onlinehandel
- › Bewusstseinsbildung für die Wichtigkeit des Themas Regionalität
- › Menschlichkeit in den Vordergrund rücken

KAMPAGNENZIELE

- › Aufbau einer Fanbase auf zB Facebook bzw. Instagram, wobei das Hauptaugenmerk insbesondere auf aktive User (Likes, Shares, eigene Postings, Kommentare) zu legen ist, wobei die Mehrheit der Fans dem Profil der Zielgruppe entsprechen muss
- › Falls Facebook verwendet wird: Interaktionsrate* von 35% im ersten Jahr

Briefing

BOTSCHAFT

- »Buy Local« bedeutet:
- › KundInnen unterstützen die Unternehmen durch bewusste Kaufentscheidung (Verständnis über Konsequenz des regionalen Einkaufs, Möglichkeit der kulturellen und sozialen Mitgestaltung)
 - › Persönliche Beratung und Betreuung (freudige Kontaktaufnahme der Angestellten, Professioneller Umgang mit KundInnen und -wünsche)
 - › interessante und einzigartige Stadt lockt Touristen und Gäste an; davon profitieren alle
 - › Umwelt-, Zeit- und Ressourcenschonend

TONALITÄT

Positiv, motivierend (= Follow, Share, Repost), spielerisch, Spaß, ehrlich & authentisch, innovativ

MATERIAL

unter folgendem Link findet man das Logo und den Styleguide <http://we.tl/N9bWdsy7IF>

VORGABEN

- Rechte für die Verbreitung müssen gegeben sein.
Die nachstehenden Vorgaben sind einzuhalten:
- › Das Logo der Wiener Einkaufsstrassen kann verwendet werden.
 - › Folgende URL muss angegeben werden: einkaufsstrassen.wien

ZUSATZ: Creativ guidelines können unter <http://einkaufsstrassen.purespace.eu/> abgerufen werden. Diese Elemente können verwendet werden, müssen nicht. Das Logo der Wiener Einkaufsstrassen ist unveränderlich!

ABGABE, UMFANG

Die Kampagne muss in folgenden 3 Punkten präsentiert werden:

1. Kreativer Ansatz: wie können Social Media Plattformen und Social Media Technologien kreativ eingesetzt werden um das Briefing zu lösen?

Was ist Eure Idee, was ist Eure Strategie dazu?

2. Was ist der Lösungsvorschlag: welche Plattformen, welche Technologie, welche Tools werden vorgeschlagen und warum.

3. Beschreibung der Umsetzung: Wie funktioniert Eure Idee im Detail?

Die Kampagne muss per PDF mit relevanten Mock-Ups oder Bildern, etc. präsentiert und mit maximal 250 Wörtern pro Punkt (1-3) beschrieben werden.

Zusätzlich sind alle Inhalte, die im PDF präsentiert werden, auf einer Website mit allen Mock-Ups, Bildern, Videos, Animationen etc. darzustellen.

Die Kampagne muss sich über mindestens eine Social Media Plattform erstrecken.

Bsp. zu Websites: siehe die Gewinnerarbeiten 2015:

<https://www.younglions.at>

UPLOAD

Bitte PDF inklusive Link zur Website auf folgendem FTP Server bis spätestens 27. Februar 2016 23:59 uploaden.

Bezeichnung:

PDF: Cyber_Nachname1_Nachname2

Bsp. URL: Nachname1_Nachname2.wordpress.com

FTP SERVER-UPLOAD

Server (<http>/<ftp>): 78.47.12.230

User: ccayounglions_cyber

Password: caixai!S1woh

Im Notfall per E-Mail an ccayounglions@creativclub.at

AUFTRAGGEBERIN

1849 gegründet, ist die Wirtschaftskammer Wien (WK Wien) die gesetzliche Interessenvertretung der gewerblichen Wirtschaft in Wien. Sie betreut in den 3 Kerngeschäftsfeldern Interessenvertretung, Service und Bildung über 133.000 Wiener Unternehmen. Dem Prinzip der Selbstverwaltung folgend, wird die WK Wien von gewählten FunktionärInnen, die selbst UnternehmerInnen sind, geleitet. Die Betreuung der einzelnen Branchen ist dabei in 7 Sparten und rund 100 Fachorganisationen organisiert.

Die WK Wien ist ein modernes Dienstleistungsunternehmen. Rund 900 MitarbeiterInnen betreuen die Unternehmen kompetent, wirtschaftlich und wertschätzend in allen Fragen von der Gründung bis hin zur erfolgreichen Betriebsübergabe. Darüber hinaus ist die WK Wien einer der größten Anbieter Österreichs für Aus- und Weiterbildung. Im Portfolio der WK Wien finden sich Marken wie das WIFI Wien, das Hernstein Institut für Management und Leadership, die Vienna Business Schools, die MODUL University, die FH Wien Studiengänge der WKW u.v.m.

Das Wiener Einkaufsstraßen Management steht den in Einkaufsstraßenvereinen organisierten Wiener Kaufleuten mit vielen Services, Tipps und Infos zur Seite und pflegt einen Informationspool für marktrelevante Daten.

Ein Einkaufsstraßen-Verein ist ein freiwilliger Zusammenschluss von Unternehmen einer Straße/eines Gebietes mit dem Ziel der nachhaltigen Positionierung des gemeinsamen Standortes. Die ca. 80 Vereine werden durch effiziente Marketinginstrumente, administrativer Hilfe und konkrete Förderungen unterstützt:

Das Wiener Einkaufsstraßen-Management bietet folgende Unterstützung an bei:

- › Gemeinsame Erstellung eines Marketingkonzeptes zur Standortbewerbung
- › Einreichung bei Förderstellen und Behörden
- › Umsetzung der geplanten Maßnahmen
- › Durchführung von wienweiten Aktionen
- › Mediaplanung und Schaltung
- › Ton- und Bühnentechnik bei Veranstaltungen
- › Einreichung und Koordination der Weihnachtsbeleuchtungen der Einkaufsstraßen-Vereine

Einkaufsstraßen-Vereine werden vom Wiener Einkaufsstraßen-Management organisatorisch und finanziell bei ihrem marktgerechten Auftritt unterstützt.

Die Förderleistungen umfassen:

- › Professionelle Unterstützung durch Marketing Experten
- › Stark gefördertes Medienpaket mit Top-Medien
- › Übernahme der Kosten von Experten (z.B. Werbeagenturen)

Unser Leitbild

Wien hat eine einzigartige Grätzkultur, die in hohem Maße dazu beiträgt, dass die Lebensqualität in unserer Bundeshauptstadt international geschätzt und immer wieder ausgezeichnet wird. Das heißt, nicht nur im Stadtkern kann eingekauft werden, sondern, auch in jedem Bezirk gibt es Einkaufsstraßen, die mit einem breiten Warenangebot, Gastronomie und Serviceeinrichtungen zum Einkaufserlebnis werden. Unsere Dachmarke will diese Kultur, das Lokalkolorit beibehalten, die Qualität weiter verbessern und dem sich verändernden Konsumverhalten anpassen. Dabei sollen die Straßen belebt und das Miteinander von KundInnen, LieferantInnen, Medien und allen anderen PartnerInnen der Wiener Einkaufsstraßen gefördert werden.

Unsere Ziele

Marketingaktivitäten und kontinuierliche Verbesserung der Qualität der Wiener Einkaufsstraßen sollen die PassantInnenfrequenz erhöhen und dem Konsumverhalten zeitgemäß Rechnung tragen. Die Wiener Einkaufsstraßen sollen der beliebteste und umfassendste Einkaufsort sein und bleiben, um die Wertschätzung der Kunden und Wertschöpfung für die Unternehmen zu erlangen. Die strategische Positionierung der betreuten Mitglieder ist geprägt von Leistungsorientierung, Qualität und der bestmöglichen Nahversorgung.

Teilnahmebedingungen

RECHTLICHE HINWEISE

Je nach Kategorie ist eine dem Briefing entsprechende Arbeit in der dafür vorgesehenen Form (Anzeige, Spot, Logo, Webelement 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 dahin gehend 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 2016 und an der Bewertung teil. Das betrifft auch die korrekten Angaben zur Einreichung. Die Jury der CCA Young Lions Competition 2016 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 2016 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 vorstehenden Teilnahmebedingungen einverstanden.

TERMINE

- › Briefing für die Kat. Print und Cyber: 26. Februar 2016, 17.00 Uhr
- › Siegerehrung im Rahmen der CCA Gala: 4. März 2016
- › Cannes Lions Competition & Festival: 18.–25. Juni 2016

PREISE

Das Siegerteam jeder Kategorie wird auf der CCA Gala 2016 bekanntgeben und erhält eine CCA Young Lions Venus. Zusätzlich fährt jedes Siegerteam zum 63. Cannes Lions International Festival of Creativity nach Cannes und nimmt als offizieller Vertreter Österreichs in der jeweiligen Kategorie an der Young Lions Competition 2016 teil. Das Gewinnerpaket beinhaltet:

- › Übernahme der Kosten für den Festivalpass sowie für Flüge und Unterkunft
- › Besuch aller im Zeitrahmen stattfindenden Seminare und Workshops
- › Besuch aller Award-Zeremonien

REDUZIERTER KARTENPREIS FÜR DIE CCA GALA

Tickets für die CCA Gala sind für alle Teilnehmer zum ermäßigten Preis erhältlich – alle Teams, die es auf die Shortlist schaffen, erhalten die Kosten rückerstattet!

KONTAKT

CCA Young Lions Team

T: +43 / 1 / 408 53 51

E: ccayounglions@creativclub.at

W: ccayounglions.at