

ccayoung lions
2016

F i l m

Auftraggeber
Wirtschaftskammer Wien /
Wiener Einkaufsstraßen-
Management

Briefing
19.02.2016, 17:00 Uhr

Abgabetermin
21.02.2016, 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.

Briefing

AUSGANGSSITUATION

Wiener KonsumentInnen haben heute eine deutliche höhere Mobilität, was zu einer Verschiebung der Kaufkraft-Verflechtungen zwischen den Bezirken führt. In der Langfristbetrachtung zeigt sich: die KundInnen kaufen immer weniger im eigenen Grätzl ein. Neben den großen Einkaufszentren am Rand der Stadt und im Wiener Umland sowie der zunehmenden Filialisierung des Einzelhandels stellt vor allem der stark wachsende Online-Handel die Wiener Unternehmerinnen und Unternehmer in den Einkaufsstrassen vor große Herausforderungen. Auch wenn derzeit vor allem jüngere Internetnutzer bis 30 Jahre am häufigsten das online kaufen, sind im hohen Maße bereits alle Altersgruppen durch dieses Medium erreicht worden.

Auf der positiven Seite ist festzuhalten, dass Wien im Vergleich mit deutschen Städten noch eine lebendige Vielfalt an Geschäften hat. Bevorzugte Einkaufstage sind Freitag und Samstag.

ZAHLEN, DATEN UND FAKTEN ZU DEN WIENER EINKAUFSTRASSEN

- › 20.000 Geschäfte in der Erdgeschoßzone
- › 120.000 MitarbeiterInnen
- › 660.000 PassantInnen täglich (Fußgänger in den Wiener Einkaufsstrassen)
- › 9,5 Mrd. € Umsatz pro Jahr
- › 8,3 Mrd. € Umsatzbindung im Handel
- › 74 Einkaufsstrassenvereine (Zusammenschluss von Unternehmen in der Erdgeschoßzone)
- › 5.000 Mitglieder in der Erdgeschoßzone
- › 75.000 Unternehmen-Wirkungsraum (Werbegebiet)
- › 950.000 BewohnerInnen – Wirkungsraum (werden mit den Maßnahmen der Wiener Einkaufsstrassenvereine erreicht)

- › Internethandel Wien: 12-17% Umsatzvolumen
- › 85-90% des Internethandels werden von Firmen gemacht, die nicht aus der Region sind (Kaufkraftverlust)

AUFGABENSTELLUNG

Erstellung eines Videos zum Thema »Buy Local« in den Wiener Einkaufsstrassen.

Es sind die Vorteile des lokalen Einkaufens gegenüber dem (inter-)nationalen Online-Handel für die KonsumentInnen klar darzustellen (jedoch soll hier nicht der schulmeisterliche Finger gehoben werden):

Die Vorteile der Wiener Einkaufsstrassen:

- › Individualität der Geschäfte
- › persönliche Beratung
- › Betreuung durch geschultes Fachpersonal vor Ort
- › Nähe – gleich vor meiner Haustüre

ZIELGRUPPE

Die Zielgruppe umfasst alle KonsumentInnen (Einwohner, Pendler, Touristen etc.), die in Wien einkaufen.

KOMMUNIKATIONSZIEL

Das Ziel ist die Bereitschaft zum lokalen Einkaufen zu erhöhen. Wichtig zu beachten: eine »Verteufelung« des Onlinehandels ist in der Regel nicht wirksam, da der Convenience-Faktor einfach zu wichtig für die KundInnen ist. Wirksamer ist ein Appell an das Verantwortungsbewusstsein bzw. an das Gemeinschaftsgefühl der Zielgruppe.

BOTSCHAFT

»Buy Local« bedeutet:

- › Lebenswerte Umgebung erhalten
- › Sicherheit durch belebte und beleuchtete Straßen
- › Ressourcenschonung (kurze Transportwege, geringerer Schadstoffausstoß, persönliche Zeitersparnis)
- › Sicherung von Arbeitsplätzen durch höhere Umsätze für die UnternehmerInnen vor Ort
- › Persönliche Beratung und Betreuung
- › mit allen Sinnen konsumieren

Briefing

TONALITÄT

motivierend, spielerisch, menschlich, Spaß, urban

MATERIAL

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

VORGABEN

Die Rechte für die Verbreitung des Videos müssen gegeben sein.
Musikcredits einblenden bzw. falls möglich, abklären. Die nachstehenden Vorgaben sind einzuhalten:

- › Das Logo der Wiener Einkaufsstrassen kann verwendet werden.
- › Folgende URL muss (im Abspann) 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 UND FORMATE

FTP Server-Upload

server([http/ftp](http://ftp)): 78.47.12.230

user: ccayounglions_film password: Uxuich-am5to

Im Notfall per E-Mail mit Downloadlink an

ccayounglions@creativclub.at

Kennzeichnung der Daten mit: Film_Nachname1_Nachname2

UMFANG

- › Produktion eines Spots
- › Spotlänge: max. 60 Sekunden
- › Dateigröße: max. 1 GB
- › Zusätzlicher Upload von 3 Screenshots (Formate beachten!)

Empfohlenes Produktionsformat für WKO Videoproduktionen (lt. WKO Styleguide): HDV 1280x720px, progressive, 25 fps (720p25)

Video Formate: Codec: H.264 (in folgenden Containern: .mp4, .mov oder .f4v) Codec FLV im .flv-Container

Sound Formate: AAC (.aac, .m4a), MP3 (.mp3)

Screenshots: 3 Stück, JPEG (.jpg) oder PNG (.png) oder GIF (.gif)
Notwendige Elemente sind auf www.ccayounglions.at downloadbar. Jedes Team dreht, schneidet mit seinem (eigenen) Equipment.

Hinweis: In Cannes wird mit einer zur Verfügung gestellten Kamera (Mobiltelefon, Go Pro,...) gedreht!

Briefing

AUFTRAGGEBERIN

11849 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 auch, dass man nicht nur im Stadtkern Einkaufen zum Erlebnis machen kann, sondern, dass man in jedem Bezirk mindestens eine Einkaufsstraße vorfindet, die mit einem breiten Warenangebot, Gastronomie und zusätzlichen Serviceeinrichtungen wie Handwerk, Banken und Versicherungen etc. aufwarten kann. Unsere Dachmarke will diese Kultur, das Lokalkolorit beibehalten, die Qualität weiter verbessern und dem sich verändernden Konsumverhalten angepasst, die Straßen beleben und das Miteinander von Kunden, Lieferanten, Medien und allen anderen Partnern der Wiener Einkaufsstraßen fördern.

Unsere Ziele

Marketingaktivitäten und kontinuierliche Verbesserung der Qualität der Wiener Einkaufsstraßen sollen die Passantenfrequenz erhöhen, Nahversorgung garantieren 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

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Teilnahmeberechtigt in den Kategorien Film, Print, Cyber und Design sind alle in Österreich im Bereich von Medien und Kommunikation Tätigen (Agentur, Freelancer, ...) bis zum vollendeten 30. Lebensjahr (geboren nach dem 25. Juni 1985).

Zur Teilnahme berechtigt sind je Kategorie 2er-Teams, die Mitglieder eines Teams können, müssen aber nicht im selben Unternehmen tätig sein. Die Teilnahme in mehreren Kategorien ist möglich. Hinsichtlich des entscheidenden Kriteriums des Alters, ist über Aufforderung ein entsprechender Nachweis des Geburtsdatums zu erbringen.

ANMELDUNG

Die Anmeldung ist innerhalb der vorgegebenen Frist und ausschließlich über die Website www.ccayounglions.at vorzunehmen.

ABLAUF

Die Teams müssen innerhalb von 24 Stunden in den Kategorien Print, Cyber und Design sowie innerhalb von 48 Stunden in der Kategorie Film ein Briefing in eine kommunikative Lösung umsetzen. Informationen zu Formaten, Aufbereitung, Manuals, Uploads etc. werden für die jeweilige Kategorie im Briefing sowie auf www.ccayounglions.at zur Verfügung gestellt.

ABGABE

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

KOSTEN

Die Anmeldung und Teilnahme am Wettbewerb in Österreich ist kostenlos. Allfällige anfallende Spesen der teilnehmenden Teams werden nicht erstattet.

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!

JURY

Die Jury setzt sich aus Mitgliedern des Creativ Club Austria (CCA) sowie aus Vertretern der Wettbewerbspartner zusammen, welche die Gewinnerarbeiten ermitteln. Die Jury-Entscheidungen sind endgültig. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

GEWINNER

Das Siegerteam jeder Kategorie erhält eine CCA Young Lions Venus. Zusätzlich fährt das Siegerteam jeder Kategorie für die Dauer des jeweiligen Wettbewerbes 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.

Der Gewinn beinhaltet die Teilnahme am Festival und Hotelübernachtungen für die Dauer der jeweiligen Competition. Spesen, die dem jeweiligen Teilnehmer vor Ort entstehen, werden nicht erstattet.

Die Gewinnerteams der Österreicausscheidung erklären sich bereit, dem CCA, der ORF-Enterprise sowie Medienpartnern während ihres Aufenthalts in Cannes als Ansprech- bzw. Interviewpartner im jeweils erforderlichen Ausmaß zur Verfügung zu stehen.

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 Rechteinräumung 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 Rechteinräumung 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. Film und Design: 19. Februar 2016, 17.00 Uhr
- › 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