

BVDW: Einreichung zum neuen Juniorenpreis "Challenge 2012" startet

Deutsche Post wird offizieller Markensponsor der „Challenge 2012“ / Teilnahme am Wettbewerb bis zum 10. August 2012 für kreative Nachwuchstalente möglich

Düsseldorf, 28. Juni 2012 – Zum ersten Mal sucht der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. die kreativsten Nachwuchstalente Deutschlands. Bis zum 10. August 2012 können interessierte Studenten, Absolventen oder Berufsanfänger bei der „Challenge 2012“ teilnehmen. Ausgetragen wird dieser neue Juniorenpreis zur Zukunft der Werbung durch die Fachgruppe Agenturen und die Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA) im BVDW. Die Teilnehmer müssen als Aufgabe für den Wettbewerb ein neues Einkaufserlebnis im Jahre 2025 vorstellen – ganz nach ihren eigenen Visionen. In ihrem Konzept können die Junioren auf unterschiedliche Kommunikationskanäle, das Markenerlebnis für den Konsumenten und die verschiedenen Einflussfaktoren auf die Kaufentscheidung eingehen. Die Gewinner werden am 12. September 2012 auf der dmexco in Köln gekürt. Als offizieller Markensponsor unterstützt die Deutsche Post die „Challenge 2012“, Medienpartner ist das Fachmagazin LEAD digital. Der Hauptgewinn zur „Challenge 2012“ wird mit Unterstützung von Microsoft Advertising bereitgestellt. Weitere Informationen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org und unter www.challenge-award.de.

Einreichungen mit direktem Bezug zur Wirtschaftsrealität

„Die digitale Wirtschaft stellt sich dem drohenden Mangel an qualifizierten Fachkräften entgegen und fördert mit dem Wettbewerb die Nachwuchstalente und Junioren deutscher Agenturen. Wir begrüßen die Unterstützung durch die Deutsche Post als offizieller Markensponsor für die ‚Challenge 2012‘. Das Engagement des Markt- und Innovationsführers im Brief- und Paketgeschäft signalisiert dem digitalen Nachwuchs, dass ihre Einreichung auf hohem Niveau und mit einem direkten Bezug zur Wirtschaftsrealität erfolgen muss“, sagt **Marco Zingler** (denkwerk), Vorsitzender der Fachgruppe Agenturen im BVDW.

Aufgabenstellung beim Juniorenpreis zur Zukunft der Werbung

Die Teilnehmer an der „Challenge 2012“ müssen in kurzer Zeit das Einkaufserlebnis der Zukunft nach ihrer ganz eigenen Vision vorstellen. Als Zielsetzung soll ein durchdachtes Konzept erarbeitet werden, das ungewöhnliche Ideen und neue Ansätze rund um das Einkaufserlebnis 2025 aufzeigen soll. Für das Konzept sollen die Teilnehmer den offiziellen Markensponsor Deutsche Post als Logistikpartner berücksichtigen und dürfen zusätzlich auf folgende Fragestellungen eingehen:

- **Kommunikationskanäle:** Wie sieht das Einkaufserlebnis für den Konsumenten 2025 aus? Wo lassen sich Kunden in Zukunft zum Kauf inspirieren und wie sieht diese Inspiration aus? Wie erreichen Marken und ihre Botschaften den Konsumenten im täglichen Leben? Wie sind die verschiedenen Medien und Informationskanäle miteinander verknüpft?
- **Markenerlebnis:** Wie können Werbebotschaften 2025 überzeugen und auf welchem Weg konsumieren die Kunden die Marke?
- **Einflussfaktoren:** Welche Effekte beeinflussen die Konsumenten in der Entscheidung für ein Produkt? Wie wird das „Stöbererlebnis“ innerhalb neuer Absatzkanäle gewährleistet?

Teilnahme am Juniorenpreis zur Zukunft der Werbung

Die Teilnahme an der „Challenge 2012“ steht allen Studenten, Absolventen oder Berufsanfängern im Alter von 18 bis 30 Jahren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz offen. Jeder Teilnehmer muss nachweislich in deutschen Agenturen tätig sein und darf maximal zwei Jahre Berufserfahrung vorweisen.

Veranstalter und Partner

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. veranstaltet den Nachwuchswettbewerb „Challenge 2012 – der Juniorenpreis zur Zukunft der Werbung“ gemeinsam mit der Fachgruppe Agenturen und der Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA) im BVDW. Partner der „Challenge 2012“ ist die dmexco, die internationale Leitmesse für die digitale Wirtschaft. Der offizielle Markensponsor der „Challenge 2012“ ist die Deutsche Post, Brief- und Paketdienstleister im global agierenden Logistikkonzern Deutsche Post DHL. Der Hauptgewinn zur „Challenge 2012“ wird mit Unterstützung von Microsoft Advertising bereitgestellt. Der Medienpartner zur „Challenge 2012“ ist das Fachmagazin LEAD digital.

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter:
http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_challenge_juniorenpreis/

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org

Ansprechpartner für die Presse:

Mike Schnoor, Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
schnoor@bvdw.org

Über den BVDW

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. **Wir sind das Netz.**