



## BVDW schreibt Juniorenpreis "Challenge 2013 für digitalen Nachwuchs aus

BVDW schreibt Juniorenpreis "Challenge 2013" für digitalen Nachwuchs aus  
Kreative Kommunikationskonzepte von Nachwuchstalenten aus Werbe-, Media- und Digitalagenturen gesucht / Einreichungsschluss für den Wettbewerb am 15. August / Präsentation auf dmexco  
Düsseldorf, 15. Juli 2013 - Wie genau wird Markenkommunikation im Jahr 2025 aussehen? Um diese Frage dreht sich die diesjährige Ausschreibung der "Challenge 2013", des Juniorenpreises zur Zukunft der Werbung. Verliehen wird er vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. durch die Fachgruppe Agenturen sowie die Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA). Bis zum 15. August 2013 können Young Professionals aus Werbe-, Media- und Digitalagenturen teilnehmen. Die Aufgabe: Ein Konzept für die Markenkommunikation von Radeberger Pilsner im Jahr 2025 entwerfen. Die zwei besten Arbeiten dürfen live auf der dmexco am 18. September 2013 vor 500 Branchenprofis präsentiert werden. Dort wird auch der Sieger der "Challenge 2013" bekannt gegeben. Als Hauptpreis winkt eine Reise nach Frankreich für zwei Personen zum Werbefestival Cannes Lions im nächsten Jahr. Unterstützt wird die "Challenge 2013" von Radeberger Pilsener sowie von der dmexco, der internationalen Leitmesse und Kongress für die gesamte digitale Industrie.  
"Mit dem Challenge Award wollen wir Nachwuchstalente in deutschen Agenturen gezielt fördern und die Stärke der digitalen Wirtschaft als attraktiver Arbeitgeber zeigen. Wir freuen uns sehr, dass wir dieses Jahr mit Radeberger Pilsener wieder einen Top-Partner gewinnen konnten. Wir sind gespannt, mit welchen Ideen die deutschen Junioren die Jury überraschen werden", erklärt Ulrich Kramer (pilot Hamburg), Vizepräsident des BVDW.  
Die Aufgabenstellung: "Markenkommunikation 2025"  
Die Frage an die jungen Talente lautet: "Wie wird die Markenkommunikation von Radeberger Pilsner im Jahr 2025 aussehen?" Radeberger Pilsner fungiert bei der Aufgabenstellung als Konstante: Seit dem Reinheitsgebot von 1516 ist das Produkt unverändert geblieben und wird auch in zwölf Jahren das sein, was es heute ist. Hingegen werden sich die Kommunikationstechnologien, das Einkaufsverhalten und die Werbemechanismen verändert haben. Demzufolge sind ungewöhnliche Ansätze und kreative Ideen gefragt, um die Bierfreunde der Zukunft zu Radeberger-Fans zu machen.  
Die Teilnahme- und Einreichungsbedingungen  
Die Teilnahme an der "Challenge 2013" steht Auszubildenden, Studierenden und Junioren unter 30 Jahren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz offen - allein oder im Zweier-Team. Jeder Teilnehmer muss nachweislich in deutschen Werbe-, Media- oder Digitalagenturen tätig sein und darf maximal zwei Jahre Berufserfahrung haben. Die Einreichung erfolgt im "Pecha-Kucha"-Format, das heißt in einer Powerpoint-Präsentation mit 20 Charts, wobei jede Folie automatisch nach 20 Sekunden weitergeschaltet werden muss. Der Vortrag ist also exakt 400 Sekunden lang. Die Powerpoint-Präsentation sowie das dazugehörige Skript können bis zum 15. August 2013 auf [www.challenge-award.de/einreichen](http://www.challenge-award.de/einreichen) hochgeladen werden.  
Der Auswahlprozess  
Eine Jury aus erfahrenen Kommunikationsprofis sichtet alle Einreichungen und erstellt eine Shortlist. Anfang September werden die Nominierten zur Live-Präsentation in die Jury-Sitzung eingeladen. Dort werden die zwei besten Arbeiten bestimmt, die live auf der dmexco im Kongress-Programm am 18. September 2013 präsentiert werden dürfen. Anschließend wird der Sieger bekannt gegeben.  
Alle Informationen zur "Challenge 2013" unter [www.challenge-award.de](http://www.challenge-award.de)  
Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: [http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw\\_challenge\\_award\\_2013](http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_challenge_award_2013)  
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.  
Kontakt:  
Tim Woodroffe, Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR  
Tel: +49 211 600456-11, E-Mail: [woodroffe@bvdw.org](mailto:woodroffe@bvdw.org)  
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.  
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

### Pressekontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40212 Düsseldorf

[woodroffe@bvdw.org](mailto:woodroffe@bvdw.org)

### Firmenkontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40212 Düsseldorf

[woodroffe@bvdw.org](mailto:woodroffe@bvdw.org)

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.