

BVDW veröffentlicht Shortlist für die „Challenge 2013 – Der Juniorenpreis zur Zukunft der Werbung“

5 kreative Kommunikationskonzepte von jungen Talenten für Nachwuchspreis nominiert / Siegerehrung auf der dmexco

Düsseldorf, 29. August 2013 – Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. gibt die Nominierten für den Nachwuchspreis „Challenge 2013“ bekannt. Eine Fachjury aus Digital-Experten wählte 5 Konzepte aus 5 verschiedenen Agenturen auf die Shortlist für den Juniorenpreis zur Zukunft der Werbung. Die jungen Talente reichten Konzepte zur Frage ein, wie die Markenkommunikation von Radeberger Pilsner im Jahr 2025 aussehen könnte. Anfang September werden die Nominierten zur Live-Präsentation in die Jury-Sitzung beim BVDW eingeladen. Dort werden die zwei besten Arbeiten bestimmt, die dann live auf der dmexco am 18. September in der Congress Hall ab 16.50 Uhr präsentiert werden. Anschließend wird der Sieger bekannt gegeben. Als Hauptpreis winkt eine Reise nach Frankreich für zwei Personen zum Werbefestival Cannes Lions im nächsten Jahr. Radeberger hat jedoch für alle Nominierten eine besondere Überraschung: Das Unternehmen spendiert jedem Team auf der Shortlist Getränke für eine Privatparty, um den Erfolg zu feiern.

„Der Challenge Award ist in diesem Jahr auf noch größeres Interesse gestoßen, was uns sehr freut. Wir konnten mehr als doppelt so viele Einreichungen verzeichnen. Nun hat die Jury die Aufgabe, die besten zwei Arbeiten auszuwählen, die auf der dmexco präsentiert werden – eine große Herausforderung, da die nominierten Einreichungen alle unterschiedlichste kreative Ideen zeigen und das auf sehr hohem Niveau“, erklärt **Marco Zingler** (denkwerk), **Vorsitzender der Fachgruppe Agenturen im BVDW.**

Die Shortlist der „Challenge 2013“

- Linda Roy und Friederike Karlsch von AB One Digital
- Carolin Arndt und Sebastian Melnik von carat
- Christoph Schroeder und Laura Brandt von hmmh multimediahaus AG
- Sandy Dähnert und Sascha Miesen von LBi Germany AG
- Elena Hampe und Sonja Ebertz von pilot Hamburg GmbH

Die Aufzählung erfolgt in alphabetischer Reihenfolge der Agenturen und bedeutet keine Rangfolge.

Hintergrund zur „Challenge 2013“

Der BVDW veranstaltet mit der Fachgruppe Agenturen und der Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA) den Nachwuchswettbewerb „Challenge 2013 – der Juniorenpreis zur Zukunft der Werbung“. Unterstützt wird die Auszeichnung von Radeberger sowie von der dmexco, der internationalen Leitmesse und Kongress für die gesamte digitale Industrie. Die Teilnahme an der „Challenge 2013“ stand

Auszubildenden, Studierenden und Junioren unter 30 Jahren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz offen – allein oder im Zweier-Team. Jeder Teilnehmer musste nachweislich in deutschen Werbe-, Media- oder Digitalagenturen tätig sein und durfte maximal zwei Jahre Berufserfahrung haben. Mit dem Challenge Award will der BVDW Nachwuchstalente in deutschen Agenturen gezielt fördern und die Stärke der digitalen Wirtschaft als attraktiver Arbeitgeber zeigen.

Alle Informationen zur „Challenge 2013“ unter www.challenge-award.de

Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_challenge_2013_shortlist

Kontakt:

Tim Woodroffe, Referent der Geschäftsführung, Marketing und HR
Tel: +49 211 600456-11, E-Mail: woodroffe@bvdw.org

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