

Die Welt befindet sich im Wandel. Europa begreift sich seit jeher als Zuhause großartiger Kommunikationsideen, verliert als Bastion der Kreativität aber an Status. Der Aufstieg insbesondere Chinas, Indiens und der Länder Südamerikas markiert eine neue Weltordnung zu Lasten europäischer Marktanteile. Eurobest rückt den Kontinent wieder ins Rampenlicht und dient der gesamten Region als Plattform für Begegnungen und den Meinungs austausch über die Europa Fragen, die Europa am meisten bewegen.

## Briefing

Entwicklung eines Riesenposters, das die kreative Community fesselt und sie zur Anmeldung und Teilnahme an Eurobest 2010 inspiriert.

## Kreative Vorgaben

Die Aufgabenstellung besteht darin, Eurobest als das prädestinierte Podium für kreative Talente in Europa zu positionieren. Und als Event, bei dem kreativ und innovativ denkende Persönlichkeiten zusammenkommen, um die Zukunft der europäischen Kommunikationsbranche zu gestalten.

Ihre Kampagne sollte der Zielgruppe das Konzept des Eurobest-Festivals vermitteln, zu dessen Besuch motivieren und die Alleinstellungsmerkmale des Events herausarbeiten.

## Zielgruppe

Eurobest knüpft Kontakte zwischen Kreativen in ganz Europa mit Tätigkeitsfeld in der Kommunikationsbranche und bezieht dabei über Werbeagenturen, Medieneigentümer und Designagenturen hinaus auch Regisseure, Fotografen, Architekten, Ingenieure, Sportstars, Musiker, etc. ein.

## Ansprache

Begeisternd, vertraut-persönlich, argumentativ, zukunftsgerichtet

## Eurobest Brand Values

Neutral, Premium, Kreativität, Networking, Lernorientierung

## Hintergrundinformationen zu Eurobest

Seit der Gründung im Jahr 1988 ist Eurobest der führende Award für die kreative Werbebranche in Europa. Aus Eurobest ging das 2008 erstmalig in Stockholm und 2009 in Amsterdam veranstaltete Eurobest Festival hervor.

Eurobest ist ein dreitägiges Event, auf dem Spitzenleistungen aus der europäischen Werbung und Kreativszene mit den anerkannt wichtigsten Awards der Branche ausgezeichnet werden. Im Jahr 2009 kamen über 900 Teilnehmer, in erster Linie aus Werbe- und Medienagenturen, aber auch aus benachbarten kreativen Branchen sowie Werbetreibende aus ganz Europa. Eurobest bietet die Chance, Kontakte zu knüpfen, Erfolge zu zelebrieren und Neues zu lernen – im Kreise ähnlich denkender Persönlichkeiten.

Im Zentrum des Festivals steht das Bekenntnis zu intensivem Lernen mit einem weltweit einmaligen Programm. Den viel beachteten Auftakt bildet die Eurobest-Ausstellung mit den von 60 europäischen Top-Kreativen an Ort und Stelle für die Shortlist nominierten Arbeiten. Mit den Eurobest Awards wird die kreative Exzellenz in den Kategorien TV/Cinema, Print, Outdoor, Radio, Interactive, Media, Direct, Craft, Sales Promotion, Design und Integrated ausgezeichnet.

Das Festival bietet zudem ein umfangreiches Themenprogramm mit international renommierten Gastrednern sowie über 30 Seminaren und Workshops zu den in der Branche diskutierten aktuellen Fragen. Zu den Highlights 2009 zählten u.a. TAXI Europe, Wieden + Kennedy, Mark Tutssel (Global Chief Creative Officer von Leo Burnett), Facebook, adidas, McDonald's, Tribal DDB, Richard Pinder (Chief Operating Officer von Publicis) und Spotify.

Ein einzigartiges, geplantes Event bei Eurobest ist *Networking After Dark*. Hierbei öffnen sechs ortsansässige Agenturen ihre Türen und beweisen ihre Gastfreundschaft mit Speisen, Getränken und Entertainment bis spät in die Nacht – als Beitrag zu einer persönlichen Festival-Erfahrung für alle Teilnehmer.

Eurobest setzt alles daran, unverwechselbare und unschätzbar wertvolle Festival-Erfahrungen in den kreativsten und lebendigsten europäischen Metropolen zu vermitteln und Perspektiven auch inmitten schwerer wirtschaftlicher Zeiten aufzuzeigen. Programmpunkte des dreitägigen Festivals sind u.a.:

- Präsentation der 23. Eurobest Awards
- After-Party
- Ausstellung der für die Shortlist nominierten Beiträge für die Eurobest 2010
- Seminare
- Workshops
- Networking After Dark (sechs Hamburger Werbeagenturen öffnen ihre Türen für Teilnehmer)
- Young Creative Integrated Competition
- Showcase modernster Technologie in der Kommunikationsbranche
- Digitale Cyber Lounge



Eurobest 2010 findet vom 6. - 8. Dezember in Hamburg in den Räumen der Handelskammer statt.

## Einreichbedingungen und Formatvorgaben

Bis zu drei Kampagnenideen pro Team. Da diese Ausschreibung sich ausschließlich an Junioren und Jungkreative richtet, darf leider nur teilnehmen, wer nach dem 26.06.1981 geboren wurde. Es muss im Team (2 Personen) gearbeitet werden, idealerweise Text und Art. Zur Teilnahme ist die Registrierung auf [www.youngcreatives.com/germany](http://www.youngcreatives.com/germany) notwendig.

Eingereicht wird sowohl digital als Jpeg auf [www.youngcreatives.com/germany](http://www.youngcreatives.com/germany), als auch ausgedruckt auf schwarzer Pappe DIN A2 quer, 40x40 cm (Originalformat 10x10 Meter).

Bei Verwendung von Bildern und Fotos sind die Teilnehmer verpflichtet Material von Getty Images zu nutzen, welches für diesen Wettbewerb kostenlos zur Verfügung gestellt wird. Mehr dazu hier:

<http://www.youngcreatives.com/germany/zur-verwendung-von-gettyimages-bildern>. Bei verwendeten Bildern muss die Bildnummer mit eingereicht werden.

Konzepte mit Plakatsonderkonstruktionen sind nicht zugelassen.

Das Eurobest-Logo kann hier heruntergeladen werden:

[http://www.canneslions.de/downloads/eurobest\\_logo.zip](http://www.canneslions.de/downloads/eurobest_logo.zip)

## Abgabetermin:

09. April 2010

## Adresse:

WerbeWeischer GmbH & Co. KG  
Jan-Eric Blaesner  
Elbberg 7  
22767 Hamburg

## Der Preis

Dem Gewinnerteam winkt die Teilnahme am internationalen Young Lions Wettbewerb, der vom 19. bis 23. Juni in Cannes stattfindet. Es werden die gesamten Festivalgebühren sowie die Unterkunft im Doppelzimmer in einem Mittelklassehotel in Cannes übernommen.

Der Gewinn beinhaltet Zutritt an drei Tagen in das „Palais des Festivals“ einschließlich:

- Besuch aller Seminare und Workshops
- Vorführung aller Film und Titan Lions Einreichungen
- Präsentation aller Promo, Direct, Media, Cyber, Design, PR, Press, Outdoor, Film, Film Craft und Titanium und Integrated Lions Einreichungen
- Promo Lions, PR Lions und Direct Lions Awards Zeremonien am Montag Abend
- Besuch der Opening Gala am Dienstag
- Media Lions, Outdoor Lions und Radio Lions Awards Zeremonien am Dienstag
- Young Lions Party am Dienstag Abend
- Press, Design und Cyber Lions Awards Zeremonien am Mittwoch Abend





Zusätzlich winken dem Gewinnerteam zwei Young Creative Registrations für das Eurobest Festival im Dezember in Hamburg.

Das Gewinnermotiv des nationalen Wettbewerbes wird durch den Plakat-Spezialmittler und nationalen Outdoorpartner der Cannes Lions, Jost von Brandis, auf einem Riesenposter (10 x 10 Meter) in Hamburg geschaltet.

## Der internationale Young Lions Wettbewerb

Im „Palais du Festival“ ist innerhalb von 24 Stunden eine englischsprachige, doppelseitige Anzeige für eine sozialtätige Organisation zu gestalten. Pro Land ist ein Print-Team – idealerweise bestehend aus einem/r Art DirectorIn/GrafikerIn und einem/r TexterIn im Alter von maximal 28 Jahren - startberechtigt. Insgesamt nehmen rund 40 internationale Teams teil. Erneut gehen in diesem Jahr auch jeweils ein deutsches Film-, Cyber- und Mediateam an den Start in Cannes. Gearbeitet wird mit folgenden Adobe Programmen:

- Photoshop CS
- Illustrator CS
- InDesign CS
- Acrobat 6.0
- GoLive 6.0
- Image Ready CS

Die Teilnehmer müssen spätestens am Samstag (19. Juni) vor Festivalbeginn in Cannes eintreffen. Im Palais präsentieren Vertreter des Festivals das Thema der Arbeit. Der Zugang zu den Apple-Workstations ist dann am Sonntag den ganzen Tag möglich, am Abend ist die Arbeit abzugeben. Zu keiner Zeit kann Hilfe von außerhalb in Anspruch genommen werden.

Die Bewertung aller Arbeiten erfolgt am Dienstag der Festivalwoche durch die hochkarätig besetzte Print-Jury. Den Gewinnern winken neben der Auszeichnung vor versammelter Werbeprominenz auch noch attraktive Sachpreise sowie eine Einladung zum folgenden Festival.

### Kontakt

WerbeWeischer GmbH & Co. KG

Jan-Eric Blaesner

Tel. 040/80 90 58 2243

Email: [jan-eric.blaesner@werbeweischer.de](mailto:jan-eric.blaesner@werbeweischer.de)

Katja Garff

Tel. 040/80 90 58 2238

Email: [katja.garff@werbeweischer.de](mailto:katja.garff@werbeweischer.de)

