## aktualisierte Teilnahmebedingungen

Durch eine Teilnahme am aktuellen Wettbewerb akzeptiert der Teilnehmer ausdrücklich die im Folgenden erläuterten Teilnahmebedingungen.

**Teilnahmevoraussetzungen**
Am aktuellen Wettbewerb darf jedes Marketing- und Markentalent teilnehmen, das für ein werbungtreibendes Unternehmen arbeitet und zum Zeitpunkt des internationalen Wettbewerbs unter 30 Jahre alt ist, also nach dem 24. Juni 1982 geboren wurde. Es muss im Team (2 Personen) gearbeitet werden. Bewerbungen von Schülern oder Vollzeitstudenten können leider nicht berücksichtigt werden.

**Inhaltliche und technische Vorgaben**
Die Teilnehmer sollen ein Briefing für eine Awarenesskampagne/Fundrainsingkampagne erstellen, welches von einer Werbeagentur erstellt und umgesetzt werden soll. Das Briefing darf max. zwei DinA4 Seiten umfassen und wird als Pdf-Datei eingereicht. Abgabeadresse ist young-marketer@wiwo.de

Das Briefing sollte beinhalten, jedoch nicht begrenzt sein auf:

- Konkrete Aufgabenstellung – Wie kann das Ziel erreicht werden?
- Zielgruppenbeschreibung – An wen richtet sich die Kampagne?
- Tone of voice – Welches Images könnte Sauti Kuu vertreten?
- Deliverables – Welche Kanäle und Medien sollten schwerpunktmäßig genutzt werden?
- Timeline – wie bald wird das Konzept benötigt? In welchem Zeitraum soll das Projekt stattfinden?
- Budget – Welcher Einsatz ist realistisch, um die anvisierten Ziele umzusetzen?

Neben den Briefing-Unterlagen wird ein Informationsblatt mit Anschrift, Arbeitgeber und Geburtsdatum benötigt.

**Beginn und Ende**
Der Wettbewerb startet am 10. Januar 2012 mit Onlinestellung. Er endet am 02. März 2012 um 24:00 Uhr.

**Entscheidung der Jury**
Die Entscheidung über die Zuerkennung des Gewinns wird durch eine Jury getroffen, die von den Veranstaltern einberufen wird. Die Entscheidung der Jury ist für alle Teilnehmer bindend und kann nicht angefochten werden.

Die Jury beachtet insbesondere folgende Kriterien:
- Klarheit des auf zwei Din A4 Seiten begrenzten Briefings.
- Eindeutigkeit in dem, was die Agentur zu produzieren hat.
- Motivation der Agentur, ihre beste Arbeit zu leisten (Inspiration).
- Klarheit innerhalb des Gesamtziels zum Launch der Organisation.
- Kompatibilität des Images der Corporate Identity mit der Hilfsorganisation.
- Durchführbarkeit mit dem gesetzten Budget.

**Gewinn & Rechtsmittel**
Die Gewinner werden am 26. März im Rahmen der WirtschaftsWoche Veranstaltung „Hall of Fame der Deutschen Werbung“ bekannt gegeben.

Dem Gewinnerteam darf am internationalen Young Marketers Wettbewerb, der vom 19. bis 23. Juni 2012 in Cannes stattfindet, teilnehmen und wird dort Deutschland als „Nationalmannschaft“ im internationalen Wettbewerb repräsentieren.

Der deutsche Repräsentant des Cannes Festivals, WerbeWeischer, übernimmt die gesamten Festivalgebühren im Wert von 1.200€ pro Person. Die Flüge sowie die Unterkunft im Doppelzimmer in einem Mittelklassehotel in Cannes werden von der WirtschaftsWoche übernommen.

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

- Besuch aller Seminare, Workshops und Awardshows.
- Vorführung und Präsentation der Einreichungen aller Kategorien (Titanium & Integrated, Promo, Direct, Media, Cyber, Design, PR, Press, Outdoor, Film, Film Craft, Creative Effectiveness, Mobile und Branded Content).
- Einladung zum German Beach, der Party des deutschen Festivalrepräsentanten WerbeWeischer.
- Besuch der Closing Gala am Samstag.
- Aftershow Party am Samstagabend.

Mehr Infos unter www.canneslions.com

Eine Barauszahlung des Gewinns ist nicht möglich. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

**Haftung**
Für den Verlust oder die Unvollständigkeit der durch die Teilnehmer übermittelten Daten übernehmen die Veranstalter keinerlei Haftung, es sei denn, der Verlust oder die Unvollständigkeit beruhen auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Verhalten der Veranstalter oder seiner Mitarbeiter. Dies gilt auch für die Bekanntmachung von Informationen durch Dritte aufgrund von technischen Fehlern bei der Datenübertragung und/oder unautorisiertem Zugriff.
Die Handelsblatt GmbH haftet für Schäden, die nicht Körperschäden sind, nur bis zur Höhe des dreifachen Wertes des Reise, soweit der Schaden des Reisenden weder vorsätzlich noch grob fahrlässig herbeigeführt wird oder soweit die Handelsblatt GmbH für einen dem Reisenden entstehenden Schaden allein wegen eines Verschuldens eines Leistungsträgers verantwortlich ist.

**Rechtliche Bestimmungen sowie Nutzungsrechte**
Die Teilnehmer erklären sich damit einverstanden, dass ihr Briefing im Falle einer Prämierung realisiert werden kann und veröffentlicht wird. Darüber hinaus können auch nicht prämierte Wettbewerbsbeiträge vom Zeitpunkt der Prämierung an von Sauti Kuu veröffentlicht werden, etwa im Internet, in Druckwerken, auf Datenträgern (CD, CD-ROM, DVD etc.) oder durch eine Ausstellung. Die Teilnehmer räumen Sauti Kuu hierfür das ab dem

Zeitpunkt der Prämierung zeitlich und örtlich unbegrenzte Recht sowie inhaltlich auf Projekte der Menschenrechtsorganisation Sauti Kuu beschränkte einfache Nutzungsrecht für sämtliche bekannten und unbekannten Nutzungsarten an dem von ihnen zum Zweck der Teilnahme am Wettbewerb eingesandten Briefings, soweit diese urheberrechtlich schutzfähig sind, ein. Die Nutzungsrechtseinräumung erfolgt unentgeltlich. Sauti Kuu ist berechtigt, die vorstehend genannten Rechte Dritten einzuräumen.

Die Teilnehmer versichern, dass das durch sie eingesandte Briefing frei von Rechten Dritter ist und sie frei über das Briefing verfügen dürfen. Sie stellen die Veranstalter vorsorglich von allen Ansprüchen Dritter frei, die darauf beruhen, dass die vorstehende Zusicherung nicht zutrifft.

Zu einer Nutzung der durch die Teilnehmer eingereichten Briefings ist Sauti Kuu berechtigt, jedoch nicht verpflichtet.

**Datenschutz**

Gemäß §28 des Bundesdatenschutzgesetzes wird darauf hingewiesen, dass die Veranstalter die Teilnehmerdaten des Wettbewerbs in einer Datei speichern und mit automatischen Verfahren verarbeiten.

Die Veranstalter verpflichten sich zur Wahrung der Vertraulichkeit im Umgang mit den eingereichten Bewerbungsunterlagen und enthaltenen Informationen gegenüber unbeteiligten Dritten, soweit diese nicht ohnehin öffentlich bekannt sind.

**Sonstiges**

Sollte eine Bestimmung dieser Teilnahmebedingungen unwirksam oder undurchführbar sein, so ist die Gültigkeit der Teilnahmebedingungen im Übrigen nicht beeinträchtigt. Die Parteien sind verpflichtet, zusammenzuwirken, um die unwirksame oder undurchführbare Klausel durch eine wirksame oder durchführbare Klausel zu ersetzen, die dem Ergebnis der unwirksamen oder undurchführbaren Klausel möglichst nahe kommt. Ein Verstoß gegen die oben aufgeführten Teilnahmebedingungen führt zum Ausschluss vom Wettbewerb.

Aktualisiert am 22.02.2012