



Teilnahme an der GWA Junior Agency

1. Vorbemerkung

Die GWA Junior Agency ist ein Nachwuchswettbewerb des Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA. Seit dem Wintersemester 2002/2003 findet das Projekt zweimal jährlich (im Winter- und Sommersemester) statt. Universitäten, Fachhochschulen und Akademien erarbeiten gemeinsam mit einer GWA Mitgliedsagentur als Coaching-Partner konkrete Fallstudien aus dem Werbealltag strategisch und konzeptionell. Das Projekt ist also interdisziplinär angelegt und fördert die Zusammenarbeit von Hochschulen und Agenturen. Ziel ist es, den Arbeits- und Entscheidungsprozess der Agentur den Studenten näher zu bringen.

2. Teilnahme

Teilnehmen kann jede anerkannte Hochschule/Akademie/Ausbildungsstätte. Eine Teilnahme ist nur einmal jährlich, also nur jedes zweite Semester, möglich. Ausnahmen sind nach Klärung mit dem GWA möglich. Davon ausgenommen ist die im jeweils aktuellen Semester gastgebende Hochschule; diese kann im darauffolgenden Semester wieder teilnehmen.

Die teilnehmenden Hochschulen/Akademien/Ausbildungsstätten versichern, dass die Studenten ihres Teams ordnungsmäßig immatrikuliert sind und dass sie sich aus einer wirtschafts-, kommunikations- oder medienwissenschaftlichen bzw. marketingorientierten sowie einer design-/gestalterischen Studienrichtung zusammensetzen.

Nach Eingang der Bewerbungen entscheidet der GWA darüber, welche Teams teilnehmen und informiert diese. Wenn gewünscht, unterstützt der GWA die Suche nach einer Coaching-Agentur im regionalen Umfeld der Ausbildungsstätte.

3. Projektverlauf

a. Teambildung und Briefing

Nach der Teambekanntgabe sollten sich die Studienleiter und Agentur-Coaches zu einem ersten Kennenlernen zusammenfinden. Die Agentur stellt das Briefing vor und eine grobe Projektplanung sollte vereinbart werden.

Die Agentur ist für ein umfassendes Briefing und die Überlassung notwendiger Daten verantwortlich. Dieses Briefing muss der Agentur tatsächlich vorliegen. Der Kunde muss darüber informiert sein, dass sein Briefing im Junior Agency Projekt bearbeitet wird. Es bleibt Entscheidung der Agentur, ob sie den Kunden in einzelne Arbeitsschritte des Projekts oder die Präsentation mit einbezieht.

b. Teamgröße

Eine Arbeitsgruppe sollte nicht mehr als 15 Personen umfassen. Bei größeren Seminargruppen hat es sich bewährt, diese in mehrere Teams aufzuteilen, die, unabhängig voneinander, dieselbe Aufgabe bearbeiten. Die Teams treten später intern gegeneinander an, und die beste Arbeit wird auf dem Junior Agency Tag präsentiert. Zum Junior Agency Tag dürfen maximal 25 Personen pro Team anreisen.

c. **Projektplanung**

Insgesamt sind mindestens **sechs feste Termine** zu vereinbaren:

1. Briefing
2. Re-Briefing
3. Schulterblick/Zwischenbilanz
4. Agenturpräsentation
5. Präsentation am Junior Agency Tag
6. Feedback und Urkundenübergabe

d. **GWA Junior Agency Tag**

Das Finale des Projekts ist der GWA Junior Agency Tag. Dieser findet im Sommer- und Wintersemester jeweils am Ende der Vorlesungszeit statt. Alle teilnehmenden Teams des Semesters präsentieren dann ihre Kommunikationslösung an einer gastgebenden Hochschule.

Hier wird eine Konzeption präsentiert. Das Präsentationsteam sollte aus nicht mehr als fünf Personen bestehen. Gute Ideen lassen sich in Layoutform darstellen und bedürfen keiner Präsentationsshow. Gute Bewertungen sind nur dann möglich, wenn die Kreation auf einer untermauerten Strategie basiert und dies auch in der Präsentation deutlich wird. Jede Präsentation ist mit maximal 25 Minuten geplant.

Nach Abschluss aller Präsentationen fasst jedes Team (in umgekehrter Reihenfolge) nochmal die Highlights seines Konzeptes in maximal 90 Sekunden zusammen.

Eine vom GWA berufene Jury, bestehend aus Professoren, Agenturmitarbeitern, Werbungtreibenden und Pressevertretern (zwischen acht und zwölf Mitgliedern), bewertet die Kommunikationslösungen und vergibt – im Idealfall – einen Junior in Gold, Silber und Bronze. Diese Entscheidung der Jury ist endgültig.

Das Publikum wählt in einer geheimen Abstimmung seinen Favoriten, der mit dem Publikumspreis belohnt wird.

Am Abend des Junior Agency Tages werden die Sieger in der Preisverleihung geehrt und ausgezeichnet.

Die ausgelobten Preise sind Teampreise. Über die Verwendung entscheiden eigenverantwortlich die Studienleiter mit den Studententeams.

Die Gewinnerteams erhalten Geldpreise in Höhe von 800,- Euro für Gold, 600,- Euro für Silber, 400,- Euro für Bronze und Publikumspreis. Die Gewinnsumme überweist der GWA einem stellvertretenden Empfänger des jeweiligen Teams. Die Gewinnerteams bekommen zusätzlich eine Junior-Trophäe.

4. **Kosten**

Reisespesen oder sonstige Kosten (z. B. Arbeitsmaterial) der Studenten trägt nach vorheriger Absprache i. d. R. die Agentur. Auch die Reisekosten des Präsentationsteams und der Studienleiter zum GWA Junior Agency Tag werden nach Absprache vom Agenturbudget bestritten. Die Produktionskosten für die Urkunden und Trophäen trägt der GWA.

Um die Präsentationskosten auch für die Agentur überschaubar zu halten, sollte die Präsentation in einfacher Form, z. B. in Scribbles und Layouts, erfolgen. Die Agentur kann sich, vorausgesetzt sie erachtet dies als notwendig, von allen Beteiligten ein Geheimhaltungsrevers unterschreiben lassen.

5. Publikation

Der GWA veröffentlicht die Arbeiten in seiner Best of Junior Agency Datenbank im Internet und behält sich Publikationen im Printformat vor. Außerdem werden Key-Visuals zu den studentischen Kampagnen für die PR-Arbeit verwendet. Zu diesem Zweck sind am GWA Junior Agency Tag eine freigegebene CD/DVD (pdf-Datei) und ein Präsentations-Booklet (Format A4) abzugeben.

6. Urkunden und Trophäen

Alle teilnehmenden Studenten erhalten nach erfolgreichem Abschluss eine auf den Teilnehmernamen ausgestellte Urkunde. Diese wird vom Geschäftsführer des GWA, der betreuenden Agentur und den beteiligten Professoren (Studienleitern) unterzeichnet und nach dem Junior Agency Tag verschickt.

Die Gewinner des Gold-, Silber- und Bronze-Juniors sowie des Publikumspreises erhalten eine Trophäe. Pro Team gibt es je eine gravierte Trophäe für die beteiligten Hochschulen und die Coaching-Agentur.

7. Nutzungs- und Verwertungsrechte

Entsprechende Nutzungs- und Verwertungsrechte werden in gesonderten Erklärungen geregelt.

Projektleitung

Nadine Kleinert
Tel.: 069-256008-13
nadine.kleinert@gwa.de