BVDW kürt Gewinner der „Challenge 2012“

13.09.2012, 14:22 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.*

Tamara Amalia und Paul Lang überzeugen beim Nachwuchsförderpreis deutscher Agenturen

Düsseldorf, 13. September 2012 – Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. hat am gestrigen Abend die Gewinner der „Challenge 2012“ mit dem neuen Juniorenpreis zur Zukunft der Werbung ausgezeichnet. Das Siegerteam um Tamara Amalia und Paul Lang aus der Agentur denkwerk setzte sich mit ihrer kreativen Idee „Hoppingerlebnis“ vor allen anderen Finalisten durch. Auf beide Gewinner wartet als Hauptpreis eine Reise zum internationalen Werbefestival „Cannes Lions“. In diesem Sommer wurden junge, kreative Köpfe aufgefordert, in Einzel- oder Zweierarbeit ihre Vision zur Zukunft der Werbung zu entwickeln. Die besten Ideen wurden in der Pecha-Kucha-Vortragstechnik auf der dmexco 2012 präsentiert. Der Juniorenpreis wurde durch die Fachgruppe Agenturen im BVDW und die Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA) im BVDW verliehen. Weitere Informationen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org und unter www.challenge-award.de.

Ulrich Kramer (pilot Hamburg), Sprecher der Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA) im BVDW: „Die Nachwuchskräfte aus deutschen Agenturen besitzen das Potenzial, die Zukunft der Werbung für Unternehmen realistisch zu gestalten. Unsere Fachjury war bei der Konzeptarbeit dieses Zweierteams einer Meinung: Die Junioren Tamara Amalia und Paul Lang überzeugten mit einem innovativen Konzept, wie das Einkaufserlebnis im Jahr 2025 aussehen könnte und setzten sich damit deutlich von den anderen Finalisten ab. Mit der unterhaltsamen Präsentation ihrer Idee vor dem Live-Publikum auf der dmexco hat sich dieses Zweierteam den Award mehr als verdient.“

Das „Hoppingerlebnis“ führt zum Sieg beim Juniorenpreis
Für das Zweierteam der Agentur denkwerk führt das kreative Konzept „Hoppingerlebnis“ zum Sieg bei der „Challenge 2012“. Produkte und Dienstleistungen werden künftig zu den Konsumenten herangetragen. Dies erfolgt laut Tamara Amalia und Paul Lang durch die intelligente Analyse und Vernetzung der Online- und Offlineaktivitäten passend zu den Kundenbedürfnissen. Die Kombination von dem sozialen Umfeld, der räumlichen Position und den bekannten Aktivitäten soll den werbungtreibenden Unternehmen ermöglichen, die für die Kunden idealen Produkte zu finden. Das „Hoppingerlebnis“ führt auf dem digitalen Weg zu den Produkten, die im Kontext zu ihrem Ursprung für den Kunden erlebbar werden sollen.

Partner und Sponsoren der „Challenge 2012“
Der BVDW veranstaltet mit der Fachgruppe Agenturen und der Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA) den Nachwuchswettbewerb „Challenge 2012 – der Juniorenpreis zur Zukunft der Werbung“. Partner des Wettbewerbs ist die dmexco, die internationale Leitmesse für die digitale Wirtschaft. Der offizielle Markensponsor der „Challenge 2012“ ist die Deutsche Post, Brief- und Paketdienstleister im global agierenden Logistikkonzern Deutsche Post DHL. Der Hauptgewinn für den Juniorenpreis wird mit Unterstützung von Microsoft Advertising bereitgestellt. Der Medienpartner zur „Challenge 2012“ ist das Fachmagazin LEAD digital.

Weitere Informationen zu Ausschreibung, Teilnahme und Jury unter www.challenge-award.de.

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

Portrait

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.

News-ID: 663049 • Views: 767 (Stand: 24.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:
https://www.openpr.de/news/663049/BVDW-kuert-Gewinner-der-Challenge-2012.html