



REKLAME FOR ALVOR BRIEFING 2009



1. Reklame for Alvor 2009

GirlTalk.dk er valgt som årets afsender-organisation for Reklame for Alvor. Juryen, der består af Lisbeth Knudsen (koncernchef og ansv. chefredaktør for Berlingske Tidende), Tøger Seidenfaden (ansv. chefredaktør for Politiken) og Thomas Ladefoged (dir. Huset Markedsføring) har begrundet valget med, at foreningen arbejder med en gruppe unge, der bør sættes mere fokus på. Mange unge piger er under et stort pres fra samfundet og dets normer, og de ser det som et drastisk skridt at søge professionel hjælp til deres problemer. GirlTalk.dk fungerer som et mødested og en rådgiver for de unge piger, hvilket kan virke mindre intenst for pigerne i forhold til en professionel institution.

2. Baggrund om GirlTalk.dk

HVEM ER GIRLTALK.DK?

GirlTalk.dk er et chat-site, der er målrettet unge piger i alderen 12-24 år, som har ondt i følelserne, og som derfor har brug for en sparringspartner til pigelivet. GirlTalk.dk er en privat non-profit organisation, drevet af ildsjæle, der tror på, at unge kan gøre en forskel i hinandens liv.

GirlTalk.dk stiller følgende tre tilbud til rådighed for brugerne (pigerne):

- 1) **Chatten:** Her har pigerne mulighed for at chatte anonymt med en ung-til-ung-rådgiver i et lukket forum. Chatten er åben hver aften fra kl. 19-21 (undtagen lørdag). Der er i alt 35 frivillige ung-til-ung-rådgivere tilknyttet chatten. 61% af brugerne på GirlTalk.dk benytter chatten.
- 2) **Åbent Forum:** Her kan brugerne (pigerne) kommunikere med hinanden på deres egne præmisser. Modsat chatten skaber Åbent Forum mulighed for, at pigerne på GirlTalk.dk kan dele erfaringer med hinanden og støtte hinanden. Åbent Forum er populært, fordi pigerne kan identificere sig med hinanden, knytte venskaber og få en oplevelse af, at de ikke er de eneste i verden, der kæmper med de pågældende problemstillinger. 71% af brugerne på GirlTalk.dk benytter Åbent Forum.
- 3) **Girltalk live:** Dette er dagsarrangementer, som brugerne af GirlTalk.dk tilbydes 2-4 gange om året. Et typisk arrangement består af en kursusdag, hvor der er oplæg i plenum og gruppearbejde. Plenumoplæggene afholdes af de frivillige fra GirlTalk.dk, der for eksempel fortæller om de udfordringer, som de selv har oplevet i deres liv, og om hvordan de har arbejdet med at overkomme dem.

FAKTA OM GIRLTALK.DK

- Blev stiftet i 2004 af Anna Lyngø
- 11.000 registrerede brugere
- 28.000 unikke besøgende de sidste 6 måneder
- 20 brugere er på chatten hver aften
- 35 frivillige ung-til-ung-rådgivere og 6 ansatte
- Organisationen er økonomisk støttet af Socialministeriet indtil 2010
- GirlTalk.dk er vinder af EU prisen "European Youth Award" i kategorien "Active Citizenship 2005"

GIRLTALK.DK'S BERETTIGELSE

Alt for mange unge piger føler ikke, at de har en tæt og fortrolig relation til en voksen, som kan guide dem igennem pigenlivet. Det er en svær periode, og den komplekse moderne dagligdag med stigende krav til valg og fravalg, er et stort pres for mange unge piger. Igennem ung-til-ung rådgivning giver GirlTalk.dk taletid til unge piger. Alle piger har nemlig brug for én at tale med. En person, som er nærværende og lytter. Nogle gange kan det være svært at tale med de mennesker, som er omkring én i dagligdagen. For hvad nu, hvis man bliver afvist eller helt forkastet af dette menneske, som man omgår til daglig? Det kan for mange være alt for risikabelt at fortælle nogen, man kender, om ens bekymringer: "Hvad vil de ikke tænke om mig?", "Hvad nu hvis de siger det videre til mine forældre?", osv. En snak med en person i ens nære omgivelser virker ofte langt mere forpligtende end en anonym chat på nettet. Et alternativ til de nære omgivelser er professionelle rådgivere i offentligt regi (fx lægen, kommunen eller en psykolog). Men mange af pigerne føler, at det kan virke meget drastisk at skulle henvende sig til en "professionel" og anser derfor ikke de muligheder, der findes i offentligt regi, som aktuelle.

GirlTalk.dk er derfor et nemt og uforpligtende alternativ, hvor pigerne kan få luft for deres tanker og følelser og søge sparring hos både ligesindede piger og ung-til-ung-rådgiverne, der møder pigerne i øjenhøjde.

"Jeg har altid været en pige, som har gemt mine problemer, fordi jeg troede, at alle andre havde en problemfri hverdag og derfor ikke ville hjælpe mig med mine problemer. Og når jeg har prøvet på at åbne op, har jeg flere gange oplevet, at folk ikke rigtig forstår, hvordan det er. Inde på GirlTalk.dk kan jeg derimod være den jeg er, og jeg kan snakke om mine problemer, uden at jeg sidder med den tanke, at alle tror, at jeg er dum"

GIRLTALK.DK'S ROLLE?

Det er vigtigt at understrege, at de frivillige ung-til-ung-rådgivere IKKE er professionelle rådgivere (fx psykologer, psykiatere, socialrådgivere, læger mm.) Det er frivillige unge kvinder, hvoraf mange selv har oplevet lignende problemer som pigerne på chatten. De frivillige kvinder bruger nu deres erfaringer til at hjælpe de unge piger på vej. GirlTalk.dk påtager sig derfor ikke rollen som "professionel rådgiver". Derimod betragter de sig selv som "storesøsteren", der har tiden til at lytte, tager henvendelsen alvorligt, stiller de rigtige spørgsmål, taler pigens sprog, kan sætte sig ind i problematikkerne og ikke mindst kan guide pigerne videre til andre støttekontakter. Storesøsterrollen er kernebegrebet i organisationens selvforståelse og identitet.

"GirlTalk.dk ser sig selv som storesøsteren, der kan danne bro mellem den unge pige og hendes øvrige netværk; familie, skole, venner og til professionel hjælp, hvis dette skønnes relevant".

HVEM ER DE FRIVILLIGE UNG-TIL-UNG-RÅDGIVERE?

De frivillige kommer fra meget forskellige uddannelses- og beskæftigelsesmæssige baggrunde. Der er fra GirlTalk.dk's side ikke noget krav om nogen bestemt uddannelse eller kvalifikation.

De frivillige er unge kvinder, der er ældre – men ikke markant ældre – end brugerne (i gennemsnit er de 7 år ældre). Dette forhold er et organisatorisk fundament i GirlTalk.dk. Hovedparten af de frivillige er i alderen 21-25 år (gennemsnitsalderen er 24 år). Ud af de 35 frivillige har over halvdelen af dem mere end 1 års erfaring med GirlTalk.dk. Den typiske arbejdstid er 6-10 timer pr. måned, hvilket svarer til 2-4 vagter på chatten. Derudover tilbydes relevant undervisning og coaching sidste lørdag i hver måned.

GIRLTALK.DK KÆMPER FOR

- at fremme trivsel og livsmod blandt piger i Danmark
- at flere piger skal føle sig værdifulde
- at færre piger ser selvmord som den sidste udvej, når livet gør ondt
- at unge piger tager ansvar for sig selv og hinanden
- at unge piger vælger gode forbilleder, sunde værdier og en meningsfyldt livsstil

GIRLTALK.DK TROR PÅ

- at alle piger - uanset race, religion og nationalitet - har **et positivt potentiale**. De ønsker at støtte piger til at udfolde deres fulde potentiale i form af de forskellige ressourcer og talenter, som de hver især er i besiddelse af.
- at piger har **et medansvar for hinanden**. Via forståelse, empati, omsorg og nærvær kan piger i høj grad være med til at gøre en konkret forskel i hinandens liv.
- at **tillid er et nøglebegreb** i forhold til at kunne begå sig i verden. Derfor er tillid et vigtigt redskab for piger at blive fortrolige med.

HVEM ER BRUGERNE?

Der er meget stor forskel på brugerne på GirlTalk.dk – deres baggrund, deres problemstillinger, deres ressourcer og deres behov for støtte.

I nogle tilfælde bruger pigerne GirlTalk.dk til at få støtte til "almindelige hverdagsproblemer" som fx en "14-dagesforelskelse". I andre tilfælde er der tale om langt vanskeligere situationer, hvor pigerne henvender sig til GirlTalk.dk som en sidste udvej, fordi problemerne er blevet så store og belastende, at de ikke kan overskue livet mere.

"Ingenting vil lykkes i mit liv. Alt er kaos og jeg står tilbage med ingenting. Min krop er træt og mit hoved gider ikke mere. Jeg forsvinder stille ind i min helt egen verden... Jeg orker ikke uvenskab, ulykkelig forelskelse og skoleskift. Den nemmeste måde vil vel være at slutte her. Tage mit liv og forhåbentlig leve videre i et bedre menneske".

Langt størstedelen af brugerne (71%) er mellem 12 og 17 år – med en overvægt af brugere i alderen 15-17 år.

Hver fjerde bruger af GirlTalk.dk har relativ stor erfaring med sitet og har brugt GirlTalk.dk i mere end et år. 50% er dog ganske nye og har kun benyttet GirlTalk.dk i 3 måneder eller mindre.

HVILKE PROBLEMER ØNSKER PIGERNE HJÆLP TIL?

De fleste brugere benytter GirlTalk.dk til at få hjælp med eller snakke om selvværd og selvskade (blandt andet cutting).

Her er en liste med de mest hyppige "problematikker" på GirlTalk.dk:

- 63 % henvender sig med selvværdsproblematikker
- 62 % henvender sig for at tale om selvskade
- 49 % er ensomme
- 40 % vil tale om kærlighed og sex
- 38 % vil tale om forældre og familie
- 33 % vil tale om skolen
- 26 % vil tale om mobning
- 17 % vil tale om seksuelle overgreb
- 13 % vil tale om vold
- Ca. 6 % henvender sig med andre problemstillinger (stofmisbrug, depression m.m.)

Brugerne henvender sig ofte med flere problematikker ad gangen. I gennemsnit angiver brugerne hver 5 problematikker. En chat-samtale varer typisk 36 minutter.

HVORFOR BENYTTER PIGERNE GIRLTALK.DK?

Der er mange forskellige grunde til, at brugerne benytter GirlTalk.dk. Fælles er dog, at brugerne føler, at GirlTalk.dk reelt hjælper dem i hverdagen. De primære årsager til, at de benytter girltalk.dk, er følgende:

Identifikation og kontakt til andre brugere: Som bruger på GirlTalk.dk får pigerne en oplevelse af at være en del af et fællesskab, hvor både de frivillige og de andre brugere har lignende erfaringer og dermed en reel indsigt i deres situation.

"Jeg føler ikke, at jeg er den eneste i verden med de her problemer, herinde på GirlTalk.dk føler man sig ikke "unormal", som man godt kan gøre i sin omgangskreds. Jeg føler mig accepteret! Nogle gange har GirlTalk.dk holdt mig fra at cutte".

"Man kan finde forståelse på en anden måde hos de andre brugere. Alle har jo noget med sig, alle er i samme båd".

"GirlTalk.dk er der, når jeg har brug for det. Det er lidt som en veninde på standby, der altid er der, når man behøver det og som ikke bliver sur over, at man ikke er der konstant".

At få hjælp, støtte og styrke: En væsentlig årsag til at benytte GirlTalk.dk er en oplevelse af få hjælp og støtte til at komme videre:

"Hvis jeg har lyst til at skære mig, så kan de (GirlTalk.dk) hjælpe mig til at lade være. Eller hvis der er problemer med mine forældre, kan jeg snakke med dem og få hjælp. Eller jeg kan få lysten til selvmord mindsket ved at skrive herinde".

Ventilfunktionen – at kunne "få luft": Mange bruger GirlTalk.dk, fordi det er et sted, hvor de kan tale om og få afløb for tanker og følelser. Her fungerer sitet som en slags ventil, hvor man under trygge rammer kan få luft for sine frustrationer og blive forstået og taget alvorligt. Mange fortæller, at de på GirlTalk.dk første gang har fortalt andre om deres problemer.

"Jeg elsker stedet. Det er en slags fristed".

"Jeg har et frirum. Hvor man kan snakke om alt".

Anonymitet: For brugerne er anonymitet i høj grad en væsentlig årsag til, at de bruger sitet:

"Anonymiteten er altafgørende". Hvis jeg ikke er anonym derinde, så ryger hele ideen med det jo. Det er vigtigt, fordi man ikke behøver at give sig til kende, ingen kan konfrontere én med det uden for skærmen, og så vælger jeg selv, om jeg vil ophæve anonymiteten ved at udveksle mobilnumre med folk eller møde dem i virkeligheden. Altså, det er mig, som styrer det".

HVAD KAN GIRLTALK, SOM ANDRE IKKE KAN?

Brugerne af GirlTalk.dk lægger vægt på, at de kan identificere sig med både de andre brugere og de frivillige rådgivere – og omvendt. Dette forhold er for mange af pigerne grundlaget for, at de deler deres følelser og tanker med GirlTalk.dk frem for med fx deres sagsbehandler, familie eller venner. Det skaber tryghed at kommunikere med ligesindede. En tryghed der gør, at de har lettere ved at åbne sig.

"GirlTalk.dk er en anden måde. Det er en ung person. Ikke ens mor eller far. Ikke én der ved bedre.

Det er noget helt andet end en psykolog, der er gammel og ikke lever på den samme måde".

Samtidig finder brugerne det væsentligt, at det kun er piger, der bruger GirlTalk.dk.

"Når der kun er piger på siden – så føler man sig lidt mindre sårbar".

"Det bedste ved GirlTalk.dk er, at det kun er piger, som har profiler inden på hjemmesiden. Det føles mere trygt!

Og det er ikke altid, at drenge forstår en".

Nogle brugere af GirlTalk.dk ser deres kontakt til de andre brugere eller de frivillige rådgivere som en slags "prøveklud", før de går videre med deres tanker og følelser til venner, familien eller psykologen.

"Det har gjort, at jeg har fået taget hul på nogle rigtig svære ting, og jeg har derfor kunne prøve af, hvordan det var at fortælle om det, før jeg fortalte det til andre".

Andre deler oplevelser og tanker med de andre brugere eller de frivillige, som de ellers ikke ville tale med nogen om:

“Jeg har nogle problemer, som er svære at snakke med familie og venner om. Både fordi jeg er bange for at sår dem, men også fordi jeg er bange for, at de ikke fortæller mig sandheden, fordi de vil beskytte mig. Så er det rart at snakke med nogen, som ikke bliver bekymrede eller har følelser blandet ind, og samtidig er det mere uforpligtende”.

BRUGERTILFREDSHED

I en undersøgelse fra 2009 foretaget af Socialt Udviklingscenter fremgår det, at 3 ud af 4 brugere føler sig hjulpet af GirlTalk.dk. Hele 84% af brugerne på Åbent Forum føler, at forummet har hjulpet dem. Både piger, der er aktive på Åbent Forum, og piger, der bare læser andre brugeres indlæg, oplever det som en stor hjælp i forhold til deres problemer.

“GirlTalk.dk er generelt en fantastisk ide, og det gør helt klar en forskel. Det er dejligt at mærke, at man kan gøre noget ved sine problemer. Og at der nogen i hverdagen, som man kan kontakte, som kender ens problemer, og som altid er der for at hjælpe. Sådan er det med Åbent Forum. Vi (pigerne) er der for hinanden”.

“Forummet er det bedste ved GirlTalk.dk. At kunne hjælpe andre, der har samme problemer, som jeg selv har haft engang. Og altid kunnet få følelserne skrevet ned, uden at det bare står i et word dokument på computeren, men et sted hvor andre kan se det og opmuntre mig”.

GOD TONE

GirlTalk.dk gør meget ud af at sikre sig, at tonen på GirlTalk.dk er positiv og støttende. Øverst på Åbent Forum står der derfor anført: “Åbent Forum er til for at pigerne på GirlTalk.dk kan dele erfaringer og støtte hinanden fremad. Tonen i Åbent Forum skal derfor være opbyggende og til inspiration for andre.”

Under betingelser og vilkår bliver det endvidere gjort klart, at det er forbudt at indsætte afskedsbreve, sextips eller links til destruktive sider (fx hvordan man udøver selvskade). Indlæg, der ikke overholder reglerne, bliver fjernet med det samme. Desuden blander GirlTalk.dk sig, hvis tonen mellem pigerne bliver for hård og provokerende. Der er dog også en vis form for selvrensning på sitet. Hvis tonen bliver for hård, er pigerne gode til selv at påpege det.

HVOR HØRTE PIGERNE OM GIRLTALK.DK FØRSTE GANG?

- Internetsøgning: 20%
- Aviser, blade: 13%
- Andre hjemmesider: 13%
- Venner/familie: 12%
- Foredrag: 9%
- Skole: 7%
- Psykolog: 3%
- Andet (tv, radio mm): 22%

ØVRIGE AKTIVITETER SOM GIRLTALK.DK STÅR BAG?

- **Forældrelinien.dk.** Her kan forældre finde et frirum for deres tanker, en sparringspartner til udfordringerne og et sted, hvor der er ligesindede at dele smerten og problemerne med, og hvor de kan få råd og vejledning til at komme bedre i kontakt med deres børn. Hjemmesiden giver redskaber til at hjælpe familier videre. Mange teenagere i Danmark er ensomme og lider af dårligt selvværd eller gør skade på sig selv. Det kan være svært at rumme den smerte, som det forvolder at se sit barn mistrives, og man oplever ofte at stå magtesløs over for problemerne.
- **Vi Unge brevkassen**
- **Foredrag og bøger**

3. Kommunikationsopgaven

KOMMUNIKATIONSOPGAVE OG FORMÅL:

Der skal udarbejdes en landsdækkende kampagne for GirlTalk.dk, der oplyser om foreningens eksistens og arbejde.

Alt for mange piger med ondt i livet mangler én at snakke med. Formålet med kampagnen er derfor at øge det kvalificerede kendskab til GirlTalk.dk blandt piger i alderen 12-24 år, så flere piger ved, hvor de kan henvende sig, hvis de har brug for hjælp og støtte til at tackle livet som ung.

MÅLGRUPPEN:

Primær målgruppe: Alle piger i alderen 12-24 år

Sekundær målgruppe: Personer, der dagligt har kontakt til piger mellem 12-24 år

BUDSKAB:

PIGER MED ONDT I LIVET ER IKKE ALENE

På GirlTalk.dk kan du få en uforpligtende chat med ligesindede piger eller en ung-til-ung-rådgiver

HVORFOR ER BUDSKABET RELEVANT?

- fordi der er 382.000 piger i Danmark i aldersgruppen 12-24 år, som alle kender til pigelivets mange bekymringer.
- fordi det skønnes at ca. 40% lider af mindreværd (kilde: GirlTalk.dk).
- fordi antallet af selvmordsforsøg er meget højt blandt de helt unge piger. Ifølge en undersøgelse fra Center for Selvmordsforskning står de 15-29-årige piger for 40% af selvmordsforsøgene blandt kvinder.
- fordi der hver 10. time er en pige i Danmark, der tager en overdosis af smertestillende piller (Kilde: GirlTalk.dk / Landspatientregisteret for Sundhedsstyrelsen).
- fordi det anslås, at hver sjette pige i de ældste klasser i folkeskolen har prøvet at skade sig selv. Undersøgelser viser derudover, at cutting er den mest udbredte form for selvskade (Kilde: Center for Selvmordsforskning).
- fordi en ny (endnu upubliceret) dansk undersøgelse af selvskade blandt knapt 3.000 københavnske gymnasieelever viser, at 21,5% har skadet sig selv, og at 16,2% har gjort det inden for det sidste år (Kilde: Selvskadende psykologi, Lotte Rubæks bog).

- fordi hver ottende pige i alderen 16-24 år hvert år udsættes for psykisk, fysisk og/eller seksuel vold i et kæresteforhold (Kilde: Rapporten: "Unge og kærestevold i Danmark", 2009).

Når unge piger har det svært i livet, får det konsekvenser for dem selv, deres familier og samfundet. Vi skal have en generation af unge, der tager ansvar for hinanden og ved, hvordan de skal tackle problemer og smerte.

MANDATORY:

Det er vigtigt, at GirlTalk.dk bliver fremstillet så mangfoldigt og rummeligt som muligt. GirlTalk.dk ønsker at henvende sig til alle piger og ikke kun dem med meget tunge og alvorlige problemer. Hvis kampagnen udelukkende dramatiserer de tunge emner (som skizofreni, cutting, selvskade, anoreksi mm.), kan det skræmme pigerne med "mere hverdagsagtige problemer" væk. GirlTalk.dk oplever en stigende tendens til, at antallet af henvendelser fra piger med svære, psykiske lidelser er tiltaget, mens der er færre henvendelser fra "almindelige" piger. Denne udvikling ønsker GirlTalk.dk ikke skal fortsætte.

AFSENDER:

GirlTalk.dk er afsender af kampagnen. Alt materiale påføres GirlTalk.dk + logo. Logoet kan downloades fra RfA's website (www.reklameforalvor.dk).

KAMPAGNEPERIODE OG MEDIA:

Kampagnen kører i perioden 1/3 – 1/4 2010. Kampagnen skal køre i de medier, som gratis stiller plads til rådighed for Reklame for Alvor. Der er tale om følgende mediekanaler:

- Dagspresse
- Ugepresse
- Månedspresse
- Fagpresse
- GO-card
- TV
- Outdoor
- WEB (banner)
- Outdoor Storskærm over Scala

Medieplan fra OMD kan snarest downloades fra Rfa's website (www.reklameforalvor.dk)

DEN KONKRETE OPGAVE:

Udarbejd en kommunikationsstrategi og løsning/layouts til kampagnen baseret på denne briefing. Det står deltagerne frit at indsende flere forslag. Bureauet skal være i stand til at færdiggøre den endelige kampagne. Såfremt der modtages løsninger fra enkeltpersoner, og dette ikke er dokumenteret, kan en løsning diskvalificeres.

Et kampagneforslag skal bestå af layouts/løsninger til:

- Dagspresse: 3 helsides annoncer
- Uge-/måned-/fagpresse: 1-3 helsiders annoncer
- TV: 1-2 TV-spots (30 sek.)
- Outdoor Storskærm: 1 spot på 15 sek.
- Outdoor: 1-2 billboards
- Postkort: 1 postkort
- Web: 2-3 banner og evt. elementer til sociale medier
- Der skal vedlægges en kortfattet kommunikationsstrategi på maksimalt 2 A4 sider.

AFLEVERINGSMATERIALE:

- Annoncer og øvrige elementer oplæbes på karton (max. 35 x 50 cm). Alle annoncer bør være 1/1 side højformat, da denne type annonce er nemmest for medierne at disponere og dermed opnå højst mulig frekvens.
- Idéer til film og web leveres som storyboard, manuskript eller dvd. Idéerne skal kunne produceres til lave omkostninger. TV-spottet må ikke overstige 30 sekunder, da frekvens og prime time visning af spottet ellers vil blive forringet væsentligt.
- Ideer til Outdoor Storskærm leveres ligeledes som storyboard, manuskript eller dvd. Der vil være 100 visninger a 15 sek. hver dag. Til orientering kan det oplyses, at det færdige materiale til Outdoor Storskærm skal være: Width pixels: 384, Height pixels: 288, 30 fps, Uncompressed .avi file
- Bureauets navn, adresse, telefonnummer, team og overskrifter fra kampagnen skrives ned og lægges i en anonym konvolut mærket "Bureau". I en anden anonym konvolut mærket "Kommunikationsstrategi" lægges kommunikationsstrategi på max. 2 A4 sider. Begge konvolutter limes på bagsiden af den første annonce i kampagnen.
- Bureauets navn må ikke fremgå af kampagneelementerne. Alle elementer i hver kampagne skal nummereres på bagsiden: 1/12, 2/12, 3/12 osv. Nummerér i den rækkefølge, du ønsker kampagnen vist.
- Indsendes mere end én kampagne, skal hver kampagne indsendes for sig.

INDSENDELSESRIST:

Sidste frist for indsendelse af kampagneforslag er den 18/12 2009.

Alt materiale sendes att.:

Emilie Riis Andersen
Huset Markedsføring
Nordre Fasanvej 113-115
2000 Frederiksberg.

PRISOVERRÆKKELSE OG Udstilling af indsendte kampagner:

Offentliggørelse af vinderteam og prisoverrækkelse finder sted den 15/1 2010. Alle deltagere får nærmere besked. Alle indsendte kampagner bliver udstillet på dagen.

PRÆMIE:

Udover at vinde æren får det vindende bureau brugs- og råderet over Reklame for Alvor 2009 logo'et. Dette logo kan man bruge i sin markedsføring af eget bureau eller blot sætte på sin hjemmeside for at vise, at man har vundet. Hensigten er, at der fremover hvert år vil blive udarbejdet et nyt "års-logo" for Reklame for Alvor.

Derudover vinder man en plads i EACA Care Awards i 2011. Prisuddelingen er en Europæisk RFA konkurrence. Med flere kategorier og en international jury. Det eneste dette fordrer er, at bureauet selv oversætter deres kampagne og strategi til engelsk. Guideline datoer for Care 2011 er ikke fastsat endnu, men det bliver senest i februar 2011, at man skal sende kampagnen ind og omkring april, at vinderen bliver kåret – alt sammen i Belgien (EACA er det Europæiske DRRB).

FÆRDIGGØRELSE AF KAMPAGNEN:

Vinderteamet og deres bureau har ansvaret for færdiggørelsen af kampagnen. Det vil sige produktion af annoncer, TV-spots, radiospots, outdoor, postkort, banner m.m. Dette gøres i samarbejde med leverandører og producenter, der støtter Reklame for Alvor. Det forudsættes, at vinderteamet færdiggør kampagnen mellem den 15/1 og 1/3 2010. Dog skal enkelte medier have materialet tidligere.

SPONSORERING:

I perioden fra den 15/1 til 1/3 2010 står en række sponsorer klar til at hjælpe det vindende bureau med eksekvering af kampagnen. Sponsorerne stiller sig til rådighed inden for følgende kategorier:

- Filmproduktion
- Fotografi
- Stock foto
- Billedbehandling
- Lyd
- Serigrafi
- Web
- Illustration
- Mediebureau

På www.reklameforalvor.dk vil der snarest ligge en sponsorliste.

SPØRGSMÅL VEDR. BRIEFINGEN RETTES TIL:

Susanne Lund

Partner og strategisk planner

Bates Y&R

Landemærket 29

1119 København K

T: + 45 33 13 79 13

M: + 45 30 53 10 20

Mail: sl@bates.dk

SPØRGSMÅL VEDR. REKLAME FOR ALVOR RETTES TIL:

Emilie Riis Andersen

Projektleder

Huset Markedsføring,

Nordre Fasanvej 113-115

2000 Frederiksberg

T +45 3811 8787

D +45 3814 6574

M +45 2682 7758

Mail: ea@markedsforing.dk

SPØRGSMÅL VEDR. GIRLTALK.DK RETTES TIL:

Gitte Ejbye Pedersen

Daglig leder

GirlTalk.dk

Ågerupvej 66

2750 Ballerup

M: +45 22 85 45 44

Mail: gitte@girltalk.dk