

BTV Marketing Trophy 2023



Themen BTV Marketing Trophy 2023



Overtourism

Es gibt Reiseziele, die auf fast jeder Bucketlist stehen, so wunderschön sind sie. Dass diese Schönheit auch zum Verhängnis werden kann, zeigt das Phänomen des Overtourism. Darunter versteht man, dass sich eine große Anzahl an Urlaubern an den gleichen Orten versammelt. Die Folgen für Klima und Umwelt sind fatal. Touristen hinterlassen tonnenweise Müll und Lebensräume von Tieren und Pflanzen werden vernichtet.

Immer mehr Hotels setzen daher auf eine Trendwende und legen den Fokus auf nachhaltigen Qualitätstourismus: z. B. mit Urlaubsangeboten im eigenen Land, regionalen Produkten, grünen Materialien, individuellen Fahrradtouren, etc.

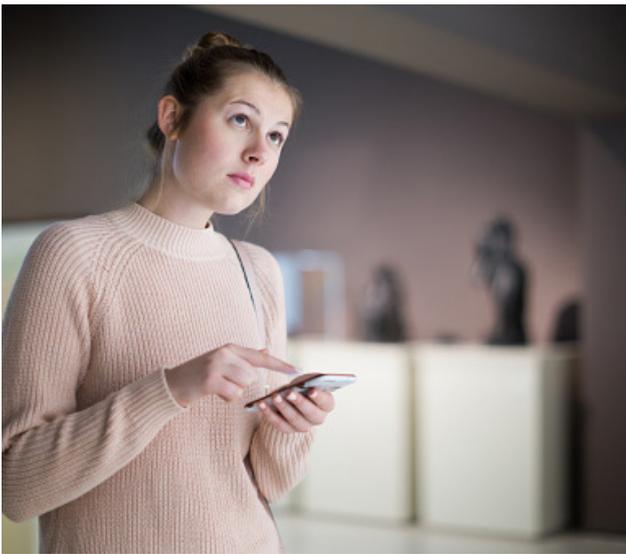
Recherchiert, welche Hotels in eurem Umkreis schon auf nachhaltigen Qualitätstourismus setzen – gibt es Best-Practice-Beispiele? Welche Angebote haben sie? Welche Marketingmaßnahmen nutzen sie, um ihre Zielgruppe zu erreichen?

„War for Talents“ – Der Kampf um die besten Talente

Immer mehr Firmen kämpfen um die besten Nachwuchs-Talente. Da die Anzahl an Stellenangeboten in einigen Branchen bereits weit über der Anzahl passender Kandidat*innen auf dem Arbeitsmarkt liegt, müssen sich Unternehmen stärker bemühen als früher. Arbeitgeber brauchen daher eine klare Positionierung und müssen nach außen und innen kommunizieren, was sie einzigartig macht.

Sucht nach Best-Practice-Beispielen am Markt. Welche Marketingmaßnahmen nutzen diese Firmen, um Talente zu gewinnen? Wie gestaltet sich besonders ihr digitaler Auftritt?

Themen BTV Marketing Trophy 2023



Museum 4.0

Für Kultureinrichtungen wie Museen, Theater, Opern etc. gilt heutzutage dasselbe Motto wie für alle anderen Unternehmen, Organisationen und Marken: es zählt der Überraschungsmoment. Insbesondere, wenn sie die jüngere Zielgruppe für ihre Kulturangebote erreichen wollen. Daher reicht es nicht mehr aus, diese über traditionelle Werbung und PR anzusprechen. Vermehrt spielen digitale Kanäle eine Rolle – vor dem, nach dem und während des Besuchs.

Wählt eine Kultureinrichtung aus und analysiert deren Marketingmaßnahmen mit besonderem Augenmerk auf deren Social Media Auftritt. Wie schaffen es diese Kultureinrichtungen, die jüngere Generation anzusprechen und mit dieser zu interagieren?



Offenes Thema

Erarbeitet zu einem Thema und für einen Auftraggeber eurer Wahl ein Marketingkonzept. Auf Grund einer Problemstellung bestimmt ihr gemeinsam mit dem Unternehmen die Vorgehensweise. Präsentiert die Ergebnisse und empfiehlt Handlungsmöglichkeiten für das Unternehmen.

Kontakt:

Bank für Tirol und Vorarlberg
Aktiengesellschaft
Vorstandsbüro, Marketing
Mag. Melanie Mitterbacher
Stadtforum 1, 6020 Innsbruck
T +43 505 333 – 1410,
E melanie.mitterbacher@btv.at
www.btv.at/marketingtrophy

Regeln und Anmeldung

1. Wettbewerbsteilnehmer

Die BTV Marketing Trophy wird für alle Handelsakademien in Tirol, Vorarlberg und Wien ausgeschrieben, die speziellen Marketing-Unterricht anbieten. Teilnahmeberechtigt sind jeweils die vierten/fünften Jahrgänge der Handelsakademien, die Marketing als Wahlfach gewählt haben bzw. Jahrgänge mit einer vergleichbaren Marketing-Ausbildung (= Themenvergabe im 2. Marketingsemester, effektive Bearbeitung der Aufgabenstellungen im 2. und 3. Marketingsemester).

2. Aufgabenstellung

Die Aufgabe der Schüler*innen besteht darin, entweder aus den drei vorgeschlagenen Aufgabenstellungen oder einer Aufgabe der offenen Kategorie ein Thema auszuwählen und den Angaben entsprechend zu bearbeiten.

3. Regeln

Ein Wettbewerb kommt nur dann zustande, wenn innerhalb von Tirol und Vorarlberg mindestens 10 Gruppen ein Thema einreichen. Pro Gruppe ist ein Thema zu bearbeiten, wobei jeweils innerhalb jeder Klasse/Gruppe auch Arbeitsgruppen gebildet werden können. Der Problemstellung entsprechend ist ein Marketing-Konzept auszuarbeiten, das alle relevanten Marketingaspekte ausgewogen abdeckt.

Umfassende Untersuchungen, die in der Praxis nötig sind (z. B. Befragungen, Markttests, ...) brauchen nur beschrieben, nicht aber durchgeführt werden, wenn der Aufwand dafür zu groß ist. Es kann ein fiktives Ergebnis angenommen werden oder beispielhaft untersucht werden. Die Einbindung von Unternehmen für einen realen Praxisbezug ist jedem Team freigestellt. Für die Bewertung im Rahmen der BTV Marketing Trophy wird die Beschreibung fiktiver, exemplarischer und realer Sachverhalte gleich beurteilt, im Rahmen des Unterrichts ist aber ein möglichst starker Praxisbezug gewünscht.

Bei der Umsetzung der Ideen (z. B. Entwurf von Werbemitteln, ...) gibt es keine Einschränkungen. Bitte gebt auch klar an, welche Ideen von euch stammen (z. B. Logos, Sujets, Werbesprüche) oder bereits vorhanden waren.

Bei der Erarbeitung des Marketing-Konzeptes sind folgende Kriterien zu beachten:

- Deckblatt: Aufgabenstellung
- Impressum: Schule, Klasse, Name des betreuenden Professors, Namen der mitarbeitenden Schüler*innen (Anführung etwaiger Arbeitsgruppen)
- Inhaltsverzeichnis
- Konzept (Lösung der Aufgabenstellung)
- Etwaige Literaturangaben
- Die Arbeit ist in elektronischer Form abzugeben (Upload-Link wird rechtzeitig bekannt gegeben)

Regeln und Anmeldung

Die Schüler*innen der drei besten Konzepte (Ergebnis der Vorjury) haben für die Präsentation vor der Hauptjury im Rahmen der Schlussveranstaltung/Preisverleihung ein kurzes Regiehandbuch für die während dieser Veranstaltung anwesenden Techniker (Ton, Video, Licht, ...) auszuarbeiten.

Es sollten darin auf jeden Fall folgende Angaben enthalten sein:

- Wer spricht wann und wie lange?
- Welche Präsentationstechnik? (PC, Powerpoint, Video in Präsentation, CD/DVD, Beleuchtung, ...)
- Welches Equipment wird mitgebracht (Banner, Roll-Ups, Produktbeispiele, ...)

4. Beurteilung

Aufgrund der eingereichten Marketing-Konzepte ermittelt die Vorjury die drei besten Gruppen. Diese werden bei der Schlussveranstaltung im BTV Stadtforum in Innsbruck ihre Konzepte live vor der Hauptjury und dem Publikum präsentieren. Die Hauptjury hat somit die Möglichkeit, neben den Arbeiten, anhand der Darbietungen (Aufbau, Rhetorik, Originalität, Schlüssigkeit der Argumentation) die beste Gruppe zu ermitteln.

Die Punkte der Vorjury werden nicht mit jenen der Hauptjury addiert – somit findet eine separate Bewertung der Präsentationen am Veranstaltungstag statt. Bei der Gewichtung der Gesamtbewertung entfallen somit 50 % auf die verfassten Projektarbeiten und 50 % auf die Präsentation vor Ort.

Die Beurteilung durch die Jury erfolgt in keinem Zusammenhang mit der Vergabe von Einzelnoten für die Schüler*innen durch die Professor*innen.

Zur Beurteilung werden folgende Kriterien herangezogen:

1. Inhalt/Umsetzung: Aufbau, Abgrenzung, Problemanalyse, Beurteilung der Ergebnisse bzw. Lösungsvorschläge, Argumentation und Eigenständigkeit – wichtig: Budget-/Kostenkalkulation nicht vergessen!
2. Formale Aspekte: Stil, Umfang, Optischer Eindruck, Grafiken, Rechtschreibung
3. Präsentation bei der Schlussveranstaltung: Aufbau, Gliederung und Gestaltung des Konzeptes, Argumentation, Kreativität und Rhetorik im Rahmen der Präsentation

Regeln und Anmeldung

5. Grober Zeitplan

Terminänderungen sind vorbehalten und werden rechtzeitig bekannt gegeben.

31.10.2022

Anmeldeschluss der Projektgruppen für den Wettbewerb mit Bekanntgabe des Projekt-titels

06.03.2023

Abgabetermin für die ausgearbeiteten Projekte in elektronischer Form

Ende März 2023

Information an alle Wettbewerbsteilnehmer mit der Bekanntgabe der drei besten Projektgruppen, die im Finale präsentieren.

Mitte April 2023

Schlussveranstaltung: Präsentation der drei besten Konzepte der BTV Marketing Trophy, Sieger-Ermittlung, Verleihung der Preise

6. Preise

Die BTV Marketing Trophy

Die siegreiche Gruppe erhält für ein Jahr die BTV Marketing Trophy. Die Trophäe ist ein Wanderpokal, der von Jahr zu Jahr zur siegreichen Schule wechselt.

7. Anmeldung

Anmeldeschluss: **31.10.2022**

Bitte meldet euch mit den Projektarbeiten auf unserer Homepage unter www.btv.at/marketingtrophy an.