

# BTV MARKETING TROPHY

2025



# Regeln und Anmeldung 2025

## 1. Wettbewerbsteilnehmer\*innen

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 Schüler\*innen wählen entweder aus dem [Themenpool](#) ein Thema aus oder bearbeiten eine Aufgabenstellung ihrer Wahl. **Wichtig dabei ist, dass der Schwerpunkt auf Marketing liegt.**

## 3. Regeln

Ein Wettbewerb kommt nur dann zustande, wenn innerhalb von Tirol, Vorarlberg und Wien mindestens 10 Gruppen ein Thema einreichen. Pro Gruppe (mindestens 2 Gruppenmitglieder) 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.

**Wichtig:** Bei der Umsetzung der Ideen (z. B. Entwurf von Werbemitteln, ...) gibt es keine Einschränkungen. Bitte gebt aber 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, betreuende\*r Lehrer\*in, Namen der mitarbeitenden Schüler\*innen
- Inhaltsverzeichnis
- Konzept (Lösung der Aufgabenstellung)
- Literaturangaben, Quellennachweise
- Die Arbeit ist in elektronischer Form abzugeben (Upload-Link wird rechtzeitig bekannt gegeben)
- **Wichtig:** Erstellung einer Executive Summary (siehe Seite 5) - diese kann als eigenes Dokument oder integriert in die Arbeit abgegeben werden.

# Regeln und Anmeldung 2025

## 4. Beurteilung

### Vorjury

Aus allen eingereichten Marketing-Konzepten ermittelt die 3-köpfige Vorjury anhand eines vorgegebenen Kriterienkatalogs die drei besten Gruppen. Diese präsentieren bei der Schlussveranstaltung im BTV Stadtforum in Innsbruck ihre Konzepte live vor der Hauptjury.

Zur Beurteilung der schriftlichen Arbeiten werden folgende Kriterien herangezogen:

1. Gesamteindruck (Gliederung, roter Faden, Grafiken, Checklisten, Meilensteine)
2. Theorie (Anwendung von Methoden, Ausarbeitung des Theorieteils)
3. Praxis/Umsetzung (Schlüssigkeit, Verknüpfung Theorie mit Praxis, Kosten-Nutzen-Überlegungen, Budgetplanung)
4. Arbeitsweise (Argumentationstiefe, was wurde selbständig erarbeitet, Erkenntnisse)
5. Gesellschaftliche Relevanz des Themas (z. B. Nachhaltigkeit, Ökologische Fragestellungen, Digitalisierung)
6. Formale Aspekte (Stil, Umfang, Optik/Layout)

### Finale

Die 6-köpfige Hauptjury hat die Möglichkeit, neben den schriftlichen 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 Lehrer\*innen.



# Regeln und Anmeldung 2025

## 5. Zeitplan

Terminänderungen sind vorbehalten und werden rechtzeitig bekannt gegeben.

**Freitag, 08.11.2024**

Anmeldeschluss der Projektgruppen für den Wettbewerb mit Bekanntgabe des Projekttitels

**Freitag, 28.02.2025 (00.00 Uhr)**

Abgabetermin für die ausgearbeiteten Projekte in elektronischer Form (Upload-Link wird rechtzeitig bekanntgegeben)

**Mittwoch, 26.03.2025**

Information an Wettbewerbsteilnehmer\*innen mit der Bekanntgabe der drei besten Projektgruppen, die im Finale präsentieren.

**Mittwoch, 23.04.2025**

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

## Kontakt:

Melanie Mitterbacher

Marketing & Kommunikation

T +43 505 333 – 1410

E melanie.mitterbacher@btv.at

## 6. Preise

Die siegreiche Gruppe erhält für ein Jahr die BTV Marketing Trophy. Die Trophäe wandert von Jahr zu Jahr zur siegreichen Schule. Außerdem erwarten die Finalist\*innen attraktive Geldpreise.

1. Platz 2.500,- Euro
2. Platz 1.500,- Euro
3. Platz 1.000,- Euro
4. Platz 300,- Euro
5. Platz 250,- Euro
6. Platz 150,- Euro

# ACHTUNG NEU:

## Executive Summary

Um der Vorjury einen guten Überblick über eure Arbeiten zu geben und ihre Neugierde zu wecken, reicht bitte parallel zu eurer Abschlussarbeit eine Executive Summary ein. Sie fasst den Inhalt des Dokuments kurz und prägnant zusammen. Der Umfang sollte maximal zwei Seiten sein.

Folgende Punkte sollten für die Erstellung berücksichtigt werden:

### **1. Erklärung der Problemstellung /Aufgabenstellung**

Wie ist die Ausgangslage? Wie wollt ihr die Problemstellung bearbeiten? Wo gibt es Verbesserungs-/Änderungsbedarf? Was ist eure Produkt- oder Dienstleistungs idee?

### **2. Relevanz der Arbeit**

Worin genau besteht die Relevanz eurer Arbeit? Was ist euer Beitrag z. B. im Hinblick auf Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Umwelt? Für wen ist eure Arbeit relevant?

### **3. Aufzeigen des theoretischen Rahmens / methodische Vorgehensweise**

Welche Art von Literaturquellen / theoretischen Inhalte habt ihr herangezogen, um eure Problemstellung zu lösen? Welche Forschungsmethode/n habt ihr verwendet?

### **4. Zusammenfassung der Ergebnisse**

Kurz zusammengefasst: Was waren eure wichtigsten Ergebnisse?

### **5. Schlussfolgerungen und Erkenntnisse**

Welche Schlussfolgerungen zieht ihr? Welche Erkenntnisse habt ihr für euch gewonnen bzw. in Bezug auf das Unternehmensprojekt allgemein?