



WETTBEWERBSAUFGABE: DPRG/GPRA-JUNIOR-AWARD 2025

ZEIGE BEIM JUNIOR-AWARD 2025 DEIN KOMMUNIKATIONSKONZEPT!

Entwickle ein Markenkommunikationskonzept aus der Praxis mit gesellschaftlichem und sozialem Nutzen – im Zweier-Team oder allein. Die beiden siegreichen Konzepte in den Kategorien Young Professionals und Studierende gewinnen jeweils 1.000 Euro Preisgeld und eine TUI-Reise für zwei Personen.

ANMELDESCHLUSS: 31. JANUAR 2025
ABGABESCHLUSS FÜR DAS KONZEPT: 14. APRIL 2025



AUSGANGSLAGE

Der Ruf deutschen Weines und seiner Anbaugebiete ist durchschnittlich und geht dem ausländischer Weine gegenüber oft unter – zu Unrecht. Eine der beliebtesten Weinbauregionen ist Baden. Unter dem Slogan „Wein aus dem Garten Deutschlands“ zeigt die Region auf, welche Kombination für den Anbau der Reben notwendig ist – Sonne und ausreichend Sommerniederschläge.

Qualitätsvorteile und Vielfalt prägen das Weinanbaugebiet bis heute.

Innerhalb dieser Weinbauregion ist die Kulturlandschaft Ortenau ein Hidden Champion: Unter Experten bekannt für die Qualität und Vielfalt ihrer Weine, angeführt von Riesling (weiß) und Spätburgunder (rot), angereichert durch viel alte und junge Rebsorten, aber auch innovative Bioweine und hitzeresistente Sorten und dies quer durch alle Qualitäts- und Geschmacksegmente. Allerdings nimmt die Bekanntheit von Qualität und Vielfalt mit zunehmender regionaler Entfernung im allgemeinen Bewusstsein schnell ab. Dies gilt nicht nur für diesen Wein, sondern auch für seine Kulturlandschaft als eine besondere, vom Weinbau geprägte Ferien-, Reise- und Erlebnisregion, die dem mittleren und nördlichen Schwarzwald vorgelagert ist.

Das „Weinparadies Ortenau“ ist als eingetragener Verein eine Interessengemeinschaft von 44 Winzern und Winzergenossenschaften der Ortenau sowie 22 weinbautreibenden Gemeinden der Kreise Ortenau, Rastatt und Baden-Baden. Sie verfolgen gemeinsam das Ziel, die Besonderheit ihrer von den Steillagen ihres Weinbaus geprägten Kulturlandschaft und ihrem Kulturgut Wein angemessene Beachtung zu verschaffen. In der Vergangenheit war diese Arbeit weitgehend auf Aktivitäten im Tourismusmarketing ausgerichtet bzw. beschränkt, um über Landschaft und landschaftstypische Veranstaltungen das Bewusstsein auf den Ursprung der Aktivitäten





AUFGABE

Hier setzt die Arbeitsaufgabe an: Entwickle eine mittelfristig wirksame Markenkampagne (Identität, Bekanntheit, Image) für das „Weinparadies Ortenau“. Im Rahmen dieser sollten die Besonderheiten als Kulturlandschaft und insbesondere der Weinbau und die Qualität und Vielfalt ihrer Weine profiliert und positioniert werden.

Eine zentrale Zielgruppe können 25- bis 50jährige sein.

Erste Infos: <https://www.weinparadies-ortenau.de>

Hinweis: Die weinbauliche Region Ortenau (Granitböden) ist kleiner und damit nicht identisch mit dem politischen Ortenaukreis.

FORMALIA FÜR DIE ABGABE

- Konzeptreichung als Präsentation (PDF)
- Management Summary auf max. 2 Din A4-Seiten (PDF)
- Lebenslauf auf max. 2 Din A4-Seiten (PDF)

WEITERE INFOS

- Incentives: Du profitierst von fünf Online-Workshops während des Wettbewerbs.
- Als Finalistin oder Finalist präsentierst du dein/euer Konzept Mitte Mai 2025 vor der Jury des Junior Award und nimmst abends an der Verleihung des Deutschen PR-Preises teil.
- Kontakt: prpreis@oberauer.com
- Mehr über die Teilnahmebedingungen und weitere Details: pr-preis.de/junior-award

