

Pressemitteilung

12. INA: Mit „Rebels on bike“ sagen E-Bikes Autos den Kampf an – selbstbewusste INA-Siegerin kommt aus Frankfurt

- Sina Weimert siegte mit ihrem kämpferischen Konzept „Rebels on bike“ und gewann Gold
- Studieninstitut zeichnete die besten Jungtalente der Branche aus und verlieh Preise in Gold, Silber und Bronze am 18. Januar 2017 auf der BEST OF EVENTS
- Junges Moderationstalent Lara Zell führt mit Moderator Aljoscha Höhn durch die Preisverleihung

Düsseldorf, 18. Januar 2017 – Das Bild vom E-Bikefahren sollte radikal verändert werden, so lautete die Wettbewerbsaufgabe beim 12. INA Internationaler Nachwuchs Event Award. Sie stammte erneut aus der Feder der MATT CIRCUS GmbH, Agentur für monumentale Kommunikation, aus Köln. Es galt einen deutschlandweiten Launch zu planen, für die neue E-Bike-Marke GOLD, ein junges und zugleich kapitalstarkes Unternehmen. Neben klassischer und Online-Werbung soll eine integrierte Live-Kampagne gestartet werden, die die sozialen Netzwerke befeuert. Pressekonferenz, Shop-Eröffnungen, Promotions und Guerilla-Maßnahmen waren Pflicht. Über 23 junge Kreative ergriffen die Chance und sandten ihr Konzept ein.

Mit ihrer Leidenschaft fürs Radfahren und einem energiegeladenen Konzept überzeugte Sina Weimert aus Frankfurt, Konzeptionerin bei VOSS+FISCHER. Die jetzt 28-Jährige ersann das Konzept „Rebels on bike“, das nicht nur der angestrebten Zielgruppe auf den Leib geschneidert, sondern im weitesten Sinne auch eine „Kampfansage“ an alle Autofahrer sein sollte. Die Jury fand das Konzept „charmant-rebellisch“ und in ihrem Urteil heißt es: „Rebels on bike wird im Rahmen des Konzepts konsequent über alle Launchmaßnahmen gelebt. Die Botschaft: Der Rebell, der die Stadt einnimmt und sogar die Autofahrer ‚von der Straße drängt‘. Das Unternehmen und sein neues Produkt werden konsequent integriert.“

Siegerin Sina Weimert war Feuer und Flamme für die Wettbewerbsaufgabe, denn „Sina goes for INA ist einfach catchy“, sagte sie selbstbewusst. Sie freue sich umso mehr über den ersten Preis in Gold und meinte: „Toll! Ich hatte sehr viel Spaß an der Aufgabe. Es war ein tolles Briefing und gleichzeitig eine große Herausforderung, da ich gleichzeitig eine Prüfung, einen Job und die INA-Aufgabe bewältigen musste. Aber unter Druck arbeitet es sich gut!“ Sie rät anderen Nachwuchstalenten auf jeden Fall beim INA mitzumachen, denn „ein solche Chance, ein komplettes Konzept mit einem großen Budget und solchen spannenden Aufgaben zu bewältigen, bekommt man als Einsteiger ja nicht. Auf jeden Fall ausprobieren!“

Den zweiten Platz in Silber erzielte Anita Wan (24). Sie ist Junior-Konzeptionerin bei Pure Perfection, Wiesbaden, und ihr Konzept heißt „RIDE to live better“. Nicht nur das Produkt solle begeistern, sondern auch der damit zu verbindende Lifestyle, der das elektrisierende, pulsierende Leben in den Vordergrund stelle, so die Jury.

Freelancer im Bereich Konzeption, Andreas Koch, freute sich über den dritten Platz und damit über Bronze. Der 27-Jährige überzeugte mit seiner Schreibe für seine Aktion „Erschaffe das Bike, das zu Dir passt“. Mit „Texterblut in den Adern“ tritt er als Stani Tellow auch bei Poetry Slams auf und kommuniziert im Social Web.

Briefingpartner MATT CIRCUS GmbH kreierte dieses Mal mit dem „Goldenen Arschtritt“ ein ungewöhnliches Leitmotiv für die bundesweite Kampagne. Vielleicht gerade deshalb wurden grandiose Ideen eingereicht, die die Jurymitglieder begeisterten: Kai Janssen, MATT CIRCUS; Martin Stemerding, Party Rent Group; Jan Kalbfleisch, FAMAB Kommunikationsverband; Peter Dettmering, BROICH CATERING & LOCATIONS; Peter Blach, BlachReport und Prof. Dr. Ulrich Wünsch, SRH Hochschule der populären Künste.

Initiator des INA ist das Studieninstitut für Kommunikation, das seit 12 Jahren den renommierten Wettbewerb ausschreibt. Michael Hosang, Geschäftsführer des Studieninstituts, freut sich über das Ergebnis: „Es ist uns gelungen, mit unserem lauten Leitmotiv auf den INA aufmerksam zu machen und wieder viele junge Kreative zu erreichen.“

Auch in diesem Jahr haben sich die INA-Partner tolle Reise-Prämien mit Erlebnischarakter einfallen lassen. Großzügig gesponsert von Atout France, Lyon Tourism and Conventions Center, gibt es für den ersten Platz in Gold einen dreitägigen Aufenthalt in Lyon mit einer Teilnahme am Festival „Les Nuits Sonores“. Der Sieger des INA in Silber darf sich über einen dreitägigen Aufenthalt im Grotta Giusti, einem Hotel der Italian Hospitality Collection, in der Toskana mit Lufthansa-Flug freuen. Der dritte Platz ist eine dreitägige Reise nach München oder Wien mit Übernachtung in einem Ruby Hotel. Die Preise für die Plätze 2 und 3 wurden neben den Hotelpartnern von maximice unterstützt.

Die Sieger wurden am Abend vor großem Publikum ausgezeichnet. Ein weiterer Höhepunkt war die Moderation von Aljoscha Höhn und Lara Zell. Die 20-Jährige hatte am 13. Dezember 2016 beim fünften Wettbewerb um die beste Nachwuchsmoderation den ersten Platz erreicht. Siegerprämie war die Moderation des INA Awards. Initiatoren des Wettbewerbs für Nachwuchsmoderation: das Studieninstitut für Kommunikation und der BlachReport mit Unterstützung von Natascha Zuraw Coaching.

Fotonachweis: Sieger des 12. INA Internationaler Nachwuchs Event Award //

Gruppenfoto Bildunterschrift: Die glücklichen Sieger des 12. INA: Anita Wan (4.v.l.), Andreas Koch (Mitte), Sina Weimert (3.v.r.). Mit ihr freuten sich (v.l.n.r.) NaWuMo-Gewinnerin Lara Zell und die Sponsoren Faustine Maugat (Lyon Tourism and Conventions Center), Tabea Hörnschemeyer (Atout France), Tobias Koehler (Ruby Hotels), Markus Lüthge (maximice), Michael Hosang (Studieninstitut) und Moderator Aljoscha Höhn.

Quelle: Studieninstitut für Kommunikation GmbH, Fotografin: Isabella Thiel

Mehr Informationen zum INA finden sich unter www.ina-award.de. Fortlaufende News und Insights gibt es in den Online-Communities bei Facebook und Twitter:

https://twitter.com/INA_Award

<https://www.facebook.com/INA.Award>

INA-Partner sind unter anderem: MATT CIRCUS, Party Rent Group, FAMAB Kommunikationsverband, BROICH CATERING & LOCATIONS, BlachReport, SRH Hochschule der populären Künste, Atout France, Lyon Tourism and Conventions Center, Italien Hospitality Collection, Grotta Giusti, Maximice, Deutsche Lufthansa, Ruby Hotels, maximice, Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH, Studieninstitut für Kommunikation GmbH.

Informationen gibt es auch bei unserem INA Team unter Fon: 0800/77 92 37-0 (kostenfrei im dt. Festnetz); Ihre Mail senden Sie bitte an: info@ina-award.de

Studieninstitut für Kommunikation GmbH

Tanja Barleben

Pressesprecherin

Reisholzer Werftstraße 35

40589 Düsseldorf

Fon: +49 (0) 211/77 92 37-0

Fax: +49 (0) 211/77 92 37-27

Mail: tbarleben@studieninstitut.de

www.studieninstitut.de

Petra Zimmermann

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Studieninstitut für Kommunikation GmbH,

gegründet 1998 in Düsseldorf, ist spezialisiert auf praxisorientierte Ausbildungen und Weiterbildungen mit den Schwerpunkten Kommunikation, Online-Marketing, PR, Werbung, Eventmanagement, Management und Wirtschaft. In Kooperation mit renommierten Hochschulen werden berufsbegleitende Studiengänge zu Fachthemen gestaltet. Für Unternehmen bietet das Studieninstitut hochwertige Inhouse-Trainings und -Coachings an. Experten aus Wirtschaft und

Wissenschaft vermitteln direkt anwendbares Wissen. Das Bildungsangebot ist modular aufgebaut und wird fortlaufend auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes überprüft. Das Unternehmen ist zur Qualitätssicherung nach DIN EN ISO 9001:2008 und AZAV zertifiziert. Ausgewählte Fortbildungen sind IHK geprüft sowie als Fernunterricht staatlich zugelassen (ZfU). Der Bildungsanbieter engagiert sich nachhaltig und ist als „Sustainable Company“ durch den FAMAB Kommunikationsverband e.V. zertifiziert.

Das Studieninstitut arbeitet aktiv in Fachverbänden und unterstützt zahlreiche Branchenveranstaltungen. Gemeinsam mit Partnern lobt das Unternehmen den Wettbewerb zum besten Nachwuchs-Moderator aus und ist seit 2006 Initiator des INA Internationaler Nachwuchs Event Award. Neben dem Hauptsitz in Düsseldorf gibt es Standorte in München, Hamburg und Berlin.