

**brandex  
fresh  
award**

is calling

2026



# einreichung und deadlines

## **BrandEx Fresh**

Beim BrandEx-Fresh Wettbewerb geht es um frische Ansätze von jungen Talenten! Wir suchen eine originelle Idee für eine kanalübergreifende Live-Kommunikations-Kampagne. Die Teilnahme am Nachwuchsaward ist kostenlos und die Einreichungen sind an keine bestimmten Projektzeiträume gebunden.

## **Wer darf mitmachen?**

Alle kreativen Nachwuchstalente aus der Branche bis einschließlich 30 Jahre – egal ob Auszubildende, Student:innen, Junior:innen oder Freelancer:innen. Allein oder im Team mit maximal 5 Teilnehmenden.

## **Bis wann könnt ihr einreichen?**

Bis spätestens zum 11.11.2025 per E-Mail an [fresh@brand-ex.org](mailto:fresh@brand-ex.org)

## **Interesse am BrandEx Fresh 2026?**

Damit wir besser planen können und im Austausch bleiben, freuen wir uns, wenn ihr uns bis spätestens 01.10.2025 unverbindlich euer Interesse an einer Teilnahme am Wettbewerb mitteilt. Schreibt einfach eine kurze E-Mail an: [fresh@brand-ex.org](mailto:fresh@brand-ex.org). So können wir euch rechtzeitig mit Tipps, wichtigen Infos und Antworten auf eure Fragen versorgen – und ihr bleibt immer auf dem Laufenden! Folgt auch unseren Social-Media-Kanälen – dort gibt's wertvolle Tipps. Natürlich könnt ihr eure finale Einreichung bis zum 11.11.2025 einreichen.

## **Wann erfahrt ihr, ob ihr gewonnen habt?**

Ihr werdet nach Einreichungsende rechtzeitig informiert.

Die Preisverleihung findet am 14.01.2026 am Abend in Dortmund statt.

# L'Osteria Next Level



# L'Osteria

## la dolce vita

### Über L'Osteria

Seit der Eröffnung des ersten Standorts 1999 in Nürnberg steht L'Osteria für authentisch italienisches Lebensgefühl & Gastfreundschaft, wagenradgroße Pizzen, leckere Pasta, ein einzigartiges Restaurantambiente – und das zu einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Heute ist die Marke an über 200 Standorten in zehn Ländern vertreten. Das Versprechen: The Joy of Italy – everywhere for everyone. Im Zentrum stehen die „beste beste Pizza & Pasta d'Amore“ gepaart mit herzlichem Service, exklusiven Interior und fairen Preisen. So wird jeder Besuch bei L'Osteria zu einem Stück moderner Dolce Vita.

### Ausgangssituation & Herausforderung

In einer Welt, in der Genuss oft dem Sparkurs zum Opfer fällt, will L'Osteria zeigen: Guter Geschmack muss kein Luxus sein. Doch wie bleibt man als Marke relevant für die nächste Generation? Wie kommuniziert man Werte ohne „billig“ zu klingen? Und wie lädt man ein, ohne sich aufzudrängen?

### Was eure Kampagne leisten soll

- Markenimage stärken: L'Osteria als Wohlfühlort und modernen Treffpunkt für die Gen Z positionieren.
- Community & Erlebnis schaffen: Die Marke über die Restaurantwände hinaus als lebendige Begegnungsplattform erlebbar machen.
- Physisch & digital verbinden: Kreative Verknüpfung von Live-Kommunikation und digitalen Touchpoints.
- Optional – Employer Branding: L'Osteria als emotional attraktiven Arbeitgeber für junge Talente präsentieren.



# L'Osteria next level

## Aufgabe

Entwickelt eine kreative, kanalübergreifende Live-Kampagne, die L'Osteria als modernen „Place to Be“ für die neue Generation positioniert – ohne dabei den Markenkern zu verlieren.

## Ziel

Schafft Erlebnisse, die verbinden.  
Erzählt Geschichten, die bleiben.  
Denkt L'Osteria nicht nur als Restaurant, sondern als Lovebrand, als Lebensgefühl, als Treffpunkt, als Bühne für das Miteinander von heute und morgen.

## Budget

Der Budgetrahmen beträgt 250.000 Euro netto. Launch der Kampagne soll 2026 sein.

## Anforderungen an eure Kampagnenidee

Entwickelt eine kreative, umsetzbare Idee, die:

- kanalübergreifend funktioniert: Live, Digital, Social, Guerilla etc.
- spannende Live-Konzepte in den Restaurants
- emotional anspricht und echte Fans in der GenZ generiert
- eine klare, eigenständige kreative Leitidee verfolgt
- das authentisch italienische Lebensgefühl der Marke erlebbar macht
- innovative und zukunftsfähige Ansätze verfolgt inklusive Nachhaltigkeit mit Fokus auf soziales Engagement und Diversity

## Key Messages - Markenkern, der bleiben muss

- Authentisch italienischer Geschmack ohne Kompromisse
- Gemeinsam genießen zum fairen Preis
- Beste Pizza & Pasta d'Amore, frisch, hochwertig, herzlich serviert.
- Wohlfühlatmosphäre wie in Bella Italia

## Zielgruppen

Im Mittelpunkt steht die Gen Z: junge Menschen zwischen 18 und 30 Jahren – Schüler:innen, Azubis, Studierende und Berufseinsteiger:innen, und Young Professionals. Diese Zielgruppe ist preisbewusst, gemeinschaftsorientiert, digital unterwegs und offen für neue Erlebnisse – aber auch kritisch gegenüber Marken. Sie zu erreichen, erfordert Kreativität, Nahbarkeit und Relevanz.

Weitere Zielgruppen, die im Konzept optional mitgedacht werden können:

- Junge Familien (Kontext von Wochenendaktivitäten, kinderfreundlicher Gastronomie)
- Potenzielle neue Mitarbeitende im Gastro-Bereich (Falls Employer Branding Teil eurer Kampagnenidee ist, könnt ihr diesen Aspekt gezielt in die Story integrieren – z. B. über authentische Einblicke, Erlebnisse oder Events für Bewerber:innen)



# Bewertungs- kriterien

**Eure Einreichung soll begeistern –  
inhaltlich & visuell!**

- Das Konzept soll nicht mehr als 25 Charts umfassen. Oftmals ist weniger mehr.
- Begeistere die Jury in einem kurzen Video (Querformat) mit deiner Idee und deiner starken Botschaft, in maximal 2 Minuten!
- Bis zum 11.11.2025 kannst du dein Konzept per E-Mail an [fresh@brand-ex.org](mailto:fresh@brand-ex.org) schicken.
- Wichtig: Präsentiert euch mit Freude, Klarheit und Innovationskraft!

**Die Jury bewertet in vier Kategorien:**

## **1. Konzept & Kreation (40%)**

- Idee: Ist die Idee einzigartig, originell und aktivierend?
- Stringenz: Ist die Leitidee klar und durchgängig umgesetzt?
- Kampagnenfähigkeit: Funktioniert sie kanalübergreifend – live & digital?
- Innovationskraft: Bringt sie neue Impulse, kreative Tools oder Technologien?
- Markenaffinität: Passt sie zur Marke L'Osteria?
- Zielgruppe: Trifft sie die Zielgruppe und aktiviert sie? Ist sie relevant für die Zielgruppe?

## **2. Konzeptrealisation (20%)**

- Integration: Wie gut lässt sich die Idee in die Marke L'Osteria integrieren?
- Realitätscheck: Ist die Umsetzung realistisch (Zeitplan, Ressourcen, Logistik)?
- Finanzierung: Kann das Projekt im vorgegebenen finanziellen Rahmen umgesetzt werden?

## **3. Präsentation (25%)**

- Konzept: Erkennbarkeit einer eigenen visuellen und sprachlichen Handschrift. Überzeugt die Einreichung durch klare Struktur und einen überzeugenden Aufbau?
- Video und Präsentation: Hierbei steht nicht die Visualisierung im Vordergrund, sondern die Übertragung der Inhalte: Kommen Sie kurz und knackig rüber? Wie verkauft sich der Präsentator? Sind Darstellung und Kommunikation innovativ?

## **4. Nachhaltigkeit & Diversität (15%)**

- Wurde an soziales Engagement und Diversity gedacht?
- Gibt es clevere, zukunftsorientierte Ansätze?



**BRAND  
EX**

International Festival  
of Brand Experience

BRAND  
EX

### Initiatoren

AktivMedia Marketing- und Medienkommunikation GmbH  
fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft  
Westfalahallen Unternehmensgruppe GmbH  
Studieninstitut für Kommunikation GmbH

### Veranstalter

Westfalahallen Unternehmensgruppe GmbH  
Marketing & Sales  
Strobelallee 45  
44139 Dortmund

Telefon: 0231 / 12 04-0

Fax: 0231 / 12 04-724

E-Mail: [medien\[at\]westfalahallen\[dot\]de](mailto:medien[at]westfalahallen[dot]de)

Hauptgeschäftsführerin: Sabine Loos

Aufsichtsratsvorsitzender: Uwe Waßmann

Ansprechpartner Marketing & Sales

Li Listmann (Leitung / Marketing & Sales)

Sitz der Gesellschaft: Dortmund

Steuer-Nummer: 314/5700/0434

Umsatzsteueridentifikationsnummer: DE124643886

Handelsregister: HRB 2522, Amtsgericht Dortmund

Kammer: IHK Dortmund

**fwd:**  
Bundesvereinigung  
Veranstaltungswirtschaft

  
MESSE  
DORTMUND

**BlachReport**  
 **STUDIENINSTITUT**  
FÜR KOMMUNIKATION  
Upgrade your knowledge