

Berätta för 100 andra!

Reklamtävling för ungdomar i högstadiet och gymnasiet

Reklamtävling

Låt eleverna göra sin egen kampanj för att påverka andra inom ämnet *Trafik & alkohol*.

För att du ska hinna planera in arbete till nästa termin lanserar vi tävlingen redan nu. Tävlingen genomförs i samarbete mellan Prata Om Alkohol, MediaSmart och Don't Drink & Drive, Vägverket.

Årets tema är trafik & alkohol

Trafik och alkohol hör inte ihop! Vi önskar att ni utgår från följande tre huvudbudskap:

- Att aldrig köra när du är påverkad av alkohol eller droger!
- Vägra åka med en onykt förare!
- Hindra andra från att köra påverkade!

Tävlingen går ut på...

Låt unga på ett konkret och lustfyllt sätt sätta sig in i både alkoholens konsekvenser i trafiken och reklamvärldens spelregler. Vi har konstruerat tävlingen så att du kan göra den till ett ämnesöverskridande projektarbete likväl som en extrauppgift för intresserade elever. Som lärare väljer du självklart själv hur mycket lektionstid du lägger på tävlingen.

Mer om tävlingsupplägget hittar du i uppdragsmaterialet.

Målgrupp för tävlingen

Högstadiet- och gymnasieelever

Tävlingsjury

Jimmy Johansson Marknadschef Björn Borg
Peter von Satzger Informationschef MTV Networks
Johannes Innala Mediasmart
Nicke Bergström Creative Director
Per Hazelius Prata Om Alkohol
Sofia Persson Vägverket
Wayne Seretis Tv3, Tv6 & Tv 8

Tävlingsperiod

Tävlingen pågår till den 7 maj 2010.

Priser

De tre bästa tävlingsbidragen vinner fina priser till hela klassen. Förra årets vinnare fick ett pris värt 10 000 kronor

Beställ startpaket

Som inspiration och bakgrund har vi sammanställt ett spännande material med film, fakta, lektionsupplägg och tips som du kan använda för att sätta igång arbetet.

Är du intresserad av att delta kan du beställa vårt kostnadsfria startpaket:

- Spelfilmer: "Gräsmark – var så tyst och stilla" (åk 7-9) eller "Farväl lillebror" (Gymn.)
- Övning för att sätta igång arbetet
- 3 novellsamlingar

Kontakta

Prata Om Alkohol
E-post: info@prataomalkohol.se
Tel: 08-410 214 60





Berätta för 100 andra!

Ditt uppdrag

Alkohol och trafik hör inte ihop! Problemet är bara att alla inte tycks förstå det. Det är svårt för samhället att komma åt problemet och därför har du nu fått i uppdrag att skapa uppmärksamhet runt frågan.

Ett eller fler av dessa tre huvudbudskap bör du få med i din kampanj:

- "Att aldrig köra när du är påverkad av alkohol eller droger!"
- "Vägra åka med en onyktet förare!"
- "Hindra andra från att köra påverkade!"

Koncept

Hitta en slogan, ett ord, en bild eller en idé, formulera den och bygg din kampanj på den.

Kampanjens målgrupp

Välja vilka du vill påverka med din kampanj. Några förslag: elever på din skola, ungdomar i allmänhet, föräldrar, lärare, m.fl.

Välj var din kampanj ska synas

Välj var du vill att din kampanj ska synas. Här följer några exempel: event, affischer, annonser, insändare i tidning, hemsida, Facebooksida, klistermärken, reklamfilm, pjäs, uppsprolista, youtube-film, blogg, konsert, mm.

Research

Inspireras av annan samhällsinformation och reklamfilmer från till exempel Returpack, IQ, Friends och Rädda Barnen och prata med människor runt om och lyssna på deras erfarenheter av alkohol och trafik. Samla in bakgrundsfakta från hemsidor som till exempel;

- www.prataomalkohol.se
- www.mediasmart.se
- www.vv.se/ddd

Värt att tänka på...

- Fler killar än tjejer kör på fyllan
- Varje vecka dör 2 personer i alkoholrelaterade trafikolyckor
- Hälften av singelolyckorna med dödlig utgång är alkoholrelaterade

Redovisa

Redovisa hur du gått till väga och använd det färdiga tävlingsformuläret på nästa sida.

Ordförklaringar

Kreativ brief En kreativ brief innehåller den fakta som uppdragsgivaren (kunden) vill ska finnas med i kommunikationen.

Byrån Reklambyrå är ett företag som hjälper andra företag med bland annat marknads-föring.

Målgrupp En målgrupp är den grupp personer som t.ex. en viss reklam, eller annan marknadsföring riktar sig till.

Kommunikationskanaler De sätt som finns för att sprida ett budskap.

Kreatörerna Kreatörer är alla som skapar något oavsett om det är som motivlackerare eller författare. På en reklambyrå menar man oftast, Art Directorn (AD:n) den som gör formen och copywritern (copyn) som skriver texten.

Kampanjen En reklamkampanj är ett företags sätt att med olika reklammetoder försöka övertyga kunderna att köpa en eller flera produkter av företaget.

Event Ett event är en händelse som får medieuppmärksamhet. I reklambranschen kan ett event vara allt från att dela ut en ny läsk på stan till att sminka kvinnor så att det ser ut som om det fått stryk för att uppmärksamma kvinnomisshandel.

Koncept Ett koncept är en övergripande och bärande.



Namn på deltagare_____

Klass_____

Lärare_____

Lärarens e-post och/eller telefonnummer_____

Skola_____

Idé och koncept – Beskriv kortfattat er idé och hur ni tänkt:

Målgrupp – Vilken målgrupp valde ni och varför?

Antal mottagare av ert budskap – Hur många tror ni har tagit del av er kommunikation och på vilket sätt? (exempel 100 personer har läst vår blogg)

Vi bifogar följande material för att visa upp vår kampanj:

(Exempel: länk till hemsida, facebookgrupp, en PDF med bilder, youtube-film, foton på affisch eller vid event!) Kom ihåg att märk upp dina/era tävlingsbidrag med ert, skolans och lärarens namn!

Skickas till:

info@prataomalkohol.se

Fysiskt material skickas till:

Prata Om Alkohol
Peter Myndes Backe 12
118 46 Stockholm
Telefon: 08-410 214 60

