

# MAX Talent Creative Challenge 2026

Briefing für eine Social First Direct Campaign für die UNO-Flüchtlingshilfe

## Die Challenge

Junge Menschen stehen humanitären Themen offen gegenüber, engagieren sich jedoch selten aktiv. Entwickelt eine Social First Paid Kampagne auf Instagram, die junge Erwachsene erstmals in den Dialog mit der UNO-Flüchtlingshilfe bringt und sie zu einer konkreten ersten Handlung motiviert.

Gesucht wird keine klassische Werbung, sondern eine dialogische Aktivierungs-Idee mit klarer Wirkung.

## Der Kunde

Die UNO-Flüchtlingshilfe ist der deutsche Partner des UNHCR und mobilisiert seit über 40 Jahren Unterstützung für Menschen auf der Flucht weltweit. Die Kommunikation ist empathisch, sachlich und menschenzentriert.

## Die Aufgabe

Entwickelt eine kreative Kampagnenidee, die:

- auf Instagram als Paid Kampagne funktioniert
- Interaktion und Dialog initiiert
- eine (nachhaltige) Beziehung zur Zielgruppe aufbaut
- zu einer konkreten Handlung führt

Wichtig: Denkt in Journeys, nicht in einzelnen Posts.

## Ziel & CTA

Ziel ist es, junge Erwachsene erstmals aktiv einzubinden. Die Kampagne soll zu mindestens einer der folgenden Handlungen führen:

- Newsletter abonnieren
- dem Instagram-Kanal folgen

Spenden können optional mitgedacht werden, stehen aber nicht im Fokus.

## Zielgruppe

Junge Erwachsene zwischen 18 und 30 Jahren mit grundsätzlich offener Haltung gegenüber gesellschaftlichen Themen, die sich bisher wenig aktiv engagieren.

## Was wir suchen

Wir suchen Ideen, die zeigen, wie dialogorientiertes Marketing Menschen aktiv einbezieht.

Die Kampagne startet mit einer Paid Ad auf Instagram und führt anschließend in eine nachvollziehbare Interaktions- oder Aktivierungs-Journey.

Mögliche Ansätze können beispielsweise sein:

- Creator- oder Influencer-Konzepte
- Challenges oder Mitmach-Mechaniken
- Gamification
- interaktive Story- oder Entscheidungsformate
- Community- oder Participation-Mechaniken
- Conversational Ansätze (Kommentare, DMs)
- User-Generated Content
- Social Experiments oder Co-Creation

Entscheidend ist, dass echte Interaktion entsteht und die Kommunikation nicht einseitig bleibt.

## Was ihr einreichen sollt

Ein Kampagnenkonzept auf maximal 10 Slides mit:

- Idee
- User Journey
- Mechanik
- Haupt-CTA
- Rolle der Paid Ads
- erwarteter Wirkung

Wichtig: Der Fokus liegt auf der Idee, nicht auf der Produktion oder dem Design eurer Präsentation.

Gebt bei eurer Einreichung den Ansprechpartner inkl. Kontaktdaten sowie die Namen und Funktionen der Teammitglieder an (nicht auf dem Template).

StudentInnen: Bitte legt den Unterlagen eure Immatrikulationsbescheinigung bei.

## **Unterstützung durch Paten**

Während der Challenge-Phase stehen euch erfahrene Kreative und Marketingprofis als Paten und SparringspartnerInnen zur Seite. In mehreren Sessions könnt ihr mit ihnen eure Ideen besprechen. Sie helfen bei Fragen zur Strategie, Idee und Ausarbeitung und sorgen für faire Bedingungen für alle Teilnehmenden.

## **Timing**

- Kick-off & Briefing Sessions: März 2026
- Challenge-Phase: März bis Mitte April 2026\*
- Jurierung: April 2026
- Shortlist: Ende April 2026
- Preisverleihung: 4. Mai 2026 beim MAX-Award in Hamburg

## **Bewertungskriterien**

- Stärke der Idee
- Dialog- und Aktivierungslogik
- Relevanz für die Zielgruppe
- Kreativität
- Wirkungspotenzial

## **Warum ihr teilnehmen solltet**

Der MAX Talent Award ist einer der bedeutendsten deutschen Kreativwettbewerbe mit realer Wirkung. Ihr erhaltet die Chance auf Sichtbarkeit auf der Bühne des MAX Awards, die Möglichkeit einer realen Umsetzung eurer Idee, einen starken Portfolio-Case sowie den Austausch mit führenden Kreativen der Branche.

Gleichzeitig ist der Wettbewerb ein echter Karriere-Boost und bietet euch die Gelegenheit zu zeigen, wie ihr Kommunikation heute denkt.

Wir suchen dabei keine perfekten Präsentationen, sondern starke Ideen, mutige Ansätze und neue Perspektiven darauf, wie Kommunikation Menschen erreichen und bewegen kann.

## Wer darf teilnehmen?

Die Challenge richtet sich an Studierende, Auszubildende und BerufseinsteigerInnen mit bis zu drei Jahren Berufserfahrung aus den Bereichen Marketing, Kommunikation, Werbung, Design, Gestaltung und verwandten Disziplinen.

Teilnehmen können Einzelpersonen ebenso wie Teams. Eine Teilnahme ist unabhängig davon möglich, ob ihr an einer Hochschule studiert, eine Ausbildung macht oder bereits in einer Agentur oder einem Unternehmen arbeitet.

Wichtig ist allein die Bereitschaft, eine kreative Idee zu entwickeln und sich mit der Aufgabe auseinanderzusetzen.

## FAQ

- **Wo werden die Kampagnen ausgespielt?** Die Kampagnen werden nur in Deutschland ausgespielt
- **Gibt es eine Landingpage?** Es wird bei der UNO Flüchtlingshilfe mit Landingpages gearbeitet, die extra für die Kampagnen erstellt werden. Diese also gerne mitbedenken
- **Existiert ein Mediabudget?** Für die Fundraising-Kampagnen, die z.B. über Paid Social ausgespielt werden, existiert immer ein Mediabudget. Die Höhe wird aber je nach Kampagne (und Potenzial) definiert.
- **Styleguide [hier](#)**

## Fragen und Kontakt:

[info@max-award.de](mailto:info@max-award.de)

\* Folgende je 15-minütige Mentoring Sessions bieten wir an:

30.03. zwischen 17.00h und 19.00h

31.03. zwischen 17.00h und 19.00h

02.04. zwischen 17.00h und 19.00h

09.04. zwischen 17.00h und 19.00h

Sucht euch einen Termin aus und meldet diesen über die [info@max-award.de](mailto:info@max-award.de) an. Ihr bekommt dann euren Teamszugang.