

Hauen und stechen?



Wie schon in den vergangenen Jahren hat der ADC-Kreativwettbewerb auch 2005 wieder für reichlich Resonanz in den einschlägigen Zeitschriften gesorgt. Doch etwas war anders in diesem Jahr: Erstmals bekam die Eventbranche die Möglichkeit, sich ebenfalls in diesem Umfeld zu präsentieren. Immerhin werden allein auf den Award-

Partys regelmäßig Tausende Besucher aus Unternehmen und Agenturen verzeichnet. Bisher war diese Möglichkeit einer gleichberechtigten Teilnahme den Vertretern aus dem Lager der Live-Kommunikation verwehrt, die Classic-Anhänger wollten eher unter sich bleiben.

Ergebnis dieser Premiere: Goldene Nägel gab es noch nicht, wohl aber immerhin einen „Silbernen“ für Atelier Markgraph – die Frankfurter Agentur konnte damit noch einmal bestätigen, was diverse Awards in den vergangenen Jahren sowie die Platzierung an zweiter Position des BlachReport-Kreativrankings ohnehin schon zeigten: Atelier Markgraph zählt kontinuierlich zu den Kreativposten in diesem Bereich. Ebenfalls Erfolge beim ADC-Award haben KNSK, Voss + Fischer, **The Event Company** oder auch facts+fiction eingefahren.

Mit diesem Ergebnis könnten die Vertreter der Event-Branche eigentlich zufrieden sein – bekommen Sie doch damit reichlich Würdigung in der Öffentlichkeit.

Eigentlich! Würde doch nicht gleich wieder die Kriegsbemalung aufgetragen und mit dem Säbel gerasselt. Worum es geht? Kaum zeichnet sich ab, dass es neben den EVA-Awards einen weiteren Premium-Award für Marketing-Events gibt, schaltet die FME-Geschäftsführung als Veranstalter der EVA-Awards auf „Angriff“ und will sich Matthias Kindler, im ADC-Vorstand Mitinitiator für die Einführung der „Kreativnägel“ für Events, „zur Brust nehmen“. Da werden „Sonderticker“ versandt, Kindler persönlich angegriffen und Funktionen verwechselt. Natürlich alles mit dem Vermerk „vertraulich“.

Warum eigentlich dieses Geschrei? Der FME hat doch eindeutig seine Qualitäten belegt und damit eine Position in dieser Branche erarbeitet und begründet – ebenso sein Eventtag und die Verleihung der EVA-Awards. Hauen und stechen ist gar nicht erforderlich, Eifersüchteleien sind unnötig.

Die Integration von Marketing-Events in den renommiertesten Kreativwettbewerb der Kommunikationsbranche bietet für die Live-Kommunikation enorme Möglichkeiten. Das sollte man vielleicht auch in der FME-Geschäftsführung akzeptieren. Die Mitglieder werden es danken.

Herzlichst


Ihr Peter Blach

Inhalt

- 4 AKTUELL
ADC-Awards erfolgreich
- 5 QUALIFIKATION
News
- 6 EVENT-SOFTWARE
Veranstaltungsmanagement
- 9 LOGISTIK
News
- 10 EVENTS
News
- 11 EVENTS
*Vorpositionierung für Sports
Tourer von Mercedes-Benz*
- 12 AGENTUREN
News
- 16 PEOPLE
Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES
- 23 INSIDE
Tanja Knecht
- 24 IMPRESSUM

Titelfotos: Avantgarde,
future:headz

ADC Wettbewerb 2005

Events erfolgreich

Die Kategorie Events, beim ADC Wettbewerb 2005 erstmalig vertreten, hat sich erfolgreich durchgesetzt. Diese Bilanz zieht der Art Directors Club für Deutschland (ADC) im Anschluss an die ‚Oscar-Verleihung der Kreativen‘. „Die Einführung der neuen Kategorie war ein Treffer“, stellt ADC Vorstandssprecher Michael Preiswerk fest. „Genauso wie Events aus der heutigen Kommunikationslandschaft nicht mehr weg zu denken sind, können wir uns unseren Wettbewerb ohne sie nicht mehr vorstellen. Das Potential in der Branche ist groß und ausbaufähig. Im nächsten Jahr erwarten wir noch mehr erstklassige Einreichungen.“

So wie es der hohe Anspruch des ADC will, hat die Jury strenge Maßstäbe an die insgesamt 41 eingereichten Eventarbeiten angelegt. Die Jurorengruppe, die für die Kategorie zuständig war, bestand aus ADC-Mitgliedern und -Experten wie Johannes Milla (Milla + Partner), Roland Lambrette (Atelier Markgraph), Matthias Kindler (The Event Company), Michael Keller (KMS) und Deneke von Weltzien (Jung

von Matt). Bei sämtlichen Exponaten wurde überprüft, inwieweit sie den traditionellen ADC Wettbewerbskriterien Originalität, Klarheit, Überzeugungskraft, Machart und Freude entsprechen.

ADC Vorstand und Juryvorsitzender Matthias Kindler: „Die Messlatte lag hoch. Wer für seinen Event vom Club der Kreativen geehrt wurde, hält jetzt mit Nagel oder Auszeichnung eine richtig harte Währung in den Händen. Die Medaillen zeigen Projekte, die weit über unsere Disziplin hinaus abstrahlen – mutige, außergewöhnliche Konzepte. Diese Arbeiten werden mit Sicherheit bei anderen Preisen bestehen.“ Für das nächste Jahr, so Kindler, wünsche sich der ADC, dass auch verwandte Disziplinen wie Corporate Architecture oder Retail Design den Club und seinen Wettbewerb als Plattform für die kreative Auseinandersetzung entdecken. In der Kategorie Events konnten ein silberner Nagel, zwei bronzene Nägel sowie zwei Auszeichnungen verliehen werden. Nachfolgend die Preisträger:

> **„Silber“ für Atelier Markgraph**

AUFTRAGGEBER: *Tourismus + Congress GmbH Frankfurt am Main*

PROJEKT: Museumsuferfest Frankfurt 2004
„Klang|Passagen – Symphonien einer Region“.

> **„Bronze“ für KNSK Werbeagentur GmbH**

AUFTRAGGEBER: *British American Tobacco (Germany) GmbH*

PROJEKT: Lucky Strike „Incognito Airport“.

> **„Bronze“ für Voss + Fischer marketing event agentur GmbH**

AUFTRAGGEBER: *Linde AG*

PROJEKT: Linde. 125 Years of New Ideas.

> **Auszeichnung für The Event Company**

AUFTRAGGEBER: *HypoVereinsbank AG*

PROJEKT: Die Festspiel-Nacht der HypoVereinsbank.

> **Auszeichnung für facts+fiction GmbH**

AUFTRAGGEBER: *Aktion Mensch*

PROJEKT: re:spect our future – die andere Jugendmesse.

INFO: www.adc.de