

## Highlights der Kreativität

*Die ADC Awards Show in den Berliner Premium Hallen setzte inszenatorische Benchmarks.*

Die Erwartungen der deutschen Werbe-Kreativen an ihr wichtigstes Branchentreffen sind immer hoch, in diesem Jahr waren sie höher. Erstens wegen des Location-Wechsels vom Tempodrom in das historische Industriereal „Premium Hallen“, zweitens wegen des deutlich erhöhten Eintrittspreises und last but not least wegen des ambitionierten Dress-codes: Smoking und Cocktailkleid waren gewünscht.

### *Die Eintrittskarte gibt den Ton an*

Um es gleich zu sagen: Ein gefühltes Drittel der teilnehmenden Herren hielt sich an die Vorgabe, bei den Damen war die Quote naturgemäß etwas höher. Wo bei nicht wenige der jüngeren Herren den Begriff „Black Tie“ (= Smoking-Zwang)

amüsieren. Das Ganze als postkartengroßes Wackelbild in Schwarz-Weiß. Technisch heißt so etwas „Lentikularbild“, und zwar 32-phasig! Der Betrachter staunt: Ihm wird nicht nur ein kurzer Wackler geboten, sondern ein ganzes Filmszenchen mit fröhlich applaudierenden Menschen. Diese Eintrittskarte machte Spaß.

### *Ein Laufsteg für 2.000 Gäste*

Würdiger und glamouröser sollte es also zugehen bei der diesjährigen ADC-Verleihung. Alles in allem spielte das Publikum outfit-technisch mit. Und das war auch gut so. Denn die rund 2.000 Gäste der ADC Awards-Show 2008 waren die wahren Stars des Abends.

Nichtsahnend suchte man sich nach dem Betreten der Premium-Halle seinen Weg

wurde zum kleinen Fest. Mehr Spaß noch als den überraschten Neankömmlingen bot dieser Laufsteg den Gästen, die an den Stehtischen links und rechts von ihm Beobachtungsposten bezogen hatten. Genüsslich wurde jeder mehr oder weniger glückliche Catwalk-Auftritt kommentiert. Außerdem war es durch das erhöhte Entree sehr einfach, neu ankommende Bekannte zu orten und kurz zu begrüßen. Insgesamt war der Saal-Eintritt über den Catwalk eine fulminante und in dieser Konsequenz auch innovative Gäste-Inszenierung, die bei jedem Außendienst-Kickoff hervorragend funktioniert hätte. Bei den ADC-Werbern leider nicht ganz. Unter den Gästen gab es eine signifikante Gruppe, die von der liebevollen Inszenierung so gut wie nichts mitkriegte.

### *„Die Innovation des Abends war das Gala-Dinner an Zehner-Stehtischen.“*

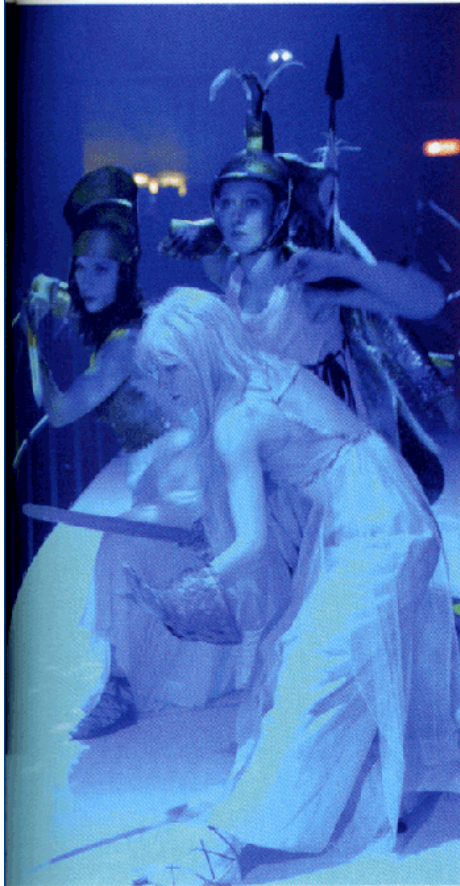
fehl interpretierten und gutwillig im Konfirmationsanzug mit schwarzem Beardigungsschlips erschienen. Die „Cocktailkleider“ waren auch nicht immer das, was sich die Veranstalter wohl darunter vorgestellt hatten.

Dabei hätten die Gäste doch nur vorher auf ihre Eintrittskarte schauen müssen, um den richtigen Ton zu treffen! Eine heitere Party-Szene aus den Dreißigern zeigt betont geschmackvoll gekleidete Herrschaften, die sich trotzdem bestens

durch einen reichlich nüchternen Backstage-Bereich, erklimm eine Art Hintertreppe mit Einblicken in die Wirtschaftsbereiche, schob einen Vorhang beiseite – und stand ganz oben auf einer glamourösen weißen Showtreppe, die in einen 83 m langen Laufsteg überging. Wer wollte, konnte ihn unter den Blicken der bereits Anwesenden bis ans Ende abschreiten und seinen großen Auftritt genießen. Die Einlass-Situation zog sich bei 2.000 Gästen entsprechend hin und

Diese Menschen – vorwiegend männlich, aber nicht nur – latschten die Showtreppe herunter wie auf dem Weg zur U-Bahn, setzten sich labernd im Pulk auf dem Laufsteg fest, versauten den Zuschauern die Sicht, den Nachfolgenden ihren Auftritt und dem Catwalk seinen Glamour. Ein Sabotageakt? Eher nicht, nur pure Ignoranz! Es gibt wohl kaum eine Zielgruppe, die so wenig Sinn für räumliche Inszenierung, für Live-Atmosphäre und Dramaturgie hat wie klassische Werbe-





## Die ADC-Awards-Show

- **Kunde:** ADC Art Directors Club e.V., Berlin
- **Agentur:** Milla & Partner, Agentur und Ateliers, Stuttgart
- **Konzept, Kreation, Produktion:** Milla & Partner (CD: Johannes Milla, Projektleitung Martin Näwig, Susanne Greve). Die Konzeptidee entstand in zwei gemeinsamen Workshops der ADC-Mitglieder Joachim Hauser (Hauser Gocht), Nora Penades (Triad), Matthias Kindler (THE COMPANIES), Susann Schronen (ADC) und Johannes Milla.
- **Regie Awards-Show:** Martin Wagner
- **Regie Catering-Show:** Marcel Keller
- **Lichtdesign:** Roland Edrich
- **Musik:** Floridan Tonstudios, Stuttgart
- **Kostüme:** Barbara Keiner
- **Bühnenbauten:** Nüssli (Deutschland) und Drei D Medienservice, Berlin
- **Licht:** music & light design, Leonberg
- **Videotechnik:** ict Innovative Communication Technologies, Kohlberg
- **Catering:** Einhorn, Berlin
- **Produktion der Eintrittskarte:** Touchmore
- **Technische Planung:** Production Office, Berlin
- **Architektur:** RaumHOCH, Berlin

Kreative. Die denken und fühlen nun mal eher zweidimensional – berufsbedingt. Trotz eines insgesamt geradezu euphorischen Feed-backs aus dem Kreis der Mitglieder – es bleibt der Eindruck, dass es noch eine Weile dauern wird, bis die Mehrheit der ADC-Kreativen die Kollegen von der Live-Kommunikation wirklich versteht. Und trotzdem: Besser als mit diesem Raum prägenden Laufsteg hätte man das lange schmale Handtuch von Premium-Halle nicht bespielen können!

### **Die Preisverleihung:** *Kürzer, knackiger, spannender*

Auch für die eigentliche Preisverleihung wurden neue Lösungen gefunden, die diesen gefürchteten Ehrungs-Marathon nicht nur entschärften, sondern deutlich optimierten und auf gut aushaltbare 2 Stunden 15 verkürzten.

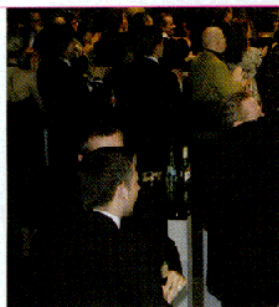
Die gravierendste Änderung: Die 142 Bronze-Nägel wurden aus der Verleihungszeremonie herausgenommen und separat verliehen. Eine richtige und logische Reaktion auf die dringende Forderung der Mitgliederversammlung, die Verleihung kompakter zu gestalten. Allerdings kann dieser harte protokollarische Eingriff leicht als Degradierung des Bronze-Nagels aufgefasst werden. Unter den ADC-Mitgliedern wurde die Maßnahme im Vorfeld entsprechend

kontrovers diskutiert, letztlich aber abgesegnet, allerdings mit der ausdrücklichen Maßgabe, die Bronze-Gewinner trotzdem aufs Ehrenvollste zu würdigen.

### *Triumph der Dramaturgie*

Diese diffizile Aufgabe löste das Konzeptionsteam bravourös mit dem wirkungsvollsten und kostengünstigsten Instrument, das der Live-Kommunikation zur Verfügung steht: Dramaturgie! Direkt am Halleneingang wurden die erwartungsvollen Bronze-Gewinner in einen separaten Saal umgeleitet und dort auf höchster ADC-Funktionärebene, aber eben ohne Publikum, mit ihren verdienten Nägeln beehrt. Das hatten sich manche der Preisträger doch etwas anders vorgestellt und waren irritiert, um nicht zu sagen etwas enttäuscht. Nach der Preisübergabe leiteten schöne bronzene Herolde die neuen Nagelinhaber durch den Backstagebereich in den Saal. Der Vorhang ging auf, plötzlich standen die 140 Bronze-Gewinner völlig unvorbereitet oben auf der Showtreppe und schauten auf





2.000 Gäste, die ihnen begeistert zujubelten. Der Catwalk-Weg der überraschten Preisträger durch die applaudierende Menge war der erste Gänsehaut-Moment einer gelungenen Award-Show. Es hatte geklappt, weil die Macher ihr Handwerk verstehen und das Publikum absolut punktgenau für den großen Auftritt der Bronze-Preisträger instruiert hatten. Auch der zweite gelungene Coup des Abends verdankt sich dem dramaturgischen Verständnis der Konzept-Verantwortlichen. Auf der Bühne versammelten sich jeweils alle Silbernagel-Gewinner einer Abteilung. Wer von ihnen einen Gold-Nagel gewonnen hatte, wusste niemand – wirklich niemand! – der Anwesenden.

Alle waren gleich ahnungslos und gleich gespannt: das Publikum, die Preisträger, der Laudator, selbst die Jury-Mitglieder. Die hatten in der letzten Runde, als es um Gold ging, anonym abgestimmt und die geschlossene Wahlurne dem Notar übergeben. Wenn die acht Laudatoren an diesem Abend betont umständlich ihren berühmten Umschlag öffneten, war es tatsächlich da, das viel beschworene Oscar-Feeling, das alle wollen und kaum jemand hinkriegt. Die Emotionen waren echt, keiner musste Überraschung heucheln und keiner hatte sich auf eine überlange Dankesrede vorbereitet. Es war spannend, weil es authentisch rüberkam. Dafür sorgte besonders ein kleiner Eklat

ganz am Anfang: Laudator Sebastian Turner zog feierlich die Karte aus seinem Umschlag in der Kategorie „Publikumsanzeigen“, schaute einmal, schaute zweimal, schaute die versammelten Preisträger an und vermeldete: „Leider kein Gold!“ Ein Raunen ging durchs Publikum. Na so was! Damit hatte man nicht gerechnet. Die strengen ADC-Jurys sind eben immer für Überraschungen gut. Beim anschließenden Dinner kam der zentrale Catwalk nochmals zu besonderen Ehren. Den einzelnen Dinner-Gängen ging eine kleine sinnlich-barocke Inszenierung voraus. In einer Art kulinarischem Fest-Umzug präsentierten phantasievoll kostümierte Performer das Thema des folgenden Gangs, ihnen folgten feierlich 60 Kellner mit den Speisen.

Diese hübsche Inszenierungsidee verlieh dem Ganzen nicht nur die angestrebte Festlichkeit, sondern hatte auch überzeugende logistische Vorteile für den Caterer. Gut 2.000 Menschen in einer 170 m langen, schlauchartigen Halle mit einem 4-gängigen „Flying Dinner“ zu bewirten, ist mehr als eine Herausforderung. Aber für die stilsicheren Konzeptioner des Abends war es nun mal klar, dass der wertige Anspruch der Veranstaltung mit Schlangestehen am Buffet nicht zu vereinbaren war. So nutzte das Catering den Laufsteg elegant als logistischen Highway, um den hinteren Teil der Halle für den Service zu erschließen.

Die wirkliche Innovation des diesjährigen ADC-Festes waren die Stehtische für jeweils 10 Personen. 200 von ihnen waren an beiden Seiten des zentralen Laufstegs aufgereiht. Die Dinnergänge wurden auf Platten serviert, die zufällig am Tisch stehenden Gäste reichten sich die Speisen gegenseitig an und kamen so miteinander ins Gespräch. Wer die Veranstaltung vorrangig zum Netzwerken nutzen wollte, wäre bei der konventionellen Variante „Buffet und Vierer-Stehtische“ mehr auf seine Kosten gekommen, denn diese ist mobiler und unverbindlicher. Wenn hinter dem stehenden Gala-Dinner die Intention stand, für die Zeit des Dinners die Fluktuation von Tisch zu Tisch zu verringern, die Qualität der Kommunikation zu erhöhen und dem Ganzen einen Schuss Gala-Atmosphäre zu verpassen, hat es unzweifelhaft bestens funktioniert. Insgesamt war die ADC Award-Show 2008 eine Veranstaltung, die konzeptionell alle Erwartungen an ein Team der kreativsten Live-Kommunikationsprofis des Landes erfüllte.

Text: Annette Beyer  
Fotos: Milla & Partner