

# Eine Begegnung der anderen Art

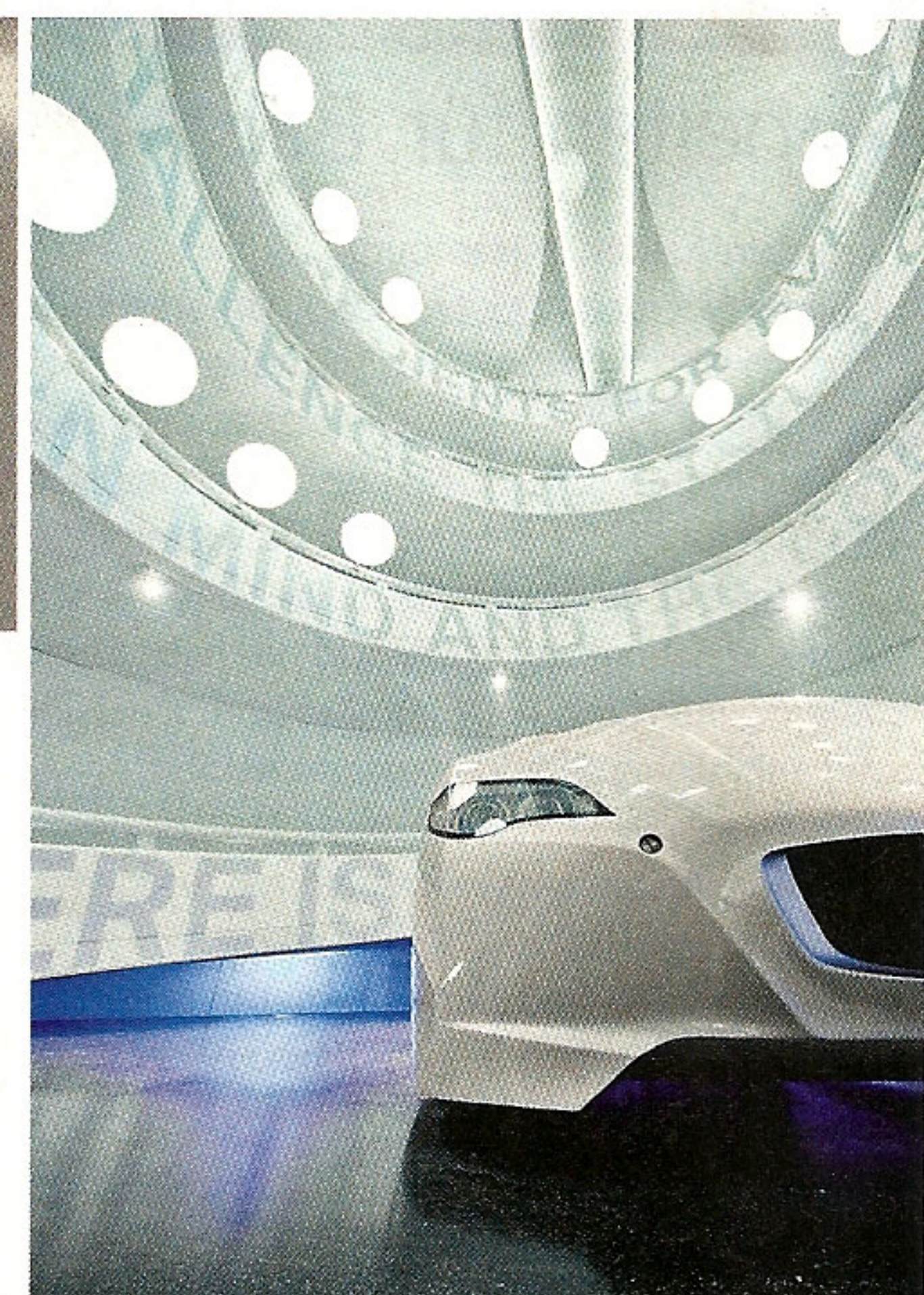
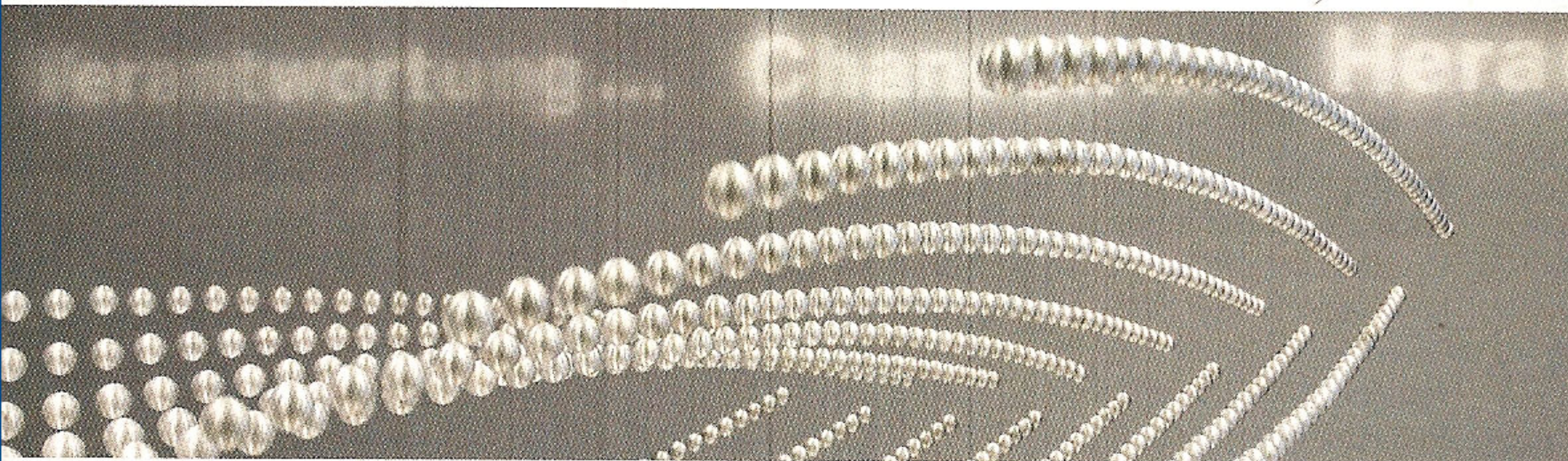
Jung von Matt/relations und Art+Com sind die kreativsten Agenturen in den Bereichen **Event und Kommunikation im Raum**. Dies zeigt das aktuelle Ranking von W&V.

Chinesische Unternehmen orientieren sich gern an erfolgreichen westlichen Produkten. Das gilt auch für Installationen wie die „kinetische Skulptur“, die Art+Com für den Kunden BMW kreiert hat. Keine Arbeit hat 2009 mehr nationale und internationale Preise im Bereich „Kommunikation im Raum“ gewonnen. Allein in China gibt es inzwischen zehn „Nachbauten“, erzählt Joachim Sauter, Vorstandsmitglied der Berliner Firma.

Doch das ist natürlich nicht der Grund dafür, dass Art+Com schon seit vielen Jahren bei Wettbewerben einreicht. „Wir haben gelernt, über die Preise zu zeigen, wie wir arbeiten, und dokumentieren so auch, welche Arbeiten von

uns sind. Der Preis ist dann fast schon ein Patent“, so Sauter mit Blick auf die vielen Plagiate weltweit. Die Gefahr, abgekupfert zu werden, ist allerdings nicht das Hauptproblem. Was Projekte für Live-Kommunikation wie Kommunikation im Raum eint: Sie sind temporär und räumlich begrenzt, die Wahrnehmbarkeit ist deshalb eingeschränkt. Ausnahme: Sie sind Auslöser oder Teil einer Kampagne mit hohem PR-Effekt.

Für viele Agenturchefs ist allein das Grund genug, bei Wettbewerben einzureichen. Zudem nützen Preise – wie in anderen Kommunikationsdisziplinen auch – bei der Rekrutierung von Talenten. „Es hilft den Nachwuchs für die Bran-



## ART+COM MIT ABSTAND AUF PLATZ EINS

Ranking der kreativsten Spezialisten für Kommunikation im Raum 2009

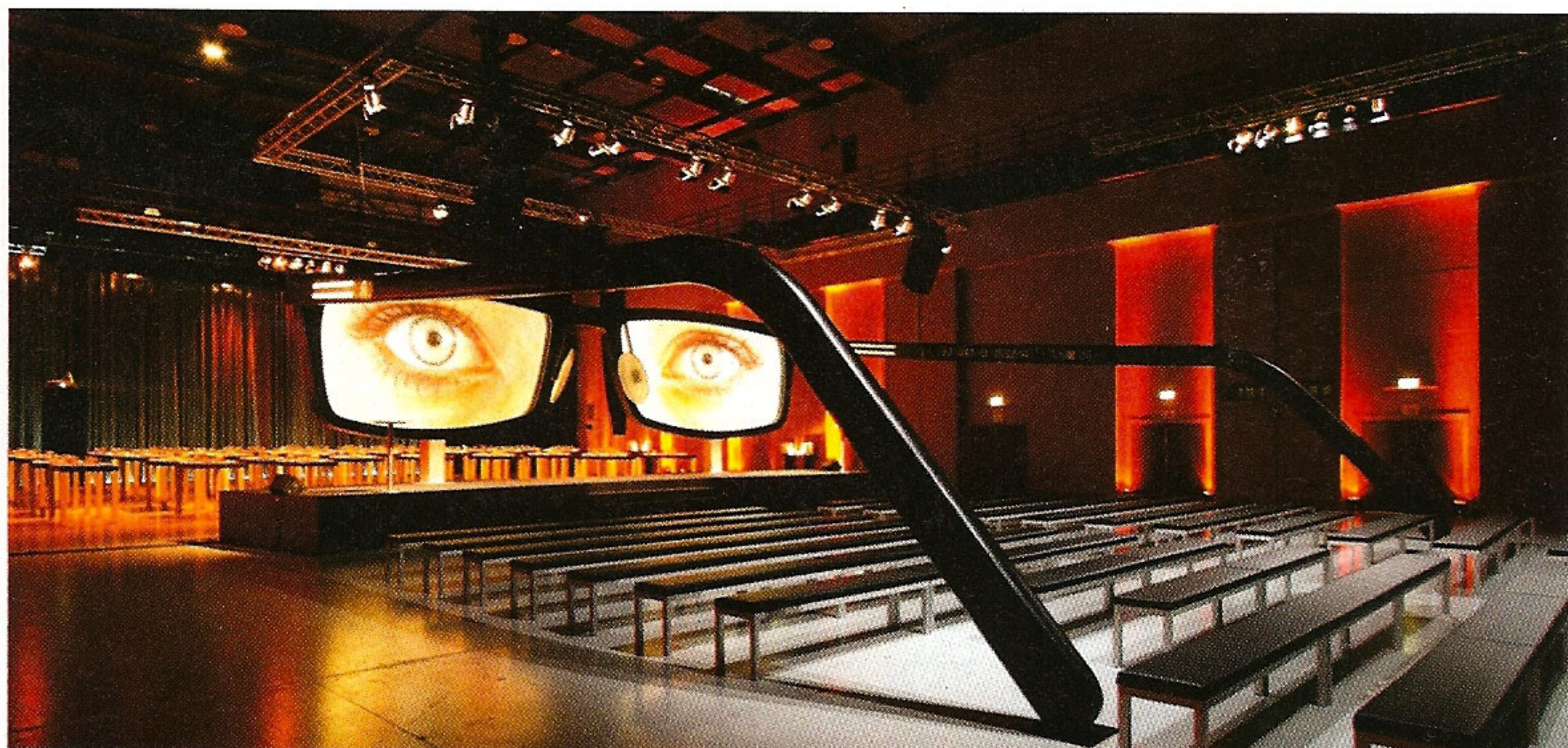
Platz	Agentur	Ort	ADC (x 4)	D&AD (x 4)	ADAM (x 3)	iF (x 2)	Red.Dot (x 2)	Montreux (x 2)	Cannes (x 1)	DDC (x 1)	Punkte gesamt
1	<b>Art+Com</b>	Berlin	40	96		12	56		12		216
2	<b>Atelier Brückner</b>	Stuttgart	32	8	18		24		6	6	94
3	<b>Jangled Nerves</b>	Stuttgart	16				16				32
4	<b>D'Art Design</b>	Neuss			30						30
4	<b>Atelier Markgraph</b>	Frankfurt			6		24				30
6	<b>Ippolito Fleitz Group</b>	Stuttgart					24				24
7	<b>KMS Team</b>	München	8				12				20
8	<b>Design hoch drei</b>	Stuttgart					16				16
9	<b>Schmidhuber + Partner</b>	München			6		8				14
1	<b>Franken Architekten</b>	Frankfurt			6						6

Red Dot Comm. Design Award: GP = 8 Punkte; Best of = 6 Punkte; Award = 4 Punkte. iF Comm. Design Award: Gold = 6 Punkte; Award: wie Shortlist. D&AD: Black Pencil = Best of Show; Yellow Pencil = Gold; Nomination = Silber; In Book = Bronze. Golden Award Montreux: Golden Award = Best of; Gold Medal = Gold; Zertifikat = Silber. Wertung: Best of Show = 8 Punkte; Gold = 6 Punkte; Silber = 4 Punkte; Bronze = 2 Punkte. Quelle: Agenturangaben.

© W&V

**Ein Auftraggeber** Für den bayerischen Autobauer BMW schuf die Berliner Art+Com die vielfach prämierte „kinetische Skulptur“ (l.). BMW hatte das Atelier Brückner mit der Konzeption des BMW-Museums beauftragt – ebenfalls ein national wie international prämiertes Werk (o.).





## JUNG VON MATT/RELATIONS DEKLASSIERT VERFOLGER

Ranking der kreativsten Event-Agenturen 2009

Platz	Agentur	Ort	ADC (x 4)	EVA (x 3)	Cannes (x 2)	EX-Award (x 2)	Gala Award (x 2)	Montreux (x 2)	Galaxy (x 2)	EIBTM (x 1)	EuBEA (x 1)	Punkte gesamt
1	<b>Jung von Matt/relations</b>	Köln	8	18			16	12	56		26	136
2	<b>Insglück</b>	Berlin		6			8	8	8	4	14	48
3	<b>The Companies</b>	München				8	20		12	4		44
4	<b>Vok Dams</b>	Wuppertal		6		4	12	8		6	6	42
5	<b>Serviceplan Brand Event</b>	München	16				12		4			32
6	<b>Facts + Fiction</b>	Köln		6					24			30
7	<b>Concept X</b>	Rheine		6							20	26
8	<b>Metzler: Vater Comm. Group</b>	München		12				8				20
9	<b>Avantgarde</b>	München		18								18
10	<b>Face to Face</b>	Köln								12		12

EuBEA: Golden Elephant = Best of; 1. Platz = Gold; 2. Platz = Silber; 3. Platz = Bronze. Golden Award Montreux: Golden Award = Best of; Gold Medal = Gold; Zertifikat = Silber. EIBTM: Best X = Gold; Highly recommended = Silber. Gala: Gewinner = Gold; Shortlist/Finalist = Bronze. Ex-Award: Ex = Gold; Gold = Silber; Silber = Bronze. Best of Show = 8 Punkte; Gold = 6 Punkte; Silber = 4 Punkte; Bronze = 2 Punkte. Quelle: Agenturangaben. © W&V

**Gewinnerarbeiten** Bei Event dürfte „Das größte Orchester der Welt“, das Jung von Matt/relations für die Philharmonie Hamburg umgesetzt hat, das erfolgreichste Projekt 2009 gewesen sein (o.). **The Companies hat die meisten Preise mit einem Händler-Event für Rodenstock geholt (r.).**

che zu begeistern, indem man zeigt, was alles möglich ist“, bestätigt Lutz Nebelin, der gemeinsam mit Joachim Kortlepel die Agentur Jung von Matt/relations führt. Gepunktet haben die Kölner vor allem mit der Arbeit „Das größte Konzert der Welt“ für die Philharmonie Hamburg. Viele Preise gab es aber auch für die Event-/Begegnungskampagne zum neuen Mercedes-SUV GLK.

Wichtigstes Argument für die Chefs der Event-Agenturen: Über „Kreation“ und die Award-Ausbeute können sie sich klar in einem Markt positionieren, der 2009 wenig Anlass zur Freude gab und auch in diesem Jahr schwierig ist. Viele Veranstaltungen, vor allem Corporate Events, wurden auf Eis gelegt oder ganz gestrichen. **Nicht nur Matthias Kindler, ADC-Vorstand und Chef der Münchner Agentur The Companies, spricht in diesem Kontext von der „Event-Müdigkeit“ vieler Firmen. Parallel nahm die Zahl der Agenturen zu, die bei Pitches antreten und dabei ihre Kostenstruktur transparent machen müssen.**

**Problematisch ist zudem ein anderer Trend:** Standardformate oder rein organisatorische Aufgaben werden – nicht nur bei Pharma – von den Unternehmen selbst übernommen. Bleibt als Differenzierungs- und Motivationsmerkmal „Kreativität“. Zumal die Event- und KiR-Spezialisten eine sonst weitverbreitete Kritik nicht trifft: Ihre Arbeiten sind kaum sogenannte Wettbewerbsarbeiten, die extra für den Zweck entstanden, oder gar komplette Fakes.

Johannes Milla, Chef der Stuttgarter Agentur Milla + Partner, spricht daher von einer „harten Währung“, die inzwischen vom Markt anerkannt werde. Keine singuläre Sicht. So nimmt die Zahl an Einreichungen wie Einreicher bei Event und KiR kontinuierlich zu, die beim wichtigsten deutschsprachigen Wettbewerb ADC mitmachen. Für Kinder ein deutliches Signal dafür, dass das Thema „Kreativität“ bei den Anbietern angekommen ist. Für seine Firma ist die Teilnahme an Award-Shows quasi obligatorisch. Sie hat sich auf die Bereiche Kreation/Konzeption fokussiert und überlässt die Umsetzung entweder anderen Dienstleistern oder nimmt sie bei Bedarf – im Kundenauftrag – hinzu. ▶

### Die Rankings – Ergebnis einer Arbeitsgemeinschaft

Erstmals haben die Branchenblätter W&V und „Horizont“ ein einheitliches Ranking für Event-Agenturen und Spezialisten für Kommunikation im Raum (KiR) erstellt. Dabei haben sich die Redaktionen von einer gemischt besetzten Arbeitsgemeinschaft beraten lassen. In der Runde waren gleichermaßen Firmenchefs aus den beiden Bereichen Event und KiR, Mitglieder der Branchenverbände FME (Forum Marketing Event), FAMAB sowie des Art

Directors Clubs (ADC) vertreten. Die Arbeitsgemeinschaft wählte die zu berücksichtigenden Wettbewerbe aus und stufte sie je nach Branchenrelevanz ein. Berücksichtigt wurden dabei Faktoren wie Internationalität, Besetzung der Jury, aber auch, wie viel Prozent der Arbeiten prämiert werden. Deshalb zählt beispielsweise beim if communication design nur Gold, die verliehenen Awards – rund 30 Prozent aller Einreichungen – gelten als Shortlist. ph