

FRAGEN



BEI WELCHEM WETTBEWERB MESSEN SIE IHRE KRÄFTE?

Deutschlands Kreative lieben sportive Herausforderungen. In beef verraten sie, welche Konkurrenzen gesetzt sind.

① *Im Pitch, also bei Etat-Wettbewerben, weil es ein Preisgeld gibt! Und die Freude über den Gewinn nicht mit einem Sieben-Euro-Bier bezahlt werden muss.*

Jan Leubke, Geschäftsführer Kreation BBDO, Berlin

② *Im täglichen Wettbewerb um die Gunst unserer Auftraggeber, weil wir für die arbeiten und nicht für unsere Eitelkeit. Zwar gewinnen wir hin und wieder auch Preise, was den Auftraggebern auch gefällt, aber am liebsten ist uns immer noch die Praxis.*

Erik Spiekermann, Creative Director und Managing Partner EdenSpiekermann, Berlin

③ *Im täglichen Kreativ-Wettbewerb: In unserer Branche muss man sich jeden Tag gegen gute Konkurrenz durchsetzen. Schließlich wollen wir mit jeder Aufgabe bei unseren Kunden punkten und für sie Kunden gewinnen. Mehr spannender Wettbewerb geht gar nicht. PS: ADC und DAAD sind natürlich gesetzt.*

Stefan Karl, Geschäftsführer Shanghai D&M, Berlin

④ *Als Agentur haben wir noch keine Projekte für Wettbewerbe eingereicht. Dadurch haben wir bislang nur indirekt Awards gewonnen. Unsere Kunden sind Full-Service-Agenturen, mit denen wir an der Gestaltung*

und Umsetzung eines Events arbeiten. Seit ein paar Wochen bin ich Mitglied des ADC. Nun freue ich mich auf einen anspruchsvollen und konstruktiven Wettbewerb mit allen Beteiligten, der vielleicht auch einmal zur Einreichung eines eigenen Projektes führen wird...

Leigh Haas, Creative Director Flora & Faunavisions, Berlin

⑤ *Da fragen Sie den Richtigen. Schon als Kind habe ich alle sportlichen Aktivitäten verlässlich eingestellt, wenn man begann, mich auf Wettkämpfe zu schleifen. Ehrlich gesagt halte ich nicht viel von Wettbewerben (en), schon gar nicht als angeblicher Garant für Qualität. Nur abends in der Kneipe suche ich den Wettkampf: den Kampf um das letzte Wort und die Pointe, die überlebt.*

Andreas Horbell, Creative Director Triad, Berlin

⑥ *Beim ADC-Wettbewerb. Weil es die deutsche Meisterschaft ist. Cannes. Weil es die Weltmeisterschaft ist.*

Delmar Karpinski, Geschäftsführer Kreation KNSK, Hamburg

⑦ *Kreativpreise spielen für uns eine untergeordnete Rolle. Chancenreiche Arbeiten reichen wir ein und freuen uns über jeden Preis. Mehr nicht. Bei Projekten geht*

es um die Idee und den Erfolg der Kampagne. Beide Aspekte glücklich zu verbinden ist eine Herausforderung, auf einen Preis hinzuarbeiten würde uns nur ablenken.

Björn Zoske, Geschäftsführer Moccu, Berlin

⑧ *Mein schärfster Konkurrent bin ich selbst – dazu muss ich mich nicht mit anderen messen. Ich misstrauere mir grundsätzlich, so sind wir, mein Alter Ego und ich, einigermaßen gute Partner – also im Vergleich mit anderen.*

Lutz Jahnke, Inhaber Jahnke Design, Offenbach

⑨ *Lego- und Bauklötzchen spielen mit meiner Tochter Rosa. Sie ist erst zweieinhalb Jahre alt, aber hat mich schon total abgehängt. Ihr Trick: Sie ist nicht darauf vorbereitet, dass etwas falsch sein könnte. Für sie gibt es kein Richtig oder Falsch. So baut sie wahre Kunstwerke, die meine Kreationen wie einen müden Abklatsch aussehen lassen.*

Martin Steinhilber, Creative Director Argonauten G2, Hamburg

⑩ *Mein Lieblingswettbewerb ist das Jahres-Ranking auf unserer Inhouse-Plattform. Jeden Montag stellt ein Teammitglied ein fertiges Projekt vor, die ganze Agentur ist dabei und gibt im Netz eine Bewertung. Nach kurzer Zeit haben 70 bis 80 Leute ano-*

nym ihr Urteil gefällt, das jeder sehen kann. So viel Transparenz und Interesse habe ich bei manchen Wettbewerben schon vermisst. Momentan führt übrigens Coke vor Panasonic und Adidas.

Christian Daub, Geschäftsführer Scholz & Volkmer, Wiesbaden

⑪ *Bei Blue Mars warten wir auf die Mutter aller Wettbewerbe, den »Mash-Up-All-Over-Meta-Creativity-Efficiency-Speed-Competition-Aggregation-Award« – hier rechnen wir uns definitiv die größten Chancen aus. Bis dahin halten wir uns, nach den bisherigen Erfolgen bei allen anderen, weniger bedeutsamen Wettbewerben etwa in Cannes etc. erst einmal wieder zurück.*

Tobias Kirchhofer, Geschäftsführer Blue Mars, Frankfurt am Main

⑫ *Pont 9 nimmt nicht an Kreativwettbewerben teil, da wir uns strategisch mit unserem kunststoffigen Kommunikationsansatz jenseits der üblichen Wettbewerbsfelder verorten. Unsere Partneragentur Oktonet nimmt unter anderem am ADC-Wettbewerb und am Onlinestar Award teil. Die größte Auszeichnung ist für uns jedoch, wenn relevante Fachmedien über unsere Arbeit berichten.*

Guido Braun, Geschäftsführer Pont 9 Werbeagentur, Frankfurt