

Vorwort BoB-Buch 2005

Glänzend beim Kunden ankommen – Agenturdarstellungen unter der Lupe

Verehrte Leserin,
verehrter Leser,

Spieglein, Spieglein an der Wand, wer ist die Schönste im ganzen Land? Dies fragen sich Agenturen immer wieder. Dabei sollten sie sich nicht von modischen Make-ups und Idealen blenden lassen, sondern viel mehr auf ihre wahren Tugenden und Stärken vertrauen und damit die Prinzen verzaubern.

Ganz in diesem Sinne bot auch in diesem Jahr der CREA Credential Award 2005 wieder viel Raum und Platz zu spannenden Gesprächen und anregenden Diskussionen – dank der zahlreichen und interessanten Einsendungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Noch immer einmalig in der Agentur-Landschaft haben viele Agenturen das Angebot genutzt, ihre Selbstdarstellungen von „potenziellen Neukunden“ bewerten zu lassen. Eine Idee, die auch im dritten Jahr wieder ansprach zu testen, was wirklich bei Auftraggebern ankommt und was sie nachhaltig anspricht. Denn die meist kurzen und wenig informativen Kundenabsagen – wenn überhaupt – geben kaum Auskunft darüber, was bei der Adressatenansprache verbessert werden könnte.

Daher bietet der vom Kommunikationsverband und Beratung cherrypicker ausgeschriebenen CREA eine willkommene Chance und Gelegenheit, mehr über die Denkweise, Erwartungen und Belange der potenziellen Kunden zu erfahren sowie für sich selbst Qualität, Standards und Verständlichkeit zu überprüfen und sich von ungewöhnlichen Ideen inspirieren zu lassen. Denn im Gegensatz zu allen anderen Awards besteht die Jury im Kern aus der angestrebten Zielgruppe: nämlich hochkarätigen Marketing- und Kommunikations-Entscheidern von Unternehmen, unterstützt von renommierten Vertretern der Fachmedien und des Kommunikationsverbandes. Prämiert werden die besten Agenturdarstellungen.

Viele Agenturen schaffen es nicht, die Professionalität und Kreativität für ihre Eigendarstellungen so umzusetzen, wie sie es sonst für ihre Kunden tun. Als Hilfestellung und Orientierung für alle anderen zeigt der Wettbewerb, wo gute Beispiele zu finden sind. Daher vergibt der CREA auch kein Gold, Silber und Bronze, sondern in zehn Disziplinen pro Kategorie jeweils einen Award. Die eingereichten Kampagnen und Kommunikationsmittel untergliederten sich in die Kategorien beste Broschüren, Mailings, Präsentationen/Booklets und Websites in den Disziplinen Design, Direkt-Marketing, Event, Media, Multimedia, Public Relations, Sponsoring, Verkaufsförderung/Promotion, Werbung und Sonstige.

diesem Jahr haben wir folgendes festgestellt: Die Qualität der eingereichten Arbeiten hat sich im Vergleich zu den Vorjahren weiterhin verbessert. Aber nur in den drei Disziplinen Werbung, Direkt Marketing und Multimedia wurden Awards vergeben. Wobei bei Werbung und Direktmarketing je zwei Auszeichnungen übergeben werden konnten, weil die Arbeiten jeweils sehr gut waren. Das bedeutet, dass sich die anderen Disziplinen ein Beispiel nehmen können, wie gute und gelungene Selbstdarstellungen aussehen können.

cherrypicker – Oliver Klein
Humannstr. 13
D-22609 Hamburg

Tel.: +49 (0)40 / 28 66 77 9-0
Fax: +49 (0)40 / 28 66 77 9-13

E-Mail: info@cherrypicker.de
www.cherrypicker.de

In all den anderen Disziplinen war die Jury der Meinung, dass die eingereichten Arbeiten nicht dem Qualitätsanspruch hinsichtlich Aussagekraft und Relevanz sowie Inhalt und Kreativität entsprachen. Nur so wird der CREA dem Anspruch gerecht, den Agenturen die Möglichkeit zu geben, ihr eigenes Spiegelbild aus einem neuen Blickwinkel zu betrachten und sich an guten Beispielen und Vorbildern zu orientieren. Dabei ist mit Blick auf unsere deutschsprachigen Nachbarn zu sagen, dass sich die Kreation der Agenturen aus Österreich und der Schweiz überhaupt nicht hinter den deutschen Agenturen verstecken muss.

Ich hoffe und wünsche mir, dass wir mit dem CREA die Qualität und Kreativität der Eigendarstellungen verbessern können und bin schon gespannt, auch die guten Einreichungen im nächsten Jahr prämiieren zu dürfen. Frei nach dem Motto – Spieglein, Spieglein an der Wand, bin ich die Schönste im ganzen Land?

Viel Spaß bei der Lektüre dieser Beispiele und Anregungen!

Oliver Klein
Vizepräsident (Veranstaltungen/Awards)
Kommunikationsverband e.V.

cherrypicker – Oliver Klein
Humannstr. 13
D-22609 Hamburg

Tel.: +49 (0)40 / 28 66 77 9-0
Fax: +49 (0)40 / 28 66 77 9-13

E-Mail: info@cherrypicker.de
www.cherrypicker.de