

Werbe Akademie sucht Nachwuchs

Euro RSCG Vienna gestaltete gemeinsam mit Studenten die neue Imagekampagne

Seit dem Jahr 2000 konzipiert jedes Jahr eine andere namhafte Werbeagentur die Imagekampagne der Werbe Akademie – erinnert sei an dieser Stelle zum Beispiel an das Spiegelei legende Huhn in der „Schneller fertig“-Kampagne von der TBWA\Wien (2008), an die leere Kleiderhülle des „Vom Fleck weg zum Job“ geeilten Studenten in der Kampagne von PKP proximity (2009) oder an die bewusst schlecht gestalteten Plakate für BlingBling-Waschmittel und Darmidette-Shakes mit der an zukünftige Werbe-Akademie-Studenten gerichteten Botschaft „Hier könnte deine Werbung stehen“, die letztes Jahr von Publicis kreiert wurden.

Seit Mitte Jänner setzen die Plakate der neuen Imagekampagne für die Werbe Akademie diese langjährige Tradition fort. Dieses Jahr stammt die Konzeption und Gestaltung aus der Feder der Euro RSCG Vienna, die sich über tatkräftige Unterstützung von Werbe-Akademie-Studenten freuen durfte. Euro-RSCG-Vienna-Geschäftsführer Albert Essenther über die außergewöhnliche Zusammenarbeit: „Für uns war es selbstverständlich, den Studenten und angehenden Werbern die Chance zu geben, sich selbst zu bewerben. Schließlich wissen die Werbe-Akademie-Studenten am besten, welche Argumente und Visionen sie auf die Werbe Akademie gebracht haben. Genau diese Insights haben die jungen Werber in eine ambitionierte Kampagne gegossen. Wir waren dabei nur „Coaches.“

Unter der fachkundigen Anleitung von Essenther und Florian Nussbaumer, Executive Creative Director der Euro RSCG, entwickelten die Marktkommunikations-Studenten also gemeinsam mit den Grafikdesign-Studenten Ideen und Konzepte für die neue Kampagne der Werbe Akademie. Diese wurden dann vor einer Jury (Albert Essenther, Florian Nussbaumer, Katharina Osten-Sacken, Senior Account Manager Euro RSCG, Werbe-Akademie-Direktorin Barbara Posch, Germaine Cap de Ville, Dozentin Konzeptionelles Grafikdesign an der Werbe Akademie, und Dietmar Dahmen, Do-



Zerbrachen sich den Kopf über die neue Kampagne: Die Studenten Michael Wittmann und Thomas Grisold (beide Texterklasse) und Grafiker Stephan Kugler (Mitte). © WerbeAkademie

zent Text/Film an der Werbe Akademie) präsentiert.

Querdenker gesucht

Die Jury entschied sich schließlich für die Idee der Studenten Thomas Grisold, Michael Wittmann (beide Texterklasse) und Stephan Kugler (Grafikdesign), die dann von der Euro RSCG umgesetzt wurde. Auf den drei Mutationen der Plakate sind die Slogans „Werbe Akademie wünscht sich unangepasste Passendmacher“, „Werbe Akademie sucht angehende Allesandersangeher“ und „WerbeAkademie sucht unter Strom stehende Gegendstromschwimmer“ zu lesen, wobei nur die erste Silbe des Wortes „Werbe Akademie“ der Typografie des restlichen Textes entspricht, das Ende des Wortes ist in Graffiti-Manner in blauer Farbe, „dazugesprayt“. Die jungen Kreativen über ihren Ansatz: „Du bist anders. Wir suchen dich!“ – das ist unser Insight und genau darauf basiert unsere Kampagnenidee. Die viel zitierten und unserer Meinung nach wichtigsten Skills eines guten Werbers sind Kreativität, innovatives Denken und Differenzierung. Die Kampagne soll bewusst keine Durchschnittsbürger ansprechen. Doch die, die wir mit den Sujets ansprechen, werden sich auf der Werbe Akademie gut aufgehoben fühlen.“ Das sieht auch Posch so: „Querdenken steht für Intelligenz, Neugier und Mut – Eigenschaften, die einen erfolgreichen Werber ausmachen. Wir suchen junge Leute, die denken können, sich nicht mit der erstbesten Lösung zufriedengeben und ihre Ideen konsequent umsetzen.“

Die Plakatsujets sind seit Mitte Jänner in ganz Wien zu sehen. Neben den Plakaten sind auch Anzeigen und Freecards im selben Design geplant. **Im**

WER BE AKADEMIE
WÜNSCHT
SICH
UNANGEPASSTE
PASSENDMACHER



Kreative Querdenker sollen von den Plakaten der neuen Werbe-Akademie-Kampagne angesprochen werden.

JWT Wien fertigt neue Kampagne für tipp3, die die Wette in den Mittelpunkt rückt

Zurück zum Spiel



JWT schickt nicht nur Dicke, sondern auch Opas und Riesen aufs Feld.

Adi und Edi nehmen im vollbesetzten Fußballstadion Platz und wacheln mit ihren Wettscheinen. „So Edi, jetzt schau ma, ob ma richtig tippt hom.“ Für den Angesprochenen scheint das eine klare Sache zu sein. Und wirklich – ein Kameraschwenk auf das Spielfeld, auf dem das Match schon voll im Gange ist,

zeigt: Die Gelben haben kein Leiberl. Mit den Worten „Do hom jo a Poar die Vuabereitung goa net mitgmocht“, weist Edi auf die Körperfülle der Spieler hin. Diese jagen mit ihren wabbelnden Bäuchen dem Leder hinterher, purzeln bei der Ballannahme auf den Rasen und lassen sich vom Gegner allzu leicht niederreißen. Doch plötzlich ein Schnitt – und die Mannen in Gelb sind wieder gertenschlank, durchtrainiert und spritzig. „Wer tippt, sieht Spiele anders“, meint die Stimme aus dem Off. Und dann der Slogan „tipp3, tipp dir den Kick.“ Die neue Kampagne, die JWT Wien gefertigt hat, umfasst auch noch einen Spot, in dem man 80-Jährige übers Spielfeld sausen ließ, und einen, in dem die eine Mannschaft aus lauter Riesen besteht. Mit der neuen Kampagne will man wieder die Wette – das Produkt von tipp3 – in den Mittelpunkt stellen, wie Philip Newald, Vorstandsvorsitzender von tipp3, und Jörg Spreitzer, CEO von JWT Wien und Prag, im HORIZONT-Interview betonen (siehe Seite 6 in dieser Ausgabe).

Die Kampagne ist nicht nur im Fernsehen, sondern auch in Print, am POS – also den insgesamt 3.600 tipp3-Vertriebsstellen – und auch online zu

erleben. Die Kampagne startet pünktlich zum Beginn der Fußball-Bundesliga – also Mitte Februar. Die Spots sind auf HORIZONT online zu erleben. **rs**

Auftraggeber: tipp3/Vorstandsvorsitzender Philip Newald **Marketing:** Bernadette Schwentner, Frank Hoffmann **Agentur:** JWT Wien **Geschäftsführer/Chief Creative Officer:** Markus Zauner, **Beratung:** Gabriele Plötzeneder, Nefize Can **Kreation:** Robert Kuchar, Philipp Jandl **Produktion:** Neue Sentimental Film Austria AG **Regisseur:** Christopher Schier **Kameramann:** Sebastian Pfaffenbichler **Fotograf:** Dieter Brasch



Wer tippt, sieht Spiele anders – so die Grundüberlegung der neuen tipp3-Kampagne aus der Feder von JWT.

Werner Reiter, kürzlich noch Leiter der externen Kommunikation der A1 Telekom Austria, wird Kommunikationsberater

Social Media mit Werquer

Werner Reiter macht sich als Einzelunternehmer selbstständig. Der gebürtige Oberösterreicher offeriert Kommunikationsdienstleistungen wie Beratung, Konzeption, Projektmanagement und Text an. „Inhaltlich werde ich mich auf die IKT-Branche fokussieren, wobei ich eine Verbreiterung des Themenspektrums etwa in Richtung Kultur anstrebe.“ Reiter sieht jedenfalls große Veränderungen auf die klassische PR-Branche zukommen: „Unternehmenskommunikation bekommt mit Social Media eine ganz andere Dynamik.“ Als Pressesprecher der mobilkom austria und als Leiter External Communications der A1 Telekom Austria hat Reiter breite Erfahrung sowohl in der klassischen Pressarbeit als auch im Bereich Social Media – hat er doch für den Telekom-Konzern auch getwittert und gebloggt. „Durch meine Selbstständigkeit kann ich mich wieder mehr auf meine Stärken konzentrieren“, präzisiert Reiter. Die lägen in der Konzeption und

beim Texten. „Im Tagesgeschäft eines Pressesprechers kommen diese beiden Aspekte etwas zu kurze“, ergänzt der Kommunikationsprofi. Journalistisch war er auch neben seiner Tätigkeit bei der A1 Telekom Austria und



Werner Reiter will sich nun vermehrt den Bereichen Konzeption und Text widmen.

© P. Pichler

zuvor bei der mobilkom austria tätig: So publizierte er regelmäßig Beiträge für das Magazin *The Gap* und hat auch die Titelgeschichte der aktuellen Nummer zum Thema „Open Data“ geschrieben. Noch während seiner Tätigkeit bei der A1 Telekom Austria hat er die Veranstaltungsreihe *twenty. twenty* (www.twentytwenty.at)

mitentwickelt, die der Telekom-Konzern und das Magazin *The Gap* gemeinsam anbieten. Für *twenty. twenty* wird Reiter auch inhaltlich weiter arbeiten – es wird also auch in der Zukunft Berührungspunkte zur A1 Telekom Austria geben.

Reiter zu seiner Arbeitsweise: „Als Einzelunternehmer werde ich einige Kunden direkt beraten – aber ich bin auch im Gespräch mit Agenturen, die mich mit meiner Expertise für Projekte bei ihren Kunden einsetzen wollen.“ Wie Reiters Angebot genau aussehen wird, ist auf der Website www.werquer.com zu lesen – ebenso wie seine Blog-Beiträge, die er dort regelmäßig publiziert.

Reiter stieg im Jahr 2000 bei der mobilkom austria als Produktmanager für mobile Datendienste ein. Er studierte Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Universität Wien und absolvierte auch den Universitätslehrgang für Öffentlichkeitsarbeit. **rs**

Die aktuellen Angebote auf horizont/jobs.at:

Datum	Stellenbezeichnung	Hot Jobs	Unternehmen	Ort	Messen
27.01.2011	Account Manager/in, Grafiker/in	Hot Jobs	SERY* Creative Communications GmbH	Leonding (AT)	✓
27.01.2011	ATV sucht für sein Verkaufsteam ambitionierte(n) Kundenberaterin	Hot Jobs	ATV Privat-TV Services AG	Wien (AT)	✓
21.01.2011	Italienische Werbesprecher/innen	Hot Jobs	Radio Max	Wiener Neustadt (AT)	✓
21.01.2011	Mitarbeiter/in im Bereich Verpackungsdesign	Hot Jobs	REWE	Wr. Neudorf (AT)	✓
01.02.2011	Junior Projekt Manager/in		Jung von Matt/Donau Werbeagentur GmbH	Wien (AT)	✓
01.02.2011	Screendesigner (m/w)		Draftfcb Partners	Wien (AT)	✓
31.01.2011	MitarbeiterIn Internetmarketing		bauMax AG	Klosterneuburg (AT)	✓

Mitarbeiter gesucht?
Mitarbeiter gefunden!
Glücklich mit horizontjobs.at