

# KREATION

## KAMPAGNEN DESIGN AWARDS

# Das Rennen beginnt

**Kreativwettbewerbe 2018:** Diese 18 Shows werden dieses Jahr im Kreativranking berücksichtigt

Von Bärbel Unckrich

Die Veranstalter von Kreativwettbewerben mussten zuletzt einiges an Kritik einstecken: zu teuer, zu groß, zu sehr auf Technik fokussiert, zu viele Nebenkriegsschauplätze, und das, worauf es eigentlich ankommen sollte, nämlich Ideen und Inspiration, kommt viel zu kurz. Infolgedessen hatten die meisten Shows mit Einsendeeinbrüchen zu kämpfen. Bereits 2017 reagierten viele von ihnen mit konzeptuellen Anpassungen auf den Gegenwind. Weitere Veränderungen sind für 2018 angekündigt. Dabei schaut die Kreativbranche vor allem auf die Cannes Lions, deren Veranstalter Ascential zum 65. Jubiläum eine große Reform versprochen hat (siehe Kasten).

Es mag richtig sein, dass Kreativwettbewerbe den Glanz früherer Zeiten eingebüßt haben. Wichtig sind sie für die Agenturszene aber nach wie vor. Deshalb wird es auch dieses Jahr ein spannendes Rennen um die vorderen Plätze im HORIZONT-Kreativranking geben. Für die Berliner Agentur Heimat gilt es, den Ende 2017 errungenen Spitzenplatz zu verteidigen. Serviceplan, der Gewinner des Jahres 2016, wird ihn garantiert zurückerobern wollen. Und bei Jung von Matt stehen alle Zeichen auf Angriff: Die erfolgsverwöhnte Gruppe hat ihre Award-Pause im Vorjahr nur halbherzig durchgezogen und landete daraufhin auf Platz 10 im Kreativranking. Für Kreativvorstand Götz Ulmer ein No-Go. 2018 soll es wieder für einen Platz auf dem Treppchen reichen.



### Viele Veränderungen

Dieses Jahr soll einiges anders werden beim weltweit größten Kreativspektakel an der Côte d'Azur. Zunächst einmal werden die Cannes Lions auf fünf Tage eingedampft und finden vom 18. bis 22. Juni statt. Es soll eine klarere Struktur geben, die trotz der Verkürzung ein leichteres Navigieren durch das vollgepackte Programm verspricht. Auch hat der Veranstalter **Ascential Events** auf die Kritik an den unzähligen Sub-Kategorien und der Löwen-Inflation reagiert: Es gibt 120 Unterkategorien weniger, zudem können Agenturen ihre Arbeiten nur noch in maximal sechs Hauptkategorien einsenden. Was nach großer Reform klingt, könnte sich letztlich als Reförmchen erweisen, denn mit 26 großen Wettbewerbssparten ist das Festival künftig sogar noch größer als zuletzt. Auch mit weniger Teilnehmern ist nicht zu rechnen – kurzum: Die Lions bleiben weiterhin die unangefochtene Nummer 1.

### Unpolitische Jury

Die internationalen Epica Awards sind in diesem Jahr neu im **HORIZONT-Kreativranking**. Es handelt sich hierbei um einen disziplinübergreifenden, weltweiten Kreativwettbewerb, der einen ganz entscheidenden Unterschied zu anderen internationalen Shows hat: Hier sind es nicht die Kreativen, die über die Qualität der eingereichten Arbeiten entscheiden, sondern Journalisten aus aller Welt, die als Redakteure und Reporter von Werbefachzeitschriften und Designmagazinen täglich über das Metier berichten. Ungeachtet dieser einzigartigen Positionierung reicht es dieses Jahr nur für den Bewertungsfaktor 2. Das hängt damit zusammen, dass die Epicas einen ungünstigen Award-Quotienten aufweisen. Soll heißen: Der Veranstalter vergibt insgesamt zu viel Edelmetall. Das ändert aber nichts an dem prinzipiell schlauen Konzept einer neutralen Beurteilung von Kreation.

### Angesagte Disziplinen

Mit dem **Best of Content Marketing (BCM)** und der **Plakadiva** (siehe Abbildung) sind zwei Wettbewerbe ins Ranking aufgenommen worden, die für besonders aufstrebende Kommunikationsdisziplinen stehen: Content Marketing und Out-of-Home. Während Ersteres eine vergleichsweise junge Disziplin ist, die für Marketingentscheider jedoch zunehmend an Relevanz gewinnt, hat sich das Traditionsmedium Out-of-Home in den letzten Jahren stark gewandelt. Die Digitalisierung ist zum Wachstumstreiber für die Branche geworden. Hinter beiden Shows stecken zwei wichtige Berufsverbände, die sich für die Weiterentwicklung ihrer jeweiligen Gattung starkmachen: das Forum Content Marketing beziehungsweise der Fachverband Außenwerbung. Die Verleihung der Plakadiva findet Mitte Mai statt, die besten Content-Marketing-Arbeiten werden im Juni gefeiert.

Dort könnte es eng werden, denn neben den genannten Agenturen haben auch DDB, BBDO, Scholz & Friends, Grabarz & Partner, Kolle Rebbe & Co Ambitionen auf einen der vorderen Plätze. Wer beim deutschen ADC und den Cannes Lions gut abschneidet, befindet sich bereits auf dem besten Weg dahin. Das sind aber nicht die einzigen Wettbewerbe, die im HORIZONT-Kreativranking 2018 eine Rolle spielen. Um die kreativsten Agenturen dieses Jahres zu ermitteln, werden insgesamt 18 Shows ausgewertet. Neu dabei sind der BCM Best of Content Marketing und die Plakadiva aufgrund der wachsenden Bedeutung der hier bewerteten Disziplinen (siehe Kasten). Ebenfalls neu: ADC Global und Epica. Ersterer, weil er 2017 unter das Dach des One Club, Veranstalter der One Show, geschlüpft ist und relaunched wurde. Letzterer, weil es sich hier um den einzigen Wettbewerb handelt, der nicht von Kreativen, sondern ausschließlich von Fachjournalisten aus aller Welt bewertet wird.

Nicht mehr dabei sind hingegen die Clios, D&AD Impact und Facebook Awards. Die Clios haben zunehmend an Relevanz für die deutsche Kreativszene verloren. Zudem ist die Informationspolitik des Veranstalters intransparent: Einsendezahlen werden nicht mehr veröffentlicht, was die Vergleichbarkeit mit anderen Shows erschwert. Die Gewinner der D&AD Impact Awards sind größtenteils redundant zu den Siegern im Hauptwettbewerb und die Facebook Awards spielen auch sechs Jahre nach ihrem Launch noch keine nennenswerte Rolle für die deutsche Agenturszene.

Die Wettbewerbe für das HORIZONT-Kreativranking 2018

Wettbewerb	BW-Faktor*	Reichweite	Disziplinen	Einsendeschluss	Veranstaltungsdatum	Anzahl Einsendungen 2017 (z. T. geschätzt)	Kosten pro Einsendung ca.	Anzahl Awards 2017	Award-Quotient**	Website
Cannes Lions	8	weltweit	disziplinübergreifend	Ende März	18. bis 22. Juni	41170	450 – 1700 Euro	1471	3,5	www.canneslions.com
ADC Wettbewerb	6	DACH	disziplinübergreifend	23. Januar / 20. Februar	18. bis 19. April	7200	210 – 1155 Euro	369	5,1	www.adc.de
D&AD Global Awards (exklusive D&AD Impact)	6	weltweit	disziplinübergreifend	14. Februar	24. bis 26. April	26000	150 – 1100 Euro	732	2,8	www.dandad.org
London International Awards	6	weltweit	disziplinübergreifend	31. Juli	28. September bis 6. Oktober (Judging & Creative Liaisons); 7. November Bekanntgabe der Gewinner	14000	400 – 1000 US-Dollar	820	5,9	www.liaawards.com
One Show	6	weltweit	disziplinübergreifend	31. Januar	7. bis 11. Mai (Creative Week New York)	22000	400 – 800 US-Dollar	589	2,7	www.oneclub.org
ADC Global	4	weltweit	disziplinübergreifend	31. Januar	7. bis 11. Mai (Creative Week New York)	8000	100 – 700 US-Dollar	267	3,3	www.adcawards.org
Eurobest	4	europaweit	disziplinübergreifend	Oktober	Ende November / Anfang Dezember	3503	380 – 550 Euro	329	9,4	www.eurobest.com
New York Festivals - International Advertising Awards	4	weltweit	disziplinübergreifend	31. Januar	17. Mai	12000 – 13000	500 – 1650 US-Dollar	481	3,8	www.newyorkfestivals.com
Webby Awards	4	weltweit	Online-Kommunikation	26. Januar	Mai	13000	325 – 595 US-Dollar	ca. 280 by Winner + People's Choice / Nominees***	9,8	www.webbyawards.com
Anzeige des Jahres	2	national	Zeitungswerbung	2. Februar	März/April	140	kostenlos	4	2,9	http://awards.die-zeitungen.de
BCM Best of Content Marketing	2	europaweit	Content Marketing	29. Januar	14. Juni	750	200 – 300 Euro (zzgl. rund 1000 Euro für die Buchveröffentlichung ab Shortlist)	55 (Gold-Gewinner)****	7,3	www.best-of-content-marketing.com/
Epica Awards	2	weltweit	disziplinübergreifend	30. September	Mitte November	3350	335 – 599 Euro	428	12,8	www.epica-awards.com/
Deutscher Digital Award	2	national	Online-Kommunikation	4. Februar	26. April	529	299 – 380 Euro	49	9,3	www.deutscherdigitalaward.de
Die Klappe	2	DACH	Bewegtbild	2. März	26. April	320	390 – 430 Euro	50	15,6	www.dieklappe.de
Max Award	2	national	Dialogmarketing	Ende April	September	200	290 Euro	27	13,5	www.max-award.de
Plakadiva	2	national	Out-of-Home	31. Januar	16. Mai	133	kostenlos	4	3	www.plakadiva.com
Radio Advertising Award	2	national	Radiowerbung	31. Januar	12. April	200	100 – 150 Euro	13	6,5	www.radio-advertising-award.de
Spotlight Festival	2	DACH	Bewegtbild	26. Januar	27. April	250	220 Euro	39 (Professionals Fach- und Publikumsjury)	15,6	www.spotlight-festival.com

\*Der Bewertungsfaktor (BW-Faktor) sagt aus, mit welchem Multiplikationsfaktor der Wettbewerb in das Ranking einfließt. Beispiel Cannes Lions: Ein Grand Prix in Cannes zählt 8 Punkte, Gold = 6 Punkte, Silber = 4 Punkte, Bronze = 2 Punkte. Diese werden mit dem jeweiligen BW-Faktor multipliziert. Für einen goldenen Cannes-Löwen erhält eine Agentur demnach  $6 \times 8 = 48$  Punkte.

\*\*Award-Quotient: Diese Zahl sagt aus, wie viel Prozent aller Einsendungen einen Preis erhalten haben. Shortlistplätze, Auszeichnungen und Nominierungen sind dabei nicht berücksichtigt.

\*\*\*Webby Awards: Es werden nur Winners (= Gold) und Nominees (= Bronze) berücksichtigt, da die Gesamtzahl der Würdigungen inkl. Honorees im Verhältnis zu den Einsendungen zu hoch ist (>2000).

\*\*\*\*BCM Best of Content Marketing: Es werden nur Gold-Gewinner berücksichtigt, da die Gesamtzahl der Preise inklusive Silber-Gewinner im Verhältnis zu den Einsendungen zu hoch ist (>200).

Quelle: eigene Recherchen / Angaben der Festivalveranstalter

HORIZONT 2/2018