



© CCA/Heidi Peim

„Kein CCA. Keine kreative Revolution ...“

Der Creativ Club Austria hat sich neu aufgestellt. Weg vom Konzerthaus, einer Gala, einer Präsidentin – hin zu Verjüngung und Öffnung.

••• Von Gianna Schöneich

Im Oktober 2016 erscheint ein Video auf Facebook. Gepostet hat es die Agentur Demner, Merlicek & Bergmann. Untertitel: Die CCA-Rückholaktion. Es war *der* Branchenaufreger 2015. Die genannte Agentur reichte das Projekt „Rote Nasen – Red Button“ beim CCA ein. In der Jury wird die Vermutung

aufgestellt, es handle sich um einen „Doppelgänger“ – also eine Arbeit, die Ähnlichkeit zu einer existierenden Arbeit hat. Schließlich wird die Agentur aufgerufen, das Projekt zurückzuziehen, und ein Ping-Pong-Spiel zwischen CCA und Demner, Merlicek & Bergmann beginnt.

Bis es zum Video im Oktober kommt, wird die Spitze des CCA umstrukturiert, statt einer Prä-

sidentin sitzt dort ein Vorstand, der Änderungen möchte und die Vorkommnisse verurteilt. Demner, Merlicek & Bergmann kehren unter anderem zurück, andere treten aus dem Club aus.

Neue Einreichfristen

Es seien die Neuerungen, die Verjüngung, die Öffnung, mit der viele nicht einverstanden wären, erklärt Alexander Hof-

mann, CCA-Vorstandssprecher und von der Agentur Young & Rubicam, bei einer Pressekonferenz vergangenen Dienstag.

Mit einer neuen Kampagne, einem neuen Ansatz für Jury und Awardshow sowie einer neuen Kategorie wird ein neues Kapitel in der 45-jährigen Geschichte des CCA aufgeschlagen. So wurde der Wettbewerb an sich komplett neu konzipiert. Zugelassen