

Die IAA als Kompass

Beatrice Cox-Riesenfelder: Wie Veranstaltungen wie die IAA Global Conference in Bukarest die Branche vorantreiben.

••• Von Laura Schott

WIEN/BUKAREST. Diese Woche fand die IAA Global Conference „creativity4better“ in Bukarest statt. Namhafte Speaker wie etwa Shazam-Gründer Chris Barton und Werbeikone Jacques Séguéla folgten der Einladung der International Advertising Association und gaben inspirierende Inputs aus ihren Metiers.

medianet sprach im Vorfeld mit Beatrice Cox-Riesenfelder, ORF-Enterprise-Geschäftsführerin und Global Secretary General der IAA, über die Konferenz und die Rolle solcher Veranstaltungen im internationalen Netzwerk der IAA.

medianet: Die IAA verbindet Agenturen, Werbetreibende und Vermarkter auf der ganzen Welt. Bei Veranstaltungen wie der Global Conference in Bukarest soll ihnen eine Plattform geboten werden, um – auch kontrovers diskutierte – Themen gemeinsam zu erarbeiten. Welche Themen beschäftigen die IAA aktuell besonders?

Beatrice Cox-Riesenfelder: Die Themen variieren je nach Kontinent – aber derzeit sind E-Privacy und Selbstbeschränkung in der Werbung weltweit ein Thema, mit dem sich die einzelnen Chapters beschäftigen. ‚Privacy to the People‘, so lautet sogar der Claim des nächstjährigen IAA World Congress in St. Petersburg.

Außerdem gibt es viele Initiativen, die eine Vernetzung der Bildungsangebote der IAA Chapters ermöglicht; so gibt es zum Beispiel diese Woche eine Schulung für Young Professionals bei Google in New York, bei der auf Anhieb 90 junge IAA-Mitglieder teilnehmen werden.

medianet: Die creativity4better findet heuer zum dritten Mal



statt, ist also noch ein sehr junges Format. Was hat sich die IAA mit dieser Veranstaltung konkret zum Ziel gesetzt? Allgemein und in diesem Jahr unter dem Motto ‚The culture of innovation‘?

Cox-Riesenfelder: Diese Veranstaltung ist eine von vielen IAA Global Events – sie findet in Bukarest statt, so wie ‚Africa Rising‘ zum Beispiel in Ghana, und beschäftigt sich mit Themen, die in dieser Region brandaktuell sind. Die Veranstalter bringen dank der Kraft der Organisation IAA internationale Speaker aus der Branche zu speziellen Tren-

ding Topics nach Bukarest, wie etwa Bruno Bertelli, Global CCO Publicis Worldwide. Aber auch Kreativ-Workshops sind Teil des Programms – die Teilnehmer sind u.a. auch Nachwuchskräfte aus der Marcomm Industrie, die vor allem aus Osteuropa kommen und dort in Workshops zusammenarbeiten.

medianet: Bei Ihrem letzten Interview mit **medianet** haben Sie gesagt, dass der traditionelle Fokus auf Europa und die USA veraltet und Asien aktuell der ‚absolute Supermarkt‘ sei –

auch in der Kommunikationsbranche. Wieso kommen dennoch keine Vortragenden aus Asien zur creativity4better?

Cox-Riesenfelder: Ich sagte, glaube ich, auch, dass Afrika der ‚Rising Star‘ in der Werbeindustrie sein wird. Aber das ändert sich von Jahr zu Jahr je nach Thema der Konferenz und Relevanz von Vortragenden.

medianet: Kürzlich hat das Austrian Chapter der IAA die ‚Quality Pitch Charta‘ für eine faire Pitchkultur präsentiert. Ist mangelnde Qualität im Pitchingprozess ein globales Problem der Kreativbranche?

Cox-Riesenfelder: In einigen Ländern Europas und der USA ist das ein wichtiges Thema, da die Pitchkultur außer Rand und Band geraten ist. Ja, das ist generell ein Problem.

medianet: Wie geht die IAA in anderen Ländern damit um?

Cox-Riesenfelder: Das erfahren wir im Board Meeting nächste Woche in New York.

medianet: Ist das Austrian Chapter als eines der größten der IAA in Angelegenheiten wie dieser ein Vorreiter für andere Chapter bzw. Märkte?

Cox-Riesenfelder: Es gibt in anderen Ländern solche Initiativen, aber in der professionellen Form, wie das die IAA Austria unter der Präsidentschaft von Walter Zingg gemacht hat, glaube ich nicht. Werbeagenturen, Medien und Werbetreibende unterschreiben diese Charta und das macht auch die Kraft der IAA aus – die IAA als Kompass für die Marcomm-Industrie.

Beatrice Cox-Riesenfelder ist Geschäftsführerin der ORF-Enterprise und seit einem Jahr Global Secretary General der IAA für die Funktionsperiode bis 2020.