



© CCA/Christian Jobst

CCA-Geschäftsführer Reinhard Schwarzingger: „Für die heurige Awardshow entwickeln wir verschiedene Konzepte.“

meint Schwarzingger. „Natürlich wünschen wir uns, die CCA-Venus-Statuen heuer auf einer Bühne überreichen zu können, idealerweise mit Publikum. Und wenn es noch ein Get-together oder eine Party geben kann, dann klingt das ja so schön wie früher. Darauf arbeiten wir hin und entwickeln diverse flexible Konzepte.“ Sollte Corona dem einen Riegel verschieben, sei das auch kein Drama: „Wir haben im Vorjahr mit unserer ORF-III-Sendung bewiesen, dass wir im Falle des Falles sehr gute Lösungen kreieren können.“ (bb)

Neue Spielregeln

Für den diesjährigen Bewerb wurde der Zeitraum der Veröffentlichungen auf zwei Jahre ausgeweitet.

WIEN. „Wir haben den Veröffentlichungszeitraum heuer auf zwei Jahre verlängert“, weist CCA-Geschäftsführer Reinhard Schwarzingger auf die wichtigste Neuerung hin und begründet die Entscheidung auch gleich wie folgt: „Im letzten Jahr sind großartige Arbeiten entstanden, allerdings waren die Kapazitäten für Einreichungen durch die herausfordernde Situation knapp. Somit können alle Arbeiten, die zwischen 1. März 2019 und 28. Februar 2021 veröffent-

licht und nicht bereits zur CCA-Venus 2020 eingereicht wurden, teilnehmen.“

Nachdem sich die Online-Vorjury im Vorjahr gut bewährt hat, wird sie heuer – ebenso wie der Verzicht auf die Einreichgebühren – beibehalten, bekommt aber einen überarbeiteten Leitfaden für die Beurteilungen an die Hand.

„Insbesondere in den kreativen Kategorien legen wir heuer einen besonderen Fokus auf die Idee, während in den Craft-Kate-

gorien die Umsetzung verstärkt ins Gewicht fallen wird. Dabei gilt es, nach Kategorie gewichtet, folgende Fragen zu beachten, danach zu diskutieren und zu jurieren: V wie vorbildlich, E wie emotional, N wie nachhaltig, U wie Umsetzung, S wie sehens- oder hörens-wert.“

Kreativ & flexibel

Noch völlig offen ist, wie die Awards im Herbst präsentiert werden. „Da ist Planung in einer unplanbaren Zeit angesagt“,

”

Im letzten Jahr sind großartige Arbeiten entstanden. Allerdings waren die Kapazitäten für Einreichungen durch die herausfordernde Situation knapp.

Reinhard Schwarzingger

“

Kreativität in allen Facetten

„Beyond Category“ ist das neue Motto des CCA.

WIEN. „Wir wollen damit zeigen, dass der CCA nicht nur der Venus-Award ist und die Venus selbst nicht alles ist. Gerade in dieser Krisenzeit zeigt und relativiert sich das. Der Creative Club Austria steht für den kreativen Fortschritt und das Miteinander. Unsere Bestrebungen dahingehend als auch die Vielfalt der Branche und vor allem die Relevanz von Kreativität sollen

verstärkt ins Licht gerückt werden“, erläutert CCA-Geschäftsführer Reinhard Schwarzingger.

Um noch mehr Kreative zur Teilnahme zu motivieren, wurde heuer die neue Mitgliedschaft „Friends of Creativity“ eingeführt; sie steht allen Interessierten aus der Kommunikationsbranche, der werbetreibenden Wirtschaft und dem Medienbereich offen. (red)



© CCA