

”

Die Jury war heuer sicherlich streng und hat – so der Tenor aus den Jurys – über weite Strecken die Gold-Definition sehr streng ausgelegt.

••• Von Dinko Fejzuli

Rund 1.000 Werber und Kreative feierten am Donnerstagabend in den Wiener Werkshallen die Verleihung des wichtigsten Preises der heimischen Kreativindustrie. Durch den Abend führte Österreichs bekannteste Dragqueen Tamara Mascara. Von den 1.285 Einreichungen haben es 390 Arbeiten ins Finale geschafft, und gut die Hälfte von diesen wurde heuer mit einer CCA-Venus-Trophäe prämiert. medianet bat Andreas Spielvogel und Melanie Pfaffstaller um eine Bilanz der heurigen Award-Show.

Melanie Pfaffstaller
CCA Vizepräsidentin

Andreas Spielvogel: Das ist einfach erklärt – es gibt vier klare Definitionen, nach denen die Arbeiten im Zuge der CCA Venus-Jury bewertet werden. Entspricht eine Arbeit aus der Sicht der Jury mehrheitlich der Definition für Bronze, dann wird sie Bronze. Entspricht sie der Gold-Definition, wird sie Gold. Entspricht keine Arbeit der Gold-Definition, gibt es kein Gold. Soll heißen: Die Arbeiten werden nicht miteinander verglichen, sondern jede Arbeit wird für sich juriiert. Daher kann es auch in derselben Kategorie von einzelnen Farben mehrere Veneres geben.

medianet: Und so gab es heuer nur halb so viele Gold-Auszeichnungen wie vergangenes Jahr. Woran lag es?

Melanie Pfaffstaller: Wir versuchen die Wertigkeit einer Gold-Venus seit Jahrzehnten gleich hoch zu halten. Die Jurys waren daher nicht unbedingt strenger als sonst. Auch gibt es nach wie vor keine Vorgaben seitens des Clubs an die Jurys eine gewisse Anzahl an Preisen zu vergeben. Die Jurys entscheiden daher autonom. Die Ergebnisse der CCA Jury spiegeln immer das vergangene Jahr. Die diesjährige Gold-Ausbeute sollte ein Ansporn für die gesamte Branche sein.

medianet: Ziel für die CCA Venus 2024 kann es nur sein, dass wieder mehr Gold-würdige Arbeiten eingereicht werden. Wie soll dies passieren und was

müssen die Einreicher dafür tun bzw. erreichen?

Spielvogel: Trotz knapp 1.300 Arbeiten sind wir uns sicher, dass heuer wieder einige Arbeiten nicht in den Bewerb geschickt wurden, die allemal die Chance gehabt hätten, eine goldene Venus zu gewinnen.

Mit unserer Ländertour, im Zuge derer wir die regionalen Top-Scorer je Bundesland auszeichnen, wollen wir gerade außerhalb der Bundeshauptstadt für eine Teilnahme am Venus-Bewerb werben – denn gerade hier verzeichnen wir steigende Teilnehmeraten und wir sind davon überzeugt: Da geht noch mehr.

Pfaffstaller: Natürlich freut uns, dass der Magnetismus der CCA Gala und damit das Interesse für kreative Spitzenleistung aus Österreich heuer besonders groß war. Wohin die Preise wirken, dafür gibt es Interpretationsspielraum. Zunächst sicherlich in die Branche selbst, als Bestätigung, als Motivation und als Magnet bei Recruiting für junge Menschen, die Preise gewinnen wollen. Aber auch als klares Zeichen für Auftraggeberinnen und Auftraggeber, mit herausragender Werbung die heimische Kreativlandschaft mitzugestalten und auf intelligente Art und Weise Werbebusiness zu betreiben. Denn: Kreativität ist besser für

”

Wir sind sicher, dass auch heuer wieder einige Arbeiten nicht in den Bewerb geschickt wurden, die allemal die Chance gehabt hätten, eine goldene Venus zu gewinnen.

Andreas Spielvogel
CCA Präsident

medianet: Anders als bei anderen Preisen kann es beim CCA-Award passieren, dass unter Umständen niemand den ersten, zweiten oder dritten Platz von der Jury zugewiesen bekommt. Heuer hat man dies ganz besonders bemerkt, denn es gab deutlich weniger Gold-Sieger. Weshalb generell diese Regelung?



Reinhard Schwarzingger (CCA-GF), Melanie Pfaffstaller, Andreas Spielvogel.

medianet: Die heurige CCA-Show war mehr als gut besucht. Generelle Frage zum Schluss – wohin wirken Preise in der Werbebranche mehr? Nach innen als Motivator für die eigene Crew oder nach außen und hier zum einen hin zu den mit ausgezeichneten Kunden oder gar als Qualitätskriterium, um neue Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen als attraktiver Arbeitgeber in die Agentur zu holen?

das Geschäft ... das zeigt sich ja hervorragend in der Kategorie ‚Creative Effectiveness‘.

Spielvogel: Schlussendlich ist die Auszeichnung mit einer Venus auch ein Schulterklopper aus der Branche, eine Respektsbekundung direkt vom Marktbelegter, eine faire Anerkennung, etwas ganz besonders gut gemacht zu haben. Und das tut gut – den Gewinnern und der Branche selbst.