

Plakatives Denken als Königsdisziplin: Zweite Plakatacademy von Gewista und Creativ Club Austria – BILD

ID: LCG19130 | 15.04.2019 | Kunde: Creativ Club Austria | Ressort: Wirtschaft –sterreich | Medieninformation

20 Kreative optimierten ihre Skills im Umgang mit dem sichtbarsten Werbemedium. Gewinnersujet wird auf 20 Plakatflächen der Gewista affiziert.

Bilder zur Meldung in der **Mediendatenbank** : ©leisure communications/ Christian Jobst

Wein (LCG) – Mit 17.000 Plakatflächen in ganz Österreich bietet die österreichische JCDecaux-Tochter Gewista ein effizientes Außenwerke-Netz, bei dem hohe Viewability garantiert ist. Menschen werden mit bis zu 13.000 Werbebotschaften täglich konfrontiert, die vorwiegend invasiv im Content-Umfeld ausgespielt werden. Das Plakat nimmt durch seine Sonderstellung im öffentlichen Raum eine besondere Rolle im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Konsumenten ein. Die gemeinsame Initiative von Gewista und Creativ Club Austria möchte den Fokus der Kreativen auf die weitreichenden Möglichkeiten und die Werbewirkung des Mediums schärfen.

„Kreative Plakatwerbung ist der Blickfang im öffentlichen Raum und fixer Bestandteil effizienter Mediaplanung. In Zusammenarbeit mit dem Creativ Club Austria lenkt die Plakatacademy den Blick auf die vielfältigen Möglichkeiten des Plakats, das die Aufmerksamkeit der hyperdigitalisierten Gesellschaft effektiv auf sich zieht“, betont Gewista-CSO **Andrea Groh**.

„Das Plakat ist durch die Reduktion komplexer Botschaften auf ihren Nukleus das Aushängeschild erfolgreicher Kampagnen und Ansporn für Kreative. Herausragende Kreation verwandelt Plakatflächen in Infotainment-Formate im öffentlichen Raum, die Kaufimpulse setzen und das Markenimage sowohl on-als auch offline stärken. Mit der Plakatacademy verdeutlichen wir die Rolle des Mediums als wesentliche Schnittstelle zwischen stationärem und digitalem Konsum“, meint Creativ-Club-Austria-Geschäftsführer **Reinhard Schwarzinger**.

Anleitung zur analogen Disruption

20 Kreative aus den Mitgliedsreihen des Creativ Club Austria, darunter fünf Young Creatives, hatten nun im Wiener 25Hours Hotel die Möglichkeit, sich intensiv mit dem Medium auseinanderzusetzen und vom Know-how des Out-of-Home-Spezialisten zu profitieren. Im Vordergrund der zweiten Plakatacademy standen wirkungsvolle und international erprobte Strategien im Umgang mit dem statischen Medium. Dabei ging es vor allem um die Zukunft des klassischen Plakats, das als analoges Werbeformat von der hohen Aufmerksamkeit der Konsumenten in einem nahezu werbefreien Umfeld profitiert. Die Innovationsmanager **Dieter Weidhofer** und **Mario Pricken** regten zu Kreativitätsmethoden an, die zu außergewöhnlichen Kreativideen abseits der Norm inspirieren. Dabei betonten sie, dass disruptiven Ideen absolut kein rein digitales Thema sind, sondern zeigten an erfolgreichen Beispielen, wie kreative Disruption in analogen Medien greift.

Das frisch gewonnene Know-how aus der Plakatacademy wird von den Teilnehmern in ihren Agenturen umgesetzt. Die eingereichten Sujets werden als Höhepunkt der zweiten Plakatacademy von einer Fachjury bewertet. Das Gewinnersujet wird auf 20 frequenzstarken Gewista-Flächen als impactstarke Eigenwerbung für die Agentur affiziert werden.

Über den Creativ Club Austria

Seit seiner Gründung im Jahr 1972 ist der Creativ Club Austria das Sprachrohr und die Plattform der heimischen Kreativbranche. Mit der CCA-Venus veranstaltet er den wichtigsten Kreativ-Award des Landes, der Leistungen sichtbar macht und im Dialog mit der gesamten Branche Standards definiert. Zahlreiche CCA-Venus-Sieger wurden mit ihren Arbeiten in der Vergangenheit bei weltweit relevanten Awards wie Cannes Lions International Festival of Creativity, eurobest Festival of European Creativity, ADCE European Creativity Festival, Clio oder Golden Drum Festival ausgezeichnet und zeugen von der Leistungsfähigkeit der österreichischen Kreativszene. Seit 2016 veranstaltet der Creativ Club Austria in Zusammenarbeit mit der ORF-Enterprise als Festivalrepräsentanz die Young Lions Competition Austria für das Cannes Lions International Festival of Creativity und fördert damit den heimischen Nachwuchs im globalen Wettbewerb. Der Creativ Club Austria bietet seinen über 220 Mitgliedern durch Workshops, Seminare, Veranstaltungen und internationalen Austausch Mehrwert und Vernetzungsmöglichkeiten innerhalb der Branche. Der Creativ Club Austria ist nationaler Partner des Art Directors Club of Europe. Als Sprecher des Vorstands fungiert **Alexander Hofmann** (Young & Rubicam Vienna) mit seiner Stellvertreterin **Helena Luczynski** (Frau Text), die Geschäftsführung hat **Reinhard Schwarzing** inne. Weitere Informationen auf <http://www.creativclub.at>.

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf <https://www.leisure.at>. (Schluss)

