



Das Niederwalddenkmal bei Rüdesheim – Motiv für eine Fotoserie zur Panoramafotografie



Plakat für den „Familienversteh“ Fiat Scudo Panorama Family

JUNIOR AGENCY AWARD FÜR FIAT-KAMPAGNE

Im Wintersemester 2008/09 hat sich die Fachhochschule Mainz am Junior Agency Award des Gesamtverbands der Kommunikationsagenturen (GWA) beteiligt. Das Team setzte sich zusammen aus Studierenden des Fachbereichs Gestaltung (Mediendesign) und des Fachbereichs Wirtschaft (Schwerpunkt Marketing) und wurde von der Werbeagentur Leo Burnett aus Frankfurt unterstützt. Betreut wurde das Projekt von den Professoren Heinrich Holland und Harald Pulch.

Für den Auftraggeber Fiat sollte der „Scudo Panorama Family“, eine Großraumlimousine, im Privatkundenbereich mit einem fiktiven Budget von 5 Millionen Euro beworben werden. Um die interdisziplinäre Zusammenarbeit zu gewährleisten, war jeder Teilnehmer (ob Strategie oder Kreativer) in jedem Strategie- und Kreativ-Workshops engagiert; so lernten die Teilnehmer die unterschiedlichen Arbeitsweisen kennen.

Die Studierenden entwickelten eine Kampagne mit vielen Medien: TV-Spot, Radio-Spot, Plakate, Twitter, Microsite und viele weitere. Alles stand unter dem Motto: „Fiat Scudo Panorama Family – Der Familienversteh“. Ein Höhepunkt des Projekts war das Drehen eines Fernseh-Spots. Mit viel Witz wurde eine Situation aufgezeichnet mit Schauspielern, die sich als Spezialisten in die Bedürfnisse einer modernen Familie hineinversetzten. Der Fiat-Scudo erreicht schnell und sicher das Krankenhaus zur Entbindung der Mutter.

Am 27. Februar 2009 wurde das Projekt einer hochkarätig besetzten Jury vorgestellt. Die Teilnehmer hatten in den letzten Tagen kaum geschlafen, die Präsentation und das Booklet waren „just in time“ fertig geworden. Doch der Stress der Monate vorher und die Anspannung am Entscheidungstag haben sich gelohnt: Der GWA Junior in Silber ging an das Team aus Mainz.

Heinrich Holland