



Die kreative Revolution - Stürmische Zeiten in der Werbebranche?

Angekündigt für den von media.net berlinbrandenburg, Medienboard Berlin-Brandenburg und United Visions veranstalteten 32. mediengipfel war Amir Kassaei, Chief Creative Officer DDB Worldwide. Doch Hurricane Sandy erreichte auch Berlin und der Stargast

(ddp direct) Trotz der widrigen Umstände blieb Amir Kassaei der Veranstaltung nicht ganz fern: Seine polarisierenden Thesen schickte er per Videobotschaft aus Brooklyn an die knapp 400 Gäste aus Wirtschaft und Politik. Er beschwört fundamentale Veränderungen in der Kommunikationsbranche durch die Verschmelzung der analogen und digitalen Welten und fordert ein Umdenken hin zu nachhaltigen Werten und einem qualitativen Wachsen der Wirtschaft.

Im Gespräch mit Autor und Journalist Hajo Schumacher setzten sich die vier Talkgäste mit Kassaeis Aussagen auseinander und diskutierten die Lage der Kommunikationsbranche. Matthias Spaetgens stellt eine Verunsicherung der Branche durch die Erweiterung der Medienkanäle fest und wirft Kassaei vor, die Branche zusätzlich zu verunsichern. 'Wir müssen uns zurück auf die fundamentalen Handwerksregeln besinnen', so Spaetgens. 'Die Ideen von heute müssen einfach und medienunabhängig sein'. Der Werbebranche stehen weiterhin stürmische Zeiten bevor und deshalb erfordern erfolgreiche Kampagnen heute Risikobereitschaft und Mut', sagte Dopheide. Blach ergänzte 'Kreativität zu verkaufen bedarf einer gefühlsmäßigen Verbundenheit zur Marke. Die Herausforderung besteht darin, Geschichten zu erzählen und Resonanz zu erzeugen'.

In seiner Videobotschaft führte Kassaei auch den Trend der totalen Vernetzung an. 'Dieser Trend betrifft alle, die in der Medienbranche wirken' von der Produktion von Inhalten bis hin zur Gestaltung der Geschäftsmodelle, kommentiert media.net Geschäftsführerin Andrea Peters. 'Der mediengipfel zeigt aber auch, dass die persönliche Vernetzung für mich und viele unserer Mitglieder ein wichtiger Bestandteil unserer Arbeit und ein willkommener Ausgleich zur digitalen Welt geworden ist?.'

Bereits in ihren Grußworten hatten media.net-Vorstandsvorsitzender Bernd Schiphorst sowie Medienboard-Geschäftsführer Elmar Giglinger Amir Kassaei als Impulsegeber der Branche bezeichnet und Impulse entstehen manchmal gerade aus dem Unerwarteten. 'Der gestrige mediengipfel war ein wunderbarer Abend, auch wenn kurzfristig entstanden und so nicht geplant.', so Elmar Giglinger. 'Trotz Kassaeis Abwesenheit hat sich gezeigt, dass wir innovative Querdenker brauchen, weil in unserer komplexer werdenden Welt immer häufiger erst das Denken jenseits bestehender Muster zum Erfolg führt.'

John Lionel Bandmann, erstmaliger Mitveranstalter des mediengipfels, kritisierte, dass der Medienstandort Berlin viel zu sehr über die Königsdisziplinen TV, Spielfilm, Musik und Werbung definiert wird. Die Information, Vernetzung und internationale Wahrnehmung des breit gefächerten Potentials von Berlin sieht er dadurch gefährdet. 'Berlin muss weniger als kreative Tapete sondern mehr als industrielle Plattform dargestellt werden', riet er. Aus diesem Grund will er mit seinem Unternehmen United Visions ab nächstem Jahr eine neue kreative Kommunikationsplattform in Berlin etablieren.

Der mediengipfel ist eine regelmäßige Veranstaltung zu medienpolitischen und medienwirtschaftlichen Themen. Seit 2001 treffen sich hochkarätige Podiumsteilnehmer und Gäste aus Politik, Wirtschaft, Medien und Kultur zum Networking in stilvollem Ambiente in der Hauptstadtregion. Veranstalter sind das media.net berlinbrandenburg und das Medienboard Berlin-Brandenburg. Erstmals trat United Visions, in Zusammenarbeit mit Unusuals, als Mitveranstalter des mediengipfels auf.

Partner und Sponsoren des 32. mediengipfels sind: Axica, Berliner Volksbank, Berlin Partner, Boehmert & Boehmert, ddp direct, KPMG, Richter Media Group, satis&fy, Visit Berlin, Ararat, Coffee Circle, Fritz Kola, Himmel & Helle, Kesselhaus, Laserline, Marsano, Partyrent, Pfalz/Südlische Weinstraße, System 180.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/u564fi>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/werbung/die-kreative-revolution-stuermische-zeiten-in-der-werbebranche-64566>

=== Die rund 400 Gäste aus Wirtschaft und Politik genossen einen unterhaltsamen Abend beim 32. mediengipfel in Berlin. (Bild) ===

Shortlink:
<http://shortpr.com/isq7qe>

Permanentlink:
<http://www.themenportal.de/bilder/die-rund-400-gaeste-aus-wirtschaft-und-politik-genossen-einen-unterhaltsamen-abend-beim-32-mediengipfel-in-berlin>

Pressekontakt

media.net berlinbrandenburg

Frau Andrea Wickleder
Wöhlerstr. -13 12
10115 Berlin

wickleder@medianet-bb.de

Firmenkontakt

media.net berlinbrandenburg

Frau Andrea Wickleder

Wöhlerstr. -13 12
10115 Berlin

medianet-bb.de
wickleder@medianet-bb.de

Das media.net berlinbrandenburg ist das branchenübergreifende Bündnis für Unternehmen der Medienwirtschaft in der Hauptstadtregion - von Musik und Film über TV und Multimedia bis hin zu Werbung und Design.

Das media.net mischt mit: 2000 initiiert vom damaligen Medienbeauftragten der Länder Berlin und Brandenburg und Vorstandsvorsitzenden, Bernd Schiphorst, garantierte das Netzwerk gleich zu Beginn eine Schnittstelle zur Politik. Heute beteiligt sich das media.net zusammen mit Institutionen, Verbänden und Meinungsmachern aus Wirtschaft, Forschung und Politik an der Gestaltung wirtschaftlicher Rahmenbedingungen der Region.

Das media.net informiert und verbindet: Studien und Umfragen des media.net greifen aktuelle Themen und Bedürfnisse der Mitglieder auf.

Veranstaltungen bieten praxisnahe Weiterbildung und wertvolle Kontakte.

Das media.net wächst: Zu den Mitgliedern zählen renommierte Unternehmen wie madvertise Mobile Advertising und die Ideenagentur Zum Goldenen Hirschen ebenso wie junge Start-ups wie absolventa, moviepilot oder textunes.

www.medianet-bb.de

Anlage: Bild

