



13 Agenturen in die CREA Shortlist aufgenommen Bewegtbild und Digital dominieren das Eigenmarketing, klassische Kommunikation erstmals ohne Einreichung

Hamburg, 15. September 2014 – Die Finalisten des diesjährigen CREA Credential Awards stehen fest: 14 Eigenmarketing-Maßnahmen konnten die Jury am Freitag, den 12. September, überzeugen. Das hochkarätige Gremium wählte aus fast 50 Einreichungen von insgesamt 38 Agenturen die kreativsten Ideen für das Finale am 07. November 2014 in Hamburg aus.

Klassische Kommunikation auf dem Abstellgleis

Die diesjährigen Einreichungen des 12. CREA Credential Awards machen eine Entwicklung in der Medienbranche deutlich: Die „klassische Kommunikation“ mit Plakaten, Anzeigen oder Bannern wird im Wettbewerb mit Bewegtbild- und Digitalformaten zunehmend zurückgedrängt. So wurden hier in diesem Jahr erstmalig keine Einreichungen verzeichnet, während über 50 Prozent der Beiträge aus den Kategorien „Dialog/Social Media“ (13) und „Agentur-Website“ (10) stammten. „Damit wird deutlich, dass die Agenturen im Wettbewerb um die Kunden zunehmend auf Digitale Formate setzen und sich der Medienwandel ungebrochen fortsetzt“, erläutert Oliver Klein, Mit-Organisator und Inhaber von cherrypicker.

Relevanz zählt

Dr. Anette Lamberts, Head of Corporate Marketing Group Communications bei Munich RE, erläutert worauf es bei Agenturen ankommt und was beim CREA zählt: „Die Agentur muss der Zielgruppe, also potentiellen Kunden, auf schnelle Art und Weise verständlich machen, warum die Leistung der Agentur für sie relevant sein kann. Also: What’s in it for me?“

In der Jurysitzung am 12.09.2014 berieten 20 Kommunikationsexperten, Journalisten und Top-Entscheider über fast 50 Einreichungen, darunter nostalgische Stempel, gefüllte Äpfel und hölzerne Bücher. Jurymitglied Melanie-Claudine Schmitt, Head of Communication and Brand Management Automotive bei Robert Bosch GmbH Automotive Aftermarket, lobt den Award: „Der CREA ist eine großartige Gelegenheit, einen Überblick über den Status der Agenturwelt zu bekommen. Man kann sich aus dem Tagesgeschäft ausklinken und mit freiem Kopf einen Einblick von den Agenturarbeiten erhalten.“

Tag der Entscheidung am 07. November

Für die 13 nominierten Agenturen heißt es schließlich am 07. November Bühne frei. Dann müssen sich die Finalisten in den Räumlichkeiten der Edel AG der CREA-Jury stellen und unter Echtzeit-Bedingungen präsentieren.

Mehr Informationen und Ausschreibungsunterlagen unter

www.credentialaward.com

cherrypicker – Oliver Klein
Erik-Blumenfeld-Platz 1
D-22587 Hamburg

Tel.: +49 (0)40 / 28 66 77 9-0
Fax: +49 (0)40 / 28 66 77 9-13

E-Mail: info@cherrypicker.de
www.cherrypicker.de



Die komplette Shortlist auf einen Blick:

Kategorie	Agentur
Agenturwebsite	webguerillas
Credentials	Leo Burnett
Dialog/Social Media	Havas Worldwide
	fischerAppelt
	J. Walter Thompson
	markenzeichen
	Scholz & Friends Group
	ressourcenmangel
Customized Action	Grey famously effective
	J. Walter Thompson
	Publicis/Pixelpark/Elephant Seven
	RMG Connect
	SUPERMONACO
NB-Strategie	Saatchi & Saatchi

cherrypicker – Oliver Klein
Erik-Blumenfeld-Platz 1
D-22587 Hamburg

Tel.: +49 (0)40 / 28 66 77 9-0
Fax: +49 (0)40 / 28 66 77 9-13

E-Mail: info@cherrypicker.de
www.cherrypicker.de



Über den CREA Credential Award

Der CREA Credential Award ist der bedeutendste Award für die Eigendarstellung von Kommunikationsagenturen im deutschsprachigen Raum (D-A-CH). Er zeigt auf, ob und wie die Neugeschäftsbemühungen von Agenturen bei potenziellen Kunden ankommen und will so die Qualität von Agentur-Eigenmarketing-Maßnahmen verbessern. Der CREA Credential Award wird in diesem Jahr bereits zum zwölften Mal veranstaltet. Initiator und Ausrichter der Veranstaltung ist Oliver Klein, Inhaber und Geschäftsführer der Agenturmanagementberatung cherrypicker.

Agenturen aller Disziplinen der Kommunikationsbranche können sämtliche Eigenmarketing-Maßnahmen wie Broschüren, Präsentationen, Mailings, Spots, Anzeigen, Plakate, Apps, Websites sowie Events einreichen. Damit erhalten sie die Chance, ihre Aktivitäten vor potenziellen Kunden auf den Prüfstand zu stellen.

Im Rahmen der CREA hat sich ein zweistufiges Auswahlverfahren bewährt: Im ersten Schritt wird die Überzeugungskraft aller eingereichten Kommunikationsmittel und -kampagnen aus Sicht der Marketing- und Kommunikationsverantwortlichen beurteilt. Auf dieser Grundlage wird die Shortlist bestimmt. Anschließend findet in der zweiten Jurysitzung eine Live-Präsentation der Finalisten statt. Diese gibt dem Wettbewerb seine besondere Realitätsnähe. Direkt im Anschluss findet die Preisverleihung statt.

Weitere Informationen:

CREA Credential Award 2014
Erik-Blumenfeld-Platz 1
22587 Hamburg
Tel.: +49 40 - 28 66 77 90
e-Mail: presse@cherrypicker.de



cherrypicker – Oliver Klein
Erik-Blumenfeld-Platz 1
D-22587 Hamburg

Tel.: +49 (0)40 / 28 66 77 9-0
Fax: +49 (0)40 / 28 66 77 9-13

E-Mail: info@cherrypicker.de
www.cherrypicker.de