

# LEADAWARDS 2007 SYMPOSIUM

## PROGRAMM

### TEIL I / CREATIVE RESEARCH – STRATEGIEN ZUR IDEENFINDUNG DIE BESTEN METHODEN FÜR NEUE INSPIRATION

- 10:00**     **PRINT / MIKE MEIRÉ**  
**DESIGNER „BRAND EINS“, „KID'S WEAR“, MEIRÉ & MEIRÉ**  
**FLOW OF L.I.F.E. – WIE IN DER KREATIVITÄT EINS ZUM ANDEREN KOMMT**
- Deine Lebensweise bestimmt deine Arbeitsweise. Deine Arbeitsweise bestimmt deine Kreativität. Mike Meiré, gefeierter Artdirektor und stilprägender Designer, spricht über sein Erfolgsprinzip L.I.F.E – Leben, Intelligenz, Freiheit, Evolution. An Beispielen macht er anschaulich, wie man schöpferische Arbeit harmonisch und erfolgreich gestaltet.
- 10:45**     **PRINT / GERT JONKERS UND JOP VAN BENNEKOM**  
**HERAUSGEBER „FANTASTIC MAN“ UND „BUTT“**  
**RADIKALITÄT UND KLASSIK – WIE PRINT STILVOLL GEWINNT**
- Austauschbarkeit, Beliebigkeit, Belanglosigkeit – als würde der Vormarsch des Internets nicht reichen, machen sich Zeitschriften das Leben auch noch selbst schwer. Gert Jonkers und Jop van Bennekom, die Erfinder der neuen Stil-Bibel „Fantastic Man“, erklären ihre Strategie gegen die Printkrise: Radikale Inhalte und klassische Form.
- 11:30**     **KUNST / JONATHAN MEESE**  
**KÜNSTLER**  
**TOTALREVOLUTION DE STUNKI – DIE LIEBLICHSTE NACHT**  
**DER ZWÖLF REITENDEN ERZRAUBTIERBABIES**
- Gemälde, Zeichnungen, Skulpturen, Bühnenbilder und Theaterstücke. Kein anderer Künstler hat einen größeren Output als Jonathan Meese, keiner steht mehr im Rampenlicht. Woher bezieht er seine Inspiration? Wie kommt er auf immer neue Ideen? Sein Vortrag gibt Einblicke in das Meese-Universum: Die Methode der schöpferischen Dekonstruktion.
- 12:15**     **ONLINE / FLORENCE DEVOUARD**  
**VORSITZENDE WIKIMEDIA FOUNDATION**  
**USER-FREIHEIT ODER PROFESSIONALITÄTSANSPRUCH – WAS ZÄHLT,**  
**WENN WEB-INHALTE ERWACHSEN WERDEN?**
- User liefern Content, User sind Content. Doch was geschieht, wenn User-Content plötzlich das globale Wissen beeinflusst? Florence Devouard, die neue Vorsitzende der Wikimedia Foundation, beschreibt am Beispiel des Do-it-yourself-Lexikons Wikipedia die Web-Content-Erstellung von morgen: Diskursive Plattformen mit User-Inhalten und Profi-Qualitätskontrolle.
- 12:45**     **ONLINE / PAUL MUDTER**  
**GESCHÄFTSFÜHRER INTERACTIVEMEDIA CCSP**  
**DIE MASSE WIRD KREATIV – NEUE WERBEFORMEN IM ZEITALTER DES WEB 2.0**
- Alles fließt: Paul Mudter, Chef des Online-Vermarketers InteractiveMedia CCSP, spricht über die Veränderungen, die im Bereich Online-Werbung durch das Web 2.0 entstehen. Er zeigt auf, welche vielfältigen kreativen Möglichkeiten das neue Mitmach-Marketing bietet und skizziert, wie Engagement Marketing und Social Web die Mediengeschäftsmodelle weiter entwickeln.
- 13:15**     **FOTOGRAFIE / REBECCA SWIFT**  
**GLOBAL CREATIVE DIRECTOR GETTY IMAGES**  
**ATTENTION PLEASE – DER GLOBALE KAMPF UM AUFMERKSAMKEIT**
- Um in der überladenen, globalen Werbewelt mit Botschaften durchzudringen, muss man die aktuellen Trends der visuellen Kommunikation kennen. Als Kreativchefin von Getty Images ist Rebecca Swift mit diesen Trends bestens vertraut. Sie erklärt, wie man aus ihnen Kommunikationsstrategien entwickelt, mit denen man im internationalen Wettbewerb besteht.

### TEIL II / TRENDBERICHTE AUS DEN JURYSITZUNGEN AKTUELLE ENTWICKLUNGEN IN PRINT, ONLINE, WERBUNG UND FOTOGRAFIE

- 14:00**     **ANZEIGEN / PETER WIPPERMANN**  
**KREATIVDIREKTOR TRENDBÜRO**  
**ROLLENTAUSCH – KONSUMENTEN WERDEN WERBER,**  
**WERBER WERDEN KÜNSTLER**
- Die klassische Werbung verliert den Kontakt zur gesellschaftlichen Realität, neue Werbeformen treten an ihre Stelle. Peter Wippermann fasst die Beobachtungen der LeadAwards-Anzeigenjury zusammen und konstatiert: Die Konsumenten übernehmen die Macht im Marketing. Es geht um die Demonstration von Haltung, die sie mit Unternehmen und Marken teilen.
- 14:20**     **ONLINE / ERWIN JURTSCHITSCH**  
**GESCHÄFTSFÜHRER EJ VENTURES**  
**DER HAUCH DER KONVERGENZ – WIE FOTO, VIDEO UND TEXT ZU INTEGRATIVEN**  
**WEB-ANGEBOTEN VERSCHMELZEN**
- Die Web-Angebote haben 2006 formal nachvollzogen, was die technische Entwicklung vorgegeben hat. Erwin Jurtschitsch, Vorsitzender der LeadAwards-Onlinejury, beschreibt die signifikantesten Trends dieser Entwicklung: Einerseits die Multimediaalisierung klassischer Nachrichtenangebote, andererseits die Visualisierung und Professionalisierung der Community-Welt.
- 14:40**     **FOTOGRAFIE / CHRISTIAN TRAUT**  
**KREATIVDIREKTOR KNSK**  
**VOM EINDRUCK ZUM AUSDRUCK – DIE NEUE KRAFT DER BILDER**
- Die Amateur- und Handyfotografie führt zu einer effektvollen Gegenbewegung. Professionalität und Kreativität schlagen zurück. Christian Traut, Co-Vorsitzender der LeadAwards-Fotojury, stellt einen eindeutigen Trend fest: Weg vom Schnappschuss, zurück zum inszenierten Bild, das dem Betrachter wieder eine tiefere, vom Sujet gelöste Bedeutung bietet.
- 15:00**     **PRINT / DOMINIK WICHMANN**  
**CHEFREDAKTEUR „SZ-MAGAZIN“**  
**DAS MAGAZIN IST RUND – FUSSBALL-WM UND INDEPENDENTS ALS**  
**HOFFNUNGSSCHIMMER IN EINEM FINSTEREN MAGAZIN-SOMMER**
- Impulse und Innovationen waren auf dem Magazinmarkt 2006 Mangelware. Dominik Wichmann, Mitglied der LeadAwards-Zeitschriftenjury, analysiert die Ursachen und Folgen der neuen Print-Flaute. Sein Fazit: Hoffnung macht uns der Graumarkt der Independent-Titel – und die Erinnerung an blattmacherische Höchstleistungen zur Fußball-WM.



# LEADAWARD SYMPOSIUM 2007 REFERENTEN



## MIKE MEIRÉ DESIGNER UND GESCHÄFTSFÜHRER MEIRÉ UND MEIRÉ

2006 kürte die LeadAcademy den Grafikdesigner Mike Meiré zum „Visual Leader des Jahres“. Nicht der erste Preis im Leben des 42-Jährigen: ADC Award USA, Europa und Deutschland, European Design Annual, Gold des Deutschen Designer Clubs. Bekannt wurde Mike Meiré vor allem durch die einzigartige Gestaltung des Wirtschaftsmagazins „Brand eins“ und der Kindermodezeitschrift „Kid's Wear“. Mit beiden prägte er wesentlich die aktuelle Bildsprache und das zeitgemäße Grafikdesign in Deutschland. Neben seiner Tätigkeit als Artdirektor schafft er immer wieder den Brückenschlag zwischen Werbung und Kunst. Für die Kulturreihe „Dornbach Edges“ des Bad-Armaturenherstellers Dornbach entwickelte er die Installation „The Farm Project“, die 2006 auf der Mailänder Möbelmesse ausgestellt wurde. Das Kölner Studio seiner Designagentur Meiré und Meiré und versteht er als Thinktank, den er mit Freunden teilt. „Wir machen Kunst-Performances, bauen Möbel, fotografieren unsere Kinder, trinken Wein, drehen Filme, verändern den Raum. Das ist unsere Art zu leben.“



## GERT JONKERS UND JOP VAN BENNEKOM HERAUSGEBER „FANTASTIC MAN“ UND „BUTT“

Mit dem Männermodemagazin „Fantastic Man“ schafften Gert Jonkers und Jop van Bennekom, wovon jeder Blattmacher träumt: Die hochwertig produzierte, stilistisch reduzierte Zeitschrift hat sich in nur drei Jahren zur international anerkannten Stil-Bibel entwickelt. Das englischsprachige Magazin gilt als Lieblingslektüre aller Modedesigner und als Impulsgeber für die gesamte Fashionbranche. Ob Hedi Slimane, Helmut Lang oder Marc Jacobs – alle sehen in dem Blatt eine neue, wichtige Quelle für Kreativität und Inspiration. Bereits 2001 wurden die beiden Niederländer als Herausgeber des „Butt“-Magazins bekannt. Die kleinformatige Zeitschrift ist der Inbegriff einer urbanen, schwulen Subkultur. Zuvor schrieb Gert Jonkers für internationale Magazine wie „Dutch“ und „Esquire“ und war Moderedakteur bei der niederländischen Tageszeitung „De Volkskrant“. Jop van Bennekom arbeitete als Artdirektor für das holländische Fashionmagazin „Blvd“. Für die Gestaltung der Architekturzeitschrift „Forum“ wurde er 2001 mit dem Rotterdam Design Preis ausgezeichnet.



## JONATHAN MEESE KÜNSTLER

Jonathan Meese gehört zu einer Elite junger deutscher Künstler, die derzeit international höchste Anerkennung finden. Seine augenzwinkernd-apokalyptischen Bilder verbreiten gleichermaßen Heiterkeit und Schrecken, seine Bühnenperformances sind ein assoziativer Overkill. Meese ist ein Dekonstrukteur. Er schöpft aus dem Bestehenden. Der 36-Jährige sammelt Zeitungsartikel, Filmschnipsel, Kleidung und Möbelstücke, um sie in einen neuen Kontext einzubetten. Die Bedeutung der Dinge gerät dabei ins Wanken und wird umkodiert. Meese, 1970 in Tokio geboren, studierte an der Hochschule für Bildende Kunst in Hamburg und zog anschließend nach Berlin. Rasch machte er sich einen Namen in der heimischen Kunstszene, später folgten Ausstellungen auf der ganzen Welt. Mit seiner Werkschau „Mamma Johnny“ in den Hamburger Deichtorhallen wurde er vergangenes Jahr endgültig zum Superstar des deutschen Kunstbetriebs. Im Januar 2007 hatte schließlich sein erstes Theaterstück „De Frau“ an der Berliner Volksbühne Premiere.



## FLORENCE DEVOUARD VORSITZENDE WIKIMEDIA FOUNDATION

Als Vorsitzende der Wikimedia Foundation, dem Betreiber der Online-Enzyklopädie Wikipedia, ist Florence Devouard Experte für Internet-Communities und das viel beschworene Web 2.0. Die 37-jährige Französin studierte Agrarwissenschaften an der Eliteuniversität Ensaia in Nancy mit einem zusätzlichen Abschluss in Biotechnologie und Genetik. 2002 engagierte sie sich erstmals in dem noch jungen Online-Lexikon Wikipedia. Sie schrieb Artikel und half beim Ausbau des französischsprachigen Ablegers der interaktiven Enzyklopädie. Später wurde sie Administratorin und Mitglied des Kuratoriums der Wikimedia Foundation. Im September 2006 löste Devouard schließlich den einstigen Gründer von Wikipedia, Jimmy Wales, als Vorsitzende des Ausschusses ab. Wikipedia ist mit mehr als vier Millionen Artikeln die umfangreichste Enzyklopädie der Welt und finanziert sich dabei ausschließlich über Spendengelder. Die englischsprachige Ausgabe gehört zu den fünfzehn meistbesuchten Websites. 2006 wurde Wikipedia als „WebLeader des Jahres“ ausgezeichnet.



## PAUL MUDTER GESCHÄFTSFÜHRER INTERACTIVEMEDIA CCSP

Als Geschäftsführer von InteractiveMedia CCSP, des führenden deutschen Qualitätsvermarkters im Internet und einer hundertprozentigen Tochter der Deutschen Telekom, ist Paul Mudter ein ausgewiesener Kenner der Online- und Werbebranche. Mudter, Jahrgang 1966, startete seine Karriere 1994 bei DeTeMedien in Frankfurt. Dort war er zunächst als Produktmanager für Internet-B2B-Produkte tätig, später entwickelte er den indirekten Vertrieb für elektronische Offline-Produkte und verschiedene Internet-Portale. 1997 wechselte Paul Mudter zu T-Online, wo er zunächst den Bereich E-Commerce verantwortete und dann den Gesamtbereich Ad-/E-Commerce Sales leitete. In dieser Funktion war er maßgeblich für die Entwicklung aller Internet-Vermarktungsaktivitäten auf dem T-Online-Portal zuständig. Im November 2003 übernahm Mudter gemeinsam mit Arndt Groth die Geschäftsführung der InteractiveMedia CCSP. Seit Februar 2006 ist er alleiniger Geschäftsführer des Darmstädter Online-Vermarkters. Ende letzten Jahres wurde Paul Mudter zum Vorsitzenden des Online-Vermarkterkreises (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) gewählt.



## REBECCA SWIFT GLOBAL CREATIVE DIRECTOR GETTY IMAGES

Fotohandys, Internet und digitale Datenbanken haben die Fotografie von Grund auf verändert. Niemand weiß das besser als Rebecca Swift, die als Global Creative Director der weltweit führenden Bildagentur Getty Images die größte Trendforschungs-Abteilung im Bereich der visuellen Kommunikation leitet. Die studierte Werberin koordiniert die Arbeit der konzerneigenen Creative-Research-Teams in New York, London und Paris, analysiert deren Trendberichte und kommuniziert sie anschließend an alle Getty-Fotografen weiter, um die Produktion kreativeren und zeitgemäßerer Bildmaterials zu fördern. 2006 war die 37-Jährige mitverantwortlich für den viel beachteten MAP-Report „One Life“ von Getty Images. In der umfassenden Studie präsentierten Forscher Einblicke in die wichtigsten Bildtrends des kommenden Jahres. Darüber hinaus unterrichtet die in London lebende Bildexpertin als Gastdozentin am London College of Communication.



## PETER WIPPERMANN KREATIVDIREKTOR TRENDBÜRO

Mit dem Trendbüro legte Peter Wippermann den Grundstein für die moderne Trendforschung in Deutschland, als Professor für Kommunikationsdesign prägte er darüber hinaus zahlreiche junge Grafiker. Wippermann lernte im Grafikbüro seines Vaters den heute trendunverdächtigen Beruf des Schriftsetzers, bevor er als Artdirektor zum Rowohlt-Verlag und dem ZEIT-Magazin wechselte. Er war Mitbegründer der renommierten Designagentur Büro Hamburg, später Herausgeber des Zukunftsmagazins „Übermorgen“. 1992 hob der heute 57-Jährige gemeinsam mit Matthias Horx das Trendbüro aus der Taufe, eine Beratungsfirma für gesellschaftlichen Wandel. Im Jahr darauf wurde er als Professor für Kommunikationsdesign an die Universität Essen berufen. Wippermanns Spezialgebiet sind Kommunikationsstrategien für trendgestützte Markenführung. Er versucht „Marktchancen aufzuzeigen, die aus den Sehnsüchten einer Gesellschaft resultieren“. Ziel ist das „emotional design“, eine emotionale Akzeptanz des Produktes oder der Dienstleistung durch den Kunden. 1999 gehörte Wippermann zu den Gründern der Akademie Bildsprache, aus der die LeadAcademy für Mediendesign hervorging.



## ERWIN JURTSCHITSCH GESCHÄFTSFÜHRER EJ VENTURES

Vom Journalist zum Venture Capitalist – Erwin Jurtschitsch kennt alle Seiten des Mediengeschäfts. Der Online-Spezialist war 1978 Mitbegründer der „taz“, später arbeitete er für „Spiegel TV“ und das Nachrichtenmagazin „Focus“. Seine Begeisterung für die neuen Medien führte ihn schließlich zur Computerzeitschrift „Konr@d“ und der Online-Ausgabe des „Stern“ – beide Male in der Funktion des Chefredakteurs. 1999, auf dem Höhepunkt des Internetbooms, wechselte Jurtschitsch vom Journalismus in das Investmentgeschäft, ein bis dahin einmaliger Schritt, der für Aufsehen in der Medienbranche sorgte. Als Deutschlandchef der schweizerischen Risikokapitalgesellschaft ETF Group sammelte er die nötige Erfahrung, um ein Jahr später sein eigenes Investmentunternehmen zu gründen. Seine EJ Ventures AG finanziert innovative Jungunternehmen aus den Bereichen Medien sowie Medizin-, Nano- und Umwelttechnik. Jurtschitschs Vorteil: „Wir sind die einzige Risikokapitalgesellschaft, die die Medienwelt aus der Perspektive der Macher kennt.“



## CHRISTIAN TRAUT KREATIVDIREKTOR KNSK

Als Kreativdirektor der Hamburger Agentur KNSK gehört Christian Traut zu Deutschlands einflussreichsten Werbern. Der 48-Jährige begann seine Karriere als Grafiker des Kultmagazins „Twen“. 1984 wechselte er in die Werbung und wurde Artdirektor bei Springer & Jacoby, später Kreativdirektor in der Frankfurter Werbeagentur Conrad Burnett (heute Leo Burnett). 1989 zog es ihn nach Madrid zur spanischen Dependence der renommierten Schweizer Agentur GGK. Mit KNSK entwarf er schließlich die legendäre „Lucky Strike“-Kampagne, die bis heute geschaltet wird. Christian Traut wurde für seine Arbeiten mit zahlreichen Kreativpreisen prämiert, unter anderem erhielt er Gold und Silber des ADC New York, den Grand Prix des deutschen ADC und einen bronzenen Löwen in Cannes. Der Bildexperte ist Mitglied des Art Director Clubs und der LeadAcademy für Mediendesign.



## DOMINIK WICHMANN CHEFREDAKTEUR „SZ-MAGAZIN“

Als Chefredakteur des „SZ-Magazins“ gehört Dominik Wichmann zu den kreativsten Blattmachern der Republik. Gekonnt führt er jeden Freitag vor, wie gut Qualitäts- und Lifestylejournalismus sich gegenseitig ergänzen können. Dass das „SZ-Magazin“ als einziges klassisches Zeitungs-Supplement die Medienkrise überlebt hat, spricht für die Qualität des Heftes und seiner Macher. 1971 in München geboren, studierte Wichmann zunächst Politikwissenschaften, Philosophie und Amerikanische Kulturwissenschaften in München, Cambridge (USA) und Bonn, um dann an der Berliner Journalistenschule das Medienhandwerk zu erlernen. Anschließend lebte er einige Zeit in Chicago und Boston, bevor er bei der „Süddeutschen Zeitung“ sein journalistisches Zuhause fand. Seine intensive Beschäftigung mit dem amerikanischen Traum und dessen Realität fand 2000 ihren Niederschlag in dem Reportageband „Jenseits von Utopia“. Im selben Jahr wurde Wichmann einer von zwei Chefredakteuren des „SZ-Magazins“, seit Januar 2005 führt er es alleine.