

Deichtorhallen Hamburg
25. März 2010
10:00 bis 15:30 Uhr
Einlass 09:45 Uhr

Keine Anmeldung, keine Registrierung –
einfach kommen!

Eintritt: 25,00 Euro
Ermäßigt: 15,00 Euro

Besuchen Sie auch die Connections by Le Book, die Foto- und
Designmesse in Kooperation mit den LeadAwards 2010, vom
23. bis 24. März 2010, ebenfalls in den Deichtorhallen Hamburg.
Registrieren Sie sich für Connections unter
www.lebook.com/connections

CONNECTIONS by LEBOOK

Deichtorhallen Hamburg | Deichtorstraße 1–2 | 20095 Hamburg

Das LeadAwards-Symposium
ist eine Veranstaltung der LeadAcademy.

LeadAcademy für Medien e.V.
Kaiser-Wilhelm-Strasse 89
20355 Hamburg
T. +49(0)40-32 52 42-50
F. +49(0)40-32 52 42-99
M. info@leadacademy.de

www.leadawards.de

In Kooperation mit:
hamburgunddesign®

Unterstützt von:



10:00 UHR

WURM: KUNST FRISST KOMMERZ

10:45 UHR

HEFFELS, KOLLE, SCHILL: DIE NEUE IDENTITÄT DER WERBUNG

11:45 UHR

LINDBERGH: DIE MAGIE DES SCHÖNEN SCHEINS

13:15 UHR

SCHMITT: DAS WEB KANN AUCH ANDERS

12:15 UHR

RASP, ILLMER, SCHNEIDER: PAPIERTIGER BEISSEN DOCH

14:45 UHR

VON BLUMENCRON, DI LORENZO, WICHMANN: GEMISCHTE MEDIENGEFÜHLE

14:00 UHR

MIEGEL: STARK OHNE WACHSTUM

LEAD
AWARDS
SYMPOSIUM
2010

SO KREATIV!
SO RELEVANT!
SO NACHHALTIG!

Wer glaubt noch an
Kommunikation, Design
und Medien?

VORTRAG 10:00 UHR

KUNST FRISST KOMMERZ

Über die Umkehrung der Mittel

Das geneigte Publikum ist zunehmend verwirrt: Kunst und Kommerz – die beiden Pole der Kreativität sind längst zerbröseln. Wer zitiert nun wen? Wer verurteilt wen? Wem nutzt es? Und wer leidet Schaden? Ein Streifzug durch den Chiffrenwald der vereinigten Medien- und Kunstwelt.

ERWIN WURM

KÜNSTLER



Kaum ein anderer Künstler hat in den letzten Jahren einen derart kometenhaften Aufstieg erlebt wie Erwin Wurm. Der 56-jährige Österreicher wurde Mitte der 90er mit seinen „One Minute Sculptures“ bekannt. Absurde, ephemäre Tableaus mit echten Menschen in Alltagssituationen, von denen nichts blieb außer einem Foto. Zum Star am Kunstmarkt machten ihn seine „Fat“-Skulpturen – aufgeblähte Versionen kleinbürgerlicher Statussymbole wie Autos und Einfamilienhäuser. Wurm bedient sich der Alltags- und Werbeästhetik, verfremdet sie, ironisiert sie, kehrt sie ins Gegenteil, und gibt ihr damit am Ende etwas Affirmatives. Er bestückt gleichermaßen ein Video der Red Hot Chili Peppers wie die Hallen der Londoner Tate Modern oder des MUMOKs in Wien. Seit 2002 lehrt er als Professor am Institut für Bildende und Mediale Kunst in Wien.

PODIUMSDISKUSSION 10:45 UHR

AUS/STOP/RETOUR. WO IST DER AUSWEG NUR?

Die klassische Werbung ist tot. Es lebe ...???

Die Rolle der bezahlten Kommunikation ist unklar. Der eine geniale Spot, die eine geniale Anzeige sind Schnee von gestern. Wie muss effiziente Werbung angesichts der digitalen Vielstimmigkeit zukünftig aussehen? Ist Multikanalfähigkeit die Rettung? Ist sie möglich? Und was steckt hinter den schönen Schlagworten „Nachhaltigkeit“, „Involvement“ und „soziale Relevanz“?

GUIDO HEFFELS

GESCHÄFTSFÜHRER BEI HEIMAT, BERLIN



Nach Stationen bei Agenturen wie Baader, Lang, Behnen und Springer&Jacoby, beide Hamburg, gründete Guido Heffels 1999 zusammen mit drei ehemaligen Kollegen die Werbeagentur Heimat, Berlin. 2001 wurde sie zur Newcomer Agentur des Jahres gekürt. Spätestens seit ihrer aufsehenerregenden Kampagne für den Baumarkt Hornbach gilt Heimat als derzeit innovativste Kreativagentur in Deutschland.

STEFAN KOLLE

GESCHÄFTSFÜHRER BEI KOLLE REBBE, HAMBURG



Stefan Kolle gründete mit Stephan Rebbe 1994 Kolle Rebbe. Die unabhängige und inhabergeführte Agentur in Hamburgs Speicherstadt zählt zu den meist ausgezeichneten des Landes. Kolle Rebbe arbeitet für trendige Marken wie Bionade, Google und CDU. Maßgeschneiderte Konzepte und integrative Werbestrategien machen sie zu einer der zeitgemähesten Agenturen der Kommunikationsbranche.

ALEXANDER SCHILL

ALEXANDER SCHILL, GESCHÄFTSFÜHRER SERVICEPLAN



Alexander Schill, Absolvent der Hochschule der Künste in Berlin, war über zehn Jahre bei der Hamburger Agentur Springer & Jacoby. Zusammen mit seinem Partner Jörg Schultheis brachte er die Agentur 2006 auf Platz 1 der „Page“-Kreativrangliste. 2006 wechselt Alexander Schill zur Serviceplan Gruppe München und leitet seitdem - wieder zusammen mit Jörg Schultheis - deren Hamburger Büro. In seiner Karriere hat Alexander Schill über 500 nationale und internationale Awards gewonnen.

VORTRAG 11:45 UHR

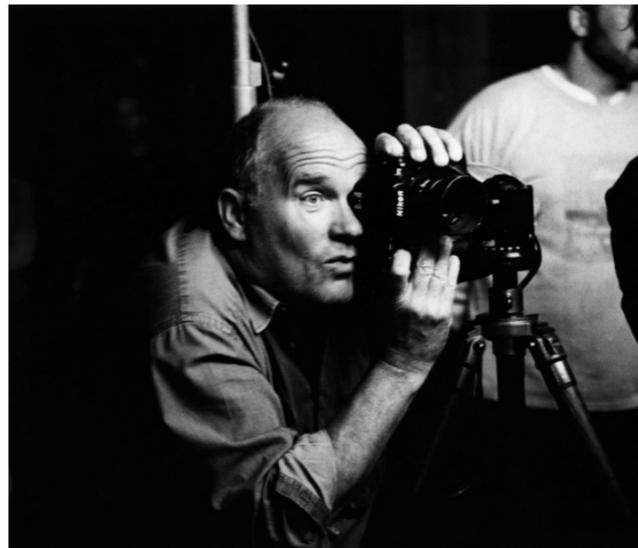
SCHWARZ AUF WEISS

Die Fotografie als Bewahrerin des Schönen

Peter Lindberghs Suche nach dem Sublimen: Wie verbindet man Lifestyle mit Anspruch? Wie verewigt man im Flüchtigen das Schöne? Wie findet man hinter der Oberflächlichkeit noch wahre Tiefe? Peter Lindberg hat sich und uns den Blick fürs Ästhetische erhalten. Ein harter Kampf, mit Eleganz und Leichtigkeit geführt.

PETER LINDBERGH

FOTOGRAF



Der Deutsche Peter Lindbergh setzt seit Jahrzehnten Standards und hat wie kaum ein anderer zeitgenössischer Fotograf die Kommunikation der Mode geprägt. Neben unzähligen Editorials für Zeitschriften wie „The New Yorker“, „Rolling Stone“, „Stern“, „Vanity Fair“ und „Harper's Bazaar“ fotografierte er auch viele internationale Werbekampagnen für Modeimperien wie Hugo Boss, Giorgio Armani, Prada, Calvin Klein und Jil Sander. Seine expressiven Schwarzweiss-Bilder sind unauflöslich mit der Ära der Supermodels verbunden: Lindberghs Arbeiten für die „Vogue“ machten Christy Turlington, Naomi Campbell, Linda Evangelista und Tatjana Patitz erst wirklich bekannt. Lindbergh ist mit seiner 70-seitigen Hommage an Berlin aus der „Vogue“-Jubiläumsausgabe in diesem Jahr für einen LeadAward nominiert. Er lebt derzeit in Paris.

PODIUMSDISKUSSION 12:15 UHR

PAPIERTIGER BEISSEN DOCH

Printdesign im digitalen Zeitalter: Sisyphosarbeit oder Königsdisziplin?

Anspruchsvolles Design für den Massenmarkt? Zeitungen und Zeitschriften gestalten in der digitalen Ära? Mit Printgrafik der elektronischen Übermacht Paroli bieten? Drei tapfere Art Direktoren tun es: Sie geben „Stern“, „Bild“ und den Condé-Nast-Titeln einen zeitgemäßen, hochwertigen und massentauglichen Look – und berichten beim LeadAwards-Symposium über diese tägliche Quadratur des Kreises.

VERONIKA ILLMER

ART DIREKTORIN „BILD“ UND „BILD AM SONNTAG“



Die Schlagzeile „Wir sind Papst!“ geht zwar nicht auf ihr Konto, aber die Gestaltung dieser. Veronika Illmer ist seit 2001 Art Direktorin bei der „Bild“-Gruppe. Davor war sie in gleicher Funktion für die „Welt am Sonntag“, „Prinz“ und „TV Movie“ zuständig. Außerdem begleitete sie den Relaunch des österreichischen Nachrichtenmagazins „Profil“.

MARKUS RASP

ART DIREKTOR „GQ“, „AD“ UND „GQ STYLE“



Markus Rasp war das Auge des „SZ-Magazin“. Er entwickelte das visuelle Konzept und öffnete als dessen Art Direktor in den 90ern der Neuen Deutschen Fotografie die Printtüren. Danach gründete er mit zwei Kollegen die Agentur Anzinger Wüschner Rasp. Seit Jahren berät er den Condé-Nast-Verlag in gestalterischen und grafischen Belangen. Ob „AD“ oder „GQ“ – vielen Titeln des Hauses hat er den visuellen Schliff gegeben. 2009 zeichnete die LeadAcademy ihn zum VisualLeader aus.

DONALD SCHNEIDER

ART DIREKTOR „STERN“



Donald Schneider begann seine Laufbahn als Art Direktor in New York bei den Magazinen „East Village Eye“ und „Fame“. 1991 kam er nach Europa zurück, wo er Zeitschriften wie „Tempo“ und dann viele Jahre die französische „Vogue“ prägte. 2002 gründete er sein eigenes Studio für Grafik-Design in Paris und entwickelte Kampagnen für Luxus- und Modemarken – unter anderem für die Zusammenarbeit von Karl Lagerfeld und H&M. Seit 2008 ist Schneider Art Direktor des „Stern“.

VORTRAG 13:15 UHR

ALARM PER MAUSKLIK

Wie Wikileaks im Web den Journalismus neu erfindet

Das Internet gilt als Tummelplatz von Selbstdarstellern. Eine Plattform hält dagegen: Wikileaks. Auf der Webseite können geheime Unterlagen anonym veröffentlicht werden, die Politik und Unternehmen zu unterdrücken suchen. Eine Frage bleibt: Hort paranoider Denunzianten oder legitimer Steinbruch für investigative Recherchen?

DANIEL SCHMITT

SPRECHER DES WIKILEAKS-WEBPROJEKTES



Die von Menschenrechts- und Internetaktivisten gegründete Non-Profit-Organisation hat seit ihrer Gründung 2006 für einigen Wirbel gesorgt. Wikileaks veröffentlichte als erste die Guantanamo-Bay-Handbücher der US-Armee und die Feldjäger-Berichte in der deutschen Kunduz-Affäre. Viele Medien greifen auf die Webseite der Whistleblower zurück. Einige, wie die US-Tageszeitung „Los Angeles Times“ und die amerikanische Nachrichtenagentur „Associated Press“, tragen sogar deren Anwaltskosten. 2009 erhielt das Projekt den Amnesty International New Media Award.

VORTRAG 14:00 UHR

ÜBERLEBEN OHNE WACHSTUM

Wie die Medien und die Gesellschaft

trotz Degression stark bleiben

„Wohlstand ohne Wachstum“: Prof. Meinhard Miegel überträgt seine These erstmals auf die Medien- und Kommunikationsbranche.

PROFESSOR MEINHARD MIEGEL

VORSITZENDER DES DENKWERKS ZUKUNFT



Miegel beschrieb bereits 1972 die „Grenzen des Wachstums“. 30 Jahre lang leitete er das Institut für Wirtschaft und Gesellschaft Bonn. Sein neuestes Buch „Wohlstand ohne Wachstum“ räumt mit der Wachstumsgläubigkeit auf und erklärt wie Gesellschaft und Wirtschaft auch ohne sie im Gleichgewicht gehalten werden können. Professor Miegel wirft unter diesen Vorzeichen eigens für den LeadAward einen Blick auf die Medienökonomie.

PODIUMSDISKUSSION 14:45 UHR

AM GOLDENEN FLUSS

Die Brücke von Print zu Online heißt Kreativität

Print oder Online – das ist nicht mehr die Frage. Gepredigt wird Print und Online – auf dass zusammen wächst, was angeblich zusammen gehört und Rettung verspricht. Drei Journalisten diskutieren, ob und wie die Verschmelzung klappen kann. Jeder hat damit seine ganz persönlichen Erfahrungen gemacht – und deshal seine ganz eigene Sicht der Dinge.

GIOVANNI DI LORENZO

CHEFREDAKTEUR „DIE ZEIT“



Giovanni Di Lorenzo war schon cross-medial, als es den Begriff noch nicht gab. Er schrieb für die „Neue Presse“ in Hannover und moderierte für den Bayerischen Rundfunk „Live aus dem Alabama“. Er leitete später die „Seite Drei“ der „Süddeutschen Zeitung“ und moderiert gleichzeitig den Talkshowklassiker „III nach 9“ bei Radio Bremen. Der jetzige Chefredakteur der Wochenzeitung „Die Zeit“ kennt keine Berührungängste mit elektronischen Medien. Nur das Web ist einfach nicht sein Ding.

MATHIAS MÜLLER VON BLUMENCRON

CHEFREDAKTEUR „DER SPIEGEL“



Mathias Müller von Blumencron ist das lebende Beispiel für den Paradigmenwechsel in den Medien: Der Erfinder und langjährige Chefredakteur des größten deutschsprachigen Webmagazins „Spiegel Online“ wurde letztes Jahr Chefredakteur des gedruckten Mutterblatts „Der Spiegel“. Die Onliner retten Print. Ein Ritter Schlag für das Digitale.

DOMINIK WICHMANN

DOMINIK WICHMANN, CHEFREDAKTEUR „SZ-MAGAZIN“



Der überzeugte Printmann Dominik Wichmann leitet seit 2001 das „SZ-Magazin“. Das Digitale war ihm fremd, E-Mails waren das höchste seiner elektronischen Mediengedühle. 2009 nahm der preisgekrönte Chefredakteur jedoch einen sechsmonatigen Sabbatical und heuerte als Praktikant in verschiedenen New Yorker Web-Unternehmen an. Nach dieser digitalen Selbsterfahrung ist er überzeugt, dass das Internet nicht ganz böse ist, auch wenn Restskepsis bleibt.