

Ein Hauch von Cannes

Kiev Advertising Festival in Odessa

Fred Koblinger, CEO PKP BBDO, war eingeladen, als Jurypräsident des 13. Kiev Advertising Festivals (das allerdings in Odessa stattfand), eine Jury aus fast allen Nachfolgestaaten der UDSSR zu leiten und qualitative, internationale Standards zu setzen. Als mehrfacher Cannes Juror zog er folgende Bilanz:

Sowohl Cannes als auch Odessa liegen direkt am Meer. Obwohl man die frühere kulturelle Bedeutung dieser beeindruckenden Stadt am schwarzen Meer förmlich spürt, deutet für die wenigen Fremden nichts darauf hin, dass sich derzeit hinter bröckelnden herrschaftlichen Palais-Fassaden entlang der breiten, baumgesäumten Boulevards ein Advertising Festival stattfindet. Auch wenn das bombastische Opernhaus, das mit der Wiener Staatsoper keinen Vergleich zu scheuen braucht, das hässliche Palais de Festival in Cannes eindeutig aussticht, die Potemkinsche Treppe, die in 192 Stufen zum Hafen führt, kann mit der berühmten Croisette höchstens geschichtlich mithalten. Aber: auch in Odessa gibt es Beach Parties nach der Preisverleihung. Und Preise gab es – wie auch in Cannes – jede Menge. Im Unterschied zu den mega-coolen Preisträgern in Cannes ging hier die Party schon auf der Bühne los.

Arbeit gab es jede Menge. Durch ca. 2000 auf englisch im Cannes-Format aufbereitete Einreichungen aus fast allen GUS Staaten mussten sich die Jury-Mitglieder durcharbeiten. Die Qualität der Shortlist- Arbeiten braucht den Vergleich zu Österreich absolut nicht zu scheuen, den zu Cannes aber wohl. Wir spannend zu sehen, ob dort Arbeiten aus Odessa in der Shortlist auftauchen.

Die Highlights:

Der Radio-Grand Prix „Wenn Sie etwas von Ihrem Mann wollen, dann singen Sie“. Der Spot eines Fashion Stores, in dem eine Frau von ihrem Mann das zu OK einen Pelzmantel ersingt, indem sie ihren Wunsch in der Hymne der Fußball Champions League intoniert. (http://www.youtube.com/watch?v=W1f27_u1A5o&feature=youtu.be)

Der Outdoor Grand Prix „Chopstick Dragon“, mit dem eine China Restaurant in Sibirien hunderte potentielle Kunden einlädt Chopsticks in ein Billboard zu stecken, das letztlich einen 3D-Drachen ergibt und zur Eröffnung einlädt (siehe beiliegendes Photo).

Der Print Grand Prix: eine wunderbare Illustration (siehe Photo).

In der Kategorie Film duellierten sich 2 Spots um den Grand Prix, den der Spot „Dog“ (http://www.youtube.com/watch?v=W1f27_u1A5o&feature=youtu.be) knapp vor dem emotional berührenden Spot „Father“ für sich entscheiden konnte.

(http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=Q3TmAyTplfk)

Außergewöhnlich auch ein Mailing für Greenpeace „Put them in your shoes“ http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=xC5BgVo8X5c.

Alles in allem ein sehr ambitioniertes Festival mit entspannten, freundlichen Menschen. Und überraschend guten Kampagnen. In einer pulsierenden Stadt - mit einer offensichtlich großen Vergantheit - die auf jeden Fall ein Wochenende wert ist.

Fred Koblinger, Odessa, 28.5.2012