



Der Abend der Sieger

Fachjury mit sechs Bäuchen

Prominent besetztes Gremium vor schwerer Wahl

Mehr Bauchgefühl zulassen? Ist ein Re-sümee der BrillANZ 2016 Keynote von Jurymitglied Ralf Zilligen, seines Zeichens Kreativchef von McCann und Gewinner zahlreicher Awards. Frei nach diesem Motto hat die Fachjury diesmal dem Westlotto-Motiv die Krone aufgesetzt. Es sei mutig, so emotional zu werben, und hier gelungen, war der Tenor der Fachjury, die am 12. Oktober im Factory Hotel tagte. Hochkarätig besetzt beurteilte sie alle 14 Anzeigen anhand eines Fragenkatalogs und ermittelte die drei „Brilli“-Gewinner aus den sechs Bestplatzierten des Leservotings.

Zu bewerten waren die Wirkung in der Zeitung sowie die handwerkliche Umsetzung in Kreation und Text. Hier zeigte sich, dass individuelle Werbewirkung und handwerkliche Würdigung nicht immer miteinander einhergingen. „Sauber gestaltet, aber was soll die Headline bei mir bewirken?“, hieß es da vereinzelt. „Text und Gestaltung machen neugierig, auch wenn man nicht sofort versteht, worum es geht“, hieß es andererseits.

Hochkarätig besetzt

Namhafte Mitglieder urteilten in der Jury des BrillANZ-Wettbewerbes über 14 eingesandte Anzeigenmotive: Prof. Dipl.-Des. Gisela Grosse (FH Münster, MSD) Ralf Zilligen (ECD McCann) „Mr. Media“ Thomas Koch Thomas Hans (Präsident des Marketing Clubs Münster/Osnabrück) Stefan Peukert (GF Agentur onacy) Marc Arne Schümann (Verlagsleiter Werbemarkt, Aschen-dorff Medien)



Glückliche Gesichter nach der Preisverleihung mit (von links) Christian Feldmann (Feldmann Hotel & Restaurant), Rolf Wandres (Team Wandres), Amelie Foyer (Janinhoff Klinkermanufaktur), Marc Arne Schümann (Zeitungsgruppe Münster), Friederike Lohmeier und Marlene Leppe (St. Franziskus-Hospital) sowie Martin Gruse (WestLotto).

„Könnten weit vorne liegen“

Eine Vielzahl „unheimlich guter Motive“ hatte Martin Gruse bei der BrillANZ-Gala gesehen. „Mit unserer Anzeige könnten wir aber dennoch weit vorne liegen“, tippte der leitende Redakteur des Kundenmagazins „Glück“ von WestLotto noch vor der Verkündung der Jury-Entscheidung. Gemeinsam mit seinen Kolleginnen Viktoria Kesper und Ninja Rietz hatte Gruse im Vorfeld den Grundstein für das Motiv gelegt. Und wenn die Freude bei der Übergabe des Preises nur verhalten wirkte, so war sie im Unternehmen doch sehr groß. Schnell hatte sich dort der Erfolg herumgesprochen, wurde dem kreativen Trio für den Erfolg beim BrillANZ-Wettbewerb vielfach gratuliert.



Im Blickpunkt: Zum zweiten Mal wurden jetzt im münsterischen Theatertreff die Auszeichnungen des Anzeigenwettbewerbs BrillANZ der Zeitungsgruppe Münster vergeben.



»Die Qualität hat sich noch einmal gesteigert. Es wurde viel Liebe in die Details gesteckt.«

Marc Arne Schümann Verlagsleiter Werbemarkt



»Wir machen offensichtlich nicht nur märchenhafte Steine, sondern auch märchenhafte Werbung.«

Amelie Foyer Janinhoff Klinkermanufaktur



»Oft sind es Ideen und nicht die großen Etats, mit denen man die Herzen der Kunden gewinnt.«

Thomas Hans Jurymitglied



»Das macht so viele Bilder im Kopf, dass ich das Bild gar nicht abbilden muss.«

Rolf Wandres vom Team Wandres zum Sonderpreis für die Janinhoff-Anzeige

Entspannte Gala-Stimmung

Zeitungsgruppe Münster verlieh zum zweiten Mal im Theatertreff Preise für gelungene Anzeigen

Der Fisch schmeckte allen. Und das, obwohl er nicht zu den köstlichen Leckerereien, die beim Flying Dinner im Rahmen der BrillANZ-Gala im Theatertreff angeboten wurden, gehörte. Vielmehr prägt der prächtige Lachs die Anzeige des Hotels und Restaurants Feldmann, das sich mit seinem Motiv den zweiten Platz im Anzeigenwettbewerb der Zeitungsgruppe Münster sicherte.

Im Mittelpunkt des Abends standen natürlich die sehr unterschiedlichen Motive, mit denen sich 14 Unternehmen aus der Region um die drei Preise bewarben. Doch bot sich

beim unterhaltsamen Galaabend in zwangloser Atmosphäre auch reichlich Gelegenheit zum Kennenlernen und Gespräch. Und das wurde von den gut 100 Gästen ausgiebig genutzt. Das Klemens-Brüggemann-Trio sorgte mit Jazz und Swing für einen stimmungsvollen musikalischen Rahmen und Moderator Christoph Tiemann (siehe auch gesonderten Text auf dieser Seite) mit launigen Intermezzi für eine entspannte Stimmung im Theatertreff.

Dazu passte auch der kurzweilige Vortrag von Ralf Zilligen, der seine Laudatio dem Medienmanager Helmut Tho-

mas widmete. Der machte einst RTL zum profitablen privaten Fernsehsender in Deutschland. Und der erfand auch die werberelevante Zielgruppe, läutete damit einen Regierungswechsel im Marketing“, so Zilligen, ein: „Der Bauch, der seitdem den Kürzeren, Einschaltquoten und Zahlenkolonnen bestimmt nun immer mehr Entscheidungen. Nicht immer der richtige Weg. Denn so wenig, wie jemand auf die Idee käme, sein Lachscarpaggio auszumessen und abzuwiegen, um zu ergünden, ob es ihm wohl schmecke, könne man Kreativität und die „Bauchentscheidung“ aus dem Entscheidungs-

prozess bei der Anzeigengestaltung verbannen. Zilligens Plädoyer für eine stärkere Beachtung des persönlichen „Bauchgefühls“ stieß bei den Gästen der BrillANZ-Gala auf rege Zustimmung. Die meisten hatten bei ihren Entscheidungen nämlich genau darauf gehört. Jurymitglied Thomas Hans (Marketing Club Münster/Osnabrück) sah im BrillANZ-Wettbewerb eine gute Gelegenheit, „das Medium Zeitung wieder in den Fokus zu rücken.“ Schließlich waren nicht nur Unternehmen zur Teilnahme eingeladen, sondern auch die Leserinnen und Leser. Die wählten aus den 14 beteiligten Anzeigenmotiven ihre Favoriten. Und aus der Top 6 des Leservotums suchte die Jury schließlich die drei Preisträger aus.

Dennoch hatten die Experten alle Einsendungen im Blick. Und fanden dabei ein Motiv, das in seiner Geradlinigkeit „den Lesern offensichtlich durchgerutscht war“, so Jurymitglied Thomas Hahn. Deshalb wurde bei der zweiten Auflage des BrillANZ-Wettbewerbes erstmals eine vierte Anzeige ausgelobt. Das Motiv der Janinhoff Klinkermanufaktur erhielt einen Jurypreis. Ob es den auch im kommen-

den Jahr geben wird, blieb bei der aktuellen Gala offen. Sicher aber ist, dass auch im kommenden Jahr wieder brillante Anzeigenideen von der Zeitungsgruppe Münster prämiert werden sollen. Denn ebenso wie die Jury freuten sich Geschäftsführer Dr. Eduard Hüffer und Marc Arne Schümann (Verlagsleiter Werbemarkt, Aschen-dorff Medien) über eine Steigerung der Qualität bei den eingereichten Motiven und auch über eine hohe Leserbeteiligung bei der Abstimmung in den Ausgaben der Tageszeitung.

Und auch da schmeckte der Fisch, der am Galaabend viel Beachtung fand. (p)

Locker und launig

Christoph Tiemann führt durch den Abend

Locker und launig führte auch bei der zweiten Auflage der BrillANZ-Gala Kabarettist und Schauspieler Christoph Tiemann im Theatertreff durch das Programm. Dabei fühlte sich der Moderator sichtlich wohl in seiner Rolle, griff die Reaktionen des Publikums dankbar auf und sorgte so für gute Stimmung im gut gefüllten Rund. Bereits zu Beginn improvisierte der Kabarettist, verwarf seinen vorbereiteten Einstieg, um auf die als Kunstwerke ausgestellten Anzeigen einzugehen. „Die Leute sind sehr gut mitgegangen“, freute sich Tiemann

am Ende der Veranstaltung. Nicht verwunderlich. Denn Tiemann gelang mit seiner Moderation eine Gratwanderung. Er kalauerte, ohne in Klamauk abzurufen, und erklärte ohne zu langweilen. Und sein persönlicher Favorit? „Ich habe versucht, mich im Vorfeld davon freizumachen“, sagt Tiemann. Nach der Preisverleihung outete er sich aber dennoch: „Für mich war das Hotel Feldmann Favorit. Das sieht sehr edel aus, aber zugleich auch handfest – eine spannende Kombination!“ (p)



Reichlich Möglichkeiten zum Kennenlernen, Netzwerken und Gespräch bot die BrillANZ-Gala im Theatertreff. Die Gelegenheit wurde von den gut 100 Gästen aus Handel, Dienstleistung und Gewerbe rege genutzt.



Mutig: Das Westlotto-Siegermotiv/Agentur achtung!



Überzeugende Präsenz: Platz zwei für Feldmann Hotel & Restaurant/B&S Werbeagentur



Treffsicher: Dritter Platz für das St. Franziskus-Hospital/Team Wandres.



Klar und deutlich: Jurypreis für Janinhoff Klinkermanufaktur/Team Wandres.



Diese Anzeigen-Kunstwerke standen zur Wahl beim 2. BrillANZ-Wettbewerb. 14 Unternehmen aus dem Münsterland hatten sich mit ihren Motiven beteiligt und feierten jetzt die Gewinner.

