

## EFFIZIENTES LESEVERGNÜGEN



*Dr. Henning von Vieregge*  
Geschäftsführung Effie

Auch der schnelle Leser kann von diesem Buch profitieren. Allein das Querblättern und Verweilen an der einen oder anderen Stelle des Buches vermittelt ein Gespür für effiziente Markenkommunikation. Besser ist natürlich die intensive Auseinandersetzung mit den Texten.

Das Buch macht Werbung aber auch zum haptischen Vergnügen. Von 153 Einsendungen kamen 41 ins Finale und sind hier mit ihren Casebeschreibungen vertreten. Der Schnitt zwischen Finalisten und Nichtfinalisten war in einer Reihe von Fällen schmerzlich. Manchen der Nichtfinalisten hätten wir auch gerne in diesem Buch, der Leistungsschau für effiziente deutsche Werbung, mit drin gehabt. Die Cases sind Musterfälle für die These, dass Werbung Investition ist, die sich lohnt.

Neben den Case-Beschreibungen sind auch die Textbeiträge lesenswert. Holger Jung, Juryvorsitzender in Koppelung mit dem Amt des GWA-Präsidenten, informiert in gewohnt frischer Art darüber, was beim Wettbewerb blieb und was sich in diesem Jahr geändert hat. Es ist schon filigrane Arbeit, einem anerkannten Wettbewerb Veränderungen zuzumuten, die weder als bloße kosmetische Korrekturen abqualifizierbar sind noch durch zu tief greifende Einschnitte den besonderen Charakter dieses Wettbewerbs antasten. Hierzu hat eine hochrangige Expertengruppe, bestehend aus aktuellen und früheren Jurymitgliedern, sehr intensiv diskutiert. Die Verantwortung für die Umsetzung lag aber wie üblich beim GWA-Präsidenten.

Einer, der seit einigen Jahren nah dran ist am Effie-Wettbewerb, ist Dr. Jörg Goll. Er war, damals als Nielsenchef Deutschland, Mitglied der Effie-Jury, nun berät er uns. Seine Beobachtungen und Anmerkungen zum Wettbewerb sind also die eines unabhängigen Insiders. Und deswegen besonders interessant.

Der dritte Beitrag stammt von Dr. Peter Haller, ServicePlan München, lange Jahre Mitglied im GWA-Vorstand. Er geht das Thema Effizienz der Marketingkommunikation aus einem anderen, nicht minder interessanten Blickwinkel an: aus der Kooperation des GWA mit Marktforschungsinstituten, in den zurückliegenden sechs Jahren mit der GfK. Hervorgebracht hat diese Kooperation außerordentlich beachtete gemeinsame Studien und Kolloquien rund um die Effizienzfrage. Hallers Beitrag ist ein glänzender Überblick über die Forschungsergebnisse. Die Studien selbst können bei uns bestellt werden ([www.gwa.de/shop](http://www.gwa.de/shop)).

An dieser Stelle sollte aber nicht nur allen Autoren gedankt werden, sondern auch jenen, die den diesjährigen Wettbewerb und die krönende Gala zum Erfolg gebracht haben. Es sind zu nennen die Jury unter Holger Jung, für die Organisation des Wettbewerbs Sabine Kunert, für das Buch Hans H. Kopsch, und an der Spitze des Gala-Teams Jochen Pläcking für den GWA und Heinz-Michael Bache (Gruner + Jahr) und Holger Busch und Veronika Nickel für unseren Gala-Hauptsponsor VDZ. Dazu kommen noch viele andere. Dank auch an Heidelberger Druckmaschinen für die Unterstützung dieses Buches.

Ich wünsche allen Lesern, den Überfliegern und den Gründern, ein hocheffizientes Lesevergnügen.