

Zebra Group und die Stadt Chemnitz gewinnen Effie-Gold



Das gab's in der Geschichte der deutschen Werbung noch nie – erstmals gewinnt eine Werbeagentur aus dem Osten den Gold-Effie für besonders erfolgreiche Markenkommunikation: Mit dem Final Bid Book, dem Gewinnerbuch für die Kulturhauptstadtbewerbung 2025 der Stadt Chemnitz, überzeugte das Creative Team der zebra | group die Expertenjury. W+M sprach mit **Ralf Sippel**, Chef Strategie & Business Development bei zebra.

W+M: Der Effie gilt als der wichtigste und begehrteste Branchenpreis in Deutschland. Damit prämiert der renommierte Agenturverband GWA besonders effektive und damit wirksame Marketing-Maßnahmen. Wie kam es zu der Nominierung für den Effie?



Ralf Sippel. Foto Dirk Hanus, zebra | group

Ralf Sippel: Agenturen reichen Arbeiten ein, welche sie besonders effizient erachten. Dabei spielt der ökonomische Hebel der Kreativarbeit die entscheidende Rolle. Also die Hebelwirkung zwischen Mitteleinsatz für die Kreation und dem bewert- bzw. erwartbaren Erfolg für den Kunden.

W+M: Was verbirgt sich hinter dem Projekt Kulturhauptstadtwerbung 2025 der Stadt Chemnitz?

Ralf Sippel: Das Projekt stellt an die Stadtgesellschaft die Frage: Wie wollen wir zusammen leben und gemeinsam den gesellschaftlichen Wandel gestalten. Und es will Antworten liefern, die auch für Städte in Europa Gültigkeit besitzen.

Die Stadt Chemnitz hat in den letzten 100 Jahren eine wechselvolle Geschichte durchlaufen. War sie das industrielle Herz Deutschlands in den 1920ern, machte Chemnitz genau das zur Zielscheibe der Alliierten am Kriegsende. Anschließend wurde Chemnitz zum Freiluftlabor der SED, welche auf der industriellen Substanz eine Arbeiterstadt für den neuen sozialistischen Menschen im Neubaustil errichtete. Mit Prachtstraßen statt Wiederaufbau der Altstadt und Marx-Kopf als Symbol für den Klassenkampf. Als dann nach der Wende die Kombinate verschwanden, gingen mit ihnen in wenigen Jahren 30.000 Jobs verloren. Und wieder mussten die Chemnitzer sich und ihre Stadt neu erfinden. Und dabei die Frage beantworten, wie man das gemeinsam an den kulturellen und sozialen Bruchlinien neu gestalten will. In 2018 wurde dies besonders deutlich, als Nazis die Stadt zu ihrer Bühne mit zweifelhaftem Weltruhm machten und die Bürgerschaft versuchte, das wahre Chemnitz dagegen zu stellen. In dieser Zeit formten sich Wille und Mut der Stadtgesellschaft, das Projekt Kulturhauptstadt 2025 zu nutzen, um das gemeinsame Arbeiten an der kulturellen Identität der Stadt den Bildern von 2018 entgegen zu setzen.

W+M: Welchen Chancen haben Sie sich ausgerechnet?

Ralf Sippel: Den Effie gibt es ja in den Kategorien Bronze, Silber und Gold. Wir hatten uns Chancen ausgerechnet, die Beachtung der Jury für eine der Kategorien zu finden. Dass es nun Gold gibt, ist eine schöne Anerkennung für den Mut der Stadt und die gemeinsame Kreativität.

W+M: War Ihre Einreichung die Einzige aus dem Osten?

Ralf Sippel: Das wissen wir nicht.

W+M: Ist das der erste Preis, den die Agentur holt?

Ralf Sippel: Zebra|group hat in den letzten Jahren mehrfach den German Brand Award gewonnen und in diesem Jahr auch erstmals den ADC-Nagel in Gold, Silber und Bronze. (ADC ist der Art Director's Club)

W+M: Was macht ein Gold-Effie mit der Agentur, mit den Stadtoberen und mit der

Stadt?

Ralf Sippel: Zuerst macht er mal eine Menge Freude. Dann stärkt er den Teamgeist aller Beteiligten für den weiteren Weg nach 2025. Und er gilt als Beleg, dass man den Mut und die Kreativität der Stadt in ganz Deutschland sehen kann. Genau das gilt es jetzt, auf Europa zu erstrecken.

W+M: Was können andere Städte daraus lernen?

Ralf Sippel: Vielleicht, dass wir Konflikte und Brüche gemeinsam annehmen und mit uns verhandeln müssen. Dass wir die schweigende Mehrheit aktivieren sollten, um aus Diskurs neue und bessere Antworten aus der Gesellschaft zu finden auf die Frage: wie wollen wir gemeinsam leben?

Der EFFIE – AWARD



Seit 1981 ist der Branchenverband GWA der deutsche Lizenznehmer des internationalen Awards, der in über 50 Ländern nach ähnlichen Kriterien vergeben wird. Mit seinem Ansatz nur nachweislich effektives Marketing zu prämiieren, nimmt der Effie eine Sonderstellung unter den Auszeichnungen der Branche ein. Die Effies sind Leistungsnachweise für

erfolgreiches Marketing und für den Beitrag der Kommunikation zum Unternehmenserfolg.