

● Werbung

19. Mai 2009

Werbe Akademie– Team gewinnt Ad Venture

Team „Ad hoc“ von Werbe Akademie Studentinnen belegen bei der europaweiten „Ad Venture Student Competition“ der EFCCE den ersten Platz.

Marlies Auchet, Kathrin Hahnekamp, Kerstin Holzer und Pia Pemmer, Studierende im abschließenden vierten Semester der Werbe Akademie am Wiener Wifi (www.werbeakademie.at), geben als Team Ad hoc! Eine Talentprobe ab: Die angehenden Absolventinnen brillierten mit ihrer Kampagne „Not on every backseat“ („Nicht in jede Kiste“) bei der europaweiten „Ad Venture Student Competition“ der EFCCE (www.eacaeducation.eu). Die Kür fand am 15. Und 16. Mai im Rahmen der Jahreskonferenz der EFCCE im Wiener Wifi am Währinger Gürtel statt. Dieses Jahr drehte sich im Wettbewerb Ad Venture alles um den Verkehr und die damit verbundenen Folgen für die Umwelt. Studien zufolge stufen die Europäer sich selbst als umweltbewusste Autokäufer ein. Die tatsächliche Kaufentscheidung beeinflussen allerdings vorrangig Faktoren wie Kosten, Geschwindigkeit, Fahrverhalten und Sicherheit. Die Studenten waren dazu aufgefordert eine integrierte Kampagne zu entwerfen, um die europäischen Konsumenten davon zu überzeugen, dass die Umweltverträglichkeit beim Autokauf eine Hauptrolle spielt.

Im Rahmen der Konferenz der European Foundation for Commercial Communications Education (EFCCE) konnte das Team „Ad hoc“ internationale Konkurrenten aus Deutschland und Rumänien auf die Plätze zwei und drei verweisen. Als besonders ausschlaggebend wurde von der Jury und dem Publikum die professionelle Präsentation gewertet. Kathrin Hahnekamp (Account Manager), Kerstin Holzer (Planner) und Pia Pemmer (Creative), Studentinnen des Fachlehrganges für Marktkommunikation, zeichneten für die Konzeption verantwortlich, Marlies Auchet (Producer), Studentin der Fachausbildung für Grafik Design, fungierte als Expertin für die grafische Umsetzung.

Die EFCCE hat sich seit ihrer Gründung im Jahr 2006 zu einem ganz Europa umspannenden Netzwerk von Akademien, Fachhochschulen und Universitäten im Bereich Marktkommunikation entwickelt. Ziel der EFCCE ist eine engere Kooperation von Wissenschaft und Wirtschaft zu schaffen. Dazu zählt vor allem die Verstärkung des Dialoges zwischen Agenturen und Ausbildungsstätten.

Die Sieger fahren zu den Cannes Lions, sind Gäste beim Werbefestival Golden Drum in Portoroz und werden ihre Kampagne auch während der Green Week in Brüssel und bei der Euro Effie Zeremonie vorstellen.

[[Herwig Stindl](#)]

Weitere Meldungen vom Tag

Der Bär ist los!

[Newsletter-Abo](#)

[Artikel verschicken](#)

Bookmarken bei [?]:



[Zurück zur Übersicht](#)