



Inhalt

- 6 Agentur-Eigenwerbung muss relevanter werden
Interview mit CREA-Erfinder Oliver Klein
- 8 Branchenerfahrungen sind entscheidend –
Kreativ-Preise verlieren an Zugkraft
- 10 Agentur-Kennntnis und Aufgaben-Komplexität ent-
scheiden über das Engagement eines „Pitch-Beraters“
- 12 Kunden-Bedürfnisse bestimmen den Erfolg der
Credentials
- 14 CREA-Sonderpreis „Beste Gesamt-Performance“ geht
an Saatchi & Saatchi
Interview mit Geschäftsführer Christian Rättsch

Agentur-Websites

- 16 Claus Koch
Die Kraft der Marken
- 18 Gingco.Net Werbeagentur
Wir machen uns zum Teil des Ganzen

Credentials

- 20 Parasol Island
All under one Parasol
- 22 fischerAppelt
Wertschätzung für Aufmerksamkeit
- 24 Leagas Delaney
Und wer ist eigentlich dieser Leagas Delaney?

Dialog

- 26 Betriebskultur
Wo Werber sich wohlfühlen – die Silver Oak
Residency
- 28 Excite Werbeagentur
Kommando Sparschwein. Kundengewinnung
mit Thrill.

Customized Action

- 30 Brandyourlife Werbeagentur
Im Einsatz für die süßen Seiten des Lebens

- 32 Publicis Pixelpark
Drugstore Hamburg – das Publicis Innovation Hub
- 34 J. Walter Thompson
my first OPINEL READY TO CARVE

New Business

- 36 Saatchi & Saatchi
Das unmögliche möglich machen.
- 38 Interone
30 Jahre digitaler Wahnsinn

Employer Branding

- 40 Burson-Marsteller
#Leaddontfollow – direkt, jung, anders
- 42 Grey
„GREY Alumni“ – jedes Jahr im September
- 44 McCann Worldgroup
Recruiting einfach über Snapchat

Case Film

- 46 CADMAN Real Estate Marketing
Überraschen statt Erwartungen erfüllen
- 48 Publicis Pixelpark
Der erste Fail, der sofort zum Erfolg wurde

Jury/Preisverleihung

- 50 Jury
- 54 Get Together
- 56 Jury-Sitzung I
- 58 Jury-Sitzung II
- 60 Preisverleihung
- 66 Impressum

