



BEA BlachReport Event Award: Preisverleihung
auf der World of Events 2008 in Wiesbaden



Jury des BEA Event Award (auf dem Foto fehlt Prof. Dr. Kieß)



BEA-Preisverleihung auf der World of Events (Fotos: Nowodworski)

BEA Award auf World of Events verliehen

Glückliche Gewinner

Vor rund 100 geladenen Gästen wurden am 16. Januar auf der Fachmesse World of Events in Wiesbaden erstmalig die BEA Awards verliehen. Moderiert von Sven Classen aus München, geriet die Preisverleihung im Atrium der Rhein-Main-Hallen zur „wahrscheinlich kürzesten Event-Award-Verleihung“ aller Zeiten – wie es ein Teilnehmer der Veranstaltung zusammenfasste. Gäste der Verleihung waren Vertreter von Unternehmen, aus Agenturen und Zulieferern sowie Insider aus Verbänden und Institutionen. Im Anschluss an die BEA Awards verlieh das IST-Studieninstitut für Kommunikation den Nachwuchs-Award INA.

Ausgezeichnet mit BEA BlachReport Event Award 2008 in der Kategorie „Corporate Event“ wurde die internationale Händlerpräsentation Porsche Cayenne „Days of Momentum“, die von der Agentur max.sense Marketing für die Porsche AG realisiert wurde.

Zur Präsentation des neuen Cayenne lud Porsche mehr als 1.500 Händler und Importeure aus aller Welt nach Baja California ein. Ziel der Veranstaltung war es, sowohl Weiterentwicklungen als auch neue Technik-Highlights glaubwürdig zu vermitteln. Neben dem exklusiv gebuchten 5-Sterne-Resort stellte ein mitten in der Wüste liegendes Areal die zen-

trale Location dar – ein mexikanisches Dorf wurde detailgetreu nachgebaut. Die Präsentation selbst fand unter freiem Himmel statt – eine kraftvoll-rasante Inszenierung im dramaturgischen Wechselspiel von Medien und Live-Elementen mit 30 Wildpferden. In den Workshop-Einheiten wurden das Fahrzeug und seine Charakteristik in allen Facetten etabliert und dynamisch erlebbar gemacht.

In der Kategorie „Brand Event“ siegte der Beitrag „Fisherman's Friend StrongmanRun 2007“, eingereicht von der Agentur megacult und durchgeführt für CFP Brands GmbH & Co. KG. Die Idee hinter dem Fisherman's Friend StrongmanRun war es, ein einzigartiges und spektakuläres Sportereignis zu kreieren, das „in aller Munde“ und für Endverbraucher und Handel gleichermaßen interessant ist. Gemäß dem Markenclaim „Sind sie zu stark, bist du zu schwach“ wurde ein Hindernisrennen – „der stärkste Lauf aller Zeiten“ – entwickelt.

Bei den Motivationsevent ging die Vertriebs-Integrationsveranstaltung von Bayer Schering Pharma als Sieger durchs Ziel. Die Einreichung stammte von der Agentur stagg & friends, die das Projekt gemeinsam mit der Agentur insglück für Bayer Vital realisierte.

Aufgabe für dieses Projekt war die kommunikative Begleitung der Integration von Bayer-

und Scheringmitarbeitern nach der Übernahme von Schering durch die Bayer AG sowie die Konzeption der gemeinsamen Kick-off-Veranstaltung für 850 Bayer- und Scheringmitarbeiter der Hauptbereiche Außendienst und Produktmanagement. Als Leitidee für die unterschiedlichen Veranstaltungselemente wurde der Integrationsprozess mit dem gemeinsamen Bau eines neuen Hauses sowie dem anschließenden Einzug in dieses Haus in Analogie gesetzt. Die Phasen des Integrationsprozesses wurden symbolisch – in Theorie und Praxis – mit dem Prozess von Hausbau und -einzug verglichen.

Der „Ball des Sports 2007“, konzipiert und realisiert von der Agentur munich one live communications für die Stiftung Deutsche Sporthilfe, bekam den BEA Award in der Kategorie „PR-/Medienevent“.

Der Ball des Sports ist eines der bedeutendsten gesellschaftlichen Ereignisse in Deutschland und das wichtigste Charity-Event im europäischen Sport. Anforderung an die Agentur war es, ein Gesamtkonzept zu entwickeln, welches Partner und Sponsoren der Stiftung Deutsche Sporthilfe in den Rahmen der Veranstaltung adäquat zur Premiaausrichtung des Balles integrierte.

— INFO: www.bea-award.de