



Photocase, Rotherstrasse 20 , 10245 Berlin

PHOTOCASE BEIM WERBEKONGRESS 2008

Berlin, 09.07.2008 Photocase stand beim diesjährigen Werbekongress vom 12. bis 14. Juni 2008 im Zentrum aller Aufmerksamkeit. Die deutsche Fotocommunity gab als realer Auftraggeber das Briefing für die Workshops, den Kern des Werbekongresses, vor. Knapp 200 Studenten und ca. 100 Vertreter der größten Kreativagenturen Deutschlands erarbeiteten an zwei Tagen Kommunikationsansätze für den internationalen Launch von Photocase.

Unter dem Motto „Kein Applaus für Scheiße“ wurde vom 12. bis 14. Juni der Werbekongress in Berlin veranstaltet. An drei Tagen traf dort der Nachwuchs der Kommunikationsbranche auf die größten Kreativagenturen Deutschlands. Doch für die zwei Workshop-Tage, die den Kern des Werbekongresses bildeten, bedurfte es eines Auftraggebers, der das Briefing stellt.

Photocase, die deutsche Fotocommunity, die sich durch ihre unverbrauchte Bildsprache auszeichnet, war in diesem Jahr jener Auftraggeber. Mit den Worten „'Kein Applaus für Scheiße', das könnte auch unser Motto sein“, begrüßten Frank Erler und Peter Read von Photocase die knapp 200 Studenten und 100 Agenturvertreter. Ziel würde es sein, Kommunikationsansätze für den internationalen Launch der Fotocommunity zu entwickeln. An je einem Strategie- und Kreationstag erarbeiteten die Studenten in agenturbetreuten Gruppen das Kommunikationskonzept.

Innerhalb eines mehrstündigen Präsentationsmarathons stellten die Workshopgruppen ihre Ergebnisse vor. Von Flash-Mobs, die spontan auf der Präsentationsbühne durchgeführt wurden, bis hin zur lautstarken Aufforderung „Don't click for shit“ waren die unterschiedlichsten Ideen vertreten.

Während die Studenten und Agenturvertreter längst wieder ihrem regulären Alltag nachgehen, beginnt jetzt die Arbeit für Photocase. Denn nun gilt es, die vielfältigen und strategisch grundsätzlich verschiedenen Konzepte zu sichten und gegebenenfalls der einen oder anderen Idee die Möglichkeit zur Umsetzung zu bieten.

Studenten, die an der Entwicklung entsprechender Ideen beteiligt waren, werden von Photocase benachrichtigt.

Kontakt:

Katharina Köth
Marketing Communications

<mailto:katharina@photocase.com>
<http://www.photocase.com>