

# „Trau dich“

## Deutschlands junge Werbe-Elite im Wettstreit um beste Ideen an der Leipzig School of Media

Das Team der WAM-Medienakademie aus Dortmund hat den 19. Junior Agency Day an der Leipzig School of Media gewonnen. Gemeinsam mit der Agentur Brawand Rieken aus Hamburg hatten die Studenten auf dem hiesigen Mediacampus der Sparkasse ihre Kommunikationsstrategie für die Modekette „Takko Fashion“ präsentiert.

Die Jury, bestehend aus namhaften Vertretern der Branche, aus Wissenschaft und Praxis, ließ sich überzeugen von der Strategie und der Idee unter dem Motto „Trau dich“ für einen, wie es heißt, „wirklich schwierigen Kunden“. Der zweite Platz des bundesweiten Wettbewerbs, der zum zweiten Mal in Leipzig stattfand, ging an das Team der Fachhochschule Düsseldorf für die mit der Peter-Schmidt-Group entwickelte Strategie für das neu gestaltete Stadel Kunstmuseum in Frankfurt/Main.

Die Leipzig School of Media war nach 2001 erneut Partner des traditionellen Nachwuchswettbewerbs. Michael Geffken, Direktor der Leipziger Medienbildungseinrichtung, zeigt sich dann auch außerordentlich zufrieden: „Leipzig ist zwar noch kein klassischer Agentur-

standort. Es hat sich aber in der Stadt mittlerweile eine sehr lebendige Agenturlandschaft mit vielen Spezialagenturen gerade im digitalen Bereich entwickelt. Schön, dass der größte Branchenverband diese Entwicklung würdigt und erneut Impulse in Richtung Leipzig gesendet hat.“

Leipzigs Wirtschaftsbürgermeister

Uwe Albrecht (CDU) hatte die Teilnehmer und Gäste des Junior Agency Days auf dem Mediacampus begrüßt. Er betonte dabei die wachsende Bedeutung der Kommunikationsbranche in Leipzig und bedankte sich bei der School of Media, gerade den Standort Leipzig zu unterstützen. „Ich freue mich außerordentlich, dass es gelungen ist,

den Junior Agency Day erneut nach Leipzig zu holen. Mein Dank gilt der School of Media, die durch ihr Engagement und ihre fachliche Kompetenz zu einem wichtigen Baustein im Ausbildungssektor des Medienbereichs gewachsen ist. Leipzig ist bestens als Austragungsort des Nachwuchswettbewerbs geeignet“, so Albrecht.

Nach intensiver Arbeit auf dem Mediacampus fand im Stadtbad die Leipziger Media-Nacht statt. Der Wettstreit für die junge Werbebranche wird alljährlich veranstaltet vom Gesamtverband Kommunikationsagenturen. Dabei präsentieren Teams aus ganz Deutschland neue Werbestrategien.

Die Leipzig School of Media ist eine gemeinnützige Weiterbildungseinrichtung für berufsbegleitende Fortbildung. Die Angebote in Form von Masterstudiengängen sowie von Kursen und Schulungen richten sich an berufstätige Arbeitnehmer, an die Medienbranche, an Werbung betreibende Unternehmen, aber auch an nichtstaatliche Organisationen und an öffentliche Einrichtungen, die ihre Mitarbeiter berufsbegleitend weiterbilden lassen wollen. tom



Deutschlands junge Werber feiern nach der Anstrengung des Wettstreits ausgelassen im Leipziger Stadtbad.  
Foto: Andreas Lamm