

EYES & EARS OF EUROPE

„Nicht mehr neidisch nach England oder in die USA gucken“

Zeljko Karajica freute sich diesmal über einen Einreichungs-Boom beim TV-Kreativwettbewerb

kress: Herr Karajica, Gratulation zum großen Einreichungsplus – auch aus dem internationalen Raum. Wie erklären Sie sich die starken Zuwächse beim Eyes & Ears Wettbewerb in diesem Jahr?

Zeljko Karajica: Die positive Entwicklung ist mit Sicherheit der kompletten Kategorien-Überarbeitung und dem neuen Angebot einer Online-Jury geschuldet. Darüber hinaus sind unser Verband und damit auch unsere Awards-Show im europäischen Ausland noch bekannter geworden. Wir treten persönlich im größeren Umfang auf europäischen Treffen auf, dadurch haben wir auch mehr europäische Mitglieder gewonnen. Nicht zuletzt spielen die Bereiche Design, Promotion und Marketing eine immer wichtigere Rolle im fast unüberschaubaren Markt an audiovisuellen Inhalten im TV und online.

kress: Wie ist die Flut von Einreichungen für die Jury überhaupt zu bewältigen und wie viel Inspiration können Sie selbst nebenbei daraus ziehen?

Karajica: Die Sichtung der Einreichung ist natürlich nur zu bewältigen, indem sich bis zu 15 erfahrene Branchenaktive in den einzelnen Fachjurs – Design, Interactive, Promotion und Cross-

Media-Kampagnen – treffen. Hier werden die Beiträge über zwei Arbeitstage gesichtet und professionell bewertet. Wichtig ist uns dabei der persönliche Austausch unter Profis. Auch bei der abschließenden Onlinejury – die aus den Finalisten die Preisträger auswählt – nehmen viele unserer Mitglieder die Mehrarbeit gerne auf sich. Sie werden mit einem aktuellen Marktüberblick belohnt. Natürlich ziehen wir jedes Jahr auch Inspirationen aus den Arbeiten der Kollegen, insbesondere jener aus dem europäischen Ausland. Darüber hinaus lässt sich aber auch sehen, was in einem Jahr im heimischen Markt so alles passiert ist. Deshalb ist für viele Jurymitglieder die Bewertung weniger Arbeit als vielmehr ein inspirierendes Schaufenster der Branche.

kress: Warum war es wichtig, das Wettbewerbskonzept etwas zu reformieren?

Karajica: Jedes gute Konzept benötigt Reformationen, damit es auch weiterhin interessant bleibt und veränderten Rahmenbedingungen Rechnung trägt. Die Internationalen Eyes & Ears Awards jähren sich zum 16. Mal, und da war es an der Zeit, das Konzept komplett zu überarbeiten – auch wenn es über die Jahre

hinweg immer wieder kleine Anpassungen gab. Im Februar 2014 trafen sich deshalb Experten unseres Verbandes in einem Arbeitskreis, um das gesamte Konzept – Kategorien und Jury-Prozedere – zu überarbeiten. Ich denke, dass wir auf das Ergebnis sehr stolz sein können. Auf diesem Weg herzlichen Dank an all diejenigen, die dazu beigetragen haben.

„Wir ziehen jedes Jahr Inspirationen aus den Arbeiten der Kollegen.“

Zeljko Karajica, ProSiebenSat.1

kress: Welches europäische Nachbarland ist Ihrer Meinung derzeit besonders stilprägend und was können deutsche Designer dort lernen?

Karajica: Die Zeiten sind vorbei, als wir neidisch nach England oder in die USA geguckt haben. Mittlerweile schauen wir gern, was woanders Gutes entsteht, sind aber selbstbewusst genug, unseren eigenen Weg zu gehen und auf nationale sowie regionale Stärken zu setzen.

kress: Im vergangenen Jahr sprachen Sie davon, dass es den linearen TV-Markt in gewohnter Form schon bald nicht mehr geben könnte. Welche Herausforderungen ergeben sich daraus für die Designer von Medienmarken und -inhalten?

Karajica: Ich sagte, dass sich der Medienmarkt zunehmend verändert. Neben die Linearität beim TV – die über Jahre hinaus die dominierende Verbreitungsform bleiben wird – treten zunehmend auch andere Verbreitungsformen. In Bezug auf die kreative Profession bedeutet das zum einen Wandel. Zum anderen aber eine große Chance. Denn TV-Designer haben die Möglichkeit, ihr Know-how auch in anderen Bereichen einzusetzen. Damit ist das Tätigkeitsfeld für sie viel breiter als noch vor einigen Jahren. Ob nun TV, online oder offline, die Anforderungen an audiovisuelle Kommunikation wie beispielsweise Bildkomposition und Dramaturgie sind ja grundlegend die gleichen. Interview: rs



Zeljko Karajica ist COO von ProSiebenSat.1 und Präsident der Eyes & Ears of Europe