



**Gerhard A. Pfeffer**  
Selbständiger PR-Berater

Forum PR Beratung,  
Siegburg  
Präsidiumsmitglied  
[kommunikationsverband.de](http://kommunikationsverband.de)

**1964** Deutscher Bundes-  
jugendring, Bonn

**1971** Deutscher Bundestag,  
Bonn

**1976** Bertelsmann AG,  
Gütersloh

**1977** FPR Fripress Public Re-  
lations GmbH (GPRA),  
Köln (Geschäftsführer)

**seit 1984** Selbständiger  
PR-Berater und Freier  
Journalist, Koopera-  
tionspartner des  
Stamm-Verlages,  
Essen; in dieser Zeit  
u.a. Geschäftsführer  
der DPRG Deutsche  
Public Relations-  
Gesellschaft  
(1984-1992);  
Geschäftsführer der  
GPRA Gesellschaft  
Public Relations Agen-  
turen (1985-1993); Ge-  
schäftsführer der DAPR  
Deutsche Akademie  
für Public Relations  
(1991-1992 und  
seit Juni 1999)

# An der schönen blauen Donau

Wien, quirlige Hauptstadt Österreichs, versehen mit dem k.u.k-Charme vergangener Jahrhunderte, begeisterte alle, die mit dem Internationalen Druckschriften-Wettbewerb „Berliner Type“ und dem „Internationalen Corporate Design Preis“ 1999, beide ausgeschrieben in Deutschland, Österreich und der Schweiz, zu tun hatten.

Juroren und Organisatoren, Preisträger und Plazier- te, Konzeptionäre und Texter, Typographen und Graphik-Designer, Photographen und Illustratoren, Drucker und Buchbinder, Präsidenten und Ge- schäftsführer, Inhaber und Angestellte – sie alle genossen die Tage an der schönen blauen Donau.

Aber es war kein Urlaubswochenende, das die Juroren in der Donaumetropole verbrachten. Sie hatten trotz aller gelungener Events, von der ORF-Gala bis zum Heurigen, reichlich zu tun, um die Be- wertung der Einreichungen fachgerecht vorzuneh- men. Und sie taten es wieder mit großer Kompetenz und Souveränität.

Natürlich war der Veranstalter beider Awards, der [kommunikationsverband.de](http://kommunikationsverband.de), froh, den Juries deut- lich mehr Einreichungen präsentieren zu können als im Jahr zuvor in der schweizerischen Finanzmetro-

pole Zürich. Waren es 1998 bei der Berliner T pe 315 Einreichungen, so stieg die Zahl 1999 auf 408. Beim Corporate Design Preis konnten wir einen Anstieg von 70 auf 100 Teilnehmerbeiträge verzeichnen.

Daß Quantität nicht automatisch auch Spitzenqualität nach sich zieht, bewies die Medaillenausbeute am Ende zweier harter Jurytage. Aber auch in anderen Bereichen, beispielsweise im Sport, in der Kunst oder auch in der Wirtschaft gilt, daß die Spitze dünn bleibt, auch wenn das allgemeine Niveau steigt: Beim Druckschriften-Wettbewerb gab es mit acht Goldenen, vier Silbernen und neun Bronzenen „Typen“ gerade einmal zwei Medaillen mehr als 1998. Auch die Zahl der Diplome für besondere Einzelleistungen stieg nur geringfügig von 21 auf 25.

Und beim Corporate Design Award vermißte die Jury die alles übertreffende Einreichung und vergab deshalb kein Gold, sondern nur dreimal Silber sowie einen Sonderpreis (1998: einmal Gold, einmal Silber, zweimal Bronze, ein Sonderpreis).

Diese strengen Qualitätsansprüche zeichnen die Juries aus, die über Gold, Silber, Bronze und andere Auszeichnungen bei den Awards des Kommunikationsverbandes entscheiden. Denn Anreize für Qualitätsverbesserungen zu geben, ist der Hauptzweck dieser verbandlichen Aktivitäten. Dazu veranstalten

wir den TV-Spot- und Werbefilm-Wettbewerb „Die Klappe“, den „BoB - Best of Business-to-Business-Communication-Award“, den „Comprix - Preis für innovative Pharma-Communication“, den Deutschen Multimedia Award und den Internationalen Sponsoring-Award. Und im Sinne ganzheitlicher Kommunikation zeichnen wir jährlich ein Unternehmen für seine kommunikative Gesamtleistung mit dem Deutschen Kommunikationspreis aus.

Alle diese Maßnahmen sind in der Regel nur durch Partnerschaften und die Unterstützung von Sponsoren sach- und fachgerecht zu bewältigen. In der heutigen Zeit können diese gar nicht hoch genug bewertet werden. Das gilt insbesondere auch für die Berliner T pe und den Corporate Design Award.

Die Jury-Sitzungen und die Preisverleihungen beider Wettbewerbe in der österreichischen Hauptstadt wurden beispielhaft von Mag. Manfred Pretting (Werbe Akademie Wien) und seiner Mitarbeiterin Dr. Angelika König vorbereitet und begleitet, großzügig unterstützt von den Sponsoren Bank Austria (Wien), ORF Österreichischer Rundfunk (Wien) und WIFI Wien.

Der Bundesverband Druck e.V. (Wiesbaden) war wiederum Mitveranstalter der Berliner T pe und der HKS Warenzeichenverband hat sich erneut in besonderer Weise der Förderung des Corporate De-

sign Wettbewerbes angenommen. Das Papier für die Dokumentation '99 sponsorte die Nordland Papier AG, Dörpen.

Daß es erneut möglich war, die vorliegende Buchdokumentation bereits bei der Preisverleihung vorstellen zu können, verdanken wir unseren kompetenten Partnern Varus Verlag (Bonn), der Agentur für Unternehmenskommunikation Kuhn, Kammann & Kuhn (Köln), dem Fotografen Christoph Fein (Essen) sowie den Autoren, die aktuelle und grundlegende Themen aus den Bereichen Druckschriften und Corporate Design kritisch und zugleich konstruktiv aufbereitet haben.

Allen genannten Personen, Institutionen und Unternehmen möchte ich persönlich und im Namen des kommunikationsverband.de herzlich für die gute und erfolgreiche Zusammenarbeit im Interesse des gemeinsamen Anliegens danken.

Im Jahr 2000 werden beide Wettbewerbe wieder ausgeschrieben. Die Berliner T pe übrigens schon zum 32. Mal. Mit seinen Partnern wird der kommunikationsverband.de alles unternehmen, um die quantitative und qualitative Resonanz noch größer und besser werden zu lassen. Denn beide Themen – Druckschriften und Corporate Design – sind zu wichtig, um sie gerade in multimedialen Zeiten allein zu lassen. Ihre Bedeutung als unverzichtbare

Bestandteile der Unternehmens- und Produktkommunikation ist innerhalb und außerhalb der Branche derzeit nicht immer unumstritten. Hohe Qualität ist deshalb die Voraussetzung dafür, daß diese Instrumente auch künftig den ihnen gebührenden Platz im Kommunikationsmix haben. Dazu will der kommunikationsverband.de unter anderem mit diesen beiden Awards seinen Beitrag leisten.

## Vienna calling

Printed media and corporate design are too important to be left behind in the times of multimedia. But in order to ensure their due position in the mix of future communication strategies, top quality is required. That is why the German kommunikationsverband.de organizes – among others – two annual awards in order to promote these aims: the printed matter contest „Berliner T pe“ and the „Corporate Design Award“ (participating countries for both awards are Germany, Austria and Switzerland). The kommunikationsverband.de and his partners thus strive to improve reactions in regard to quality and quantity. So – as both awards will take place again in 2000 – get inspired and enter your publications and corporate designs!