



Artikel-Nr.: 010806-194

Heiko Burrack, Ralf Nöcker: Vom Pitch zum Award Wie Werbung gemacht wird. Insights in eine ungewöhnliche Branche

RM-Rezension

Agenturtypen

Der durchschnittliche Werber ernährt sich von Sushi, trägt elegantes Schwarz und hat auch im Winter die Sonnenbrille stets griffbereit. Außerdem hockt er bis spät in der Nacht im Büro, wo er besonders zwischen zwei und drei Uhr morgens unheimlich kreativ ist. Ach ja: Ganz viel Geld verdient er auch.

So weit das Klischee. Wie es in den Agenturen tatsächlich zugeht, erzählen Heiko Burrack und Ralf Nöcker in „Vom Pitch zum Award“. Die Autoren, deren Buch sich vor allem an Berufseinsteiger und Marketingverantwortliche richtet, haben den Anspruch, die schillernde Welt der Werbung in realistisches Licht zu rücken. Vor allem die Passagen über die Aufgabenteilung innerhalb einer Agentur und die Entstehung einer Kampagne sind für jeden Interessierten ein Gewinn. Denn sie lassen den Leser die Spots im Fernsehen und die Anzeigen in der Zeitung mit anderen Augen sehen.

Leider verwenden die Autoren aber auch rund 80 Seiten darauf, verschiedene Agenturtypen zu beschreiben. Hier wird die Lektüre schnell zur Qual. Es sei denn, man will oder muss es wirklich ganz genau wissen.

Eine weitere Schwäche des Bandes: Die Autoren schreiben sehr schön, das Lesen macht Spaß. Trotzdem fragt man sich mitunter: Was stand eigentlich auf den letzten zehn Seiten? Ein paar harte Fakten mehr, ein bisschen weniger Schaulaufen hätten dem Buch gutgetan. sli

© Rheinischer Merkur Nr. 25, 19.06.2008

Gebundene Ausgabe: 222 Seiten

Verlag: FRANKFURTER ALLGEMEINE BUCH IM
F.A.Z.-INSTITUT

Erscheinungsjahr: 2008

ISBN-10: 389981164X

ISBN-13: 9783899811643

Sonstiges: Frankfurter Allgemeine Buch, 2008. m. Abb.,
22,5 cm

Preis: € 24,90

.....

Anzahl:

[In den Warenkorb](#)