

Run auf Ad day & Ad night

2300 Besucher wollten Infos über die Kommunikationsbranche

Stuttgart (eb). Großes Interesse hat der Tag der offenen Tür der Werbeagenturen in Stuttgart gezeigt: An den rund 50 Vorträgen und Workshops im Rahmen des Ad day & Ad night 2002 haben rund 2300 Besucher teilgenommen.

Insgesamt zwölf Agenturen aus der Region Stuttgart haben sich beim Ad day & Ad night über die Schulter schauen lassen. Sie informierten in verschiedenen Veranstaltungen über die beruflichen Perspektiven und Chancen in der Kommunikationsbranche. Die Agenturprofis gaben Einblick in ihr Berufsleben und lieferten theoretische Hintergründe rund um die Kommunikation.

Von 30 auf 100 Mann in 15 Minuten schwoll der Besucherstrom bei der Werbeagentur Schmittgall an. Neben Vorträgen wurde auch die Präsentation der zehn besten Pharmakampagnen und der Texter-Workshop als Bereicherung gesehen. „Wie groß die Diskrepanz zwischen unserem Business und den studentischen Vor-



Bei der Werbeagentur Schmittgall war das Gedränge in den Agenturräumen erfreulich groß.

Foto: Schmittgall

stellungen ist, erleben wir immer wieder,“ meint Bernd Schmittgall. Gerade deswegen ist der Ad day so wich-

tig. Auf der anschließenden Ad night im Mercedes-Forum tobte dann die 1200-Mann-Party.