

## **Laudatio von Michael Conrad** (President of the Berlin School for Creative Leadership)

Für Feico

Liebe Freude,  
liebe Ausgezeichnete,  
lieber Feico,  
nun bist Du dran.

Und ich darf Dich nageln (und diplomieren).

Dann läuten wir jetzt mal diesen Teil der Night of Honor mit einem sehr speziellen Accord ein:

KLICK - (Akkord)

Feico, Akkord erkannt?

Dieser einzelne Akkord ist nun seit über 50 Jahren ein Mythos, eine Besonderheit.  
Es gibt/gab keine zweite Komposition, die sich mit einem einzigen Akkord identifiziert.  
(Beethoven 2 Töne, Rolling Stones 3 Töne)

Er basiert auf einem F. Darüber ein G. Darunter ein G. Neben dem G ein C. Dazu von Pauls Bass ein D. Johns Rythmus Gitarre liefert einen D zess4 chord - mit einer G-note darüber. Und George Martin spielte auf dem Klavier ein D2, G2, D3

Was sagt mir dieser Akkord?

Liebe zum Detail, Leidenschaft fürs Crafting oder ganz einfach:  
Art Direction, die Mission unseres Clubs.

Was will dieser Akkord noch sagen?

Art Direction kann man nicht den Affen überlassen.

Diese Diskussion ist hirnrissig.

Eine Idee steht und fällt mit ihren Qualitäten in der Ausführung.

Und wird die Ausführung meisterlich, fasziniert die Idee.

Diese These wird in vier Minuten sichtbar.

In Feicos Lebenswerk - kompakt auf Video.

Feico, der Architekt.

Feico, der Designer.

Feico, der Typograph.

Feico, der Fotograf,

Feico, der Art Director,

Feico, der Psychologe,

Feico, der Soziologe,

Feico, der Anthropologe,

Feico, der Lehrer,

und obenauf,

Feico, der Werber.

All diese Fähigkeiten, Talente und Passionen sind sichtbar in all seinem Tun.

Ob es die ersten 1500 Motive der grossartigen, populären Jägermeister Kampagne sind, die von Feico selbst fotografiert wurden.  
1500 gedruckte Anzeigen.

Oder sein gegen alle Strassenordnung geparkter Alfa Romeo, der italienische Frische in die deutsche Autowerbung brachte.

Oder seine selbstgebratenen Pfanni Kartoffelpuffer, auf Papas Papier serviert, die Deutschlands Plakatlandschaft renovierten.

Oder die authentischen Motive der Löwenbräu Kampagne, die die „Ein Bier wie Bayern“-Idee zur vielleicht besten Bierkampagne machte, die Deutschland hatte.

Oder Filmplakate. Für „Das Boot“ von Bernd Eichinger, für den „Amerikanischen Freund“ von Wim Wenders.

Ein Schlüssel für Feicos Qualitäten sind die vielen Kulturen die er durchreiste.

Ja, er fühlt sich immer noch auf der Durchreise, mit aufblasbarem Hausrat im Gepäck.

Geboren in Holland, aufgewachsen in Australien. (Spricht mittlerweile ganz gut Deutsch. Sagen seine Studenten.)

Sein Vater, Papierhändler, verdonnerte ihn zum Architekturstudium.

Design war sein Wunsch, den er sich später erfüllte, mit Vaters Papier.

Aber erst baute er ein Haus in Melbourne, Bauhaus beeinflusst, es steht heute noch und zwar so fest, dass es demnächst ein paar Stockwerke mehr tragen wird.

In der Schweiz lernte er Typographie - und sein erstes Deutsch.

Dann öffneten sich im Deutschlands kreativste Agenturen, GGK, Eiler Riemel, RG Wiesmeier.

Und mit den Agenturen kamen besondere Menschen in sein Leben.

Paul Gredinger, Theophil Butz, Hans-Peter Weiss, Gerd Hiepler, Wolf Rogosky, sein Übervater,

Wolfs Frau Bettina sitzt hier an seinem Tisch.

Neben ihm Gisi, seine Gattin. 40 Jahre verheiratet.

Da sitzt auch Norbert Herold, sein Freund, der ihm half eine verrückte Idee zu realisieren, die „Initiative Junger Werbefilm“.

Pro Jahr wurden etwa 15 Werbekunden mit je 15tausend Mark Budget gewonnen, um Studenten der Münchner Filmakademie die Möglichkeit zu geben, für diese Werbekunden einen Spot zu drehen, um zu lernen mit Sekunden zu arbeiten, nicht mit Minuten.

11 Jahre lief das, sogar erweitert auf mehrere Akademien in Deutschland. Norbert und ich haben ausgerechnet,

dass über 2 Millionen Mark zusammenkamen. Und eine eigene Award Show dazu: Der Hennessy-Preis.

So wurde der „ge-mentorte“ Feico selbst zum Mentor.

Mit seiner 2005 gegründeten MCAD hilft er nun jungen Menschen aus den Bereichen Text, Art und Client Service beim Einstieg in die Werbung, inspiriert, begeistert, öffnet Perspektiven und gewinnt brillante Leute als Referenten.

Einige seiner Absolventen sagten:

„Er hat mir geholfen, einen grossen Konflikt am Arbeitsplatz zu lösen“.

„Ich hatte nie Interesse an Werbung. Er macht richtig Appetit auf die Branche.“

„Bin jetzt ganz locker bei herrischen Kunden.“

„Bin ein besserer Werber geworden.“

„Ein ganz feiner Mensch, der eine tolle Art hat sein Wissen und das von anderen seinen Studenten weiter zu geben.“

Möchte so sein wie er. Mein Vorbild.“

„Was tust Du für ihn“? fragte ich.

„Ich korrigiere gerne den einen oder anderen Fehler in seinem Deutsch.“

Oh, das macht ihn so sympathisch, seine Bereitschaft, nicht perfekt zu sein.“

„Wenn er mich nicht mehr betreuen könnte wäre er erst mal unersetzlich“, sagt sein Traum-Kunde, Gerhard Spangenberg von Garibaldi Wein, sitzt auch hier an seinem Tisch. „Ich würde ihn auf jeden Fall bitten, für mich einen neuen Partner zu suchen.“ Darauf sollten wir noch toasten.

Lieber Feico,

Du musst Dich langsam daran gewöhnen, dass Du nicht mehr auf der Durchreise bist.

Du bist angekommen.

Es war sicher viel harte Tagesarbeit aber heute Nacht geht's nicht so schnell ins Bett.

KLICK (Akkord plus erster Vers „It's been a hard days night“)