

# Berlin

## Werbeagenturen verklagen Senat auf Schadenersatz

*Kläger sehen sich während der Ausschreibung zur neuen Kampagne „be Berlin“ unfair behandelt*

VON JAN THOMSEN

Die unter dem Slogan „be Berlin“ angelaufene Image-Kampagne des Senats hat jetzt offenbar ein juristisches Nachspiel. Vier unberücksichtigte Werbe-Agenturen, die sich im Oktober 2007 an dem Wettbewerb zur Entwicklung der Kampagne beteiligt hatten, haben angekündigt, heute vor dem Landgericht auf Schadenersatz zu klagen, weil es ihrer Ansicht nach „Unregelmäßigkeiten im Vergabeverfahren“ gegeben hat. Den Klagewert beziffert ihr Rechtsanwalt Christoph Najberg laut einer Pressemitteilung des Kommunikationsportals „Kontakter“ auf „voraussichtlich zwischen 5 000 und 10 000 Euro“.

### Enttäuschung über das Ergebnis

In einem Blog – einem Online-Diskussionsforum unter [www.just-berlin.co.nr](http://www.just-berlin.co.nr) – hatten vor ein paar Wochen bereits die beiden jungen Grafik-Designer Andrea Horn und Marc Arroyo ihre Enttäuschung über den Ausgang der Kampagnenausschreibung thematisiert. Beide hatten unter dem Slogan „Just Be.rlin“ eine von Grundidee und der äußeren Anmutung her verblüffend ähnliche Kampagne entworfen wie die späteren Sieger, die das „be Berlin“-Konzept einreichten. Es gab



zwar, als die Beschwerde kurz darauf für eine öffentliche Debatte sorgte, einen Verständigungstermin und einen Briefwechsel mit dem Senat und seinem Kampagnen-Berater, dem Werbeexperten Jochen Pläcking. Dies blieb aber ohne Einigung, sagte Andrea Horn von „Just

Be.rlin“ gestern der Berliner Zeitung. „Daher klagen wir jetzt.“

Besonders die Rolle von Senatsberater Pläcking sehen die vier klagenden Agenturen „JustBe.rlin“, „Highlives/Die Ideenmanager“, „Difficulté Wänkü“ und „Antonberta Design“ kritisch. Pläcking, der

**Konzept:** Die beiden Grafikdesigner Andrea Horn und Marc Arroyo haben 2007 mit „Just Be.rlin“ als Slogan einen Entwurf für die Image-Kampagne des Senats eingereicht. Ihr Konzept mit kombinierten Kurzphrasen („Be.European“) gleicht dem späteren Siegerentwurf verblüffend.

BLZ/MARKUS WACHTER

auch an der Berliner Universität der Künste über Markenkonzepte lehrt, hatte laut Senatssprecher Richard Meng eine „Vorsortierung“ der eingereichten Bewerbungen vorgenommen; außerdem ist seine „kleinundpläcking markenberatung GmbH“ als Strategie-Berater

an der Kampagnenentwicklung beteiligt. Pläcking ist allerdings auch Aufsichtsrat der Agentur „Fünferken Design AG“ aus Berlin, einem der späteren Sieger: Den Zuschlag fürs Gesamtkonzept erhielt die Berliner Agentur Embassy, die Ausschreibung fürs Kommunikationsdesign gewann die Fünferken Design AG.

### Informationspflicht verletzt?

Andrea Horn von „Just Be.rlin“ sagte, der Senat habe über seine Rechtsanwaltskanzlei zwar darauf verwiesen, dass die jetzt klagebereiten Agenturen schon aus „formellen Gründen“ ausgeschlossen worden seien. „Wir haben aber während der Ausschreibung nie eine Mitteilung darüber bekommen“, sagte Horn. Ihr Rechtsanwalt Najberg argumentiert, dass dies zu den Informationspflichten des Senats gehört hätte – damit jeder Bewerber noch rechtzeitig formal korrekte Bewerbungen abgeben könne.

Senatssprecher Meng sagte gestern, man sehe der Klage „sehr gelassen“ entgegen. „Das Verfahren war aus unserer Sicht völlig in Ordnung.“ Pläcking habe eine organisatorische Aufgabe übernommen, aber keine inhaltlichen Entscheidungen getroffen. Es sei aber jedem unbenommen zu klagen.