

CLASSIC DRIVER

Mercury Award für Lamborghini Magazin



Großer Erfolg beim International Mercury Award in New York: Das Lamborghini Magazin wurde beim „Oscar der Kommunikationsbranche“ bereits zum zweiten Mal als bestes Magazin der Welt ausgezeichnet. In den Kategorien „Bestes Magazin“ und „Bestes Design einer gebundenen Publikation“ gab es den „Grand Award“. Das seit 2005 auf Englisch, Italienisch und Deutsch erscheinende Magazin ist nur für Kunden von Lamborghini erhältlich - und schon ähnlich begehrt wie der Pirelli-Kalender. Wir haben Chefredakteur Michael Köckritz zum Heft befragt - und verlosen exklusiv drei Exemplare der neuesten Ausgabe.

Classic Driver: Herr Köckritz, Gratulation zum Mercury Award! Hier die klassische Frage für Oskar-Gewinner: Wie fühlen Sie sich?

Michael Köckritz: Natürlich toll! Mit unserer ersten Ausgabe hatten wir ja im letzten Jahr auf Anhieb alle wichtigen Preise abgeräumt und auch völlig überraschend beim Mercury Award Gold für das beste Magazin der Welt geholt. Niemand hätte damit gerechnet, dass wir mit der zweiten Ausgabe nahtlos an so einen sensationellen Erfolg anknüpfen können. Deshalb freue ich mich riesig für alle, die hier so engagiert mitgedacht und mitgearbeitet haben. Und natürlich freue ich mich auch für Lamborghini. So mutig und konsequent wie die, geht derzeit niemand so ein Projekt an. So gesehen dokumentiert dieser schöne Erfolg des Heftes auch eine außergewöhnlich gute Zusammenarbeit.





CD: Was unterscheidet das Lamborghini Magazin von anderen Kundenzeitschriften?

MK: Hier geht es um authentische Markenerlebnisse, geprägt von markentypischen Attributen. Die Marke Lamborghini ist „extrem“, „kompromisslos“ und „italienisch“ – und genau so erleben die Leser das Magazin. Dabei geht es gar nicht einmal immer um die Autos der Marke, es sind die Zugänge, die Ideen der Stories und deren kreative Umsetzung und Qualität, die hier in allen Inhalten nachhaltig Erlebnisse generieren. Jede Ausgabe ist als solitäres Kunstwerk angelegt. Eine zentrale Idee als Kristallisationspunkt für den von Ausgabe zu Ausgabe wechselnden monothematischen Ansatz, dazu überraschende und mutige Perspektivwechsel, mitunter auch begleitet von scharfen Kontrasten und harten Provokationen. Ein Magazin das den Mut beweist, neue Wege zu gehen, sich etwas traut. Ein Magazin wie die Marke eben.

CD: Ein Lamborghini ist ein hoch emotionales Objekt. Sie müssen seine Essenz zu Papier bringen. Nicht ganz einfach, oder?

MK: Doch. Weil ich so etwas liebe. Wer mich kennt, weiß, dass ich auf der einen Seite die Dinge gerne analytisch angehe, auf der anderen hochemotional und gerade bei solchen Aufgaben richtig aufblühe. Hier darf ich meine „Künstlerseele“ in Verbindung mit meiner Leidenschaft für kreative Markenkommunikation ausleben. Wunderbar! Und dann habe ich das Glück, dass die besten Autoren und Fotografen der Welt von der Magazin-Idee und vom Magazin begeistert sind, dazu die Kreativen in unserer Agentur und bei Lamborghini. Das ergibt ein äußerst lebendiges, kreatives Pulverfass.





CD: Die prämierte zweite Ausgabe stand unter dem Motto „On the Edge“, das kommende dritte Heft fragt „Do you Dare?“. Welche Themen erwarten die Leser?

MK: Alles dreht sich um Herausforderung, Gefahr, Mut, Übermut und Provokation – und um die Menschen, die sich in solche Situationen begeben, die so etwas ausleben, erleben. Wir stellen die Frage „Traust Du Dich, hast Du den Mut? Kann’s losgehen?“ Ein tolles Thema in Verbindung mit Lamborghini. Wir treffen Shane McConkey, den extremsten Freeskier und Basejumper der Welt, um mit ihm über Mut, Angst und den Tod zu sprechen, wir trauen uns in der Story „Desert Storm“ gleich vier Wüsten mit einem LP 640 zu durchqueren, etwas, was die meisten nicht einmal mit bestens präparierten Geländewagen wagen würden. Wir haben eine mitreißende Reportage über das „Reno Air Race“, dem schnellsten und gefährlichsten Motorsportereignis der Welt. Mehr verrate ich aber hier nicht, nur noch so viel: Es wird sich lohnen, mutig im Heft zu lesen und zu blättern.

CD: Das Magazin ist nur für Lamborghini-Kunden erhältlich. Gibt es eine Möglichkeit, auch ohne den passenden Zündschlüssel in den Genuss der Lektüre zu kommen?

MK: Kaum. Es gibt einen kleinen, handverlesenen Kreis von VIPs und Meinungsbildnern, die das Heft als Geschenk bekommen. Aber dazu müssten Sie dann normalerweise schon einen der Oskars holen oder mindestens eine Gold-Medaille bei den Olympischen Spielen. Oder Sie müssten mein Sohn sein. Dem musste ich nämlich schon sein persönliches Exemplar versprechen...

Classic Driver verlost exklusiv drei Exemplare der neuesten Ausgabe des Lamborghini Magazins. Sie müssen nur die folgende Frage beantworten: Welcher weibliche Hollywoodstar assistierte jüngst bei der Versteigerung eines Lamborghini Murciélago LP640 Roadster by Versace in Beverly Hills? (Kleiner Tipp: Die Antwort finden Sie bei uns im Classic Driver Magazin) Schicken Sie eine Email mit der richtigen Antwort an editor@classicdriver.com. Einsendeschluss ist der 6. März 2007.

Text: [Classic Driver](#)
Fotos: Lamborghini Magazin

ClassicInside - Der Classic Driver Newsletter

[Jetzt kostenlos abonnieren!](#)

Galerie

Source URL: <https://www.classicdriver.com/de/article/mercury-award-f%C3%BCr-lamborghini-magazin>
© Classic Driver. All rights reserved.