



Schräg & frisch im Stubai

Bezirksblätter Tirol/Stubai/Wipptal | Seite 20 | 18. Januar 2023
Auflage: 8.873 | Reichweite: 11.295

PEMA Immobilien

20 REPORTAGE

BEZIRKSBLÄTTER TIROL • 18./19. JÄNNER 2023

Schräg & frisch im Stubai

Immer jung, offen und neugierig bleiben – mit diesem Credo beschreibt sich Christian Lanner aus Mieders.

MIEDERS. Der frisch gebackene 50-Jährige hat nicht nur einen Teil von Daniel Stern's Gemeinderatswahlkampf gestaltet, sondern auch Marken wie Audi, Edel Optics, Zeiss oder Rolls Royce in seinem Portfolio. Mittlerweile ist er Head of Marketing bei der PEMA, bleibt seinem Leitfaden „für immer sieben Jahre alt zu sein“, aber dennoch treu. „Um immer wieder kreative, neue Ideen zu kreieren, muss man sich einen offenen, frischen Geist bewahren – eben wie ein ewig neugieriger Siebenjähriger“, erklärt Lanner. Als solcher betreut er mehrere erstklassige Marken, hat aber auch nie den Connect zu den etwas kleineren Kunden verloren.

Vom Lehrling zum Preisträger

Dabei nahm Lanner's Karriere ursprünglich einen komplett anderen Lauf. Keine hochtrabende Ausbildung, keine Matura, kein Uni-Abschluss, sondern eine fundierte Lehre als Schlosser: „Die möchte ich auch nicht missen, denn so kann ich mir viele Dinge selber bauen und reparieren.“ Später kam Lanner in die Metallbauplanung und -projektleitung und schnupperte dort zum ersten Mal digitale Luft. Bald folgten Planungen in 3D, weiters dann fotorealistische Visualisierungen und Animationen. Mit diesen machte er sich 1994 selbständig und konnte bereits knapp zwei Jahre später den ersten Tirolissimo (Tiroler Werbepreis) in der Kategorie Film, Funk, Fernsehen entgegennehmen. „Alles weitere ergab sich von selbst, ich wuchs in die Entwicklungen hinein“, erzählt Christian weiter. „Ich habe beispielsweise die Anfänge des Internets in Europa live miterlebt und mitgestaltet und musste mir das Website programmieren selber beibringen, da es damals einfach noch nichts in der Richtung gab.“

Autodidakt

Eine Neugier, die sich ausgezahlt hat, konnte Christian doch im Laufe der Jahre so einige nationale und internationale Auszeichnungen für seine kreativen Ideen entgegennehmen. Hier finden sich von mehreren Tirolissimi über FRANZL Design Awards, A-Awards, Out-of-Home-Awards auch mehrere German Design Awards. „Der Cannes-Löwe oder der CLIO-Award, sozusagen die Oscars der Werbebranche, fehlen halt noch“, meint der Miederer und fügt schmunzelnd an: „Aber die werde ich in diesem Leben wohl nicht mehr in Händen halten.“

Was inspiriert?

Apropos Kreativität: woher kommt sie? „Dazu habe ich ein wunderbares Zitat“, führt Christian aus: „Kreativität ist zu sehen, was alle sehen, aber zu denken, was noch keiner gedacht hat. Hier kommt dann wieder die Neugier ins Spiel: man muss die Dinge hinterfragen und ausgetretene Pfade verlassen. Faux-Pas, No-Gos, neu, überraschend, anders – solche Attribute tragen dazu bei, eine Marke erfolgreich zu machen. Sie erschaffen Neues, Auffälliges, Großartiges, oder wie ich gerne sage sind sie funky and fresh.“ Seine Ideen kommen ihm meist per Zufall, meist in einer Rauchpause, beim Auto bzw. Bus fahren oder auch beim Spielen mit seiner kleinen Prinzessin. Damit nicht jeder weiterblättert, zappt und swiped, muss Werbung mehr sein als nur faktisch richtig, ergänzt der Wahl-Stubai: „Sie muss unterhaltsam, ideenreich und humorvoll sein. Nur dann interessiert sich überhaupt jemand für Werbung.“ Diese Erkenntnisse gilt es dann originell zu verpacken - so entstanden und entstehen Lanners erfolgreiche Kampagnen.

Gutes Design bleibt unsichtbar

Aber es ist auch nicht alles Cannes-Löwen-Gold, was glänzt. Christian ist wohl ein extrem kreativer Buntstift, aber seiner



Christian Lanner aus Mieders ist mehrfach preisgekrönter Kreativkopf mit mehr als 25 Jahren Erfahrung.

Foto: Kainz



Sie haben ihn mit Sicherheit schon einmal auf einem Plakat gesehen: Hallbi der Kreuzschwalberich ist der Botschafter der Tiroler Frühjahrsmesse

© Lanner



Für den Nationalpark Hohe Tauern wird mit einem Augenzwinkern auf die unverfälschte Natur verwiesen.

© Lanner

Aussage nach ein ganz schlechter Netzwerker. Er tut sich schwer, sich selbst zu vermarkten. „Ich verbringe viel lieber Zeit mit meiner kleinen Familie und meiner geliebten Arbeit, als irgendwo bei einem Neujahrsempfang mit einem Glas Sekt zu stehen und zu versuchen, Kontakte zu knüpfen“, so Lanner, der sogleich auch die Crux daran erläutert, weshalb Kunden trotz aller Erfolge eben

nicht sofort auf ihn aufmerksam werden: „Schlechtes Design bzw. Werbung registriert man sofort, gutes Design bleibt unsichtbar. Es ist so, wie wenn Sie nach einem Kinobesuch gefragt werden, wie denn die Filmmusik gewesen sei. Kann man sich dann nicht dran erinnern, war sie hervorragend und hat perfekt gepasst. Genau so verhält es sich bei Werbung und Design.“ (tk)