

BERGHS SLUTUTSTÄLLNING 2012: GREAT MINDS DON'T THINK ALIKE

Nu är det klart vad som blir kampanjkonceptet för Berghs School of Communications slututställning 2012. Årets tema handlar om samarbete, samverkan och engagemang och presenteras genom kampanjen "Great Minds Don't Think Alike". Tonvikten för kampanjen ligger på värdet av olik tänkande inom en arbetsgrupp och hur olika erfarenheter skapar starkare dynamik för att tänka nytt. En fråga som både skolan och Berghs Studentbyrå vill driva.

Just nu råder det febril aktivitet på Sveavägen 34 när studenterna arbetar med sina examensprojekt inom kommunikation och design. Det är mycket som ska ordnas innan utställningen som är öppen för allmänheten den 26 - 27 Maj. Studenterna inom alla olika inriktningar har bildat 18 små byråer för att tillgodose uppdragsgivarnas krav på fantastiska och oväntade lösningar.

– "Med konceptet 'Great Minds Don't Think Alike' vill vi belysa de farhågor som vi ser i både branschen och världen", säger David Alledal, copywriter i Studentbyrån. "Visst är livet lättare om man omger sig med liktänkande, men för att resultatet ska kunna bli magiskt måste man blanda människor med olika erfarenheter", fortsätter han.

Att Great minds don't think alike ligger rätt i tiden råder det ingen tvekan om. Reklambranschen kritiseras ofta för att vara en generisk bransch. Under utställningen kommer studenterna att visa hur deras samarbete och olik tänkande skapar innovativa lösningar åt sina uppdragsgivare.

– "För att kunna lösa kommunikativa problem gäller det att förstå kunderna. Och genom att sätta samman olikheter skapas därför bra förutsättningar för starkare kommunikation", säger Camilla Wallander, ny VD på Berghs. "Det är viktigt för oss att kommunicera att alla erfarenheter man samlar i sin ryggsäck kan vara värdefulla. Årets kampanj ser vi som ett verktyg för att nå studenter som aldrig har hört talas om Berghs School of Communication", fortsätter hon.

Hur kampanjen kommer ta sig uttryck får vi se först i Maj. Studentbyrån lovar dock att vi både kommer få se och höra från dem innan dess.

Uppdragsgivare för årets examensprojekt är: Lufthansa, Hufvudstaden, Hilding Anders, Diners Club, Adecco, Distriktstandvården, Löfbergs Lila, Microsoft, Monyx, Parks and Resorts, Svenska Spel, Stadsmissionen, Svenska Jägarförbundet, Stadsledningskontoret, Svenska Tidsskrifter, Zest Care, Universal Music och Pride.

Årets slututställning hålls på Berghs School of Communication, Sveavägen 34 och är öppen för allmänheten 26-27 maj.

För mer information kontakta: Anna Kjellander, pressansvarig, Studentbyrå anna.kjellander@berghs.se - 070 825 28 21

Studentbyrå är en sammansatt grupp studenter från Berghs kommunikationsutbildningar. Tillsammans ansvarar de för den årliga slututställningen.

Berghs School of Communication erbjuder strategisk och kreativ utbildning på olika nivåer inom marknadskommunikation. Vi har diplomutbildningar och internationella bachelorutbildningar på heltid, över 80 kurser på deltid samt anpassade utbildningar för organisationer och företag. Varje år går cirka 3000 personer någon form av utbildning på Berghs – i Sverige eller utomlands. Dessutom kommer ytterligare cirka 3000 personer på våra inspirationsseminarier. Berghs ligger i centrala Stockholm och ägs av den norska koncernen Anthon B Nilsen som driver flera andra skolor, däribland Westerdals School of Communication och universitetet NITH i Oslo. www.berghs.se