



reddot design award

red dot: junior prize 2011

Aufschwung durch Ableben



Design

Martina Morth

Kategorie

Annual Reports

In diesem Jahr ging der red dot: junior prize an die Kommunikationsdesignerin Martina Morth aus Dortmund. Ausgezeichnet wurde ihre Diplomarbeit „Aufschwung durch Ableben“, die plakativ ein ungewöhnliches und zugleich makabres Thema visualisiert.

Der Tod stellt sich in Morths Geschäftsbericht als börsennotiertes Unternehmen vor und gewährt dabei Einblicke in sein höchst erfolgreiches Geschäftsjahr 2009/2010. Das traditionsreiche Unternehmen hat seine Rekordgewinne den unterschiedlichsten Segmenten zu verdanken, die mal mehr, mal weniger am profitablen Gesamtergebnis beteiligt waren. Die originelle und innovative Umsetzung dieses sensiblen Themas hob sich unter allen eingereichten und vielen hochqualitativen Arbeiten deutlich hervor. Wer so mutig eigene Wege geht, der erhält zu Recht ein Preisgeld, das weitere Türen öffnen kann.



reddot design award

red dot: grand prix 2011

Alex Poulsen Arkitekter (Corporate Identity)



Kunde

Alex Poulsen Arkitekter, Kopenhagen

Design

Re-public, Kopenhagen

Kategorie

Corporate Design

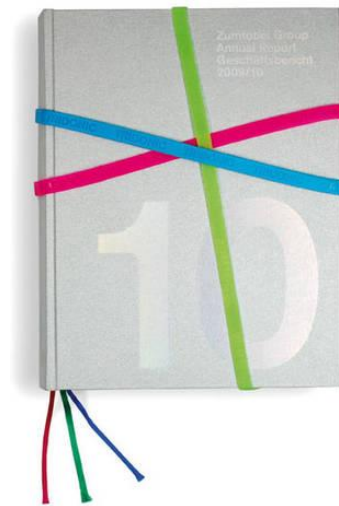
Corporate Design zwischen Tradition und Moderne. „Alex Poulsen Arkitekter“ wurde 1944 von dem Architekten Alex Poulsen (1910-1999) gegründet, einem der fortschrittlichsten und gefragtesten Architekten seiner Zeit. Doch auch ein längst etabliertes Studio mit langer Geschichte verändert sich stetig.

Die neue visuelle Identität des Unternehmens vereint alle Elemente, die „Alex Poulsen Arkitekter“ ausmachen: Eine nordische, traditionsreiche Firmenphilosophie mit einem hohen Niveau an Professionalität und Innovationskraft. Ziel war es, die Interaktion zwischen Mensch, Raum und Materialien abzubilden. Ein zentrales Element im Corporate Design ist das Logo. Im neuen Erscheinungsbild lassen sich dessen Buchstaben in Bausteine wandeln. Der Effekt: Sie können in neuer Form kombiniert werden und erscheinen leicht und spielerisch. Darstellung, Aussage und Dynamik ergänzen sich dabei zu einer harmonischen Einheit.



reddot design award

Zumtobel AG Geschäftsbericht 2009/10



Kunde

Zumtobel AG, Dornbirn

Design

BOROS, Wuppertal/Berlin

Kategorie

Annual Reports

Mit jedem Geschäftsbericht schreibt man zugleich ein Stück Unternehmensgeschichte. Geschichte muss aber nicht langweilig sein, sondern kann sich durchaus in herausragendem Design ausdrücken. Die Agentur BOROS GmbH entschied sich beim Geschäftsbericht für die Zumtobel AG für einen innovativen und zugleich seriösen Stil.

Der Bericht ist kapitelweise in die AG und ihre drei Tochterfirmen unterteilt, denen jeweils eine andere Neonfarbe zugeordnet wurde. Die Farbsystematik findet sich in den gestalterischen Details des Buches wieder – von den Gummibändern, welche als Banderole das Buch umschließen, bis hin zu den Zeichenbändern. Dem farbigen Wechsel steht eine typografische Reduktion gegenüber: Es wird lediglich eine Schrift (in einem Schriftschnitt) verwendet, die nur in der Größe extrem variiert. So hat es BOROS geschafft, ein beeindruckendes Aushängeschild für eine starke Imagewirkung zu schaffen



reddot design award

„Kopiert ruhig weiter“ (Print-Kampagne)



Kunde

Alex Springer Mediahouse Berlin GmbH, Berlin

Design

Ogilvy & Mather, Frankfurt/Main

Kategorie

Advertising

Einem legalen Musik-Download stehen heute sechs illegale Downloads gegenüber. Die Internet-Piraterie und das illegale Kopieren im Netz bedrohen nicht nur die Existenz einzelner Musiker, sondern die der gesamten Musikbranche. Ogilvy & Mather hat hier ein klares Statement gesetzt: Die Cover der legendärsten Alben wurden auf einem üblichen Kopierer kopiert. Immer und immer wieder, bis man gerade noch so erkennen kann, um welches Stück Musikgeschichte es sich eigentlich handelt. So wurde der Effekt des Kopierens eindrucksvoll visualisiert. Die Message? Je mehr man kopiert, desto mehr geht verloren!



reddot design award

Die wasserverpackte Taucheruhr (Packaging Design)



Kunde

Festina Uhren GmbH, Ainring

Design

Scholz & Friends Identify, Berlin

Kategorie

Packaging Design

Der Mensch glaubt, was er sieht. In diesem Fall sieht er eine Uhr in einem transparenten Beutel mit destilliertem Wasser. Ein sichtbarer Härtetest, der die Kunden von der herausragenden Qualität der Festina Profundo überzeugt.

Scholz & Friends Identify setzt auf maximale Transparenz im Packaging Design und schafft es so, Vertrauen beim Verbraucher zu wecken. Die Agentur hat es verstanden, das Qualitätsversprechen – Wasserfestigkeit – der Festina Profundo in ein beispielloses Packaging Design zu überführen.



reddot design award

Typotron-Heft 28 – Lokremise St.Gallen (Editorial)



Kunde

Typotron AG, St.Gallen

Design

TGG Hafen Senn Stieger, St.Gallen

Kategorie

Editorial

Ein Buch. Kohlrabenschwarz, ein Kilo schwer und 168 Seiten umfangreich. Gewidmet der St.Galler Lokremise. Die Lokremise, ein paar Gehminuten vom Hauptbahnhof St.Gallen entfernt, ist ein einmaliger Ort von Tanz, Theater, Film, bildender Kunst und Gastronomie. Früher war es ein ehemaliges Lokomotiv-Ringdepot.

Farbe, Form und Gewicht des Typotron-Heftes 28 sollen dementsprechend an ein Kohle-Brikett erinnern. Die Typotron-Serie ist ein kultureller Beitrag der St.Gallen Druckerei Typotron AG. Jahr für Jahr (seit 1983) erscheint ein neues Typotron-Heft. Die Serie wird in Zusammenarbeit mit Grafikern, Fotografen und Autoren realisiert. Seit 2008 hat TGG Hafen Senn Stieger die Ehre, die Hefte zu gestalten und außergewöhnliche Werke zu schaffen.



reddot design award

„Quart Heft für Kultur Nr. 15/10" (Magazines & Daily Press)



Kunde

Quart, Innsbruck

Design

Circus. Büro für Kommunikation und Gestaltung, Innsbruck

Kategorie

Magazines & Daily Press

Nur Ersterscheinungen, Uraufführungen und Auftragswerke finden Platz in „Quart“, der halbjährlich in Innsbruck erscheinenden Kulturzeitschrift, die von der Agentur „Circus. Büro für Kommunikation und Gestaltung“ inhaltlich und visuell gestaltet wird. Alle Bilder und Texte werden exklusiv für das jeweilige Heft produziert. Circus schafft es also, jedes Mal aufs Neue ein Unikat zu realisieren, das mit einprägsamem Design überrascht.

Die Umschlagseiten sind deklarierte Kunstzone, die Titelzeile beansprucht darum nur ein Minimum an Raum. Das formgebende Heftlayout hat der Chemiker und Typograph Walter Pamminer erfunden: Die Inhalte werden nicht illustriert, sondern „halluziniert“. Den auf allen rechten Seiten gut lesbar aufbereiteten Texten steht ein Echoraum gegenüber – Platz für freie Assoziationen, Querverbindungen, Gegenreden. Die linken Seiten der Nr. 15 bespielte das Schweizer Gestaltungsbüro Norm mit grafischen Analysen. Jedes Heft wird mit einer „Originalbeilage“ versehen: In die Ausgabe 15 legte der Künstler Sigggi Hofer ein Stück Stoff in der Form eines Bootes. Originalbeilagen fördern Kultstatus, Sammlerleidenschaft und Neugier auf das Folgeheft.



reddot design award

OUTRACE (Performance-Installation)



Kunde

AUDI AG, Ingolstadt

Design

Kram/Weisshaar AB, Stockholm

Kategorie

Event Design

Für die Performance-Installation „Outrace“ versetzte Audi acht Roboterarme aus den Fertigungshallen mitten auf den Trafalgar Square in London. OUTRACE ist eine Pop-Up Fabrik, eine vorübergehende Produktionsanlage, mit der großformatige dreidimensionale Lichtbotschaften generiert werden können. Die Besucher des Trafalgar Square und das internationale Publikum zu Hause konnten durch Einloggen auf der Website mit einem Mobilgerät oder Computer Nachrichten direkt an die Roboter schicken, die dann von ihnen als Lichtbuchstaben in die Luft gezeichnet wurden. Diese wurden gleichzeitig über ein System hochauflösender Kameras mit Langzeitbelichtung aufgezeichnet, als Video kodiert und an den Sender der Nachricht zurückgespielt – ganz im Sinne der Hingabe zum „Vorsprung durch Technik“.



reddot design award

SKIN – Pavilion of Knowledge (Foyer-Installation)



Kunde

João Luís Carrilho da Graça,
JLCG Architects, Lissabon

Design

P-06 ATELIER, ambientes e
comunicação, Lda, Lissabon

Kategorie

Information Design / Public Space

Der Pavillon des Wissens in Lissabon ist ein interaktives Wissens- und Wirtschaftsmuseum mit dem Ziel, Wissenschaft für alle zugänglich zu machen. Die Agentur P-06 Atelier aus Lissabon hat in Zusammenarbeit mit dem Architekten João Luís Carrilho da Graça einen Umgebungsraum, eine „Haut“, für das Museum geschaffen. Für SKIN wurde eine Textur in Stellwände geschnitten. Deren Durchlässigkeit für Licht und Geräusche spielt mit den verschachtelten Räumen des Museums. Der verwendete Amerikanische Standard-Code für Informationsaustausch bildet eine Analogie zu dem Anspruch des Museums, zu informieren.

Unterschiedliche Schablonengrößen verändern die Textmuster und die Akustik. Geräusche werden unterschiedlich gefiltert. Das weiße LED-Licht zwischen der Wand und der SKIN verbindet sich schließlich mit dem natürlichen Licht der Fenster. Die Grafiken sind verspielt und nicht übermächtig. P-06 Atelier und João Luís Carrilho da Graça setzen auf eine leistungsstarke Verwendung von Symbolik, Licht und Raum. Aufregend und einzigartig: Wer sich im SKIN – Pavilion of Knowledge aufhält, fühlt sich wie in einer Matrix.



reddot design award

zdf.kultur (Channel Branding)



Kunde

ZDF, Mainz

Design

Luxlotusliner, München

Kategorie

TV, Film & Cinema

Im Mai 2011 startete zdf.kultur, der neue Pop-Kultur-orientierte Sender der ZDF-Familie. Der Schwerpunkt im On-air Design liegt im spielerischen Umgang mit Kultur. Die starke Verknüpfung von Web und TV bei zdf.kultur eröffnet neue Möglichkeiten des Austauschs. Typische Raster aus dem Webdesign verbinden sich mit Animationsmöglichkeiten und filmischen Darstellungen des Fernsehdesigns.

Die „DO IT YOURSELF IDENTIS“ zeigen phantasievolle Installationen und Aktionen, die sich Themen der Kultur widmen. Überraschende und humorvolle Szenen zeigen, wie der jeweilige Initiator/Künstler Kultur lebt. Nach diesem Vorbild wurde auch eine Anzahl von Labels, Formatverpackungen und das Promotion-Design kreiert. Eine originelle und prägnante Kreativleistung der Münchner Agentur Luxlotusliner.



reddot design award

Philharmoniker Hamburg (Sound Logo)



Kunde

Philharmoniker Hamburg

Design

kempertrautmann, Hamburg

Kategorie

Sound Design

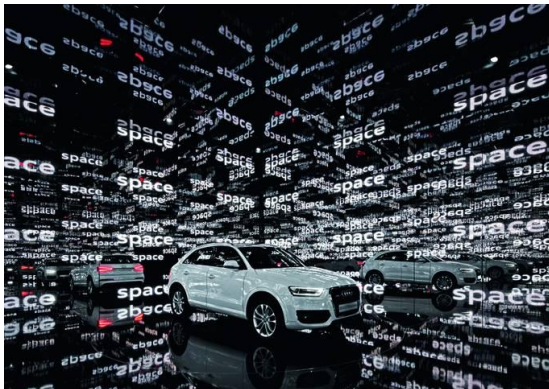
Seit Beginn des 19. Jahrhunderts bildeten sich in vielen europäischen Städten philharmonische Gesellschaften. Ebenso in Hamburg, wo sich die Gesellschaft zu einem Treffpunkt bedeutender Künstler entwickelte. Heute blicken die Philharmoniker Hamburg auf eine traditionsreiche Geschichte zurück und sind das älteste Orchester der Stadt. Der Begriff „Philharmonie“ stammt aus dem Griechischen und bedeutet so viel wie Liebe zur Harmonie. So, wie das Ensemble mit der Liebe zur Musik verbunden ist, so ist es auch tief mit der Hansestadt und ihrer Kultur verwurzelt: Nicht umsonst prägt es ihren Klang seit mehr als 180 Jahren. Da fällt es nicht leicht für diese Institution ein Soundlogo zu kreieren. Inspiriert von der Hamburger Skyline, die sich in der Alster spiegelt, entwickelte kempertrautmann eine unverwechselbare Sound-Wave, die dem Charakter der Hamburger Philharmoniker vollkommen gerecht wird.



reddot design award

red dot: client of the year 2011

AUDI AG



Besonders mutige und entscheidungsfreudige Auftraggeber, die der kreativen Kompetenz ihrer Agentur vertrauen, werden innerhalb des red dot award: communication design mit dem Sondertitel „red dot: client of the year“ belohnt. Die AUDI AG verbindet Vielfalt mit durchgängig hohem Designanspruch und zeigt dabei ein breit gefächertes Kommunikationsangebot: „Von der Installation im öffentlichen Raum bis hin zur Print-Kampagne: Der Autobauer arbeitet mit den kreativsten Köpfen der Branche zusammen und bleibt dabei einzigartig und unvergleichbar: Audi wird zu Recht zum zweiten Mal in Folge mit dem Ehrentitel red dot: client of the year geehrt“, betont Prof. Dr. Peter Zec, Initiator und CEO des red dot.

Beeindruckendes Design auch jenseits des Automobils, dafür steht Audi: Gemeinsam mit ihren Designagenturen fuhr die anspruchsvolle Premiummarke neun red dot-Auszeichnungen ein – mehr als jedes andere Unternehmen im red dot award: communication design 2011. In den letzten zehn Jahren glänzte die AUDI AG mit insgesamt 58 Auszeichnungen und zählt damit zu den erfolgreichsten Unternehmen innerhalb des red dot award: communication design.



reddot design award

red dot: agency of the year 2011

Beetroot Design Group



Wer seine Logos, PR-Kampagnen und Werbemaßnahmen zum red dot award: communication design einreicht, weiß, dass er seine Arbeiten in die Hände einer Jury gibt, die hohe Ansprüche an Originalität und Substanz stellt. Umso auffälliger, wenn ein bestimmtes Team über Jahre besonders erfolgreich in diesem Wettbewerb partizipiert. Die beste Agentur 2011 hat entsprechend große Erfolge erzielt; sie ist vergleichsweise klein, kommt aus Griechenland – und heißt wie ein sehr gesundes Gemüse: Beetroot (rote Beete) ist die „red dot: agency of the year 2011“. Im Jahr 2000 von Vangelis Liakos, Alexis Nikou und Yiannis Charalambopoulos gegründet, arbeiten in dem Studio heute elf Angestellte. Die Beetroot Design Group beschäftigt sich mit Projekten in allen Medien, in denen Grafikdesign denk- und anwendbar ist – also im Druck, beim Branding sowie in Web, Video, TV oder Installationen und Ausstellungen. Die Liste ihrer Klienten umfasst sowohl griechische wie auch im Ausland etablierte Unternehmen und Organisationen.

„Beetroot ist glänzend positioniert: ein flexibles, schlagkräftiges Team mit höchstem Qualitätsanspruch“, so Professor Dr. Peter Zec, Initiator und CEO des red dot. „Selten haben wir eine Agentur kennengelernt, die sich aus echten Allroundern zusammensetzt, jedoch zugleich in allen Disziplinen ein so durchgehend glänzendes Niveau aufweist wie Beetroot aus Thessaloniki. Die drei Gründer und ihre Mitarbeiter kreieren seit Jahren stringent einige der intelligentesten Designs, die der Jury des red dot award: communication design je präsentiert wurden.“