

viscom düsseldorf 2011

Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation, Technik und Design
13. bis 15. Oktober 2011, Messegelände Düsseldorf

6. Juni 2011

Wettbewerbspremiere:

Gewinner des designmaker 2011 stehen fest

Preisverleihung in Düsseldorf unterstreicht das Motto „Design trifft Machbarkeit“

Kantig, schnittig, reduziert, dabei vielfältig und wandelbar: Der Gewinner des ersten designmaker-Wettbewerbs spiegelte in seinem Entwurf das Thema „Urban Jungle“ gekonnt wieder. Und auch der zweite und dritte Platz unterstrichen mit ihren Projekten das Motto „Design trifft Machbarkeit. So war es eine Premiere, die überzeugte. Nach dem Auftakt des Wettbewerbs auf der viscom im vergangenen Jahr fand nun beim Veranstalter der Messe, Reed Exhibitions Deutschland GmbH, in Düsseldorf die Preisverleihung des designmakers statt. Gesucht waren Designideen, die sich auf möglichst vielen Werbeträgern umsetzen lassen. Viele kreative Köpfe hatten ihre Entwürfe eingereicht, die drei Besten wurden zur Preisverleihung geladen.

1. Platz: Kantig, schnittig, reduziert

Marc Prien, Grafikdesigner und Inhaber von empegra erreichte mit seiner vielschichtigen und außergewöhnlichen Designidee den ersten Platz. „Kantig, schnittig, reduziert. Formen, Farbeinsatz und Schrift finden in diesem Entwurf eine eigene Sprache, die in der Gesamtheit einen interessanten, lebendigen Entwurf ergeben, der zeitgeistig und variantenreich das Thema visualisiert. Aggressive und passive Einzelelemente verschmelzen zu einem Gesamtentwurf, der sich selbst als Marke erschafft“, begründet Bernd Gröner, Geschäftsführer der Karl Gröner GmbH, das Urteil der Jury. Dabei überzeugte vor allem die flexible Anwendbarkeit des Designs auf den unterschiedlichen Werbeträgern. „Die erschaffene Marke lässt sich spielerisch und elegant über alle Aspekte hinweg zitieren, variieren und platzieren, ohne dabei beliebig oder banal zu wirken“, so Gröner weiter. Das Motiv von Prien wurde während der Preisverleihung auf den unterschiedlichen Werbeträgern gezeigt, zum Beispiel auf einem T-Shirt, in einem Leuchtkasten, auf einem Toilettenbecken und als Highlight der Veranstaltung als Vollverklebung auf einem MINI.

