

PRESSEMAPPE

iF communication design award 2011

Inhalt

PRESSEINFORMATION [1]

Pressemeldung iF communication design award 2011

PRESSEINFORMATION [2]

Die 30 iF gold awards | Jurybegründungen

PRESSEINFORMATION [3]

Die aktuellen iF Termine im Überblick

iF Pressebüro
Köln | Hannover

Silke Becker, Sandy Pfeßdorf

Claudia Neumann Communication GmbH
Eigelstein 103-113
50668 Köln
Germany
Tel.: +49.221.913949-0
Fax: +49.221.913949-19
iF@neumann-luz.de

www.ifdesign.de

PRESSEINFORMATION [1]

Hannover, den 18. März 2011

„Herausragende Gestaltung zaubert ein Lächeln auf das Gesicht“ – so die Jury des iF communication design award 2011, die im diesjährigen Wettbewerb die Entscheidungen fällte.

231 Beiträge erhielten das iF Label für ausgezeichnete Gestaltung im Bereich Kommunikation. Die 30 Besten des Wettbewerbs, die iF gold awards, wurden am 18. März 2011 im Rahmen der Preisverleihung in der BMW Welt in München bekanntgegeben.

Innovative Konzeptionen und technische Perfektion: Zum **iF communication design award 2011** wurden insgesamt 861 Beiträge aus 27 Ländern eingereicht. Die Jury vergab 231 Mal das begehrte iF Designgütesiegel, von denen die 30 besten Beiträge mit dem iF gold award ausgezeichnet wurden. „Es wurde deutlich, dass die Basis für eine Auszeichnung immer noch die Einheit eines guten Konzeptes und einer technisch perfekten Umsetzung ist.“, so waren sich die Juroren einig. „Das Vereinen von Disziplinen unter einer Idee ist etwas, das durch die Bank erkennbar war. Dies ist eine auffordernde Geste, nicht mehr als einsamer Entwickler und Designer an seinem Bürotisch zu sitzen, sondern in aktiver und kommunikativer Teamarbeit ein gemeinsames Ziel, nämlich etwas wirklich Gutes zu realisieren, zu verfolgen. Ein schöner Trend.“, resümierte die Jury weiter.

Die Beiträge wurden in den Kategorien **01. digital media**, **02. product interfaces**, **03. print media**, **04. crossmedia** und **05. corporate architecture** bewertet. Zu den **Bewertungskriterien** zählten u.a. Animation, Atmosphäre, Interface und Screendesign, Usability, Innovation, Kreativität und Gestaltungsqualität, Zielgruppenansprache und Inhalt, Typografie, Originalität, Corporate Design, Materialauswahl und Verarbeitung, Kundenrelevanz, Architektur, Raumkonzept, Atmosphäre und Umweltverträglichkeit. Eine Auszeichnung im iF communication design award bringt Kreativen und Agenturen außerdem Punkte im **iF ranking** sowie in den nationalen Rankings der Zeitschriften **„PAGE“** und **„W&V Werben und Verkaufen“**.

Die fünf Kategorien im Überblick:

01. digital media

Corporate Websites. Public Service Websites. Community | Networking Websites. E-Zines | E-Papers. Online Shops | E-Commerce. Microsites. Web TV. Digital Advertising. Online | Offline Applications. Mobil Applications. Moving Images. Crossmedia Digital.

02. product interfaces

Alle grafischen Bedienoberflächen zwischen Mensch und Produkt.

03. print media

Corporate Design. Informationsmedien. Werbemedien. Unternehmenskommunikation. Produktkommunikation. Verlagsmedien. Typografie. Fotografie.

04. crossmedia

Advertising | Campaigns. Corporate design.

05. corporate architecture

Messeauftritt / Ausstellungen. Events. Shops / Showrooms. Architektur | Innenarchitektur. Hotel | Spa | Gastronomie. Kommunikationsmedien für Architektur und öffentliche Räume. Interaktive Installationen.

Die Jury

Auf dem Messegelände in Hannover trafen Anfang 2011 **Mirko Debuan** (Abian GmbH, Hannover/Deutschland), **Makoto Imamura** (Sony Ericsson UX Creative Design Center, Lund/Schweden), **Prof. Oliver Kartak** (Studio für Mediengestaltung, Wien/Österreich), **Christine Hesse** (Hesse Design GmbH, Düsseldorf/Deutschland), **Bice Marceca** (Boffi, Lentate Sul Seveso/Italien), **Andy Payne** (Interbrand, London/Großbritannien), **Susanne Schmidhuber** (Schmidhuber + Partner, München/Deutschland), **Sven Schnee** (Gaggenau International, München/Deutschland), **Prof. Rudolf Schricker** (Atelier Prof. Rudolf Schricker, Präsident BDIA, Stuttgart/Deutschland) und **Valentin Spiess** (iart interactive ag, Basel/Schweiz) zusammen, um die eingereichten Beiträge zu bewerten.

Medienpartner des **iF communication design award 2011** sind **AXIS**, das bedeutendste japanische Designmagazin, **PAGE**, das führende Design- und Publishing Magazin und **W&V**, Wochenmagazin für Marketing, Werbung, Medien und E-Business.

Alle Beiträge des Wettbewerbs sind ab 18. März 2011 in der iF online exhibition publiziert: www.ifdesign.de.

Das iF communication design award yearbook 2011 ist im von iF gegründeten internationalen Fachverlag für Design und Architektur, die iF DESIGN MEDIA GmbH, erschienen und ab 12. Mai 2011 erhältlich.

*>> Anmeldeschluss für den **iF communication design award 2012** ist der **31. August 2011**.*

Die Teilnahmebedingungen werden ab März 2011 auf der iF Homepage unter <http://www.ifdesign.de> abrufbar sein.

Für weitere Informationen und Bildmaterial:

iF Pressebüro
Köln | Hannover

Silke Becker, Sandy Pfeßdorf

Claudia Neumann Communication GmbH
Eigelstein 103-113
50668 Köln
Germany
Tel.: +49.221.913949-0
Fax +49.221.913949-19
iF@neumann-luz.de

PRESSEINFORMATION [2]

Hannover, den 18. März 2011

Die 30 iF gold awards | Jurybegründungen

01. digital media

Kategorie: **digital media Corporate Websites**

Beitrag/Projekt: **www.felixzawojnski.com | Website**

Auftraggeber/Unternehmen: **Felix Zawojnski Hotel, Karlovy Vary/TSCHECHISCHE REPUBLIK**

Design: **Ilya Mikhailov, Valentin Loshchinin, Vasily Dubovoy, Art. Lebedev Studio, Moskau/RUSSLAND**

„Der Internetauftritt macht richtig Lust auf einen Besuch in diesem Hotel. Bereits die Website lädt ein und vermittelt dem Gast das Gefühl, willkommen zu sein. Und ist man vor Ort, so fällt ein Verlaufen schwer, da man vorher schon virtuell alle Räume begehen kann. Ein wirklich sehr gelungener Webauftritt für ein Hotel!“

Kategorie: **digital media Corporate Websites**

Beitrag/Projekt: **Weingut Josef Leitz | Webseite**

Auftraggeber/Unternehmen: **Weingut Josef Leitz, Rüdesheim am Rhein/DEUTSCHLAND**

Design: **Fuenfwerken Design AG, Wiesbaden/DEUTSCHLAND**

„Das kann doch gar nicht funktionieren? – Doch tut es, und wie! Der gesamte Inhalt eines Unternehmensauftritts auf einer Seite. Eine Seite, die zu einem guten Wein passt – strukturiert, gehaltvoll, abwechslungsreich und anders. Großartig!“

Kategorie: **digital media Corporate Websites**

Beitrag/Projekt: **www.weissenhorner.de | Webseite**

Auftraggeber/Unternehmen: **Weißenhorn Molkerei GmbH, Weißenhorn/DEUTSCHLAND**

Design: **Zum Kuckuck, Büro für digitale Medien, Würzburg/DEUTSCHLAND**

„Transparenz für ein Naturprodukt – eindrucksvoll in Szene gesetzt auf der Website der Milchmanufaktur Weißenhorn. Hier macht es Spaß zu erkunden, wo die Milch herkommt.“

Kategorie: **digital media Online | Offline Applications**

Beitrag/Projekt: **Universum der Ozeane | Online Applikation / Game**

Auftraggeber/Unternehmen: **ZDF, HR Neue Medien, Mainz/DEUTSCHLAND**

Design: **Markus Schaefer, Isabelle Bentz, Christoph Frei, Hosoya Schaefer Architects AG, Zürich/SCHWEIZ | Patrik Svensson, Marcin Ignac, Jorgen Skogmo, Shiftcontrol, Kopenhagen/DÄNEMARK | Unity Studios ApS, Aarhus/DÄNEMARK**

„So macht es richtig Freude, den Ozean zu erkunden. Die Avatare animieren zum Stöbern und Suchen, die 3-D Visualisierung verstärkt den Reiz zum Forschen. Eine wunderbare Möglichkeit, in die Unterwasserwelt einzutauchen.“

Kategorie: **digital media Moving Images**

Beitrag/Projekt: **THE GREEK CRISIS | Video**

Auftraggeber/Unternehmen: **Nomint Motion Design, Athen/GRIECHENLAND**

Design: **Nomint Motion Design, Athen/GRIECHENLAND**

„THE GREEK CRISES – dieses Video beinhaltet wunderbare Animationen und erklärt eindrucksvoll ein hochkomplexes Finanzmarktthema. Da macht es Spaß, sich die Finanzkrise erklären zu lassen.“

Kategorie: **digital media Moving Images**

Beitrag/Projekt: **THE HOLY CHICKEN | Video**

Auftraggeber/Unternehmen: **Nomint Motion Design, Athen/GRIECHENLAND**

Design: **Nomint Motion Design, Athen/GRIECHENLAND**

„Hier handelt es sich um einen Animationsfilm, der von seinen eindrucksvollen Bildern lebt. Auch bei wiederholtem Anschauen entdeckt der Betrachter immer neue Kleinigkeiten. Ein schöner iF gold award!“

Kategorie: **digital media Moving Images**

Beitrag/Projekt: **Nah am Kunden | Messefilm**

Auftraggeber/Unternehmen: **Finanz Informatik, Münster/DEUTSCHLAND**

Design: **Christoph Beier (Creative Direction), Beierarbeit GmbH, Bielefeld/DEUTSCHLAND | Juri Wiesner (Produktion), Niklas Weise (Regie), Mathias Schöningh (Kamera), Alex Kutka (Editor), Cobblestone, Berlin/DEUTSCHLAND**

„Humorvoll und echt. Besser und sympathischer kann man Kundennähe nicht vermitteln als durch die eigenen Kunden. Die Auswahl der Typen und Zitate macht den Charme dieses Spots aus.“

02. product interfaces

Kategorie: **product interfaces**

Beitrag/Projekt: **User Interface for "a" NEX-5 / NEX-3 | Benutzeroberfläche für Digitalkamera**

Auftraggeber/Unternehmen: **SONY Corporation, Tokio/JAPAN**

Design: **Mitsuo Okumura, Nobuki Furue, Keishi Tsuchiya, Ayaka Tamura, Junichi Nagahara, SONY Creativeworks Corporation, Tokio/JAPAN | Masahiro Takahashi, Daisuke Yoshimori, Masayuki Sasaki, SONY Corporation, Tokio/JAPAN | Sheng Wang, SONY (China) LTD. CC-Creative Center, Shanghai/CHINA**

„Schön, dass im Zeitalter der Touch-Bedienung auch das mechanische Drehrad noch zum Einsatz kommt. In Verbindung mit der klar strukturierten Menüaufteilung und den brillanten Grafiken fällt die Bedienung leicht. So soll es sein.“

Kategorie: **product interfaces**

Beitrag/Projekt: **KHS Human Machine Interface (HMI) | Innovatives Interface**

Auftraggeber/Unternehmen: **KHS GmbH, Dortmund/DEUTSCHLAND | Fraunhofer Institut IAO (Concept), Stuttgart/DEUTSCHLAND**

Design: **Prof. Jürgen Späth, Rainer Beihofer, Christoph Maurer, Projekt Triangle Design Studio, Stuttgart/DEUTSCHLAND**

„Ein sehr intuitives Konzept, verbunden mit einer klaren Symbolik. Die nutzerspezifischen Profile erlauben die Konzentration auf das Wesentliche und vermeiden Ablenkung, indem nicht relevante Funktionen ausgeblendet werden.“

Kategorie: **product interfaces**

Beitrag/Projekt: **Intelligent Internet 3D TV including remote control | User Interface**

Auftraggeber/Unternehmen: **Qingdao Haier Electronics Co., Ltd., Qingdao/CHINA**

Design: **Industrial Design Center of Haier Group, Qingdao/CHINA**

„Das vernetzte Haus – und als Schaltzentrale dienen Fernseher und Fernbedienung. Hier werden die technischen Möglichkeiten beider Komponenten konsequent genutzt und erweitert. Eine schöne und zukunftsweisende Kombination.“

03. print media

Kategorie: **print media Corporate Design**

Beitrag/Projekt: **Deutscher Bundestag | Visuelle Identität**

Auftraggeber/Unternehmen: **Deutscher Bundestag, Berlin/DEUTSCHLAND**

Design: **Katrin Dittmann, Daniel Fels, Angela Klasar (Projektleitung), Tristan Schmitz (Projektleitung), Andreas Uebele, büro uebele visuelle kommunikation, Stuttgart/DEUTSCHLAND**

„Das Bundesdeutsche Symbol, der Adler, ist durch seine Ausdrucksstärke nur sehr leicht und sehr behutsam zu modifizieren. Das ist bei diesem Corporate Design sehr effektiv und zudem sehr respektvoll gelungen. Der Versuch, einige kräftige Farbakzente zu setzen ist mutig und zugleich vorsichtig genug, um den quasi gelernten Anblick des Bundesadlers nicht zu beeinträchtigen. Diese visuelle Identität ist beinahe schon ‚sophisticated‘ umgesetzt, was uns außerordentlich gut gefällt. Respekt vor einer solchen herausragenden Arbeit!“

Kategorie: **print media Corporate Design**

Beitrag/Projekt: **nine o'clock brand | Corporate Identity**

Auftraggeber/Unternehmen: **nine o'clock cafe, Seoul/SÜDKOREA**

Design: **Kiyoung Jung, Yuri Ahn, Seoul/SÜDKOREA**

„Die gesamte Typografie – das Logo, die Umsetzung in Verpackung und Merchandising und die Ansicht des Cafés von außen – sind so einfach, so pur gehalten, dass man sofort die Räumlichkeiten betreten und Teil dieser Ruhe Oase sein möchte. Die Idee dahinter ist bestechend einfach, die Umsetzungen sind schlicht genial, herzlichen Glückwunsch zu diesem iF gold award nach Südkorea!“

Kategorie: **print media Corporate Design**

Beitrag/Projekt: **Staufenstiftung | Kommunikation und Design**

Auftraggeber/Unternehmen: **Stiftung zur Erhaltung der historischen Altstadt Staufen, Staufen i.Br./DEUTSCHLAND**

Design: **Joseph Pözelbauer, Jean Mierecke, Marcel Ermes, Reinhard Groh, Simone Pözelbauer, Burghard Müller-Dannhausen, identis GmbH, design-gruppe joseph pözelbauer, Freiburg/DEUTSCHLAND**

„Die absolut überzeugende Idee dieser Kampagne und dieses Corporate Designs ist eine einfache, reduzierte Symbolik: Der Riss als verbindendes Element aller Gestaltungsteile ist so durchgehend mit viel Liebe zum Detail dekliniert worden, dass es eine reine Freude ist. Sehr innovativ, sehr konsequent, sehr eindringlich, sehr mutig – dieses Branding ist perfekt umgesetzt, der iF gold award ist hochverdient!“

Kategorie: **print media Werbemedien**

Beitrag/Projekt: **Opel - Good tools. Good work. | Baukastensystem**

Auftraggeber/Unternehmen: **Adam Opel GmbH, Rüsselsheim/DEUTSCHLAND**

Design: **Günter Sendlmeier (CEO), Jonathan Sven Amelung (Creative Director), Pedro Americo (Art Director), Julia Kiolbassa (Senior Account Manager), Christian Stoll (Photographer), Ralph Hillert (Postproduction), FutureBrand GmbH, Hamburg/DEUTSCHLAND**

„Hier handelt es sich um eine Kampagne, die sehr nah an der Zielgruppe agiert und genau den richtigen Ton trifft – das Auto, das Handwerker jeden Tag fahren, ist das größte ‚Tool‘, das sie besitzen, und die Umsetzung in Bild und Text unterstreicht sehr vorsichtig humorvoll diese Tatsache. Dabei spürt der Betrachter, dass Opel eine große Empathie für seine Kunden hegt und ihre Anforderungen erfüllen kann. Eine schöne, wirklich toll gemachte Kampagne!“

Kategorie: **print media Werbemedien**

Beitrag/Projekt: **Das Theater Erlangen | Plakate**

Auftraggeber/Unternehmen: **Das Theater Erlangen, Erlangen/DEUTSCHLAND**

Design: **Anna Bühler, Pit Stenkhoff, Nina Odzinięks, Eva Wendel, Neue Gestaltung GmbH, Berlin/DEUTSCHLAND**

„Für ein Theater ist diese Plakatserie einfach herausragend. Sehr ungewöhnlich ist die Wahl, keine Fotografie einzusetzen, sondern sich auf reine Schattenspiele zu konzentrieren, die mit handgeschriebenem Text eine sehr eindringliche Verbindung eingehen. Die Wahl der Icons für jedes Theaterstück ist auf den Punkt gebracht und zeigt, dass es hier um die Geschichten geht, der Betrachter wird neugierig hineingezogen und hat dennoch genug Raum für seine eigene Fantasie. Großartig, Kompliment!“

Kategorie: **print media Unternehmenskommunikation**

Beitrag/Projekt: **Moormann Katalog Vol. 3 | Katalog**

Auftraggeber/Unternehmen: **Nils Holger Moormann GmbH, Aschau im Chiemgau/DEUTSCHLAND**

Design: **Jäger & Jäger, Überlingen/DEUTSCHLAND**

„Fast jeder kennt die tollen Produkte von Nils Holger Moormann. Dieser Katalog ist so wie seine Produkte: Niemals langweilig, sehr detailliert und für Entdecker gemacht. Die Kombination aus Bildern und Illustrationen und die Einbindung ansonsten so langatmiger technischer Informationen sind außerordentlich gut umgesetzt. Ein sehr stiller und leiser Katalog, aber gewaltig im Ergebnis!“

Kategorie: **print media Unternehmenskommunikation**

Beitrag/Projekt: **Open House | Eventkommunikation**

Auftraggeber/Unternehmen: **Comprinta AG, Zürich-Schwerzenbach/SCHWEIZ**

Design: **Helm Pfohl, Lorenzo Geiger, Christina Zehnder, Eclat AG, Erlenbach, Zürich/SCHWEIZ**

„Hier wird Typografie als Identitätsform äußerst konsequent benutzt und sehr pur, sehr fein komponiert. Diese Zurückhaltung zeichnet die Kraft aus, mit der diese Eventkommunikation dem Betrachter begegnet. Die Auswahl der Farben, die Präzision der gesetzten Buchstaben ist fantastisch, hier spürt man die Liebe zur Gestaltung hinter jeder einzelnen Typo – wow, das beste Stück reine Typografie, das wir hier im Wettbewerb gesehen haben!“

Kategorie: **print media Unternehmenskommunikation**

Beitrag/Projekt: **Canyon Bicycles | Brandbook**

Auftraggeber/Unternehmen: **Canyon Bicycles GmbH, Koblenz/DEUTSCHLAND**

Design: **Knut Maierhofer (Managing Partner, Design), Patrick Märki (Team Manager, Design), Bettina Otto (Senior Designer), Daniel Perraudin (Designer), Daniel Bittmann (Text), Simon Betsch (Client Manager), Manuela Liebertz (Projektmanager), KMS TEAM, München/DEUTSCHLAND**

„Diese Broschüre erzeugt beim Durchblättern ein Gefühl von Dynamik, von Intensität. Die Bilder transportieren zudem Intimität, eine Nähe zur Biker Szene, die den Betrachter sofort mit Herz und Hirn einfängt. Jeder Canyon Benutzer kennt die Vorteile seines Produktes, und dieses Brandbook fängt dort an, wo das Erleben beginnt und nimmt den Kunden mit auf eine Reise, die die Seele einfängt. Fantastisch umgesetzt und auch haptisch hervorragend an die Marke angepasst.“

Kategorie: **print media Produktkommunikation**

Beitrag/Projekt: **Zirkeltraining® | Katalog**

Auftraggeber/Unternehmen: **Bernd Dörr Recycling Goods, Mülheim/Ruhr/DEUTSCHLAND**

Design: **Markus Kreykenbohm (Kreation und Markenführung), Maria Brinkop (Fotografie), Engelsbrigade®, Kreation und Neue Medien, Hannover/DEUTSCHLAND**

„Eine konsequentere Umsetzung für einen Produktkatalog kann es wohl kaum geben – die Assoziationen, die hier jedem beim Blättern der Seiten nahezu entgegenspringen, werden durch die Art des Papiers, die Anmutung der Bilder, der gewählten Fotos mit den Turnern in Sportkleidung der 1960er und 70er Jahre, die Typografie, die Haptik, einfach durch die sorgfältige Wahl jedes Details ausgelöst. Sehr authentisch – mehr Retro mit Charmeappeal geht kaum, Applaus, Applaus!“

Kategorie: **print media Verlagsmedien**

Beitrag/Projekt: **fahrstil | Magazin**

Auftraggeber/Unternehmen: **velonauten UG, Göttingen/DEUTSCHLAND**

Design: **Sven Marten, Janna Marten, Danijela Marin, Katharina Haaf, Sofia Bertolini, Rina Roki, Sarah Nickel, echtweiß | Corporate Design, Heidelberg/DEUTSCHLAND**

„Bei diesem Magazin ist die Stimmigkeit zwischen Form und Inhalt, die Liebe zu dem Metier, dem Radfahren, merklich zu spüren, sie springt aus nahezu jeder Seite. Allein der Suche nach den passenden aber dennoch ungewöhnlichen Themen muss man Respekt zollen, weil sie absolut authentisch umgesetzt werden. Die Fotos und die Typografie sind großartig, dabei handelt es sich eher um ein Nischenprodukt – das hier aber mit außerordentlicher Professionalität und Kenntnis um das Metier umgesetzt wurde.“

04. crossmedia

Kategorie: **crossmedia Advertising | Campaigns**

Beitrag/Projekt: **Axor Bouroullec | Einführungskampagne**

Auftraggeber/Unternehmen: **Axor - Hansgrohe AG, Schiltach/DEUTSCHLAND**

Design: **bilekjaeger (Design und Umsetzung), Stuttgart/DEUTSCHLAND | Ronan und Erwan Bouroullec (Foto-/Videokonzeption), Paris/FRANKREICH**

„Dieser Beitrag überzeugt auf verschiedenen Ebenen. Hier sehen wir ein innovatives Badkonzept, nämlich ein flexibles System, bei dem sich jeder Badnutzer auch nachträglich sein Bad umrüsten und individuell anpassen kann. Crossmedial überzeugt diese Einführungskampagne durch die Art, wie dieses neue Badkonzept an seine Zielgruppen wie Installateure, Planer und Nutzer herangetragen wird. Die Verbindung aus Printmedien und Internet ist sehr stimmig, fast spielerisch. Der Planungsprozess wird durch die harmonische Kombination unterschiedlicher Medien sehr nutzerfreundlich unterstützt und realisiert.“

Kategorie: **crossmedia Advertising | Campaigns**

Beitrag/Projekt: **Munken Cube | Kommunikatives Designobjekt**

Auftraggeber/Unternehmen: **Arctic Paper, Hamburg/DEUTSCHLAND**

Design: **Wolfgang Greter, Björn Lux, JUNO, Hamburg/DEUTSCHLAND**

„Bestechend ist die interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen einem Möbelhersteller und einem Papierhersteller. Die Form lässt in der Ausführung und in der Benutzung vieles offen, bietet viele Möglichkeiten. Die Nutzer können selbst gestalten und formen, sie treten mit dem Papier in eine Interaktion. Das Intermediale, das Zusammenspiel zwischen konkreter Form und das Wecken von Interesse und Aufmerksamkeit, ist hier wunderbar gelungen. Insbesondere der Internetauftritt stand in einer absolut stimmigen Korrelation und hat den Produktlaunch hervorragend ergänzt. Ebenso die Hinweise auf die Events, auf denen der Munken Cube benutzt und geformt werden kann. Eine großartige Idee, um Menschen in ihrer Kreativität zu erreichen!“

05. corporate architecture

Kategorie: **corporate architecture Messeauftritt / Ausstellung**

Beitrag/Projekt: **„balancity“ – Deutscher Pavillon EXPO 2010 | Deutscher Pavillon, EXPO Shanghai**

Auftraggeber/Unternehmen: **Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, vertreten durch Köln Messe International GmbH, Köln/ DEUTSCHLAND**

Design: **Schmidhuber + Partner (Architektur), München/DEUTSCHLAND | Milla & Partner GmbH (Ausstellung und Medien), Stuttgart/DEUTSCHLAND | Nüssli (Deutschland) GmbH (Ausführung und Projektmanagement), Roth/DEUTSCHLAND**

„Bei der Architektur dieses Pavillons ist das Thema ‚Balance‘ perfekt umgesetzt. Alles ist ein Zusammenspiel, die Summe aller Teile; dabei ist ein Teil in der Stadt, in der Gesellschaft immer darauf angewiesen, mit allen anderen Teilen im Gleichgewicht zu stehen. Der Deutsche Pavillon ist ein wunderbares Beispiel wie man dieses wichtige Thema kommunizieren kann. Nicht nur außen auch im Inneren scheint der Pavillon immer auf der Suche nach Gleichgewicht. Ein mehr als verdienter iF gold award!“

Kategorie: **corporate architecture Messeauftritt / Ausstellung**

Beitrag/Projekt: **Philips L+B 2010 | Messedesign**

Auftraggeber/Unternehmen: **Philips GmbH UB Lighting, JM Eindhoven/NIEDERLANDE**

Design: **D'ART DESIGN GRUPPE GMBH, Neuss/DEUTSCHLAND**

„Es ist sehr mutig von einem Leuchtenhersteller, sich darauf zu reduzieren, die Wirkung seiner Leuchten zu zeigen und nicht diese selbst. Insbesondere das Gefühl zu vermitteln, wie man sich mit Licht fühlt – die Wärme, die Klimata – ist durch diese großzügige Lichtwand unglaublich gut gelungen. Die thematisierten Facetten des Lichts wie Lichtfarben, Wohlgefühl durch Licht, Dämpfung, Stimmung und Musik bildeten eine große Einheit. Kaum besser umsetzbar!“

Kategorie: **corporate architecture Messeauftritt / Ausstellung**

Beitrag/Projekt: **Roca "The Wave" | Messeauftritt 100% Design London**

Auftraggeber/Unternehmen: **Roca Sanitario, S.A., Barcelona/SPANIEN**

Design: **Christopher Bauder, Christian Perstl, Michel David, Armin Purkrabek, Christian Guder, WHITEvoid interactive art & design, Berlin/DEUTSCHLAND**

„Überraschend und innovativ: Ein Badausstatter, der keine Produkte zeigt, sondern schon fast produktphilosophisch Porzellan und insbesondere Wasser digital und durch Lichttechnik sehr schön darstellt und interpretiert. Hier wurde auf kleinstem Raum sehr imposant präsentiert, worum es auf einem solchen Messestand immer geht, nämlich um das Zusammenspiel von Wasser und Mensch. Beispielgebend für eine künftige Messestandgestaltung und somit einen iF gold award wert!“

Kategorie: **corporate architecture Events**

Beitrag/Projekt: **Tiffany & Co. Campaign | Internationale Markenkampagne**

Auftraggeber/Unternehmen: **Tiffany & Co., New York/USA**

Design: **d'strict, New York/USA**

„Es ist bestechend, eine Fassadenprojektion so plastisch zu realisieren und wirken zu lassen. Die Bespielung schafft es, eine räumliche und skulpturale Wirkung zu erzeugen. Die Fassade springt auf und erhält eine Dynamik, und das lediglich mit einer Aufprojektion auf eine Fassade. Es entsteht eine riesengroße Suggestivkraft, die extrem anziehend wirkt.“

Kategorie: **corporate architecture Interaktive Installationen**

Beitrag/Projekt: **tim | Staatliches Textil- und Industriemuseum |**

Begehbare Musterbucharchiv

Auftraggeber/Unternehmen: **Stadt Augsburg, Augsburg/DEUTSCHLAND**

Design: **ATELIER BRÜCKNER GmbH (Konzeption, Szenografie), Stuttgart/DEUTSCHLAND | Anja Luthle Objekte (Figurinen), Wendlingen a. N./DEUTSCHLAND | Tamschick Media+Space GmbH (Mediale Bespielung), Berlin/DEUTSCHLAND**

„Das tolle an dieser Arbeit ist, dass es hier gelungen ist, ein fast historisches, traditionsreiches Thema wie alte Stoffmuster äußerst interessant, spannend und lebendig in einem neuen Medium darzustellen. In dem begehbaren Musterbucharchiv werden zwar historisierende Elemente aufgegriffen, jedoch werden diese modern interpretiert wie mit den überlebensgroßen Puppen, die die historischen Stoffe dreidimensional – haptisch und visuell – erlebbar machen. Das ist eine ganz neue Dimension und Ästhetik. Wie dieses digitale Musterbuch-Interface die Stoffe zur Geltung bringt, könnte kein Originalstoff jemals schaffen. Ein lebendiges Erleben, das den Besucher zum Designer werden lässt. Für ein Stoffmuseum eine herausragende Leistung!“

Kategorie: **corporate architecture Kommunikationsmedien für Architektur und öffentliche Räume**

Beitrag/Projekt: **Mobility | Kinetische Spiegelinstallation**

Auftraggeber/Unternehmen: **Otto Bock HealthCare GmbH, Duderstadt/DEUTSCHLAND**

Design: **Joachim Sauter, Susanne Traeger, Simon Häcker, Hermann Klöckner, David Siegel, ART+COM, Berlin/DEUTSCHLAND | ART+COM AG, Berlin/DEUTSCHLAND**

„Wie geht man mit Menschen um, die ein Handicap haben? Es ist sehr interessant, wie durch diese Installation – fast spielerisch – dokumentiert wird, dass ein Handicap heute kein wirklich entscheidendes Manko mehr ist. Ein Äquivalent wird geboten, um kreativ und mit hoher Qualität das Leben lebenswert und den Alltag einfacher zu machen. Jeder von uns hat ein Handicap und über diese kinematische Installation wird uns dies bewusst. Und ihre Reihung macht sie ästhetisch zu einer herrlichen Installation.“

Kategorie: **corporate architecture Kommunikationsmedien für Architektur und öffentliche Räume**

Beitrag/Projekt: **The Treasure | Saudi-arabischer Pavillon Expo 2010**

Auftraggeber/Unternehmen: **Saudi Expo 2010 Commission, MOMRA, Riyadh/SAUDI-ARABIEN**

Design: **GPD General de Producciones y Diseño, Sevilla/SPANIEN | Tamschick Media+Space GmbH, Berlin/DEUTSCHLAND**

„Ein Rollband bewegte die Besucher und ließ sie scheinbar über die Bilderwelt fliegen. Alleine durch die Gebäudestruktur, auf die projiziert wurde, und das scheinbare Fliegen ergab sich eine unglaubliche Dimension. Durch die Bilderwelt entstand eine Art Bilderbogen, der es schaffte, ganz und gar in diese Welt einzutauchen. Raum, Grafik und Film verschmolzen so ineinander, dass der Inbegriff von Kommunikation im Raum geschaffen wurde – das eine kann ohne das andere nicht sein. Perfekte Umsetzung des Themas!“

Kategorie: **corporate architecture Interaktive Installationen**

Beitrag/Projekt: **Licht am Ende des Tunnels | Beitrag zur Luminale 2010**

Auftraggeber/Unternehmen: **Schauspiel Frankfurt, Frankfurt am Main/DEUTSCHLAND | Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main, Frankfurt am Main/DEUTSCHLAND | Atelier Markgraph, Frankfurt am Main/DEUTSCHLAND**

Design: **Atelier Markgraph, Frankfurt am Main/DEUTSCHLAND | Meso Digital, Interiors, Ströer und HELI, Frankfurt am Main/DEUTSCHLAND | Martin Professional (Sponsor Licht- und Medientechnik), Karlsfeld/DEUTSCHLAND**

„Dieser Beitrag möchte das Theater wieder hoffähig und für eine breite Öffentlichkeit zugänglich machen. Ein interaktiver Ansatz, der mit einem Stück aus dem Theater entlehnt, eine U-Bahn-Station zu einer Bühne macht und die Bevölkerung selbst zum Akteur, zum Protagonisten werden lässt und das vorgegebene Theater selbst interpretiert werden kann, ist großartig. Ein schöner Weg, das Theater aus seinem Dornröschenschlaf zu befreien und gerade für junge Leute interessant zu machen.“

PRESSEINFORMATION [3]

Die kommenden iF Termine im Überblick

WETTBEWERBSAUSSCHREIBUNGEN

iF product design award 2012
iF communication design award 2012
iF material design award 2012
iF packaging design award 2012

Anmeldeschluss: **31. August 2011**
Jurysitzung: **Oktober 2011**
Preisverleihung: **10. Februar 2012, BMW Welt München**

>> *Online Anmeldung unter www.ifdesign.de*

PREISVERLEIHUNGEN

iF packaging award 2011
Die **Preisverleihung** mit der Bekanntgabe der **fünf iF gold awards** findet am **12. Mai 2011** im Rahmen der **interpack in Düsseldorf** statt.

AUSSTELLUNGEN

iF product design award 2011 und **iF material award 2011**
Die **Ausstellung** zu den Preisträgern des **iF product design award 2011** sowie des **iF material award 2011** ist bis zum **03. Juni 2011** auf dem **Messegelände Hannover** geöffnet.

iF packaging award 2011
Die **Preisträger** des **iF packaging award 2011** werden den Besuchern der **interpack** in einer **Ausstellung** auf dem **Messegelände in Düsseldorf** präsentiert.