

## Presseinfo

vom 31.10.2005

Škoda Nachwuchs Design-Wettbewerb

## Wirtschaft fördert Design-Nachwuchs

**Am 4. November startet in Berlin eine Ausschreibung der besonderen Art: der Škoda Nachwuchs Design-Wettbewerb. Zwölf Studenten der design akademie berlin setzen aktuelle Škoda-Fahrzeuge kreativ in Szene und entwickeln mit den Mitteln des Kommunikationsdesigns eine Marketingkampagne. Ziel des Wettbewerbs ist, Studenten aktiv zu fördern und dabei konkrete Designaufgaben mit Kreativität und Frische zu lösen.**

Die Idee für diesen ungewöhnlichen Nachwuchswettbewerb entstand in enger Zusammenarbeit zwischen der design akademie berlin, Škoda Auto Deutschland und Holger Hertling, Projektleiter und Initiator des Ganzen. "Ist es nicht eine fantastische Gelegenheit, mit der besten digitalen Mittelformatkamera der Welt (Hasselblad) form- und funktionsvollendete Autos (Škoda) in der aufregendsten Stadt Deutschlands (natürlich Berlin) zu inszenieren?", freut sich der Medienfachmann und Art Director.

Der Wettbewerb wird in den Kategorien Editorial Design (jeweils für Print und Web) sowie Auto-Fotografie ausgeschrieben. Dieses Jahr besteht die Aufgabe darin, die drei aktuellen Škoda-Modelle „Fabia“, „Octavia“ und „Superb“ kreativ in Szene zu setzen, in aufregender Umgebung zu fotografieren sowie daraus eine komplette Kommunikationskampagne zu entwickeln.

Nicht nur bei den Beteiligten ist deutliche Begeisterung zu spüren. So konnte als Sponsor beispielsweise die Firma Hasselblad gewonnen werden, die eines ihrer neu entwickelten digitalen High-End-Kamerasysteme für professionelle Fotoaufnahmen zur Verfügung stellt. Anfang April 2006 wird eine hochkarätig besetzte Jury in Berlin zusammentreten und die besten Ergebnisse prämiieren. Die Sieger werden während des anschließenden Empfangs im Automobilforum Unter den Linden geehrt.

„Wir sind schon richtig gespannt auf die Arbeiten“, sagt Egbert Idler, Mitglied der Akademieleitung der design akademie berlin. „Für unsere Studenten ist es eine sehr reizvoll, eine so unternehmensnahe Aufgabe zu bekommen.“ Darüber hinaus erhalten die Teams Unterstützung von handverlesenen Fachleuten: Der Soziologe und Philosoph Stephan Schnitzler, Autor des Buches „Lust auf Verkehr“, führt die Nachwuchsdesigner philosophisch ans Thema Mobilität heran. Geplant ist auch ein Wochenendseminar, in dem die Kölner Team-Trainer von „Neudenkland“ ein geschärftes Bewusstsein von Teamprozessen schaffen.

Bevor der Wettbewerb aber in die heiße Phase geht, werden am 4. November Škoda-Chefdesigner Thomas Ingenlath sowie Marketing- und Kommunikationsexperten die Studenten in die „Geheimnisse“ der Formensprache des tschechischen Automobilherstellers einweihen.

Gewinnen werden durch den Design-Wettbewerb alle – Partner wie Sponsoren. Hier geht es um Bilder zum Hingucken und um neue Werbeideen. Es geht um vernetzte Kommunikation, die ganz natürlich dort entsteht, wo Menschen eine gemeinsame Idee verfolgen. Aus diesem Netzwerk und den neuen Querverbindungen wird etwas ganz Neues wachsen können, ist Hertling überzeugt.

**Info:** [www.design-wettbewerb.org](http://www.design-wettbewerb.org)

**Wettbewerbsbüro:** Holger Hertling, 0173/7907871, [h.hertling@berlin.de](mailto:h.hertling@berlin.de)

**Pressekontakt:** Peter Speier, 0172/3885635, [p.speier@contentsolutions.de](mailto:p.speier@contentsolutions.de)

Im Fall einer Veröffentlichung würden wir uns über die Zusendung eines Beleges freuen.