
Die Würfel sind gefallen: Sieger des „Red Dot Award: Communication Design“ stehen fest

Hochqualitativ, durchdacht, überzeugend – das sind die Eigenschaften, mit denen Projekte die Jury beim „Red Dot Award: Communication Design“ überzeugen sollen. 2018 bewarben sich Designer, Agenturen und Unternehmen aus 45 Nationen um die Auszeichnung. Sie reichten insgesamt 8610 Arbeiten zum Wettbewerb ein. Aus ihnen wählte die Jury in 17 Kategorien die Jahresbesten der internationalen Kommunikationsdesign- und Kreativszene.

Gegenüber dem Vorjahr verzeichnete der „Red Dot Award: Communication Design“ bei den Einreichungen einen Anstieg von sieben Prozent. Besonders stark präsentierten sich die Kategorien „Interface & User Experience Design“ mit 44 Prozent mehr Anmeldungen als 2017, „Spatial Communication“ mit einem Plus von 25 Prozent und „Apps“ mit 17 Prozent mehr Arbeiten als im Vorjahr. Das Teilnehmerfeld des Wettbewerbs stammten aus 45 Ländern, fünf weniger als noch 2017. Erstmals bewarben sich Projekte aus Ägypten, Armenien, Irland und den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Professor Dr. Peter Zec, Initiator und CEO des Red Dot Awards, über das neuerliche Wachstum des Wettbewerbs: „Die gestiegene Einreichungszahl ist für uns eine Bestärkung, dass wir vieles richtig machen, und ein Beleg für das weltweite Vertrauen, das man uns bei der Evaluierung von Design schenkt. Das spricht für die Qualität des Wettbewerbs und insbesondere für den Stellenwert unseres Gütesiegels.“

Mitte Juli standen die angemeldeten Arbeiten auf dem Prüfstand. Mehrere Tage lang evaluierten 24 Juroren die Wettbewerbsbeiträge in Hinblick auf ihre gestalterische Leistung und Kreativität. Mit ihrer individuellen Expertise können die Juroren, die aus neun Ländern stammen, die fachlichen und kulturellen Aspekte von Design angemessen bewerten. Je nach Art der Arbeit berücksichtigen und gewichten sie zudem verschiedene Kriterien wie Idee, Wiedererkennungswert und Verständlichkeit.

„Red Dot verfügt über ein Gremium von Juroren unterschiedlicher Professionen und Kulturen“, weiß Jury-Mitglied Johnason Lo aus Taiwan. „Dennoch stimmen wir darüber überein, was gutes Design ist“, so der Experte für Motion Design weiter. Jurorin Andrea Finke-Anlauff, deren Schwerpunkt auf Produkt- und Interactiondesign liegt, berichtet: „Die Qualität der Einreichungen ist beeindruckend. Es gibt inspirierende, zum Teil heftige Diskussionen im interdisziplinären Team, die aber am Ende immer zu fairen, übereinstimmenden Entscheidungen führen.“

„2018 wurden nur 8,2 Prozent aller Einreichungen mit einer Auszeichnung gewürdigt. Das unterstreicht die hohen Ansprüche, die die Juroren an die Arbeiten haben“, so Professor Dr. Peter Zec, Initiator und CEO des Red Dot Awards. „Sie vergaben den Red Dot an 649 Projekte. Mit dem Red Dot: Best of the Best würdigten die Fachleute darüber hinaus die sehr hohe Gestaltungsqualität und kreative Leistung von 58 Arbeiten, was nur 0,7 Prozent aller Einreichungen entspricht.“

Sämtliche Preisträger, die mit dem „Red Dot: Best of the Best“ prämiert sind, dürfen darauf hoffen, zusätzlich den „Red Dot: Grand Prix“ zu erhalten. Er ist die höchste Einzelauszeichnung im Red Dot Award: Communication Design und kann – muss aber nicht – in jeder der 17 Wettbewerbskategorien vergeben werden. 2018 geht der Red Dot: Grand Prix an nur sieben Arbeiten. Welche das sind, wird während der Preisverleihung am 26. Oktober 2018 bekannt gegeben. Die Red Dot Gala und Designers' Night in Berlin bilden

den Höhepunkt des Wettbewerbs.

Sämtliche Siegerarbeiten – und damit der State of the Art im Kommunikationsdesign – werden während der Designers' Night in der Ausstellung „Design on Stage 2018“ präsentiert. Dazu zählt unter anderem „Le Beck`s: The legendary beer can“, eine limitierte Ausgabe der ikonischen Dose, die in Form eines Sektklases überrascht. Gestaltet wurde das Packaging-Design von Serviceplan. Damit sicherte sich die Agentur den Red Dot: Best of the Best.

Den schnellsten Geschäftsbericht der Welt entwickelte Publicis Pixelpark und erhielt dafür den Red Dot: Best of the Best. Die kreativen Köpfe gestalteten einen 9,58-sekündigen Film, der den Weltrekord-Lauf von Usain Bolt, dem schnellsten Mann der Welt, zeigt. Passend zum Anspruch „Forever Faster“ ist der Jahresbericht 2017 von Puma als Overlay in den Clip integriert.

Gleichermaßen kreativ und gut gestaltet präsentiert sich „Schwarzwald – Endlich was für junge Leute“. Die Image-Kampagne bringt einer jungen Zielgruppe das vermeintlich eingestaubte Reiseziel auf humorvolle Weise näher und soll für einen Wandel in der Wahrnehmung sorgen. Sie wurde von Jonathan Kopetzky und Johannes Lörz, Studenten der DHBW Ravensburg, entwickelt und mit dem Red Dot: Best of the Best ausgezeichnet.

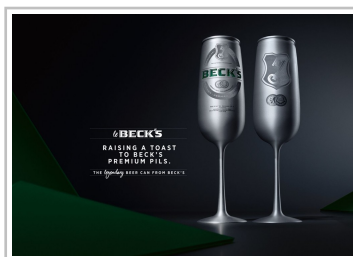
Ebenfalls mit dieser Auszeichnung prämiert wurde die Übersetzungs-App „Papago“ des IT-Unternehmens Naver aus Südkorea. Sie unterstützt zehn Sprachen und ermöglicht mit ihrem intuitiven Interface auch Kindern das spielerische Erlernen einer Sprache.
(ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel



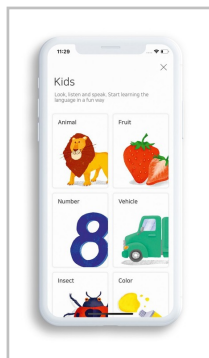
Red Dot: Best of the Best: Usain Bolts und der Puma-Geschäftsbericht.

Foto: Auto-Medienportal.Net



Red Dot: Best of the Best: Beck's Bierdose in Form eines Champagner-Glases.

Foto: Auto-Medienportal.Net



Red Dot: Best of the Best: Papago - Übersetzungs-App für Kinder.

Foto: Auto-Medienportal.Net