

MfG-Award 2012

PRINT IM BESTEN SINNE



»Der MfG-Award ist tot – es lebe der MfG-Award!« Die Neuausrichtung eines der ältesten nicht-kommerziellen Designwettbewerbe im deutschsprachigen Raum ist geglückt. Der Relaunch hat zu einer Beteiligung geführt, wie sie in 20 Wettbewerbsjahren nie erreicht wurde: 230 Einsendungen für die neuen Kategorien »Emotion«, »Raffinesse«, »Vereinfachung«, »Umweltbewusstsein« und die bestehende Kategorie für Debütanten sprechen für sich.

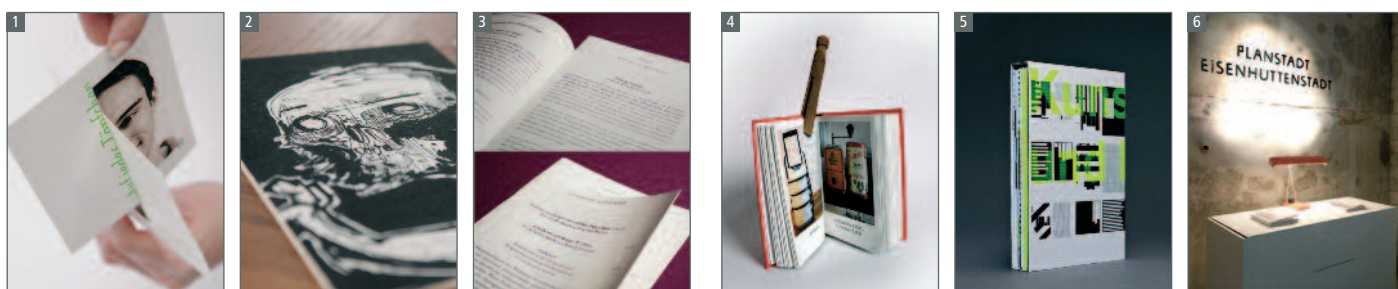
»Mit freundlichen Grüßen« ist die klassische Schlussformel eines Briefes. Ihre Abkürzung »MfG« ist Namensgeber eines Designwettbewerbs für herausragende Druck-Erzeugnisse. Er wird seit 1992 durch den Bundesverband Druck und Medien (bvdM) veranstaltet. Wegen seiner nicht-kommerziellen Ausrichtung gilt der Award als einer der Designwettbewerbe, bei dem sich kleine wie große Unternehmen eine Teilnahme leisten können. Kommunikationsdesigner, Agenturen, Druckereien und deren Auftraggeber aus Deutschland, Österreich und der Schweiz beteiligen sich mit ihren besten Arbeiten am Wettbewerb. Nachwuchsgestalter werden gesondert bewertet und mit Förderbeziehungweise Sachpreisen ausgezeichnet.

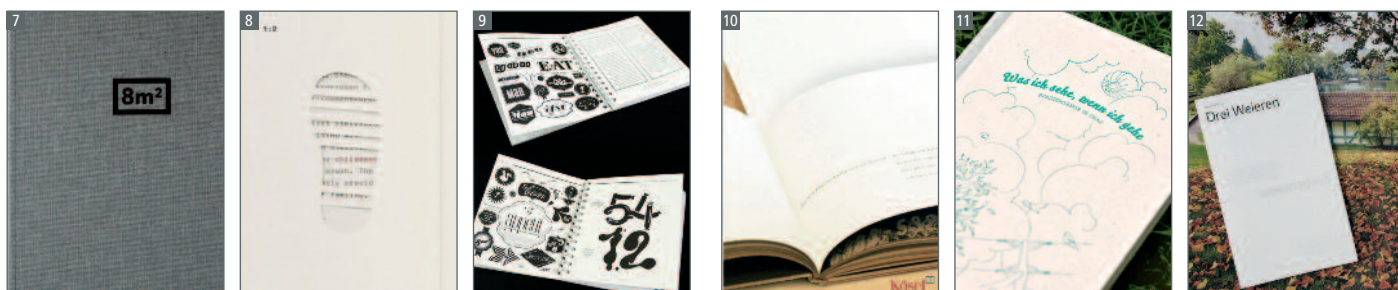
2012 MIT NEUEN KATEGORIEN Nach zwei Dekaden wurde das inhaltliche Konzept des MfG-Awards überarbeitet, um die Möglichkeiten gelungener Printkommunikation noch besser herauszustellen. »Es war an der Zeit, den Wettbewerb weiterzuentwickeln. Mit den neu entwickelten Kategorien lassen sich die Stärken gelungener Druck-

Erzeugnisse besser sichtbar machen«, stellte der Jury-Vorsitzende Thilo von Debschitz fest.

Zwar bleiben hohe Designqualität und anspruchsvolle Verarbeitung weiterhin wesentliche Kriterien für die Bewertung, doch die bisherige Beschränkung auf drei vorgegebene Medientypen (Geschäftsausstattung, Formulare, Eigenwerbung von Druckereien) wurde jetzt durch eine offenere Kategorisierung ersetzt. Ab sofort können sämtliche Drucksachen zur Bewertung eingeschickt werden, die mindestens einem der vier folgenden Begriffe zugeordnet werden können: Raffinesse, Umweltbewusstsein, Vereinfachung oder Emotion.

Am 17. Oktober kürte der bvdM die Sieger des MfG-Awards 2012. Im Rahmen einer feierlichen Veranstaltung im Museum Wiesbaden wurden die Preise verliehen. Als besonders erfreulich bewertete die Jury die Teilnehmerzahl und Qualität der studentischen Arbeiten. So wurden in der Kategorie »Debütanten« allein acht Preise vergeben: Regina Schwarzwälder und Sabine Isele aus Oberkirch gewannen den Förderpreis im Wert von 500 Euro für die Geschäftspapiere »Geteiltes





Wohnen – doppelter Nutzen« (1). Drei erste Preise wurden an Sascha May für seine Geschäftsausstattung (2), an Björn Schmidt aus Kiel für das Programmheft »Ephemer« (3) und an Raphael Schifferdecker aus Frankfurt für das »Manifest zum Wertschätzen« (4) vergeben. Zudem sprach die Jury Anerkennungen aus für die Arbeit »kunst und kritik« (5) von Yanik Hauschild, Mats Kubiak, Mona Matejic und Hendrike Nagel aus Düsseldorf, für das Projekt »Planstadt Eisenhüttenstadt« (6) von Tobias Keinath und Reinhard Schmidt aus Pforzheim sowie für das Buch »8m²« (7) von Peter Meyer aus Braunschweig.

PRINT: RAFFINIERT UND EFFEKTVOLL In der Kategorie »Emotion« erhielt jäger & jäger aus Überlingen den ersten Preis für drei Kataloge, die für die Nils Holger Moormann GmbH entwickelt wurden (8). EIGA Design aus Hamburg gewann den zweiten Preis für das »Trend Diary EAT! Design with food« (9). Mit zwei dritten Preisen wurden die Kösel GmbH & Co. KG aus Altusried-Krugzell für ihr Buch »Sprechendes Wasser« (10) und En Garde Interdisciplinary GmbH aus Graz für ihr Sammelwerk »Was ich sehe, wenn ich gehe – Spaziergänge in Graz« (11) ausgezeichnet.

In der Kategorie »Raffinesse« wurde TGG Hafen Senn Stieger aus St. Gallen der erste Preis für das »Typotron-Heft 29 | Drei Weieren« (12) zugesprochen. Den zweiten Preis erhielt die Universitätsdruckerei H. Schmidt aus Mainz für das Buch »Stefan Sagmeister: Another Book about Promotion and Sales Material« (13). Zwei dritte Plätze erlangten das Druckhaus Ley + Wiegandt aus Wuppertal für den »Vorwerk Geschäftsbericht 2011« (14) und Leagas Delaney Hamburg GmbH für »Fish & more GmbH Markenhandbuch: Gegen den Strom« (15).

In der Kategorie »Vereinfachung« gingen ein zweiter Preis an labor b designbüro aus Dortmund für »Schichten einer Region. Kartenstücke zur räumlichen Struktur des Ruhrgebiets« (16) sowie zwei dritte Preise

zur Wunscherfüllung (17) und an systemform Datenbelege GmbH aus Prien am Chiemsee für »musterform – der neue Musterservice von systemform!« (18).

GREEN PUBLISHING HAT NOCH POTENZIAL Einen besonderen Akzent in der Abendveranstaltung setzte Andreas Koop. Der Designer, Dozent und Autor präsentierte mit seinem Vortrag »Das tragbare Loch – über Nachhaltigkeit und Absurdität« Arbeiten seines Büros, stellte den Agentursitz der designgruppe koop vor und sorgte mit seinen Denkanstößen für Erheiterung und Nachdenklichkeit zugleich. Im Mittelpunkt seiner Rede stand Nachhaltigkeit. Das Thema wurde gewählt, um die Wettbewerbskategorie »Umweltbewusstsein« stärker in den Blickpunkt zu rücken. Stephanie Podobinski, diesjährige Juryvorsitzende, freut sich schon auf die nächsten Aufgaben: »Ich will den Wettbewerb dahin gehend weiterentwickeln, dass diese Kategorie bekannter wird, noch höhere Teilnehmerzahlen erreicht und eine größere Bandbreite aufzeigt.« Denn beim MfG-Award 2012 hielt die Jury keine Arbeit in der Kategorie Umweltbewusstsein für preiswürdig. Im Namen der Jury bedankte sich Stephanie Podobinski bei Dr. Nora Lauterbach, die in den vergangenen Jahren die Geschehnisse des MfG-Awards geleitet und den Weg für den Relaunch geebnet hatte. Sie beendet zum Jahresende ihre Tätigkeit beim bvdM. »Sie hinterlassen ein bestens bestelltes Feld, sodass der Wettbewerb auch unter neuer Führung seine Erfolgsgeschichte fortsetzen kann!«, hob die Juryvorsitzende hervor.

Einsendungen für den 22. MfG-Award werden ab dem Frühjahr 2013 entgegengenommen.

› www.mfg-award.de › www.bvdm-online.de



an die Lockstoff Design GmbH aus Grevenbroich für ihre Formu-

