

100 Beste Plakate 18 - Deutschland Österreich Schweiz



In dieser phantastischen Ausstellung zum Wettbewerb 100 BESTE PLAKATE 18. Deutschland Österreich Schweiz kumuliert sich einmal mehr der kreative Reichtum des zeitgenössischen Kommunikationsdesigns. Der klassische Werbeträger behauptet sich im Sinne der Wahrnehmung im öffentlichen Raum und ist nach wie vor eine beliebte Spielwiese für GestalterInnen.

VON: 06. NOV 19
BIS: 01. MAR 20
MUSEUM FÜR
ANGEWANDTE KUNST -
MAK
Stubenring 5
1010 Wien, AT
Tel: +43 1 712 80 00
Fax: +43 1 713 10 26
Email: office@mak.at
<http://www.mak.at/>
{<http://www.mak.at/> }
Öffnungszeiten:
Di – So, Fei 10 – 18 Uhr

Copyright: MAK

Insgesamt 2.353 Plakate gingen beim Verein 100 Beste Plakate e. V. ein. Nach einer Online-Vorauswahl hielten 695 Plakate von 251 EinreicherInnen (davon 105 aus Deutschland, 129 aus der Schweiz und 17 aus Österreich) Einzug in die finale Jurysitzung. Die Ergebnisse des Wettbewerbs werden heuer bereits zum 14. Mal im MAK präsentiert und vereinen studentische Projekte gleichermaßen wie Arbeiten etablierter GrafikdesignerInnen und Werbeagenturen.

Die 100 prämierten Plakate wurden von einer internationalen Fachjury, bestehend aus den renommierten Gestalterinnen Anette Lenz (Paris, Vorsitz), Anna Haas (Zürich), Astrid Seme (Wien), Johanna Siebein und Andrea Tinnes (beide Berlin), ausgewählt. Nach Ländern gliedern sich die Sieger-Plakate und -Plakatserien in 42 aus Deutschland, 54 aus der Schweiz und 4 aus Österreich.

Die vier österreichischen Gewinnersujets lassen sich allesamt in der Reihe der Produktplakate verorten: Lukas Fliszar und Jonas Minnig vom Atelier 101 gingen mit ihrem Plakat zum Film Nevrland, der im Herbst 2019 sein Opening in den österreichischen Kinos feiert und bereits mit dem Max Ophüls Preis ausgezeichnet wurde, in den Bewerb. Ihr Plakat transponiert den Plot in kongenialer Weise. Der Film lässt die ZuschauerInnen das Auf und Ab der digitalen Gefühlswelten des Schlachthof-Hilfsgesellen Jakob (Simon Frühwirth) zwischen Gay-Porno-Filmszene und Sex-Chat-Community miterleben. Die Zerrissenheit des jungen Jakob findet im Plakat durch ein in tiefem Rot gehaltenes Porträt Ausdruck, das durch die Typografie stark sektioniert erscheint. Nicht ohne Grund erscheint das Plakat im Katalog an der prominenten ersten Stelle.

Die Agentur VMLY&R Vienna schafft es, mit ihrem Plakat für Heinz Tomato Ketchup einen gesundheitlichen Aspekt des Produkts zu thematisieren. Das Sujet der Kampagne, das Etikett der Heinz Ketchup-Flasche, ist einer der Designklassiker schlechthin und scheint uns bereits über Jahrzehnte ins Gedächtnis gebrannt. Im Plakat werden die üblicherweise verwendeten „E“-Verdickungs- und Konservierungsstoffe – auf die Heinz Ketchup verzichtet – auch typografisch weggelassen.

Eine spannende Plakatserie schafft Studio Es (Verena Panholzer und Paul Katterl) für das Produkt Purpur, handselektiertes, rötliches Steinsalz aus dem Salzkammergut. Studio Es inszeniert die Körnigkeit und die kristalline Struktur des Premiumsalzes mit einer Serie von drei monumentalisierten amorphen Salzkristallstrukturen: Es gibt je ein Plakat für feines, für mittel- und grobkörniges Salz.

David Einwaller und Lukas Novak gestalteten ihr Siegerplakat anlässlich des 20-jährigen Bestehens von Radio Orange. Die groß in Szene gesetzte Zahl 20 erinnert zunächst an zwei Papiergirlanden, die „vielfältige“ Formen annehmen können. Mit ihrer spontanen Flexibilität verweisen sie subtil auf den Leitgedanken des freien österreichischen Senders, der für Programm abseits des Mainstreams steht. Wie Stacheln rücken die Ecken den unbequemen und kritischen Journalismus ins Bild.

Zur Ausstellung erscheint ein Katalog (304 Seiten, Verlag Kettler, Dortmund 2019, erhältlich im MAK Design Shop um EUR 30,80) mit Beiträgen aller Jurorinnen sowie einem Feature-Artikel von Tulga Beyerle, Direktorin des Museums für Kunst und Gewerbe Hamburg. Unter dem Titel Designerinnen? Ein Suchspiel oder finde die Fehler skizziert sie abwechslungsreich die Geschichte der Frau in der Männerdomäne Design und erzählt auch aus ihrer eigenen Position heraus.

(page)



Copyright: MAK/Georg Mayer



Copyright: MAK/Georg Mayer