

Presseausendung

Brüssel, 28 August 2009

Ideas that Matter 10: Ein Gewinner und zwei Zweitplatzierte kommen aus Österreich

Eine internationale Jury aus Designfachleuten hat im Rahmen der 10. Ideas that Matter-Initiative von Sappi drei Printkampagnen aus Österreich ausgewählt: einen Gewinner und zwei Zweitplatzierte.

Die Gewinner des Ideas that Matter-Programmes können sich über Fördergelder für die Umsetzung ihrer kreativen Ideen freuen, die gemeinnützigen oder Non-profit-Organisationen ihrer Wahl zugutekommen und auf Printmedien kommuniziert werden.

Die Jury bildeten Helmut Langer, Grafikdesigner und früherer Präsident von IcoGrada, Deutschland, Dominic Lyle, Generaldirektor der European Association of Communications Agencies (EACA), Belgien, und Michel Chanaud, Managing Director von Pyramyd, Frankreich. Die Jury wählte insgesamt 10 Kampagnen und 4 Zweitplatzierte aus Österreich, Belgien, Frankreich, Deutschland, Slowenien und Großbritannien.

Verletzlich wie ein Schmetterling

Die Kampagne „So fühlt sich das Leben für ein Schmetterlingskind an“ unterstützt die Organisation *debra austria*, eine Selbsthilfeorganisation, die sich der Anliegen der Menschen annimmt, die unter Epidermolysis bullosa (kurz EB) leiden, einer genetischen Störung, bei der die Haut Blasen bildet und reißt. Die jüngsten Betroffenen werden als „Schmetterlingskinder“ bezeichnet, da ihre Haut so verletzlich ist wie ein Schmetterlingsflügel. Der gemeinnützige Verein ist vollständig auf Spenden angewiesen. Das Projekt wirbt deshalb für ein Golf-Charity-Turnier am 19. September 2009, dessen Reinerlös dem Verein zugutekommt. Zusätzlich zum Werbematerial für diese

Veranstaltung werden Informationsbroschüren, Plakate und Antwortkarten gedruckt, die die Öffentlichkeit entsprechend informieren sollen. Das Printmedium wurde geschickt genutzt: hervorstechende Heftklammern ergänzen die aufrüttelnden Bilder, sodass jeder am eigenen Leib erfahren kann, wie es sich anfühlt, an EB zu leiden.

Die beiden Zweitplatzierten aus Österreich sind:

Rassismus bekämpfen und Zivilcourage fördern

„Gegen Rassismus, für Zivilcourage“ unterstützt die Organisation *Zivilcourage und Anti-Rassismus-Arbeit (ZARA)* und stellt es sich zur Aufgabe, Zivilcourage zu fördern und für ein rassismustreies Österreich, in dem alle Bürger akzeptiert werden, einzutreten. Das Projekt zielt darauf ab, Vorurteile auszuräumen und eine Bewusstseinsänderung zu bewirken, wobei Menschen zwischen 14 und 80 angesprochen werden sollen. Die Kampagne kommuniziert ihre Botschaft über Plakate und City Lights.

Rotierende Bilder einer Gesellschaft, die friedlich zusammenlebt.

„Anti-Racism Column“ unterstützt ebenfalls *ZARA*. Das Konzept der Kampagne sieht vor, dass Bilder auf rotierenden Plakatsäulen und City Lights in Wien gezeigt werden. Die Plakate zeigen Bilder von Menschen unterschiedlicher Herkunft, die in der Gesellschaft zusammenleben. Die Grundidee der rotierenden Bilder veranschaulicht die gemischte Zusammensetzung der Gesellschaft.

Helmut Langer, Mitglied der Ideas That Matter-Jury, führte aus: „Am Ideas that Matter-Programm hat eine überwältigende Anzahl von Bewerbern teilgenommen, deren Konzepte durch Inspiration beeindruckten und Anliegen unterstützten, die in jedem Fall wert wären, gefördert zu werden. Das Projekt zugunsten der Schmetterlingskinder ist durch die geschickte Verwendung von Veredelungstechniken sehr innovativ und spricht ein Thema an, das bisher in der Gesellschaft nicht bekannt war. Die beiden Arbeiten, die das Rassismusproblem aufgegriffen haben, sind visuell sehr beeindruckend.“

Manue Gheysen von Sappi, die der Jury vorstand, meint dazu: „Wir sind jedes Jahr sehr beeindruckt vom hohen Niveau der Kreativität und der Bereitschaft der Designer, soziale Anliegen zu unterstützen. In diesem Jahr verzeichneten wir einen Trend, Themen von einem positiven Blickpunkt aus anzugehen, zum Beispiel mögliche oder bestehende

Ergebnisse in den Vordergrund zu rücken anstatt herauszustreichen, was schief läuft. Es war auch sehr interessant, die unterschiedlichen Ansatzpunkte zu beobachten; die Bandbreite reichte von sehr subtilen zu äußerst kritischen und emotionalen Botschaften".

Die von der Jury gekürten europäischen Kampagnen umfassen 10 Gewinner und 4 Zweitplatzierte:

Grafikdesigner Organisation	Land	Titel der Kampagne	Begünstigte Organisation
Die 10 Gewinner			
Alexander Zelmanovics, Dieter Pivrnec, Nikolaus Leischko, Saskia Beck, Michael Grill, Hannes Böker, Werner Bühringer & Martina Raminger, Lowe GGK Werbeagentur, Wien	Österreich	So fühlt sich das Leben für ein Schmetterlingskind an	debra-austria, Wien
Brett Coram, Dentsu Production Concepts & Philip Tetley-Jones, Brüssel	Belgien	Help us to help them	Rafiki Ya Watoto, Brüssel
Antoine Olivier, Paris	Frankreich	Keepers of the Amazon. A look through the lens at people who protect the forest	Autres Brésils, Paris
Claire Darmon, Margaux Elissalde, Pauline Ghislain, Thibaud Kelfa, Julien-Pierre Mallet, Ecole Intuit-Lab, Paris. Lehrer: Thierry Sarfis	Frankreich	"Papers": a gateway to civic life	Blonba, Fontenay-sous-bois
Stefan Gebhard, Jürgen Uhl & Chris Weinmann, Graphikbüro Gebhard/Uhl, Freiburg	Deutschland	No milk today. Let's talk about cows.	Animals' Angels, Frankfurt
Kurt Steinebrunner, S1 Büro für Gestaltung & Nadja Riedel, [d] Ligo design + development, Augsburg	Deutschland	We can do everything but hear	Netzwerk der Gehörlosen-Stadtverbände, München
Alexandra Bald, Ana Lessing & Esra Rotthoff, Haushoch, Berlin; Uggi Kaldan	Deutschland	Skateistan, Support the freedom of skateboarding!	Skateistan, Essen

John Corcoran, Dan Collins, Peter Higgins & Tim Sawford, Wire Design Ltd, London	Großbritannien	Beyond Big Type	Employers Forum on Disability, London
Emmi Salonen, Emmi, London	Großbritannien	Catalyst inspiring Arts ideas for teachers	The Prince's Foundation for Children and the Arts (CATA), London
Marie Benstead, Eve Design Ltd, London	Großbritannien	Close to the edge	Changing Tunes, Bristol
Die 4 Zweitplatzierten			
Claude Assel, Die Graphische, Wien. Lehrer: Werner Gregori & Giovanni Corsaro	Österreich	Gegen Rassismus, für Zivilcourage	Zara Zivilcourage und Anti-Rassismus-Arbeit, Wien
Clemens Slama, Die Graphische, Wien. Lehrer: Werner Gregori, Giovanni Corsaro, Hermann Schindler & Gudi Schvienbacher	Österreich	Anti-racism-column	Zara Zivilcourage und Anti-Rassismus-Arbeit, Wien
Julien Carlier, Colmar & Laurent Sick, Ribauvillé	Frankreich	An affirmed difference	Etablissement et service d'aide par le travail (ESAT) l'EVASION- APEI Centre Alsace, Sélestat
Tomaz Cör, Petra Matijević, Blaž Ritmanič Nina Stipanic & Janez Trontelj, Formitas BBDO Pleon, Ljubljana	Slowenien	Prolong life	Institute for Transplantation of organs and tissues of the Republik Slowenien, Ljubljana

In diesem Jahr wird Sappi 1.000 Euro an die von den 4 Zweitplatzierten ausgewählten Non-Profit-Organisationen spenden. Die Gewinner und die Zweitplatzierten werden anlässlich der 10-Jahres-Feier von Ideas That Matter am 10. Oktober 2009 in Brüssel geehrt.

Der Einsendeschluss für Bewerbungen für das kommende Jahr ist der 1. Juni 2010.

Nähere Informationen über Ideas that Matter und weitere Aktivitäten von Sappi erhalten Sie auf der Sappi-Website www.sappi.com oder treten Sie der Ideas that Matter-Gemeinschaft auf Facebook und LinkedIn bei.

Weitere Informationen über Sappi

Sappi Fine Paper Europe ist der führende europäische Hersteller von gestrichenen Feinpapieren, die für Premiummagazine, Kataloge, Bücher und High-End Druckwerbung

verwendet werden. Die Zentrale des für Innovation und Qualität bekannten Papierherstellers Sappi Fine Paper Europe befindet sich in Brüssel. Zu den Marken gehören Magno, HannoArt, Tempo, Quatro, Royal, Allegro, Era, EuroArt Plus, EuroBulk, Furioso, Galerie, Mega, sowie Cento und Tauro im Bereich ungestrichener grafischer Papiere. Algro, Leine und Parade sind die Marken für Spezialetiketten und Verpackungspapiere bzw. Kartone.

Sappi-Papiere werden in Werken erzeugt, die nach ISO 9001 und ISO 14001 zertifiziert sind; alle unsere Werke in der EU sind nach EMAS registriert. Die SFPE-Werke verfügen über eine Produktketten-Zertifizierung im Rahmen des Forest Stewardship Council (FSC) und/oder des Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC).

SFPE ist eine Division von Sappi Limited (NYSE, JSE, LSE), einem globalen Unternehmen mit Zentrale in Johannesburg, Südafrika, mit über 17.000 Mitarbeitern und Produktionsstätten auf vier Kontinenten in 9 Ländern, Verkaufsbüros in 50 Ländern und Kunden in mehr als 100 Ländern weltweit. Weitere Informationen über Sappi finden Sie unter www.sappi.com.

ENDE

Nähere Informationen oder Bilder erhalten Sie von:

Peter Tielemans
Marketing Communications &
Business Development Manager
Tel.: +32 2 676 97 39
Fax: +32 2 676 96 65
Mobil: +32 475 429 072
Peter.Tielemans@sappi.com

Isabelle Roche
Press & Media Relations
Tel.: +32 2 676 97 25
Fax: +32 2 676 96 65
Mobil: +32 479 588 025
Isabelle.Roche@sappi.com

Manue Gheysen
Marketing Initiatives and Events
Team Leader
Tel.: +32 2 676 97 35
Fax: +32 2 676 96 41
Mobil: +32 495 588 735
emmanuelle.gheysen@sappi.com