

Stellenmarkt ab S. 76
Über 90 Jobs online



Werben & Verkaufen

UNTERNEHMEN

Veltins: Neues Design soll Bier-Umsatz steigern 14

AGENTUREN

Pitch-Wahn: Werber klagen über mangelnde Effizienz 24

DIGITAL BUSINESS

Mobile Web: Wie Apps den jungen Markt pushen 56



Generation SOCIAL M

raumkontakt | Presse

Quelle: W&V,
Werben u. Verkaufen
Ausgabe: August 2009

ene
34



Sakrale Schriften

Raumkontakt gestaltet die Fenster einer badischen Kirche.

Es war ein Auftrag der außergewöhnlichen Art, den die Karlsruher Agentur Raumkontakt erhalten hat: Kirchenfenster sollten die Kreativen entwerfen, genauer gesagt die der Auferstehungskirche im nordbadischen Nassig. Ein halbes Jahr lang hat das Agenturteam getüftelt, jetzt zieren biblische Passagen die Fenster des frisch renovierten Got-

teshauses. „Es war eine gestalterische Herausforderung, die nach einer einmaligen Lösung verlangt hat“, sagt Raumkontakt-Geschäftsführer Alexander von Wedel.

Der kirchliche Auftrag kam von dem Architekturbüro Ruser + Partner, das sich um die Renovierung der Kirche kümmert. Und natürlich hatten auch Pfarrer, Gemeinderat und die evangelische Landeskirche in Baden ein Wort mitzureden. Eine wichtige Bedingung: Die Fensterinhalte mussten etwas mit dem Thema Auferstehung zu tun haben. „Wir haben uns dann sehr schnell für Bibeltexte entschieden“, so von Wedel. Die geeigneten Texte und Psalmen haben er und sein Team aus dem Alten und dem Neuen Testament entliehen.

Besonders sind nun nicht nur die Inhalte, sondern auch die Gestaltung: Eine Schicht der doppelverglasteten Fenster hat Wedels Team mit schwarzen großen Lettern versehen, die dahinterliegende mit kleinen weißen. Je nach Lichteinfall ergibt sich daraus in Summe entweder ein vollständiger Text – oder die Besucher lesen nur schwarz oder weiß. win



Lichtbedingt Je nach Lichteinfall ändert sich das Erscheinungsbild der Bibeltexte im Fenster der Auferstehungskirche.



Bügelmania 2004 ließ Leo Burnett für den Dunlop Green Flash einen Fan Schnürsenkel bügeln. 2009 adaptiert McCann für Vattenfall das Schnürsenkel-Bügeln.



Original und Abklatsch

Kreative Koinzidenz · Vattenfall hat mit seiner ohnehin schwachen Werbung kein glückliches Händchen. Das Motiv mit dem schnürsenkelbügelnden Speerwerfer, das W&V schon zum „Ausrutscher der Woche“ erklärte (W&V 33/09), könnte zu allem Überfluss auch noch abgekupfert sein. 2004 ließen Michael Conradt & Leo Burnett einen Fan des Dunlop Green-Flash-Sneakers Schnürsenkel bügeln. Da allerdings macht das Bügeln Sinn – es wirkt als Huldigung des Trägers an seinen Schuh. Bei Vattenfall bleibt das Bügeln sinnfrei und die Botschaft rätselhaft. Es sei ein schwedisches Anzeigenmotiv von Vattenfall, das man nur adaptiert habe, heißt es entschuldigend bei der Vattenfall-Agentur McCann Berlin. Kreativchefin Britta Poetzsch: „Sie können davon ausgehen, dass wir uns nicht von Dunlop-Anzeigen inspirieren lassen.“ jup

Fremdsprachen- und Lektoratsservice aus einer Hand

Rezession? Wir haben 20 Jahre Erfahrung mit dem Rotstift.

Korrigieren und lektorieren – professionell, flexibel und schnell. Tel. 0 41 02/2 35-0, info@wienersundwieners.de

WIENERS+WIENERS
Übersetzen · Adaptieren · Korrigieren

raumkontakt | Presse

Quelle: W&V,
Werben u. Verkaufen
Ausgabe: August 2009