

Überwältigende Resonanz: Fotowettbewerb von SIEGENIA-AUBI

„Für die Fenster der Welt“

5 *Ob Leica, Fuji oder Nikon – wer in der Fotoindustrie einen guten Ruf genießt, engagiert sich für die Förderung von Branche und Nachwuchs. Ein bewährtes und erfolgreiches Mittel sind Fotowettbewerbe, die häufig eine langjährige Tradition und beeindruckende Resonanz bei Amateuren und Profis vorzuweisen haben. Auch branchenfremde Unternehmen binden solche Wettbewerbe in ihre Marketingaktivitäten ein und gewinnen hierzu in aller Regel ein Unternehmen aus der Imaging-Branche als Sponsor. Der kürzlich entstandene Bildband*

10 *„Windows of the World“ des Fensterbeschlagherstellers SIEGENIA-AUBI zeigt jedoch, dass ein solches Projekt auch in Eigenregie zum Erfolg gebracht werden kann – und das Image eines Unternehmens nachhaltig unterstreicht.*

Mit dem Bildband „Windows of the World“ beschreitet SIEGENIA-AUBI neue Wege:

15 *Passend zur aktuellen Anzeigenkampagne „Der Zeit voraus. Für die Fenster der Welt.“ hatte das Unternehmen im vergangenen Jahr Panoramafotografen aus aller Welt in einem Wettbewerb dazu aufgerufen, die Vielgesichtigkeit von Fenstern wirkungsvoll in Szene zu setzen. Die sechs besten Einreichungen wurden mit Geldpreisen von 250 bis 1.000 Euro dotiert, die 50 schönsten Motive sollten in einem hochwertigen Bildband veröffentlicht*

20 *werden. Dabei ermutigte die insgesamt an 700 Fotografen persönlich verschickte Ausschreibung explizit eine kreative Auslegung der Themenstellung.*

Der Erfolg gibt dieser Vorgehensweise offensichtlich Recht: Angesichts der hohen Qualität und Vielseitigkeit wurden aus den ursprünglich geplanten 50 Aufnahmen schließlich 55,

25 *als die Jury im Januar die Motive für den zweisprachigen Band auswählte. Neben architektonisch interessanten Gebäuden fanden dort vor allem ungewöhnliche Perspektiven von Objekten Eingang, die den Betrachter durch die schwer zu entwirrenden Effekte der Panoramafotografie in ihren Bann ziehen.*

30 *Einen sehr persönlichen Hintergrund hat die Aufnahme „30 Years“ von Peter O’Donnell, die in dem heute verfallenen Haus seiner vor 30 Jahren verstorbenen Verwandten entstand. Hinter dem poetischen Titel „Hommage à J.S. Bach“ des Franzosen Denis Gliksman hingegen verbirgt sich ein recht ungewöhnliches Motiv: Es zeigt eine höhlenartige geologische Konfiguration auf Island, deren Name, "orgues de basalts" (dt.:*

35 Basaltorgel), den Sechstplatzierten zu dieser Headline inspirierte. Eher abenteuerlich mutet die Geschichte zu „Le toit de la Grande Arche de la Défense Paris“ von Antoine Cuvelier an. Aufgrund des strikten Zugangsverbotes zum Innenhof von „La Défense“ nutzte er den Augenblick, in dem der Wachmann den Reizen einer jungen Französin erlag, für eine Aufnahme, die jetzt den Bildband bereichert.

40

Passend zum Unternehmen: eine internationale Publikation

„Für unseren Wettbewerb haben wir Einsendungen aus insgesamt 22 Ländern erhalten. Alleine 32 stammen aus Deutschland, aber auch ferne und exotische Länder wie Kambodscha, Japan, Mexiko und Neuseeland sind vertreten. Zu einem weltweit präsenten Unternehmen wie SIEGENIA-AUBI passt das hervorragend“, so Thomas Weißling, Leiter Marketing-Kommunikation. „Die Bandbreite der eingereichten Motive hat uns schier überwältigt.“

Ansehen kann man sich die Ergebnisse auf einer eigens eingerichteten Website unter 50 www.windowsoftheworld.de. Etliche Motive stehen dort auch als interaktives Panorama zur Verfügung, da manch eine Aufnahme erst so vollends verständlich wird.

Den Weg ins Bücherregal geschafft

Zielsetzung für Buch und Wettbewerb war die Stärkung und Inszenierung der Marke 55 SIEGENIA-AUBI. Dazu Thomas Weißling: „Eine klassische Imagebroschüre, wie auch wir sie in der Vergangenheit eingesetzt haben, ist ein kurzlebiges Produkt und wandert früher oder später in den Papierkorb. Mit ‚Windows of the World‘ hingegen konnten wir das Image und die Werte unseres Unternehmens weitaus eindrucksvoller und zielgenauer transportieren – und den Sprung in die Bücherregale all derer schaffen, denen wir mit 60 diesem Buch eine echte Freude gemacht haben. Nicht zuletzt unterstreichen die Fotos die Bereitschaft unseres Unternehmens, Kultur zu beweisen und Zeichen zu setzen – auch über unser eigentliches Geschäftsfeld hinaus.“

Ein Gewinn für alle Beteiligten

65 Positive Impulse setzte der Wettbewerb auch aus Sicht der Teilnehmer. Für den Niederländer Don Hofstee beispielsweise, der als gelernter Musiker erst vor zwei Jahren mit der Panoramafotografie begann, war der zweite Platz die Ermutigung dazu, sich seinem Hobby künftig hauptberuflich zu widmen. Von dem Preisgeld kaufte sich der 44-

70 Jährige ein neues Objektiv. Auch Luis Benitez aus Mexiko sieht sich in der Qualität seiner Arbeit durch den Wettbewerb bestätigt. Einen Großteil der Prämie an seine Kinder weitergegeben hat indes Frank Gasteiger, der Sieger des Wettbewerbs. Für die Entstehung des Motivs hatten sie sich nämlich unzählige Male bereitwillig für ihren Vater in Szene gesetzt.

75 Begeistertes Feedback von den Fotografen erhielt SIEGENIA-AUBI auch auf die anspruchsvolle Präsentation der Aufnahmen in dem Bildband. In den e-Mails der Teilnehmer häuften sich Rückmeldungen wie „fantastisch“, „wunderbar“ und „Ich bin stolz, darin vertreten zu sein“. Aus Fotografensicht auf den Punkt bringt das Engagement des Fensterbeschlagherstellers der Deutsche Andreas Schwalm: „Dieser Wettbewerb war eine 80 einmalige Gelegenheit für alle Panoramafotografen, ihre Arbeiten einem breiten Publikum zu präsentieren.“

Bildunterschriften:

Motiv I:

85 Das Siegermotiv „Summer Fun“ von Frank Gasteiger aus Picton/Neuseeland.

Motiv II:

2. Platz: „Out of my window“ von Don Hofstee aus Groningen/Niederlande.

90 *Motiv III:*

3. Platz: „Bauernhaus in 1000 Metern Höhe“, aufgenommen in Appenzell von Günter Borgmeister aus Bühler/Schweiz.

Motiv IV:

95 4. Platz: „Fensterfütterung“, aufgenommen in Indien von Alois Bumberger aus Haibach/Österreich.

Motiv V:

100 5. Platz: „Gehry-Gebäude“ in Düsseldorf, aufgenommen von Oliver Rennen aus Deutschland.

Motiv VI:

105 6. Platz: „Hommage à J.S. Bach“, aufgenommen in Island von Denis Gliksman aus Gresse/ Frankreich.

Herausgeber
SIEGENIA - AUBI KG
Marketing-Kommunikation
Industriestraße 1– 3
D - 57234 Wilnsdorf
Tel.: (+49) (0) 27 1/39 31-412
Fax: (+49) (0) 27 1/39 31-77412
e-Mail: der-zeit-voraus@siegenia-aubi.com
www.siegenia -aubi.com

Redaktion / Ansprechpartner
Kirsten Kemper
Tel. (+49) (0) 2293 / 90 98 90

Ansprechpartner:
schnurstracks gestaltung und interaktion
Chris Witzani
Schnurgasse 45
D-50676 Köln
Tel.: (+49) (0) 22 1/469215-3
e-Mail: chris@schnurstracks.de

Text - Info
Seiten: 3
Wörter: 744
Zeichen: 5.460
(mit Leerzeichen)

erstellt am: 01.08.2006