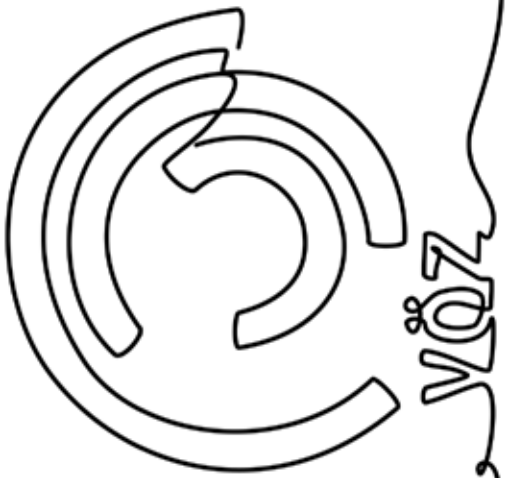
Signature



Alljährlich lädt der **Verband der Österreichischen Zeitungen** (VÖZ) zum **ADGAR**: dem österreichischen Printwerbepreis.

In insgesamt 6 Kategorien werden Agenturen und KundInnen für ihre (besten) Printanzeigen ausgezeichnet.

Zusätzlich wird beim ADGAR der “Printwerber des Jahres” gekührt - jene/r Kunde/in, der/die mit Printanzeigen in Wochentiteln, Magazinen und Tageszeitungen ganz besonders hervorstach.

Der Auftrag

Erstellung eines **Bühnenbildes** mit **Visuals**
und Inszenierung der jeweiligen **Kategorie**
während der ADGAR-Gala 2021

Zur Idee

Die **visuelle Linie** soll sich stark am Material **Papier** orientieren und dem ADGAR eine "sprichwörtlich" eigene, **unverkennbare Handschrift** verleihen.

Kurzum: Signature

Ebenso soll in den Animationen Bezug auf **tagesaktuelle**, **gesellschaftlich relevante** und **politische Themen** genommen werden - ganz im Sinne einer Tageszeitung.

Herangehensweise

Ausgehend von **Pablo Picasso**, der als Erster mit dem Stil der **Ein-Linien-Technik** experimentierte, wurde eine Serie an Animationen erarbeitet.

Für den ADGAR wird Picassos Technik erweitert und ist nicht (mehr nur) auf einfache Formen reduziert.

In einem Zug, einer einzelnen Linie ohne abzusetzen, wurde so eine **Portrait-Serie** erschaffen. Die ProtagonistInnen/Motive sind allesamt öffentliche Personen, die 2019-2021* von Bedeutung waren und in den **Printmedien** besonders hervorstachen.

*Zeitraum der Einreichungen (aufgrund von COVID-19 wurde 2020 auf eine Gala verzichtet)

Die Animationen wirken audiovisuell auf mehreren Ebenen. Primär natürlich durch das „bildliche“ Porträt des jeweiligen Motivs.

Musikalisch, passend während der Veranstaltung unterstützt, werden die **Signatures** zusätzlich mit Originalzitaten aus dem OFF untermalt.

Kategorie-Motive

Auto und Motor: Niki Lauda
Kreativer Einsatz von Printwerbung: Donald Trump
Handel, Luxus- und Konsumgüter: Strache/Gudenus
Dienstleistungen*: Bundeskanzlerin Bierlein / Christian Drosten
Social Advertising: Greta Thunberg
Kreativer Einsatz von Onlinewerbung: Mark Zuckerberg
Printwerber des Jahres: ADGAR-Statuette

*optional für den Kunden (finale Wahl: Drosten)

Line-Art

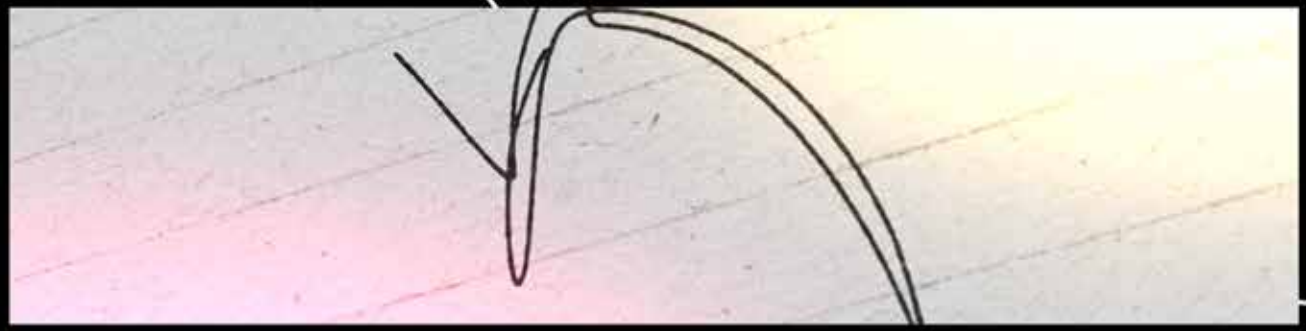
Ende
Beginn

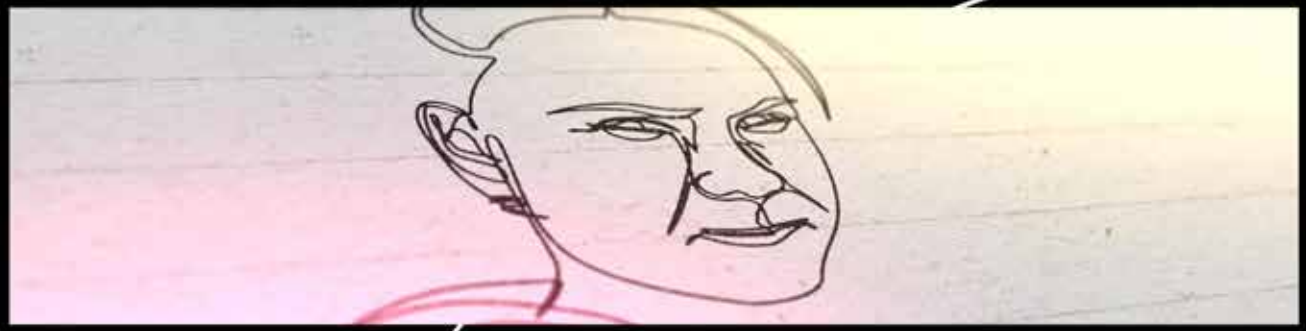
Auto und Motor

Niki Lauda (1949-2019)

Social Advertising

Greta Thunberg

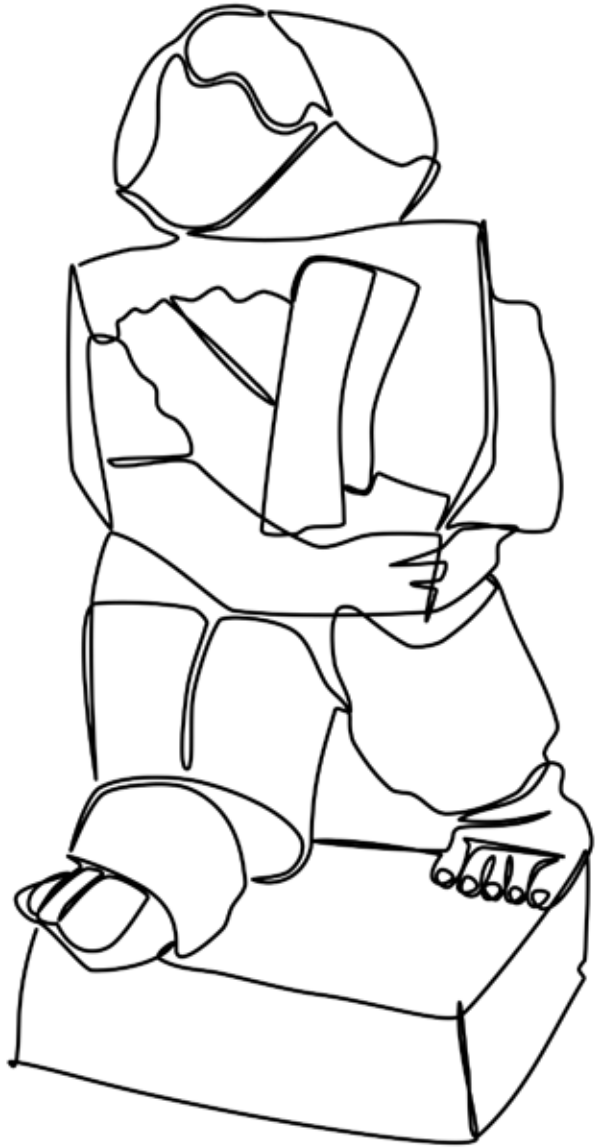




Look&Feel

Produktion / Output

7 Einzelclips à 30-50 Sekunden
Format: 3660×900, 25fps



Resultate / Anspruch

Visuell **attraktive Inszenierung** der PreisträgerInnen

Kreation eines “Appetizers” für jede Kategorie

Etablierung der Kategorie-Animationen als ein **Highlight** des ADGARs

Folge-Aufträge für zukünftige ADGARs

Signatures