

## **Der Kulturplakatpreis 2019 geht an SEAD Experimental Academy of Dance, S.K.U.S.I. in der Bachschmiede und das Rockhouse Salzburg**

**Bestes Sonderformat gewinnt die Uni Mozarteum und die Beste Serie das Literaturhaus Salzburg**

Der Kulturplakatpreis hat am Freitag, 20. September um 10:30 Uhr im ORF Landesstudio Salzburg stattgefunden. Landeshauptmann-Stellvertreter **Dr. Heinrich Schellhorn**, SPÖ-Klubvorsitzende **Andrea Brandner** in Vertretung für Bürgermeister-Stellvertreter **Bernhard Auinger**, Chefredakteur **Gerd Schneider** in Vertretung für Landesdirektor **Christoph Takacs**, **Fred Kendlbacher** und **Dominik Sobota** von der Progress Werbung vergaben gemeinsam die Preise an die Ausgezeichneten. Die Laudatio wurde von **Prof. Siegbert Strongegger** gehalten. Die besten Plakate im Kulturbereich von Mitte 2018 bis Mitte 2019 wurden prämiert.

Die Wiederkehr der Leichtigkeit und der Triumph der Typographie, damit kann man den Trend im Kulturplakat am besten beschreiben: Es herrschen Schlichtheit und Emotion zugleich. Die Stärken des Mediums werden optimal genutzt: Reduktion und Sensibilisierung des Konsumenten. Ein Bravo für die Salzburger Kultur- und Kreativszene.

Landeshauptmann-Stellvertreter **Dr. Heinrich Schellhorn**: *„Salzburg ist bekannt für die Fülle an kulturellem Angebot über das ganze Jahr hinweg. Die Kulturplakate tragen dazu bei, diese Vielfalt für alle sichtbar zu machen. Die prämierten Plakatkampagnen sind viel mehr als „Werbeflächen“. Sie bereichern den öffentlichen Raum mit Kunst, Humor und Kreativität.“*

**Andrea Brandner**, Klubvorsitzende der SPÖ Salzburg, in Vertretung für Bürgermeister-Stellvertreter Bernhard Auinger: *„Salzburg ist mehr als die Festspiele - wir sind stolz auf die enorme Vielfalt der kulturellen Angebote. Bei den Kulturplakaten sind Menschen am Werk, denen ein öffentlicher und kreativer Auftritt mehr bedeutet als die Umsetzung zu rein kommerziellen Zielen.“*

In seinem 13. Jahr ist der Kulturplakatpreis wieder Trendbarometer für die Neuentwicklungen in der künstlerischen Expression: *„Wir sehen eine neue Sensibilität in Schriftkunst und Sprachspiel. Dazu gesellt sich eine Stimmung der Leichtigkeit, wie sie etwa im Siegerplakat mit dem fast fliegenden Tanzpaar und in der Kombination von Pflanze und Schrift beim Literaturhaus spürbar wird!“,* so **Prof. Siegbert Strongegger**, Vorsitzender der Jury und Mitinitiator des Kulturplakatpreises.

*„Als Unternehmen, das mit unterschiedlichen Marken und Organisationen in der Öffentlichkeit steht, haben wir natürlich auch eine gewisse öffentliche Verantwortung: Bürgerservice, Kultur und Kreativität zu fördern und für gemeinwirtschaftliches Engagement einzutreten. Zudem ist Out of Home der beste Kulturvermittler - das schätzen auch unsere Partner und Kunden“,* so **Fred Kendlbacher und Dominik Sobota**, Geschäftsleitung der Progress Werbung.

*„Für das Salzburger Landesstudio des ORF ist es eine große Ehre, den Kulturplakat-Preis zu Gast zu haben“,* ergänzt ORF Chefredakteur **Gerd Schneider** in Vertretung für Landesdirektor Christoph Takacs. *„Der ORF Salzburg ist gerne Partner und will dies auch künftig sein. Schließlich verstehen wir uns nicht nur als Informations-Dienstleister, sondern auch als Kulturdrehscheibe. Es ist ein schönes Gefühl, hochwertige, kreative Arbeit, wie eben diesen besten Plakaten, eine Plattform und den Schöpferinnen und Schöpfern dieser Arbeiten eine Bühne bieten zu dürfen.“*

Der Kulturplakatpreis ist mittlerweile über die Grenzen hinaus ein renommierter Award der Salzburger Kulturszene. Für die Sieger gibt es einerseits eine großzügige Geldsumme sowie eine kostenlose Affiche für die kommende Plakatkampagne. Dieses Jahr wurde das Preisgeld von der Stadt und vom Land Salzburg jeweils um 1.000€ erhöht. Der erste Platz freute sich also über 4.000€, der zweite Platz über 3.000€ und der dritte Platz über 2.000€.

## 1. Platz: SEAD Salzburg – Experimental Academy of Dance: “To Spring!” – Auf den Frühling!

Das Tanzfestival SEAD überzeugt durch eine starke bildhafte Gestaltung, bei der Sinnlichkeit und Dramatik gekonnt und stilsicher eingesetzt werden. Der erste Platz geht ganz klar an das Tanzfestival.

Die Jury war zu Recht begeistert:

*Augenfälligstes Gestaltungselement dieses Plakates ist der Eindruck des gefrorenen Moments einer tänzerischen Bewegung seiner höchsten Spannung, bei absoluter Leichtigkeit. Dieses Schweben entgegen den Gesetzen der Schwerkraft schafft eine traumhafte vom Irdischen losgelöste Atmosphäre. Gleichzeitig wird ein Moment großer Innigkeit zwischen einem Mann und einer Frau gezeigt. Man ist an Meisterwerke der Barockmalerei erinnert, auch durch das reiche Kolorit der farbigen Gestaltung, die feinen Abstufungen von Haut- und Goldtönen in Kleidung und Hintergrund.*

*Die dramatische Setzung der Hell-Dunkelwerte gemahnt an Bilder von Caravaggio und an die Malerei des 17. Jhd. Die dezente typografische Gestaltung nimmt sich zugunsten der Bildgestaltung zurück und beschränkt sich auf das Notwendigste.*



Kunde: SEAD Salzburg Experimental Academy of Dance  
Grafik: Beate Ronacher  
Sujet: „TO SPRING!“

## 2. Platz: S.K.U.S.I. in der Bachschmiede: „Lachen strengstens erlaubt“

Der zweite Platz geht an die Initiative S.K.U.S.I. Kabarett in der Bachschmiede – das verspielte Plakat überzeugt vor allem mit Humor und einer spielerischen Gestaltung in schlichten schwarz/weiß. Unten steht auch die Auflösung: „Lachen strengstens erlaubt“.

Die Jury bewerte dies dementsprechend positiv:

*Die ausschließlich typografisch in Schwarz-Weiss gehaltene Gestaltung dieses Plakats bedient sich virtuos der Abfolge zwischen seitenrichtig bzw. seitenverkehrt gesetzten Blockbuchstaben.*

*Der Blick des/r Betrachters/in bleibt an den lesbaren Wortsilben hängen und er/sie wird verleitet spielerisch die gespiegelten Silben zu entziffern. Es geht alternierend beim Lesen von rechts nach links bzw. umgekehrt und von seitenrichtig zu seitenverkehrt. Dieser permanente Wechsel schafft Bewegung und diese steht in gelungenem Kontrast zur strengen typografischen Gestaltung. Dieser Kunstgriff wird zusätzlich in der Abfolge von zentrierter und linksbündiger Satzgestaltung angewandt.*

*Auch im Logo von SKUS! der Siezenheimer Kultur- und Sozialinitiative, wird dieses Gestaltungsprinzip in etwas abgewandelter Form eingesetzt: die Buchstaben und das Satzzeichen werden versetzt und überschritten gesetzt, dadurch entsteht zusätzlich der Eindruck von Räumlichkeit, die Buchstaben "hüpfen".... Die Wechselwirkung zwischen Strenge und Bewegung in rein typografischer Form zeichnet die Gestaltung dieses Plakats aus.*



Kunde: Bachtischmiede  
Künstler: S.K.U.S.I. Siezenheimer Kultur- und Sozialinitiative  
Grafik: Rudolf Schrott  
Sujet: „LACHEN STRENGSTENS ERLAUBT“

### **3. Platz: Rockhouse Salzburg „Gänsehaut kann man nicht downloaden“**

Das Rockhouse Salzburg belegt den dritten Platz beim Kulturplakatpreis mit einem knalligen Plakat: Mit der Headline „Gänsehaut kann man nicht downloaden“ wird auf das Live-Erlebnis bei einem Konzert im Rockhouse angespielt. Wieder ein reines Schriftplakat, das Aufmerksamkeit erregt und auffällt.

Die Fachjury ist bringt es auf den Punkt:

*„Dieses Plakat ist nur eines aus einer Rockhouse-Serie und hat die Jury besonders durch seine Geschichte beeindruckt. Live-Konzerte sind etwas Analoges. Musik, Gefühle und Gänsehaut sind analog. Und diese Emotionen kann man nicht downloaden oder digital erleben. Sondern eben nur im Rockhouse. Eine animierende Geschichte, einfach aber sehr kreativ und auch plakativ in diesem Sujet umgesetzt.“*



Kunde: ROCKHOUSE SALZBURG  
Grafik: Salić Agentur für Marke, Design und Werbung GmbH  
Sujet: „GÄNSEHAUT kann man nicht downloaden“

### **Das beste Sonderformat: Universität Mozarteum mit „RUNDGANG“**

Eine rundum beklebte Litfaßsäule artikuliert sich selbst: „Rundgang“. Somit ist man verpflichtet, rund herum zu gehen und es ist gleichzeitig eine Einladung, sich mit dem Kunstwerk auseinanderzusetzen. Eine ausgesprochene kreative Umsetzung, die sich den Preis als bestes Sonderformat verdient.

Für die Jury war unter anderem ausschlaggebend, dass Botschaft und Format einander bedingen:

*Der Sieger in der Kategorie „Sonderformat“ besticht durch seine Einfachheit, aber originelle Nutzung der Form einer Litfaßsäule. So wird die Ankündigung für die „Tage der offenen Tür“ des Department Bildende Künste und Gestaltung der Universität Mozarteum Salzburg geschickt in einen Rundgang verpackt, der zu dieser Werkschau einlädt und gleichzeitig den Rundgang um die Säule anzeigt.*

*Eine Kreation von den Studenten des Mozarteums, die zu diesem Anlass den Rundgang durch ihr Schaffen mit Workshops und Führungen anbieten.*



Kunde: Department Bildende Künste und Gestaltung der  
Universität Mozarteum Salzburg  
Grafik: Hermann Resch  
Sujet: „RUNDGANG“ Tag der offenen Tür

## Die beste Serie: Literaturhaus Salzburg „Da blüht die was – Wo das Leben zur Sprache kommt“

Literatur ist eine zarte Pflanze, die wohlbehütet sein möge, dass sie sich entfalten kann. „Da blüht dir was“ ist auch das Motto der Image-Kampagne des Literaturhauses Salzburg - und mittlerweile eine internationale Adresse. Damit gewinnt das Literaturhaus den Preis für die beste Serie.

Die Jury zollt Lobeshymnen:

*Wachsen und Gedeihen ist das Thema der Kampagne des Literaturhaus. Assoziativ werden Begriffe der Pflanzenwelt mit dem Schaffen von Literatur verknüpft. Blüten, keimende Zwiebel und blühende Knollen - das Wachsen und die Entwicklung von Pflanzen steht sinnbildlich für den Entstehungsprozess von Literatur - beides erfordert gedeihlichen Umgang.*

*Typografie und Bildgestaltung werden durch gleiche Farbgestaltung miteinander in Beziehung gesetzt. Wiederkehrendes bildnerisches Element der Schriftgestaltung dieser mehrteiligen Kampagne ist der Eindruck des strahlenden Sonnenlichts, dadurch wird der Eindruck einer Gartenszene verstärkt. Überzeugend wird bei der Gestaltung dieser Serie des Kreativbüro Wolfgang Zenz das Entstehen von Literatur in poetischer Form mit organischen Wachstumsprozessen eines Gartens verglichen.*



Kunde: Literaturhaus Salzburg

Grafik: Kreativbüro Zenz

Sujet: „DA BLÜHT DIR WAS - WO DAS LEBEN ZUR SPRACHE KOMMT“