

Medienmitteilung

Wettbewerbsunterlagen «Award für Marketing + Architektur» 2014 online verfügbar

Jury gibt den Startschuss für die Ausgabe 2014

Kerzers, 24. September 2013. Zum vierten Mal werden im Mai 2014 die besten in Architektur umgesetzten Firmenidentitäten mit dem „Award für Marketing + Architektur“ ausgezeichnet. Die Jury mit Fachleuten aus den Bereichen Architektur, Unternehmertum und Marketing hat einige Anpassungen in den Kategorien vorgenommen. Ab sofort stehen Ausschreibungsreglement und Anforderungskatalog zum Download auf www.marketingarchitektur.ch bereit.

Zur Teilnahme eingeladen sind Bauherren, Architekten sowie Marketing- und Brandingexperten, die in der Schweiz oder für Schweizer Firmen im Ausland Objekte realisiert haben. Eingabeschluss ist am 17. Januar 2014, die Nominationen werden im März oder April 2014 bekanntgegeben und die Preisverleihung findet im KKL Luzern am 23. Mai 2014 statt.

Änderung in der Jury

Neu in der Jury übernimmt Judit Solt (dipl. Architektin ETH / Fachjournalistin BR) den Platz von Gerhard Brandstätter. Judit Solt (*1969 in Budapest), dipl. Architektin ETH / Fachjournalistin BR, hat Architektur an der ETH Zürich studiert. Seit 1998 ist sie als freie Architekturkritikerin und Fachjournalistin tätig. Sie veröffentlichte zahlreiche Publikationen in Zeitungen, Zeitschriften und Büchern sowie Beiträge an Tagungen und Veranstaltungsreihen. 2000 bis 2007 war sie Redaktorin der architekturtheoretischen Zeitschrift archithese, 2004 bis 2007 Dozentin für Architekturkritik an der ETH Zürich und 2007 bis 2008 Dozentin für Architekturtheorie an der HTW Chur. Seit 2007 ist sie Chefredaktorin bei TEC21 – Fachzeitschrift für Architektur, Ingenieurwesen und Umwelt.

Kategorien angepasst

Für die Austragung 2014 gibt es zwei zentrale Änderungen. So ist neu eine Kategorie für Alternatives Wohnen geschaffen worden. Hier werden Objekte prämiert, welche durch Umnutzung aus ehemaligen Industriebrachen, Gewerbebauten, kulturellen Bauten usw. entwickelt wurden. Diese Kategorie wurde gewählt, weil solche Projekte in der Regel einer gemischten Nutzung aus Wohnen und Gewerbe zugeführt werden und dabei der Marketinggedanke ein wichtiges Element darstellt. Weiter sieht die Jury grosses Potential im Bereich Standortentwicklung. In dieser Kategorie werden realisierte Standortentwicklungsprojekte beurteilt. Immer mehr Städte und Gemeinden realisieren, dass sie den Ort durch strategische Massnahmen, welche sowohl durch Architektur wie auch durch kulturelle und wirtschaftliche Aktivitäten unterstützt werden können, aufwerten müssen. Dadurch können sie sich im Konkurrenzkampf unter den Kommunen zentrale Vorteile verschaffen. Alle Kategorien im Überblick:

1. Büro- und Geschäftshäuser, Industrie- und Gewerberäumlichkeiten, Warenhäuser
2. Alternatives Wohnen (Objekte, die von Industriebrachen, kulturellen Bauten, Gewerbebauten usw. in Wohnbauten oder kombinierte Bauten für Wohnen und Arbeiten umgenutzt wurden)
3. Hotels, Restaurants, Bars, Residenzen, Wellnessanlagen
4. Läden, Kundencenters, Flagship – Stores, Messebau, Prototypen, Showrooms, temporäre Bauten (Pavillons usw.)
5. Öffentliche Bauten und Anlagen (Spitäler, Bahnhöfe, Schulhäuser, Parkanlagen, Hafenanlagen Kulturbauten, Museen, Kinos, Theater, Opern, Kunsthäuser usw.)
6. Sport- und Touristikalagen (z.B. Bergbahnen)
7. Standortentwicklung

Ausserdem wird ein **Spezialpreis** für die beste Team-Leistung vergeben. Aus den Kategoriensiegern wird ein Hauptsieger auserkoren und mit einer Preissumme von 10'000.00.- ausgezeichnet. 2008 ging der Hauptpreis an den Freitag Tower in Zürich, 2010 an die Jugendherberge in Scuol und 2012 an die Panoramagaleries Pilatus Kulm.

Weitere Informationen oder Bildmaterial gerne auf Anfrage.



Baukoma AG

Urs Bratschi – Geschäftsführer 079 223 81 12 u.bratschi@baukoma.ch oder

Oliver Bratschi – Medienkontakt 031 755 85 84 o.bratschi@baukoma.ch

Kreuzbergstrasse 19, 3210 Kerzers

Tel 031 755 85 84

www.baukoma.ch

www.marketingarchitektur.ch

„Award für Marketing + Architektur“

Am 23. Mai 2014 wird im KKL Luzern zum vierten Mal die Auszeichnung für gebaute, dreidimensionale Unternehmensidentität verliehen. Die kreative und naheliegende Verbindung von Marketing und Architektur schafft Gebäude und Räume, die eine Marke nach aussen repräsentieren und gleichzeitig nach innen Identität stiften. Der Award anerkennt gleichwertig die Leistungen von Bauherrschaft, Marketing-/Brandingspezialisten und der Architektur. Die Austausch- und Diskussionskultur zum Thema wird mit regelmässigen Anlässen wie den „LiveTalks“ oder einer Ausstellung am Institut gta der ETH Zürich gefestigt.

„Die Verbindung von Marketing und Architektur stellt sehr hohe Ansprüche an die Beteiligten. Gilt es doch eine Umsetzung der Marke zu erstellen, welche modische Erscheinungen überdauert“ - **Urs Hofer**, freier Berater in Live Kommunikation, Jury-Mitglied seit 2010

„Die ganzheitliche Identität einer Unternehmung manifestiert sich in der Art und Weise, in der sie sich darstellt. Das kann sein, Werbung, Firmenbroschüren, Kundenpflege aber auch die Gebäude der Firma“ – **Franz Beyeler**, CEO Minergie International AG, Jury-Mitglied seit 2010

„Für mich einer der wegweisendsten interdisziplinären Wettbewerbe gestalterischer Berufe in der Schweiz“ – **René Eugster**, Creative Director Agentur am Flughafen, Jury-Mitglied seit 2012

«Architektur hat immer eine öffentliche Komponente. Diese für Repräsentation zu nutzen, ist für private Bauherrschaften eine grosse Chance - und eine grosse Verantwortung.» - **Judit Solt**, Chefredaktorin TEC21, Jury-Mitglied NEU

„Hochwertige Architektur kann einen wertvollen Beitrag zu einem ganzheitlichen Marketing leisten, ein Unternehmen als Brand stärken und seine Positionierung unterstützen. Die Preisträger des Awards in den vergangenen Jahren haben gezeigt, wie die Themen Marketing und Architektur professionell zusammengeführt werden können.“
– **Michael A. Grund**, Leiter „Center for Marketing“ HWZ, Jury-Mitglied seit 2010

„Gesellschaft, Stadt und Markt funktionieren besser, wenn Marketing (kundenorientiert) und Architektur (nutzerorientiert) im Kontext entwickelt werden. Der Award für Marketing + Architektur fordert eine Interdisziplinäre Sicht und öffnet Grenzen für eine zukunftsfähige Stadt.“ – **Maria Luise Hilber**, Geschäftsführerin Intosens AG, Jury-Mitglied seit 2012

„Ich unterstütze den Award für Marketing + Architektur weil er es ermöglicht, Bauherrschaften für ihr Investment in hochwertige, zeitgenössische Architektur auszuzeichnen und damit einem breiten Publikum aufzuzeigen, dass sich dieses Investment in jeder Hinsicht lohnt.“ – **Thomas Müller**, Leiter Kommunikation SIA, Jury-Mitglied seit 2010

„Sich in einer Jury auf Projekte einzulassen heisst – trotz fester Kriterien – immer auch, sich verführen zu lassen, sich dem Geheimnis aus Vertrautheit und Fremdheit hinzugeben.“ – **Christof Glaus**, Stücheli Architekten AG, Jury-Präsident, Jury-Mitglied seit 2012

„Die Beziehung zwischen Architektur und Kommunikation wird immer wichtiger. Dabei geht es um weit mehr als um "schöne" Repräsentationsbauten, es geht um gebaute Identität.“ – **Basil Rogger**, Dozent Zürcher Hochschule der Künste und Kulturunternehmer, Jury-Mitglied seit 2008