

Greenpeace Plakat-Wettbewerb 2014

„Tiger dich rein. Rette das Paradies!“

Die Idee

Greenpeace ruft freie Kreative und Studierende aus den Fachbereichen Grafik-Design, Visuelle Kommunikation, Kommunikationsdesign oder vergleichbaren Studiengängen an österreichischen Hochschulen auf, ihre Entwürfe für die Sommer-Plakatkampagne von Greenpeace zum Thema „**Tiger dich rein. Rette das Paradies!**“ einzureichen.

Mitte Juni wird das beste und kreativste Werbesujet von einer fachkundigen Jury gekürt. Das Gewinnersujet wird im Rahmen der großen Sommer-Plakatkampagne veröffentlicht.

Zusätzlich werden im **Tiergarten Schönbrunn** die besten Plakatsujets ausgestellt.

Die Thematik

„**Mach mit und unterstütze uns im Kampf zum Schutz der Tiger!**“

Die Zeit wird knapp für den indonesischen Regenwald und die letzten 400 Sumatra Tiger, die in ihm leben. Der mächtige König der Wälder braucht dringend unsere Hilfe. Riesige Palmölplantagen vernichten die letzten intakten Wälder und zerstören seinen Lebensraum. Der Sumatra Tiger ist vom Aussterben bedroht.

Das Briefing

- Erstelle bis **15.6.2014** ein Plakatsujet, das auf die Zerstörung des indonesischen Regenwaldes, dem Lebensraum des Sumatra Tigers, aufmerksam macht. Der **Tiger** steht hierbei symbolisch für alle bedrohten Tiere des indonesischen Regenwaldes und sollte thematisch aufgegriffen werden.

Greenpeace in Zentral und Osteuropa

1100 Wien, Fernkorngasse 10

Tel: (+43 1) 545 45 80, Fax: (+43 1) 545 45 88

- Du kannst dabei unseren Slogan "**Tiger dich rein. Rette das Paradies!**" frei interpretieren.
- Wichtiger Bestandteil ist der „**Call to Action**“. Dies ist der Teil des Plakates, der dazu aufruft, die **Petition zum Schutz des indonesischen Regenwaldes per SMS** zu unterstützen. Dieser muss gut sichtbar in das Plakat-Konzept eingearbeitet sein.
Beispiel: „Sende eine SMS mit >Tiger< an 0664 – 660 30 30 und unterstütze die Petition zum Schutz des indonesischen Regenwaldes.“
- Unter greenpeace.at/tigerdichrein findest du optionale Fotos, Logos und weiteres Material aus der Greenpeace-Datenbank. All das kannst du für dein Sujet verwenden, nichts davon ist aber zwingend einzubinden.
- Auf einfache aber wirkungsvolle Weise dient dein Design dazu, andere Menschen durch kreative Kommunikation zu einem gemeinsamen Einsatz für den Umweltschutz zu motivieren.
- **Technische Vorgaben:**
 - Erstelle das Plakatsujet für das Endformat A3, 300dpi, CMYK-Farbraum
 - Einreichungen im Format .jpg oder .pdf
 - Die Dateigröße der Einreichung sollte 50 MB nicht überschreiten.
 - Das Sujet muss im Quer- und Hochformat einsetzbar sein, wobei nur ein Format deiner Wahl eingereicht werden muss (Reinzeichnung & Formatadaptionen werden beim Gewinnersujet nach Absprache durch Greenpeace vorgenommen).
 - Bei Verwendung von Fotos aus unserer Datenbank arbeite bitte mit den frei verfügbaren Layout-Fotogrößen, die wir später gegen hochaufgelöste austauschen. Falls du vorab dennoch Fotos in hoher Qualität benötigst, gib uns bitte Bescheid.

- **Gestalterische Vorgaben:**
 - Beim Stil sind dir keine Grenzen gesetzt!
 - Denk bei deinem Design an die Greenpeace-Werte, insbesondere an die Gewaltlosigkeit. Beleidigende Interpretationen werden vom Wettbewerb ausgeschlossen.

Die Regeln

- Einsendeschluss: **15. Juni 2014, 23:45 Uhr MEZ**
- Korrekte Einreichung: Das Online-Einreichungsformular muss vollständig ausgefüllt abgesendet werden. Andere Formen der Teilnahme sind ausgeschlossen.
- Bewertung: Greenpeace bewertet die Designs in erster Linie nach ihrer Kreativität und ihrem Ideengehalt und nicht nach ihrer künstlerischen oder technischen Kunstfertigkeit. Wichtig ist, dass die Aufgabenstellung berücksichtigt wurde und der „**Call to Action**“ gut zur Geltung kommt. Die Entscheidung ist verbindlich.

Der Preis

- Das Gewinnersujet wird im Rahmen der **Greenpeace-Sommer-Plakatkampagne** (zur Verfügung gestellt von EPAMEDIA) einer großen Öffentlichkeit präsentiert. Auch weitere Online- und Printschaftungen sind geplant.
- Das Siegersujet wird, gemeinsam mit einer Auswahl der besten Einreichungen, im **Tiergarten Schönbrunn in Wien** ausgestellt.
- Der Name des Gewinners wird mittels eines Balkens am unteren Rand des Plakates mitkommuniziert.
- Der Kampagnenwettbewerb und der Gewinner werden im **Greenpeace-Magazin „Act“** vorgestellt.
- Der Gewinner bekommt eine **Greenpeace-Tiger-Ehren-Patenschaft**.

Das Rechtliche

Mit der Teilnahme am Wettbewerb erteilst du Greenpeace die Werknutzungsbewilligung dein Design für nationale und internationale Kampagnenzwecke sowie für unsere Öffentlichkeitsarbeit verwenden zu können. Bei Wettbewerbsgewinn erteilst du Greenpeace für dein Design damit das Werknutzungsrecht. Du kannst dein Werk aber natürlich weiterhin selbst präsentieren (bspw. in Portfolios etc.) bzw. bearbeiten.

Greenpeace darf beim Gewinnersujet die Reinzeichnung & Formate adaptieren, sofern dies für den Medieneinsatz notwendig ist.

Der Einsatz des Greenpeace-Logos in Zusammenhang mit deinem eingereichten Design und dessen Weiterverbreitung ist ausschließlich Greenpeace vorbehalten.

Greenpeace-MitarbeiterInnen oder unmittelbare Verwandte von Greenpeace-MitarbeiterInnen sind von der Teilnahme ausgeschlossen.

Falls notwendig behält sich Greenpeace das Recht vor, den Wettbewerb jederzeit abzusagen oder die Wettbewerbsbedingungen nach eigenem Ermessen zu ändern.

Noch Fragen? Schreib uns bitte an: [patrick.breyneck\(at\)greenpeace.at](mailto:patrick.breyneck(at)greenpeace.at)

Die Jury

- **Mag. Alexander Egit**
Geschäftsführer Greenpeace CEE
- **Mag. Susanne Winter**
Director Communications & Fundraising Greenpeace CEE
- **Mag. Lukas Meus**
Kampagnensprecher Greenpeace CEE
- **Brigitte Ecker**
Geschäftsführerin EPAMEDIA
- **Markus Wögerbauer, MBA**
Marketing EPAMEDIA
- **Dr. Dagmar Schratte**
Direktorin Tiergarten Schönbrunn
- **Patrick Quatember**
Leiter Marketing & Sales Tiergarten Schönbrunn