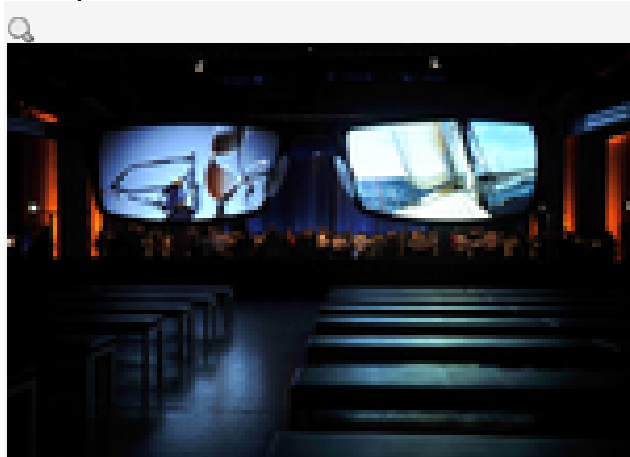


RED DOT" FÜR RODENSTOCK

Acht Preise in zwei Jahren

München, 02.12.10

Deutschlands führender Brillenhersteller Rodenstock ist erneut für seine kreative Kundenkommunikation ausgezeichnet worden. Für die bundesweite Roadshow "Rodenstock Partner Events 2008" erhielten das Unternehmen und die mit dem Konzept beauftragte Münchner Agentur für Event-Marketing The Companies jetzt den renommierten "red dot award: communication design 2010". Es ist bereits der achte Preis für den außergewöhnlichen Rodenstock Event, in dessen Mittelpunkt eine überdimensionale Brille stand.



Für den renommierten Wettbewerb des Design Zentrums Nordrhein-Westfalen waren in diesem Jahr mehr als 6.000 Arbeiten aus 44 Ländern eingereicht worden. 610 Einreichungen wurden mit dem red dot prämiert. Die Preise werden am 8. Dezember 2010 im Rahmen einer Gala in Essen vergeben. Die ausgezeichneten Arbeiten werden im red dot design museum in Essen, im „international yearbook communication design 2010/2011“ sowie im Internet unter www.red-dot.de präsentiert.

Hundertfach vergrößert

Im Mittelpunkt der Roadshow stand ein detailgenauer Nachbau der Brillenfassung R 5220 von Rodenstock im Maßstab 100:1. Getreu dem Konzepttitel "Larger than Life" brachte die Brille eine Tonne Gewicht auf die Waage. Sie war 12,5 Meter breit, 3,5 Meter hoch und mit 14 Meter langen Bügeln versehen. Die Mega-Brille war nicht nur ein außergewöhnlicher Blickfang, sondern schuf zugleich in jeder der elf Locations – Industriehallen, Fotostudios und Messehallen – einen Rodenstock Markenraum. Gleichzeitig strukturierte die Brille die Veranstaltung und gab eine räumliche Zweiteilung des Events vor: Begrüßung und Dinner wurden im Bereich vor den Brillengläsern abgehalten; hinter den Gläsern und eingerahmt von den gigantischen Bügeln folgten insgesamt 6.000 geladene Augenoptiker den Fachvorträgen. Das Augenmerk des Auditoriums wurde dabei sowohl inhaltlich als auch durch den imposanten Veranstaltungsrahmen auf die Technologieführerschaft und die umfangreiche Entwicklungsarbeit von Rodenstock gelenkt.

Gläser als Projektionsfläche

Die Gläser der überdimensionalen Brille wurden als beispielbare Projektionsfläche genutzt. Die Hamburger Designagentur Giraffentoast hatte für die Vorderseite einen unterhaltsamen Film über die Marke Rodenstock entwickelt. Für die Rückseite zeichneten Second Unit/stereolize verantwortlich. Diese voll animierte Präsentation war ganz auf die Fachvorträge abgestimmt.

Neben dem red dot hat das außergewöhnliche Event-Konzept zahlreiche weitere Preise gewonnen: den iF communication design award, die Auszeichnung des Art Directors Club (ADC) in der Kategorie "Event", den Ex-Award der US-Fachzeitschrift Event Marketer in der Kategorie "Best Multi-Venue Event (B2B)", den Gala Award Gold in der Kategorie "Best Event Staged in Multiple Locations" der US-Fachzeitschrift Special Events Magazine und den Galaxy Award in der Kategorie "Event Marketing". Außerdem wurde das Konzept nominiert für die "Best Event Marketing Campaign" und für die AME Awards des New York Festivals.