

communication + packaging 2012



communication + packaging 2012



IMPRESSUM

IMPRINT

Herausgeber *Editor* iF International Forum Design GmbH, Bahnhofstrasse 8, 30159 Hannover, Germany, www.ifdesign.de, phone +49.511.54224-0, fax +49.511.54224-100, info@ifdesign.de ■
iF Geschäftsführung *iF Managing Director* Ralph Wiegmann ■ **iF design awards 2012** Dirk Bartelsmeier, Rylana Büter, Anja Kirschning, Carmen Wille ■ **iF yearbooks 2012** Heike Meier, Charity Sala Lirazan ■ **iF Team** Gabriele Bertemann, Sabine Böhmer, Louisa Erbguth, Sandra Fischer, Korinna Gramsch, Birgit Kölsch, Petra Nordmeier, Anna Reissert, Andrea Schewior, Rainer Schwarz, Hans Pflueg, Annegret Wulf-Pippig, Frank Zierenberg ■ **iF Branch Office Taiwan** Sean C.K. Lee, Joan Wu, Tobie Lee, Leila Lin, 3F., Bldg. G, 3-1 Park Street, Nangang Taipei 115, Taiwan ■ **iF Representative Office Korea** Sowoon Park, Designhouse Inc., Taekwang Building, 162-1 Jangchung-Dong 2-GA, Jung-Gu, Seoul 100-855, Korea ■ **iF Representative Office Brasil** Juliana Buso, Centro de Design Paraná, Av. Comendador Franco, 1341 - Jardim Botânico, CEP: 80215-090 Curitiba - Paraná, Brasil ■ **iF Press Office** Claudia Neumann Communication GmbH, Claudia Neumann, Silke Gehrmann-Becker, Sandy Karstädt, Eigelstein 103-113, 50668 Köln, Germany, phone +49.221.9139490, fax +49.221.91394919, if@neumann-luz.de ■ **iF DESIGN MEDIA GmbH** Ramona Rockel, phone +49.721.35455800, ramona.rockel@ifdesign.de ■ **Textredaktion *Copy Editing*** Kristina Irmeler, Großburgwedel, Germany; Dr. Tuuli Tietze, Winsen, Germany ■ **Corporate Design** helke brandt communication, Hannover, Germany ■ **Übersetzung *Translation*** Lennon.de Language Services, Münster, Germany ■ **Fotografie *Jury Jury Photography*** Roman Thomas, Celle, Germany; Helge Sauber, Habighorst, Germany; Bernd Schönberger, Berlin, Germany; Mandy Klötzer, Berlin, Germany ■ **Satz und Lithographie *Typesetting and Lithograph*** Ruth Printmedien GmbH, Braunschweig, Germany ■ **Druck *Print*** Offizin Andersen Nexö Leipzig GmbH, Leipzig, Germany

Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek. The Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data are available on the internet at <http://dnb.d-nb.de>

This work is subject to copyright. All rights are reserved, whether the whole or part of the material is concerned, specially the rights of translation, reprinting, re-use of illustrations, recitation, broadcasting, reproduction on microfilms or in other ways and storage in data bases. For any kind of use, permission of the copyright owner must be obtained.

Partner/Distribution Prestel Verlag, Munich, A member of Verlagsgruppe Random House GmbH ■ **Prestel Verlag** Neumarkter Strasse 28, 81673 Munich, phone +49.89.4136-0, fax +49.89.4136-2335, www.prestel.de ■ **Prestel Publishing Ltd.** 4 Bloomsbury Place, London WC1A 2QA, phone +44.20.7323-5004, fax +44.20.7636-8004 ■ **Prestel Publishing** 900 Broadway, Suite 603, New York, NY 10003, phone +1.212.995-2720, fax +1.212.995-2733, www.prestel.com

Prestel books are available worldwide. Please contact your nearest bookseller or one of the above addresses for information concerning your local distributor.

The Library of Congress Cataloguing-in-Publication data is available. British Library Cataloguing-in-Publication Data: a catalogue record for this book is available from the British Library.

© 2012 iF International Forum Design GmbH

Verlag *Publisher*

iF DESIGN MEDIA GmbH, Bahnhofstrasse 8, 30159 Hannover, Germany, www.ifdesign.de

Printed in Germany

ISBN: 978-3-7913-4706-6

INHALT CONTENT

- 06** Introduction by Ralph Wiegmann, iF Managing Director
- 10** Jury iF design awards 2012
- 12** iF gold selection 2012
- 16** iF evaluation criteria

- 18** iF communication design award 2012
- 20** Introduction by Fritz Frenkler, Jury Chairman iF design awards 2012
- 22** Impressions
- 30** Jury iF communication design award 2012
- 44** digital media
- 122** product interfaces
- 146** print media
- 280** crossmedia
- 298** corporate architecture

368	iF packaging design award 2012	460	iF Industrie Forum Design e. V.
370	Introduction by Fritz Frenkler, Jury Chairman iF design awards 2012	474	Partner and Sponsors
372	Impressions	476	Index iF communication design award 2012
378	Jury iF packaging design award 2012	494	Index iF packaging design award 2012
384	sales packaging		
420	gift boxes / limited editions / promotion packaging		
432	transport packaging		
436	packaging graphics		
442	packaging materials		
446	packaging formdesign		
452	advanced studies		

communication + packaging 2012

IMPRESSUM

IMPRINT

Herausgeber Editor iF International Forum Design GmbH, Bahnhofstrasse 8, 30159 Hannover, Germany, www.ifdesign.de, phone +49.511.54224-0, fax +49.511.54224-100, info@ifdesign.de ■
iF Geschäftsführung iF Managing Director Ralph Wiegmann ■ **iF design awards 2012** Dirk Bartelsmeier, Rylana Büter, Anja Kirschning, Carmen Wille ■ **iF yearbooks 2012** Heike Meier, Charity Sala Lirazan ■ **iF Team** Gabriele Bertemann, Sabine Böhmer, Louisa Erbguth, Sandra Fischer, Korinna Gramsch, Birgit Kölsch, Petra Nordmeier, Anna Reissert, Andrea Schewior, Rainer Schwarz, Hans Pflueg, Annegret Wulf-Pippig, Frank Zierenberg ■ **iF Branch Office Taiwan** Sean C.K. Lee, Joan Wu, Tobie Lee, Leila Lin, 3F., Bldg. G, 3-1 Park Street, Nangang Taipei 115, Taiwan ■ **iF Representative Office Korea** Sowoon Park, Designhouse Inc., Taekwang Building, 162-1 Jangchung-Dong 2-GA, Jung-Gu, Seoul 100-855, Korea ■ **iF Representative Office Brasil** Juliana Buso, Centro de Design Paraná, Av. Comendador Franco, 1341 - Jardim Botânico, CEP: 80215-090 Curitiba - Paraná, Brasil ■ **iF Press Office** Claudia Neumann Communication GmbH, Claudia Neumann, Silke Gehrmann-Becker, Sandy Karstädt, Eigelstein 103-113, 50668 Köln, Germany, phone +49.221.9139490, fax +49.221.91394919, if@neumann-luz.de ■ **iF DESIGN MEDIA GmbH** Ramona Rockel, phone +49.721.35455800, ramona.rockel@ifdesign.de ■ **Textredaktion Copy Editing** Kristina Irmeler, Großburgwedel, Germany; Dr. Tuuli Tietze, Winsen, Germany ■ **Corporate Design** helke brandt communication, Hannover, Germany ■ **Übersetzung Translation** Lennon.de Language Services, Münster, Germany ■ **Fotografie Jury Jury Photography** Roman Thomas, Celle, Germany; Helge Sauber, Habighorst, Germany; Bernd Schönberger, Berlin, Germany; Mandy Klötzer, Berlin, Germany ■ **Satz und Lithographie Typesetting and Lithograph** Ruth Printmedien GmbH, Braunschweig, Germany ■ **Druck Print** Offizin Andersen Nexö Leipzig GmbH, Leipzig, Germany

Bibliographic information published by the Deutsche Nationalbibliothek. The Deutsche Nationalbibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data are available on the internet at <http://dnb.d-nb.de>

This work is subject to copyright. All rights are reserved, whether the whole or part of the material is concerned, specially the rights of translation, reprinting, re-use of illustrations, recitation, broadcasting, reproduction on microfilms or in other ways and storage in data bases. For any kind of use, permission of the copyright owner must be obtained.

Partner/Distribution Prestel Verlag, Munich, A member of Verlagsgruppe Random House GmbH ■ **Prestel Verlag** Neumarkter Strasse 28, 81673 Munich, phone +49.89.4136-0, fax +49.89.4136-2335, www.prestel.de ■ **Prestel Publishing Ltd.** 4 Bloomsbury Place, London WC1A 2QA, phone +44.20.7323-5004, fax +44.20.7636-8004 ■ **Prestel Publishing** 900 Broadway, Suite 603, New York, NY 10003, phone +1.212.995-2720, fax +1.212.995-2733, www.prestel.com

Prestel books are available worldwide. Please contact your nearest bookseller or one of the above addresses for information concerning your local distributor.

The Library of Congress Cataloguing-in-Publication data is available. British Library Cataloguing-in-Publication Data: a catalogue record for this book is available from the British Library.

© 2012 iF International Forum Design GmbH

Verlag Publisher

iF DESIGN MEDIA GmbH, Bahnhofstrasse 8, 30159 Hannover, Germany, www.ifdesign.de

Printed in Germany

ISBN: 978-3-7913-4706-6

iF DESIGN AWARDS
communication + packaging 2012

INHALT CONTENT

- 06** Introduction by Ralph Wiegmann, iF Managing Director
- 10** Jury iF design awards 2012
- 12** iF gold selection 2012
- 16** iF evaluation criteria

- 18** iF communication design award 2012
- 20** Introduction by Fritz Frenkler, Jury Chairman iF design awards 2012
- 22** Impressions
- 30** Jury iF communication design award 2012
- 44** digital media
- 122** product interfaces
- 146** print media
- 280** crossmedia
- 298** corporate architecture

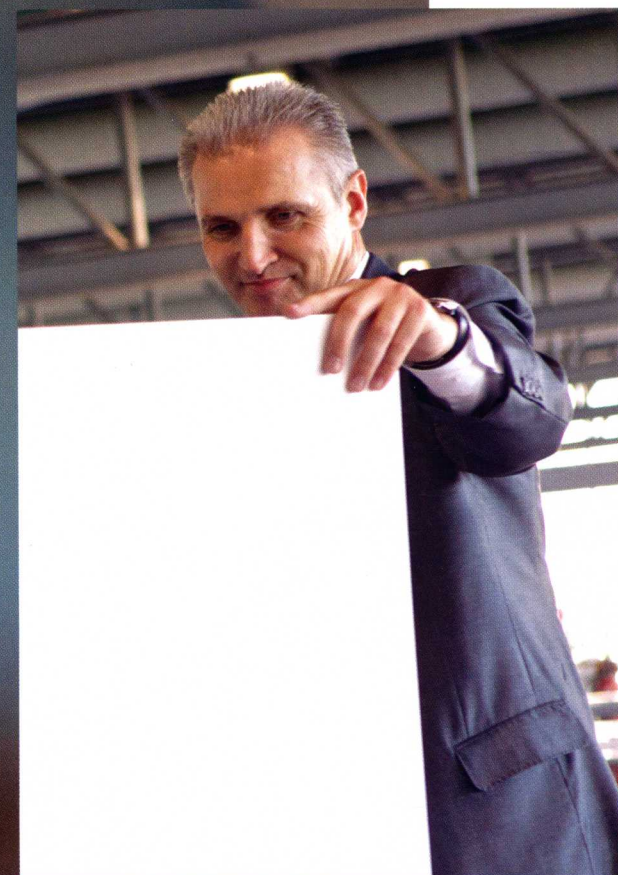
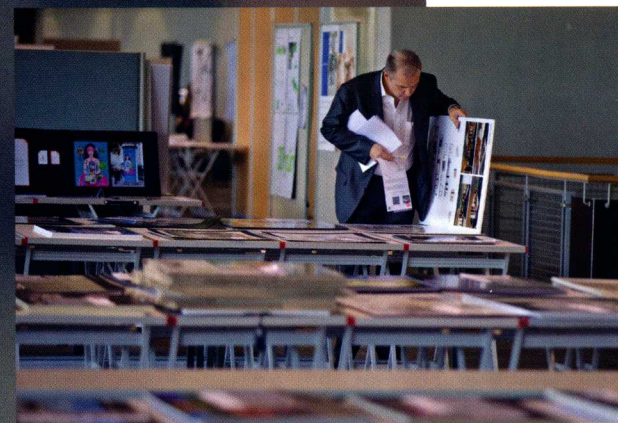
368 iF packaging design award 2012
370 Introduction by Fritz Frenkler, Jury Chairman iF design awards 2012
372 Impressions
378 Jury iF packaging design award 2012
384 sales packaging
420 gift boxes / limited editions / promotion packaging
432 transport packaging
436 packaging graphics
442 packaging materials
446 packaging formdesign
452 advanced studies

460 iF Industrie Forum Design e. V.
474 Partner and Sponsors
476 Index iF communication design award 2012
494 Index iF packaging design award 2012

KOMPLEXITÄT, GANZ EINFACH

Nachdem Freder Fredersen der schönen Maria in die Unterwelt von Metropolis folgt, gelangt er in einen Maschinensaal, in dem Menschen wie Roboter im Gleichtakt Hebel bedienen. Auf die Spitze treibt Fritz Lang das Thema „Mensch-Maschine“ in seinem Stummfilm von 1927 mit der Schaffung der ersten Roboterfrau. Rotwang, dem Genie des Films, gelingt es, Marias Gesichtszüge auf ein Stahlmonster zu übertragen. „Du sollst sie tanzen sehen, und wenn nur ein einziger in ihr die Maschine erkennt, will ich ein Stümper heißen, dem nie etwas gelungen ist“, äußert sich Rotwang siegessicher über seine Erfindung.

Ganz so weit sind die Wissenschaftler der Technischen Universität München noch nicht, denen es im vergangenen Jahr – gemeinsam mit japanischen Kollegen – gelang, einem Roboter ein menschliches Antlitz zu verleihen. Ein Beamer projiziert das 3-D-Bild eines Gesichts von hinten in eine Kunststoffmaske. Ein Computer steuert dabei die Grafik und Mimik. Schon bald soll der sogenannte Mask-Bot in Videokonferenzen zum Einsatz kommen und bisherige Monitorbilder von Gesprächspartnern durch eine echte Nachbildung ersetzen. Vielleicht wird es bereits in naher Zukunft möglich sein gemeinsame Meetings abzuhalten, an denen Roboter-Nachbildungen mit unseren Gesichtern und Stimmen teilnehmen. Dann wäre Rotwangs Geniestreich aus Metropolis 90 Jahre später fast Realität.



EIN ROBOTER FÜR iF JUROREN

Vielleicht wird die Jury des iF communication design award einen solchen Roboter in naher Zukunft auch einmal unter die Lupe nehmen können – spannend wäre dies sicherlich, denn auch Roboter sind Kommunikationsmedien, die Botschaften überbringen und mit technischen Innovationen und Feinheiten agieren, die einfach faszinieren müssen. In diesem Jahr wurden den Juroren unter anderem besonders schön gestaltete und unter die Haut gehende Plakatkampagnen, wunderbar stimmige Printmedien, aber auch ideenreiche digitale Beiträge präsentiert.

Wenn auch keinen Roboter, aber eine Neuerung anderer Art erlebten die Juroren der diesjährigen iF design awards: Erstmals wurden alle vier iF Wettbewerbe aus den Bereichen „Produkt“, „Kommunikation“, „Material“ und „Verpackung“ an einem gemeinsamen Jurytermin ausgelobt. Dieser Band der iF yearbooks dokumentiert die besten Beiträge aus Kommunikations- und Verpackungsdesign der jüngsten Zeit – beim iF communication design award konnten aus 1.054 Einreichungen 275 die Jury mit ihren Designleistungen überzeugen, beim iF packaging design award erhielten 53 der 248 eingereichten Beiträge das begehrte iF Label. 30 Kommunikations- und fünf Verpackungslösungen wurden mit einem iF gold award honoriert. In allen vier iF design awards wurden insgesamt 4.322 Beiträge zur Jurierung eingereicht, 1.218 bekamen die Auszeichnung „iF design award 2012“.

IM DSCHUNDEL DER INFORMATIONENFLUT

Nicht nur Roboter, sondern Kommunikationsmittel jeglicher Art wie Publikationen, Websites, Messeauftritte, Geschäftsberichte aber auch Verpackungen sollten stets so konzipiert sein, dass sie Komplexität reduzieren. Unsere Welt wird immer vielschichtiger, bunter und facettenreicher – es wird immer wichtiger, dass sich das Kommunikationsdesign als Lösung versteht, die wesentlichen Informationen aufzubereiten und dem Rezipienten eine Orientierung zu bieten. Denn die Entwicklung von „vermenschlichten“ Maschinen zeigt deutlich den Wunsch nach Vereinfachung in einer immer komplexeren Welt. Möglichst lebensnah und optisch gut gestaltet sollen die Kommunikationsmittel sein – so, dass sie im Alltag einen Mehrwert mit sich bringen und man sich auf das Wesentliche konzentrieren kann im Dschungel der Informationsflut. Das ist eine wichtige Aufgabe für das Design der nahen Zukunft.

VERPACKUNGSDESIGN ALS BOTSCHAFT

Gehört der iF communication design award zu den längst etablierten iF Wettbewerben, so ist mittlerweile auch der iF packaging design award als eigenständiger Wettbewerb international anerkannt. Der 2012 zum dritten Mal ausgelobte Wettbewerb kann und muss meiner Ansicht nach ebenfalls als Kommunikationstool begriffen werden. Eine nachhaltige innovative Verpackung, die informativ und schön gestaltet zugleich ist, ist auch Botschafter. Insbesondere bei dem iF packaging design award blicke ich mit Spannung in die Zukunft und freue mich auf kommende Verpackungslösungen.

AVANTGARDES iF?

Herzlich bedanken möchte ich mich bei den Juroren, die zweieinhalb Tage lang äußerst konzentriert die Beiträge mit Sachverstand und Interesse begutachtet und schließlich beurteilt haben. Wir sind besonders stolz darauf, dass es auch diesmal gelungen ist, Juroren aus allen Teilen der Welt einzuladen – ein Stück gelebte funktionierende Globalisierung bei iF, Perspektiven aus unterschiedlichen Ländern und Kontinenten kommen zum Tragen.

Und so möchte ich Ihnen am Schluss einfach viel Freude beim visuellen Spaziergang durch das kreative Spektrum der diesjährigen Gewinner aus „Kommunikation“ und „Verpackung“ wünschen. Und vielleicht kann ich im kommenden Jahr an dieser Stelle schon berichten, wie die internationalen Designexperten von ihren Büros aus an der iF Jury in Hannover teilgenommen haben – als echte Roboter-Nachbildungen.

IHR

RALPH WIEGMANN

iF GESCHÄFTSFÜHRER

COMPLEXITY MADE SIMPLE

When Freder Frederesen follows beautiful Maria into the underworld of Fritz Lang's Metropolis, he enters a machine room in which people work like robots, operating levers in unison. Lang brings the issue of the relationship between men and machines to a boil in his 1927 silent movie, which depicts the creation of the very first robot woman. Rotwang, the fictive genius of the film, succeeds in recreating Maria's facial features on a steel monster. "You should see her dance – if only one of you notices the machine in her, I'm a complete failure," Rotwang says of his creation, self-assuredly.

Scientists at Munich's Technical University haven't gotten quite that far yet. But over the past year they – along with Japanese colleagues – have succeeded in giving a robot a human face. It works like this: A projector beams a 3D image of a face into a plastic mask from behind. While this is happening, a computer controls graphics and facial expressions. The "mask-bot" is soon to be deployed in videoconferencing, where it will replace images of participants with real-life replicas. Perhaps in the near future it will become possible to hold meetings involving robot replicas that bear our faces and speak with our voices. Rotwang's stroke of genius in Metropolis would then have almost become a reality, 90 years later.

A ROBOT ON THE iF PANEL

The judging panel at the iF communication design award may be able to check out a similar robot in the near future – an exciting prospect, because robots have become a media of communication, relaying messages and operating through a mix of technical innovation and intricate design – just like the entrants in this year's iF award, in which panel members were presented with beautifully designed, high-impact poster campaigns, wonderfully coherent print media, and digital contributions that were simply brimming with ideas, among other entries.

So, even though they didn't get to meet a real-life robot, it was still 'in with the new' for the panel at this year's iF design awards: First, all four iF contests, in the Products, Materials, Communications and Packaging categories, were held at a joint panel session. This volume of the iF yearbook showcases the best recent contributions to communications and packaging design.

275 entries of the 1,054 submitted to the iF communication design award won the panel's seal of approval, while 53 of the 248 entries submitted to the iF packaging design award received the coveted iF design award. 30 communication and five packaging solutions were honored with the iF gold award. 4,322 entries were submitted for judging across all four iF design awards – 1,218 received the "iF design award 2012".

STRANDED IN A FLOOD OF INFORMATION?

It's not just robots that can help to reduce complexity amid the tangle of information that's available to us today: Communication media of all types, including publications, websites, trade show presentations, company reports and packaging, should always be designed to minimize complexity. Our world is forever becoming more multifaceted, colorful and diverse – that's why it's increasingly important for communication design to see itself as a solution, one that selects the most essential information and serves as a useful point of reference for its audiences. The development of "humanized" machines clearly shows there's a common desire for simplification in a world that's becoming more and more complex. Media of communication should therefore be as realistic and visually pleasing as possible in order to add value to people's everyday lives and help them to concentrate on the most essential points in the flood of information they are exposed to. This will be one of design's most important challenges for the foreseeable future.



PACKAGING DESIGN AS A MESSAGE

Although the iF communication design award is one of the longest-established iF competitions, the iF packaging design award has now gained recognition as an international competition in its own right. In my view, the competition – run for the third time in 2012 – can and must also be viewed as a tool for communication, because sustainable, innovative packaging that is simultaneously informative and visually pleasing also transmits messages. I am particularly looking forward to the forthcoming packaging solutions that will be submitted for future iF packaging design awards; this award has exciting days ahead of it.

iF AS A PART OF THE AVANT-GARDE

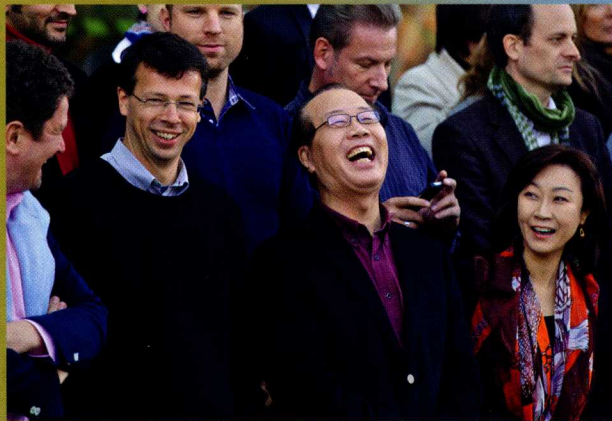
I would like to extend particular thanks to our judges, who deployed their expertise and interest over a two-and-a-half-day period, during which extreme concentration was required, to review and then judge each entry. We're particularly proud that we succeeded in attracting judges from all parts of the world. In a microcosm of globalization come to life, perspectives drawn from different countries and continents were brought to bear during judging.

In conclusion, I hope that you enjoy your visual stroll through the creative spectrum that the winners of this year's Communication and Packaging contests represent. And maybe a year from now, I will be able to report that international design experts participated in the iF panel in Hanover from their home offices around the world – as life-sized robot replicas.

YOURS

RALPH WIEGMANN

iF MANAGING DIRECTOR





JURY iF DESIGN AWARDS 2012
JURY iF DESIGN AWARDS 2012

iF GOLD SELECTION

Sie ist Garant und Gütesiegel für herausragendes Design: die Auszeichnung mit einem iF design award. Wer sich in einem der vier iF Wettbewerbe durchsetzt, darf das begehrte iF Label tragen, vergeben von einer hochkarätig besetzten, internationalen Jury. Die Preisträger im iF product design award, iF communication design award, iF packaging design award und iF material design award gehören damit zu den Besten ihrer Branche.

Darüber hinaus haben sie die Chance, auch zu den Besten des Wettbewerbs gekürt zu werden:

Die 100 besten Preisträger eines Jahres bilden die iF gold selection. Ihnen wird eine besondere Ehre zuteil: die Auszeichnung mit einem iF gold award, einer von Herbert Schultes eigens für iF entworfenen Skulptur. 2012 steht die komplette iF gold selection erstmals zum Jahresauftakt fest – dank der Neuausrichtung und zeitlichen Zusammenlegung der vier Wettbewerbe. Auch die iF gold awards werden zum ersten Mal im Rahmen einer gemeinsamen Preisverleihung überreicht.

An iF design award represents a guarantee and a seal of approval for outstanding design. Those prevailing in any of the four iF competitions are permitted to use the highly-sought-after iF label, awarded by an international judging panel composed of top experts in the field. In other words, the winners of the iF product design award, iF communication design award, iF packaging design award and the iF material design award are among the crème de la crème of their industry.

On top of this, they are all in with a chance of being selected as the best in the competition: The 100 top-rated award winners each year go to form the iF gold selection and are presented with a particularly special honor, an iF gold award, in the form of a sculpture specially designed for iF by Herbert Schultes. The restructuring and synchronization of the four competitions mean that 2012 will be the first year in which the complete iF gold selection will be ready to be revealed at the beginning of the year, and the iF gold awards will be presented at a joint ceremony covering all the competitions.