

Europäischer Wettbewerb Preis der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie 2006

Der europäische Wettbewerb wird von der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie ausgelobt. Die Stiftung wurde 1977 von dem Modeunternehmer Klaus Steilmann ins Leben gerufen. Ziel der Stiftung ist eine wegweisende Nachwuchsförderung.

Aufgabe: Lokal - Global

Der Preis der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie 2006 unter dem Thema „lokal - global“ sucht Entwürfe, die in der lokalen Kleidungskultur der Region des Gestalters gründen und so dem Markt Haltung und Identität entgegenstellen. Der Entwurf soll die lokalen Elemente zu einer neuen, heutigen und global attraktiven Symbolik zusammenführen.

Trotz aller propagierten Individualität und scheinbaren Vielfalt des Angebots sind mit der Globalisierung die Produkte zu großen Teilen uniform geworden. Das weltweite „Stil-Esperanto“ mit einem Alphabet von Armani bis Zara liegt nicht nur an der Annahme der Hersteller, dass die Szenen heute weltweit dieselben sind oder dass alle Anbieter an alle Kunden verkaufen wollen, sondern auch daran, dass ihre Produkte - ob von hochwertigen Marken oder preiswerten vertikalen Anbietern - oftmals aus den selben Fertigungsbetrieben aus Fernost stammen.

Obwohl Mode schon immer global ausgerichtet war, bestimmten bis in die 1960er Jahre hinein neben der modischen Kleidung vor allem lokale Stile, Standeskleidungen, vielfältige Alltags- und Festtagstrachten und farbenfrohe Uniformen das Straßenbild. Auch unterschiedliche Körper, Klima, verfügbare Rohstoffe, Färbemittel und handwerkliche Fähigkeiten prägten die Kleider. Selbst Sportarten entstanden meist aus den Möglichkeiten, die vor Ort vorgefunden wurden. Diese regionalen Besonderheiten und nationalen Designkulturen finden sich auch noch heute. So verkaufen sich in Dortmund andere Produkte als in Düsseldorf.

1. Teil: Analyse

Den ersten Teil der einzureichenden Arbeit soll eine eigenständige Analyse der Kleidungskultur - vorzugsweise aus der Region, aus der der Gestalter stammt (und somit über ein tiefes Verständnis deren Kultur verfügt) - umfassen. Alternativ kann der Studienort gewählt werden. Eine freie Wahl der Region ist nicht möglich, da keine oberflächliche ethnische Symbolik gefragt ist. Nach einem Überblick soll die Analyse sich auf ein Aspekt, wie zum Beispiel ein Material, eine Fertigungstechnik oder eine Sportart konzentrieren.

Die Analyseergebnisse müssen durch eigene Beobachtungen, die durch Fotos dokumentiert werden, ergänzt werden. Die eigenen Analysen sollen durch eine Recherche entsprechender Veröffentlichungen wie Marktstudien, Bücher oder Aufsätze fundiert werden.

2. Teil: Konzeption

Auf Basis der Analyse erfolgt die Konzeption eines Entwurfs zum Thema „lokal - global“. Gesucht werden anspruchsvolle, also eigenständige und in sich stimmige, aber marktnahe Entwürfe.

3. Teil: Entwurf

Basierend auf diesem fundierten Konzept soll der dritte Teil der Arbeit die Ergebnisse in eine Kollektion mit mindestens vier Outfits übersetzen. Zur Jurierung ist ein Outfit einzusenden. Von den Preisträgern wird die komplette Kollektion ausgestellt. Ob es sich beim Entwurf um Womenswear, Menswear oder Komplettkollektionen handelt, wird dem Teilnehmer überlassen und ist abhängig von der Analyse. Eine Saisonvorgabe gibt es nicht.

Sonderpreis Mode und Marke

Die Aufgaben von Modemachern haben sich seit Gründung der Stiftung 1977 grundlegend verändert. Neben der zielgruppengerechten Gestaltung von Produkten gehört in verstärktem Maß die Gestaltung von Identitäten dazu. Da es an den Hochschulen dafür keine gesonderte Ausbildung gibt, möchte die Stiftung ein Zeichen setzen und das Bewusstsein für Marken und Markenidentitäten schaffen. Sie lobt daher in Kooperation mit Interbrand Zintzmeyer & Lux den Sonderpreis Mode und Marke aus. Das global führende Markenberatungsunternehmen Interbrand gehört zu Omnicom, einer der größten Kommunikationsgruppen der Welt.

Aufgabe

Der Sonderpreis Mode und Marke sucht prägnante Markenwelten, die auf Werten basieren. Aufgabe ist daher die Entwicklung eines Markenauftritts für ein Modelabel. Die eingereichten Arbeiten müssen in Verbindung zu einem Wettbewerbsbeitrag des Themas „lokal - global“ stehen. Der Markenauftritt soll in Übereinstimmung mit dem Produkt sowohl konzeptionell als auch visuell ausformuliert und präsentiert werden. Interdisziplinäre Projekte wie zwischen Mode und Wirtschaftskommunikation oder Mode und Kommunikationsdesign werden daher empfohlen.

Obwohl Mode Identität stiftet und Identität als Wettbewerbsstrategie der Zukunft gilt, gibt es bisher erstaunlich wenige Überlegungen, geschweige denn fundiertes Wissen, wie die Modemacher diese Identitäten strategisch gestalten können. Wohl auch, weil der zu bewältigende Spagat groß ist. Denn es gilt nicht nur eine Brücke zu schlagen zwischen dem permanenten Wandel der Mode und der notwendigen Kontinuität von Marken, sondern zudem auch von der der Mode eigenen Dualität zwischen Anpassungsstreben und Absonderungssucht, Individuum und Gruppenzugehörigkeit.

1. Teil: Analyse

Die Analyse soll in Zusammenarbeit mit einem Projekt zum Thema „lokal - global“ erarbeitet werden.

2. Teil: Konzeption

Ausarbeitung einer Markenpersönlichkeit auf der Basis eines in der Literatur gängigen Modells der Markenpersönlichkeit. Das entwickelte Konzept soll strategisch durchdacht und fundiert dargestellt werden.

- Einordnung der Marke in das bestehende Wettbewerbsumfeld
- Positionierung der neuen Marke

3. Teil: Entwurf

Die Markenpersönlichkeit soll im Sinne eines Markenerlebnisses in Übereinstimmung mit dem Produkt visuell als Skizze umgesetzt werden.

Neben der Darstellung der Zielgruppe sollen die folgenden Aspekte visualisiert werden:

- Markenwelt (z.B. Logo, Claim, Typographie, Farbklima, Materialität)
- Bildwelt (Modedefotografie)
- Ladengestaltung
- Kommunikationskonzept (Anzeige, Werbebotschaft)

Die Ergebnisse müssen als Moodboard präsentiert werden.

Teilnehmer

Der Wettbewerb richtet sich an besonders begabte Designstudenten aller Gestaltungsdisziplinen, insbesondere aus den Bereichen Textil- und Modedesign. Teilnahmeberechtigt sind Studierende ab dem 4. Semester. Bei Gruppen aus mehreren Semestern können auch jüngere Jahrgänge teilnehmen.

Die Teilnehmer müssen aktuell an einer europäischen Hoch- oder Modeschule eingeschrieben sein.

Die Arbeiten sollen für diesen Wettbewerb erarbeitet werden. Es können Arbeiten von Einzelpersonen oder - was besonders erwünscht ist - von interdisziplinären Teams und/oder in Kooperationen mit Unternehmen eingereicht werden. Ebenfalls möglich sind Vordiplom- und Diplomarbeiten, wenn sie der Aufgabenstellung entsprechen und im Jahr 2005 erstellt wurden. Die eingereichten Arbeiten sollen bislang noch nicht veröffentlicht worden sein.

Für den Sonderpreis Mode und Marke können auch Arbeiten von Studierenden der Wirtschafts- und Kommunikationswissenschaften eingereicht werden. Diese müssen sich allerdings einen Partner aus dem Studiengbiet Design für die Visualisierung suchen.

Jury

Eine Jury aus international erfahrenen Experten aus Design, Industrie, Marketing, Medien und Handel wählt nach festgelegten Kriterien die Preisträger aus. Die Entscheidung der Jury ist juristisch nicht anfechtbar.

Mitglieder der Jury 2006 sind:

Reinhard Binder, Creative Director, Interbrand Zintzmeyer & Lux
Marcel Herrig, Unicut Design Office
Torsten Hochstetter, Global Head of Design, adidas-Salomon AG
Ulrike Proß, Marketing, The North Face
Joachim Schirmacher, Chefredakteur, Style in Progress
Joyce Thornton, Generation Now Editor, WGSN
Martin Trautmann, Shop Boarders, München

Bewertungskriterien

Die Arbeiten unter dem Thema „lokal - global“ werden nach folgenden Kriterien bewertet:

- Gesamtkonzept (Analyse, Strategie, Interdisziplinarität)
- Innovation/Vision (Verbindung von lokal und global, technologische Impulse)
- Technische und gestalterische Umsetzung (Qualität der Zeichnung, Präsentation, Verarbeitung, Passform, Farbkonzept, Materialauswahl)
- Einsatzbereich, Funktionalität

Die Arbeiten des Sonderpreises Mode und Marke werden nach folgenden Kriterien bewertet:

- Gesamtkonzept (Analyse, Strategie, Interdisziplinarität)
- Konzeption (Einzigartigkeit, Differenzierungspotenzial)
- Relevanz bezüglich Produkt und Branche
- Zukunftsfähigkeit der Marke
- Umsetzbarkeit
- Stringenz und Konsistenz der Umsetzung vom Konzept zum Entwurf
- Zusammenspiel von Produkt und Marke
- Innovation/Vision

Preise

Der Preis der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie 2006 ist mit Geldpreisen in Höhe von 7.000 Euro dotiert.

1. Preis: 4.000 Euro
2. Preis: 2.000 Euro
3. Preis: 1.000 Euro

Außerdem werden bezahlte sechsmonatige Praktikumsplätze bei Adidas, René Lezard und Schöffel vergeben.

Der Sonderpreis Mode und Marke ist mit Geldpreisen in Höhe von 3.500 Euro dotiert.

1. Preis: 1.500 Euro und ein halbjähriges bezahltes Praktikum an einem Standort von Interbrand Zintzmeyer & Lux (*Zürich, Köln, München, Hamburg*)
2. Preis: 1.500 Euro
3. Preis: 500 Euro

Der Jury ist es freigestellt, die Preisgelder anders zu verteilen. Darüber hinaus kann die Jury Anerkennungen für weitere Entwürfe vergeben, die nicht unbedingt mit einer Preissumme verbunden sind.

Dank der Unterstützung durch die ispo vision erhalten die Preisträger weitere Kommunikationsleistungen:

- Messestand/Ausstellungsfläche
- Preisverleihung, Pressekonferenz
- Integration in die Kommunikationsmedien der ispo (Daily News, Magazine, Newsletter)
- Publikation im Internet inklusive einer Präsentation auf der Award-Webseite, so wie einem Link zur eigenen Webseite (soweit vorhanden)
- Pressemitteilung an über 2.000 internationale Journalisten
- Präsentation auf der Mediendatenbank der ispo

Sie erhalten so die Möglichkeit, sich den rund 55.000 Fachbesuchern und über 2.000 internationalen Journalisten auf der ispo zu präsentieren.

Alle Teilnehmer können sich ab dem 15. Dezember für den kostenlosen Besuch der Preisverleihung und der Messen ispo vision und ispo anmelden:
visit.ispo@stiftung-bekleidungsindustrie.de

Preisverleihung und Ausstellung

Die Preisverleihung findet im Rahmen der ispovision vom 29. Januar bis 1. Februar 2006 in München statt.

Die Gewinner reisen auf eigene Kosten. Für die Übernachtung wird eine Pauschale in Höhe von 150 Euro bei Einzelpersonen und 300 Euro bei Gruppen zur Verfügung gestellt. Die Bewerber verpflichten sich, im Falle eines Preises persönlich an der Preisverleihung in München teilzunehmen. Der genaue Termin wird rechtzeitig mitgeteilt.

Termine

- Anmeldeschluss: **14. Dezember 2005**
Bitte schicken Sie bis spätestens 14. Dezember das ausgefüllte und unterschriebene Anmeldeformular per Fax an (+49 89) 949 97 20 194. Sie erhalten anschließend eine Anmeldebestätigung.
- Einsendeschluss digitales Kurzkonzert: **21. Dezember 2005**
Das Kurzkonzert soll etwa 3.500 Zeichen bzw. 500 Wörter umfassen und in deutscher und englischer Sprache bis zum 21. Dezember an mail@stiftung-bekleidungsindustrie.de geschickt werden. Die E-Mail mit dem Kurzkonzert darf eine Größe von maximal 500KB (Word- oder PDF-Dokument) nicht überschreiten.
- Einsendeschluss der kompletten Unterlagen für die Jurysitzung: **10. Januar 2006**
Wir benötigen bis zum 10. Januar folgende Unterlagen von Ihnen:

als Teilnehmer am Preis der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie 2006:
detaillierter Lebenslauf (in Deutsch und Englisch), Portrait-Foto, ausgedrucktes Kurzkonzert, Dokumentation (in Deutsch oder Englisch), Portfolio, Fotos von allen eingereichten Modellen, 1 Outfit, Nachweis der Immatrikulation an einer europäischen Hochschule und eine Referenz, aus der die besondere Begabung ersichtlich wird. Insbesondere aus der Schweiz muss die Zeit für den Zoll berücksichtigt werden!

als Teilnehmer am Sonderpreis Mode und Marke:
detaillierter Lebenslauf (in Deutsch und Englisch), Portrait-Foto, ausgedrucktes Kurzkonzert, Dokumentation und Recherche (in Deutsch oder Englisch, ca. 20 Seiten Text, max. 10 Seiten Illustrationen, Format DinA4), Nachweis der Immatrikulation an einer europäischen Hochschule, Moodboard (Format: Pappen DinA1 quer).

- Eintreffen der weiteren Outfits der Sieger: **bis 21. Januar 2006**
Wenn Sie von der Jury als einer der Preisträgern ausgewählt worden sind, schicken Sie bitte bis zum 21. Januar die weiteren Outfits Ihrer Kollektion ein.
- Die Benachrichtigung aller Teilnehmer erfolgt im Januar
- Preisverleihung und Ausstellung: Im Rahmen der ispovision vom 29. Januar bis 1. Februar 2006

Anmeldung

Verbindliche Anmeldung bis zum 14. Dezember 2005 mit folgenden Angaben:

Ich melde mich an für:

- Preis der Stiftung der Bekleidungsindustrie, Thema „lokal - global“
- Sonderpreis Mode und Marke

Titel der eingereichten Arbeit:

Versicherungswert der Einsendung:

Frau Mann

Name, Vorname

Geburtstag

Nationalität

Straße

PLZ/Ort

Land

Tel-Nr. (mit internationaler Vorwahl)

Fax

Mobiltelefon

E-Mail

Es handelt sich um eine Teamarbeit. Die Mitglieder sind:

Sprecher des Teams (muss über Mail und Mobiltelefon erreichbar sein) ist:

Hochschule

Abteilung

Semester

Straße

PLZ/Ort

Land

Für Teilnehmer mit Diplom: Datum der Diplomprüfung

Betreuende/r Professor/in

Frau Mann

Name, Vorname

Tel-Nr. (direkt)

Email (direkt)

Einzureichende Arbeit

Lokal - Global

Die einzureichende Arbeit für den Preis der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie 2006 zum Thema „lokal - global“ gliedert sich in drei Teile:

- Dokumentation der Analyse und des Konzeptes
- Präsentations-Chart
- Outfits

Dokumentation der Analyse und des Konzeptes

a) Kurzfassung (3.500 Zeichen/500 Wörter) in Deutsch und Englisch. Diese muss unter mail@stiftung-bekleidungsindustrie.de bis zum 21. Dezember 2005 vorab eingesendet werden sowie als Ausdruck der Präsentation beigelegt werden. Die E-Mail mit dem Kurzkonzzept darf eine Größe von maximal 500KB (Word- oder PDF-Dokument) nicht überschreiten.

b) Dokumentation der Recherche und des daraus resultierenden Konzeptes in Deutsch oder Englisch. Eine Liste der verarbeiteten Materialien mit genauer Angabe von Artikel und Hersteller muss enthalten sein.

Umfang: 10 bis 30 Seiten Text; maximal 20 Seiten Illustrationen, technische Zeichnungen, Material- und Farbkonzzept; maximal 10 Seiten Fotos.

Format: DinA4 (210 mm x 297 mm)

Präsentations-Chart

Präsentation des Entwurfs anhand von Illustrationen, technischen Zeichnungen, Material- und Farbkonzzept.

Format: Pappen DinA3 quer (420 mm x 297 mm)

Outfit

Für die Jurierung ist ein realisiertes Outfit einzusenden.

Größen: Damen 38 oder M, Männer 52 oder L. Diese Größen sind einzuhalten!

Die verwendeten Materialien müssen dokumentiert werden (Hersteller und genaue Artikelbezeichnung, auch Angaben wie Second-Hand, etc.).

Im Fall eines Preises müssen die weiteren Outfits (mindestens drei) spätestens am 21. Januar 2005 in München zur Vorbereitung der Preisverleihung eintreffen.

Für die Präsentation während der Preisverleihung ist dann auch eine CD mit drei Musiktiteln mitzusenden.

Für das Fitting (auch während der Jurierung) sind Bilder erforderlich, aus denen genau ersichtlich ist, wie das Model die Outfits anziehen soll. Bei komplizierten oder nicht eindeutigen Entwürfen muss das Anziehen Schritt für Schritt dokumentiert werden (vorne/hinten, rechts/links, Wickeltechniken, etc.).

Sonderpreis Mode und Marke

Die einzusendende Arbeit für den Sonderpreis Mode und Marke gliedert sich in zwei Teile:

- Dokumentation der Analyse und des Konzeptes
- Präsentations-Chart

Dokumentation der Analyse und des Konzeptes

a) Kurzfassung (3.500 Zeichen/500 Wörter) in Deutsch und Englisch. Dieses muss unter mail@stiftung-bekleidungsindustrie.de bis zum 21. Dezember 2005 vorab eingesendet werden sowie als Ausdruck der Präsentation beigelegt werden. Die E-Mail mit dem Kurzkonzzept darf eine Größe von maximal 500KB (Word- oder PDF-Dokument) nicht überschreiten.

b) Dokumentation der Recherche und des daraus resultierenden Konzeptes in Deutsch oder Englisch.

Umfang: 20 Seiten Text; maximal 10 Seiten Illustrationen.

Format: DinA4 (210 mm x 297 mm)

Moodboard

Format: Pappen DinA1 quer (841 mm x 594 mm). Als Rolle einzusenden.

Nach der verbindlichen Anmeldung wird Ihnen eine Nummer mitgeteilt. Jedes einzelne Teil muss auf der Rückseite (bei Kleidung Innenseite) mit dieser Nummer versehen sein.

Außer dem Kurzkonzzept sind digitale Einreichungen nicht zugelassen.

Richtlinien

Kosten, Transport und Versicherung

Die Teilnahme am Wettbewerb ist kostenfrei.

Alle Arbeiten müssen vom Wettbewerbsteilnehmer sorgfältig und fachgerecht verpackt sein; das Verpackungsmaterial muss für den Rücktransport geeignet sein.

Die Teilnehmer übernehmen die Kosten für die Einsendung aller Wettbewerbs-Unterlagen und die Versicherung für die Anlieferung. Unfreie Sendungen können nicht angenommen werden.

Die Stiftung übernimmt die Kosten für die Rücksendung der eingereichten Arbeiten sowie den Versicherungsschutz für die Dauer der Überlassung und für den Rücktransport.

Nach Ablauf der Jurysitzung werden die Arbeiten, die nicht für die Ausstellung, nicht für das Archiv und nicht für Kommunikationszwecke (z.B. weitere Ausstellungen, Medienarbeit) vorgesehen sind, zurückgesandt.

In diesem Zusammenhang behält sich die Stiftung das Recht vor, die ausgewählten Arbeiten bis zu sechs Monate zu nutzen.

Archiv der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie

Ausgewählte Dokumentationen und Portfolios verbleiben im Archiv der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie. Alle Outfits werden zurückgesendet.

Rechte

Die Eigentums- und Urheberrechte (alle Rechte) müssen beim Teilnehmer liegen. Alle eingereichten Outfits bleiben Eigentum der Teilnehmer. Ausgewählte Dokumentation gehen in das Archiv der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie über.

Die Urheberrechte der Arbeit verbleiben zu jeder Zeit beim Teilnehmer.

Für die Dauer des Wettbewerbes sowie für die Veröffentlichungen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Wettbewerb stehen (wie Ausstellung, Medienarbeit oder anderen Aktionen), überlässt der Teilnehmer dem Veranstalter kostenlos die Veröffentlichungsrechte.

Falls eine Gruppenarbeit einen Praktikumsplatz gewinnt, entscheidet das Los. Die ausgelobten Praktika beinhalten eine übliche Probezeit von 14 Tagen. Der Zeitpunkt und das Arbeitsverhältnis (Probezeit etc.) der ausgelobten Praktikumsplätze werden direkt zwischen den Unternehmen und den Gewinnern vereinbart. Sollte das Praktikum vorzeitig beendet werden, besteht kein Anspruch auf Auszahlung der restlichen Vergütung. Die Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie kann keine Gewähr übernehmen, dass die von den Unternehmen zugesagten Praktika stattfinden. Sie nutzt jedoch alle ihre Möglichkeiten, bei offenen Fragen eine für alle Beteiligten befriedigende Lösung zu finden.

Mit der Unterschrift auf dem Anmeldeformular erkennt der Teilnehmer diese Bedingungen an.

Kontakt

Bei E-Mails bitte immer in der Betreffzeile angeben: Nachnahme und präzises Anliegen.

Für inhaltlichen Fragen zur Ausschreibung:

Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie
c/o Joachim Schirmmacher
Tel +49 (0)40 - 25 31 88 60
Fax +49 (0)40 - 25 31 88 68
mail@stiftung-bekleidungsindustrie.de

Adresse zur Einsendung der Wettbewerbsbeiträge (und für Fragen zur Einsendung und Rücksendung der Arbeiten)

Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie
c/o Messe München GmbH
Constanze Fuchs
Messegelände
D-81823 München
Tel +49 - 89 949-20 194
Fax +49 - 89 949 97 20 194
constanze.fuchs@messe-muenchen.de

Die Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie

Die „Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie zur Förderung der Ausbildung von Nachwuchskräften in der Modebranche“, so der offizielle Name, wurde von Prof. Dr.-Ing. h.c. Klaus Steilmann gegründet. Der Modepreisträger des Jahres 1977 der Landeshauptstadt München hatte mit dem Preis die Stiftung ins Leben gerufen. Es ist eine rechtsfähige öffentliche Stiftung des Bürgerlichen Rechts mit Sitz in München. Ihr Zweck ist die Förderung der Ausbildung von bedürftigen und begabten Nachwuchskräften in der Modebranche.

Stiftungsvorstand

Peter Knoll (Vorsitzender), Exhibition Director ispo, Messe München GmbH
Anja Ulrich (Stellvertretende Vorsitzende), Juristin, Messe München GmbH

Stiftungsbeirat

Joachim Schirmmacher (Vorsitzender), Journalist, Design-Manager
Klaus Steilmann, ständiges Mitglied
Marcel Herrig, Unicut Design Office
Ulrike Proß, Marketing, The North Face
Danielle Sellwood, Active Market Editor, WGSN
Martin Trautmann, Shop Boarders in München

Aufgabe und Ziel der Stiftung

Die Stiftung verfolgt die Aufgabe einer zukunftsorientierten Nachwuchsförderung. Sie übernimmt durch ihre thematische Ausschreibung, ihre Kommunikation und Publikationen sowie durch ihr Branchen-Netzwerk eine wegweisende Rolle für Design und Industrie.

Kommunikation statt Produkte

Eine rein handwerkliche oder formalästhetische Produktgestaltung ist heute nicht mehr ausreichend. Auch die Flucht in spektakuläres Styling ist langfristig kontraproduktiv, da diese Produkte mit ihrem kurzfristigen Wechsel der Stile und Moden und ihren scheinbaren Neuheiten zum Verlust der Glaubwürdigkeit von Unternehmen beitragen. Es geht folglich immer weniger um Fragen der Form-, als der Sinngebung. Zu diesen Prozessen gehört - neben der sinnstiftenden Konzeption von Produkten - auch die Gestaltung von unternehmerischen Prozessen, wie Waren online zu mustern und zu bestellen, oder die Positionierung von Unternehmen.

„Eine Integrierte Produktentwicklung, also die gleichzeitige Entwicklung von Produkten, Kommunikation und Distribution, ist heute entscheidend für einen anhaltenden Erfolg am Markt.“ Stiftungsbeirat Joachim Schirrmacher

Es kommt in der Modeindustrie zunehmend darauf an, Kollektionen zu erstellen, die einen erkennbaren Markencharakter haben, so wie in der Automobilindustrie schon lange „Familien-Gesichter“ Standard sind. Entsprechende Modekollektionen haben noch Seltenheitswert, was bei vielen Unternehmen eine Markenbildung verhindert.

Innovative Strategien erfordern nicht nur großes Talent und Intuition, sondern basieren heute ebenso auf Forschung und Entwicklung.

Das Design, das traditionell nicht nur wirtschaftliche, sondern auch soziale und kulturelle Interessen in seine Arbeit einbezieht, befindet sich - analog zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung - daher in einem starken strukturellen Veränderungsprozess:

- Design ist nur noch bedingt objekt-, und muss immer stärker prozess- und strategieorientiert arbeiten.
- Nicht zuletzt ergeben sich durch die zunehmend virtuelle Wirtschaft neue Aufgabenfelder für das Design (Konvergenz der Medien, Interfaces, eBusiness).
- Design entwickelt sich somit von einer kreativen in eine wissensintensive Disziplin.

Handwerkliches Können und „kreative“ Entfaltung sind nur noch eine Grundlage der Arbeit von Modedesignern. Fundierte Theorie (Design-Theorie, Soziologie, Psychologie, ...), Design-Management (Qualitative Marktforschung, Projekt-Management, Strategie, Branding, ...), etc. gehören zu den heute notwendigen strategischen Kompetenzen.

Hier greift die Stiftung unmittelbar unterstützend und mittelbar lenkend ein. Sie fördert Arbeiten und Projekte, die auf einer starken konzeptionellen Ebene basieren, die vorhandene Kenntnisse und Wissen vertiefen oder neu aufbauen. Die Arbeiten sollen sich der zunehmenden Verschmelzung von Sport und Mode widmen. Ein jährlicher Themenschwerpunkt wird vorgegeben. Arbeiten von interdisziplinären Teams sind ausdrücklich erwünscht.

Teilnahmeformular

Bitte pro Einreichung (bei Gruppen pro Person) ein Teilnahmeformular verwenden (bei Bedarf kopieren).

Bitte geben Sie die Adresse an, unter der Sie ab dem 10. Januar 2006 zu erreichen sind (Semesterferien, Praktika). Adressänderungen (Telefon, Email, etc.) bitte sofort mitteilen.

Sollten die Unterlagen nicht vollständig sein, kann eine Teilnahme nicht erfolgen!
Handschriftliche Texte werden nicht akzeptiert.

Die Unterlagen b bis f der Gewinner werden (in Auszügen) veröffentlicht, ausgestellt und für die Medienarbeit genutzt. Daher ist eine entsprechend hohe Qualität notwendig.

Ich melde mich an:

- Preis der Stiftung der Bekleidungsindustrie, Thema „lokal - global“
 Sonderpreis Mode und Marke

Titel der eingereichten Arbeit:

Versicherungswert der Einsendung:

Name, Vorname

Geburtstag

Nationalität

Frau Mann

Straße

PLZ/Ort

Land

Tel-Nr. (mit internationaler Vorwahl)

Fax

Mobiltelefon

E-Mail

Es handelt sich um eine Teamarbeit. Mitglieder sind:

Sprecher des Teams (muss über Mail und Mobiltelefon verfügen) ist:

Hochschule

Abteilung

Semester

Straße

PLZ/Ort

Land

Für Teilnehmer mit Diplom: Datum der Diplomprüfung

Betreuende/r Professor/in

Frau Mann

Name

Vorname

Tel-Nr. (direkt)

Email (direkt)

Für Teilnehmer des Preis der Stiftung der Deutschen Bekleidungsindustrie 2006:

Dem komplett ausgefüllten und unterschriebenen Teilnahmeformular müssen folgende Unterlagen beigefügt werden:

- a) Detaillierter Lebenslauf (in Deutsch und Englisch)
- b) Portrait-Foto (Passbild-Format, Foto! kein Ausdruck) im Briefumschlag und auf der Rückseite mit Namen versehen.
- c) Kurzfassung des Konzeptes (2.500 Zeichen/380 Wörter in Deutsch und Englisch)
- d) Dokumentation (in Deutsch oder Englisch)
- e) Portfolio
- f) Fotos von allen eingereichten Modellen (falls nicht Teil der Dokumentation oder des Portfolios)
- g) 1 Outfit
- h) Nachweis der Immatrikulation an einer europäischen Hochschule
- i) Eine Referenz (z.B. von Professoren oder einem Branchenexperte), aus der die besondere Begabung ersichtlich wird.

Für Teilnehmer am Sonderpreis Mode und Marke:

- a) Detaillierter Lebenslauf (in Deutsch und Englisch)
- b) Portrait-Foto (Passbild-Format, Foto! kein Ausdruck) im Briefumschlag und auf der Rückseite mit Namen versehen.
- c) Kurzfassung des Konzeptes (2.500 Zeichen/500 Wörter in Deutsch und Englisch)
- d) Dokumentation und Recherche (in Deutsch oder Englisch, ca. 20 Seiten Text, max. 10 Seiten Illustrationen, Format DinA4)
- e) Nachweis der Immatrikulation an einer europäischen Hochschule
- f) Moodboard (Format: Pappen DinA1 quer)

Mit den Wettbewerbs-Bestimmungen der Ausschreibung bin ich einverstanden. Ich bin Urheber der eingereichten Arbeiten und verletze keine Rechte Dritter. Ich stelle die Veranstalter von Ansprüchen Dritter frei.

Datum, Unterschrift