

Mit neuer Internetseite in die heiße Phase des „Design-Award“

Firma „eyespalast“ überarbeitet Erscheinungsbild des Auftritts und passte ihn an veränderte Nutzungsgewohnheiten an

VON DIRK LORENZ-BAUER

Apolda. Grundlegend überarbeitet und überaus erfrischend kommt die neue, zweisprachige Internetseite www.apolda-design-award.de zum Apolda European Design-Award daher. Gestern stellten Hans Jürgen Giese, Vorsitzender der Arbeitsgruppe Design, und Matthias Eckert von der verantwortlichen Apoldaer Gestaltungsfirma „eyespalast“ diese vor.

Rund zehn Jahre war die bisherige Version inzwischen bereits alt. In Zeiten sich permanent veränderter Nutzungsgewohnheiten wurde es also Zeit für eine Modernisierung. Zumal auch deswegen, weil sich mit dem Thema Modedesign erfahrungsgemäß ein relativ junges, innovatives, und aufgeschlossenes Klientel verbindet, das technikaffin ist, so dass auch die Kommunikations- und Präsentationsplattform entsprechend sein sollte.

Mode-Filmchen wurden medial eingebunden

Nicht zuletzt erwachsen im Zuge der den Preis begleitenden Veranstaltungen (Strickworkshops, Modenächte und so fort) Kontakte zwischen talentierten Jung-Designern sowie den Vertretern der Modebranche teils langjährige Arbeitsbeziehungen. Ergo: Der Design-Preis hat sich längst zu einer Talentschmiede gemausert; die Welt blickt – und sei es via Internet – durchaus auf Apolda.

Dass man mit der Zeit geht, dafür steht bereits das Jahr 2011. Damals fügten die Verantwortlichen einen neuen Baustein ins Gesamtkonzept ein – und zwar mit den jeweils 60 Sekunden kurzen Fashionclips im Zusammenhang mit dem Apolda Design-Network. In den Clips werden die Teilnehmer des Design-Wettbewerbs mit ihren jeweiligen (Abschluss-)Kollektionen sowie der dahinter stehenden Philosophie porträtiert. Vom „digitalen Laufsteg“ spricht Hans Jürgen Giese deswegen. Zu sehen sind derzeit die 2011-

er Clips. Die neuen – die Design-Preis-Verleihung 2014 findet am 5. April statt – werden in den kommenden Wochen folgen. Passend zum Beginn der „heißen Phase“ sei man nun also auch multimedial noch besser gerüstet, so Hans Jürgen Giese.

Begleitveranstaltungen zum Preis eingebunden

Die Produktion der Fashion-Clips geschieht in Zusammenarbeit mit jungen Medienschaffenden von der Bauhaus-Universität Weimar unter Leitung von Professor Wolfgang Kissel. Kombiniert werden die Bilder darüber hinaus mit zahlreichen Hintergrundinformationen sowie Kontaktmöglichkeiten, so dass sich Interessierte jederzeit rundum informieren können. Matthias Eckert sagt, dass es

sich quasi um „digitale Visitenkarten“ handelt. Mit dem überarbeiteten Internetauftritt trage man nicht zuletzt der gewachsenen Bedeutung des Awards bei, ergänzt Eckert.

Neben der inhaltlichen Aufwertung wurde die Internetseite insbesondere technologisch verbessert. So kommt ein Content-Management-System zum Einsatz, das es nach Auskunft von Matthias Eckert mehrerer Redakteuren erlaubt, Inhalte zu aktualisieren – textlich und bildlich. Hauptsächlich tun wird dies Maren Eckert von der Kreisverwaltung tun. Die Navigation für den Nutzer wurde erleichtert, das System insgesamt pflegeleichter. Zudem sagte Matthias Eckert, dass man sich beim Design vollkommen neu orientiert habe und die grafische Ansprache nun weitaus ansprechender ist. Nicht zuletzt wurden natürlich Elemente aus dem

Bereich der sozialen Medien integriert, beispielsweise Facebook und Twitter. Kurzum: Man ist auf veränderte Bedingewohnheiten eingestellt. So wurde die Homepage unter anderem für mobile Geräte – Smartphones und Tablets – optimiert.

Nutzung für Tablet und Smartphone optimiert

Die Zusammenarbeit von Hochschulen aus Deutschland sowie dem Ausland sowie renommierten Modeunternehmen kann damit weiter forciert werden. Die Teilnehmer habe obendrein noch besserer Chancen, sich und ihre Ideen weltweit bekannt zu machen.

Auf der neuen Homepage sollen fortan verstärkt die Prozesse und Veranstaltung bis zur Preisverleihung dokumentiert wer-

den. Angesichts der schicken Internetseite sprach Apoldas Sozialdezernent Volker Heerden denn auch gleich die nächste Herausforderung an. So könnte er sich vorstellen, dass in naher Zukunft dort auch ein virtueller Spaziergang durch Apolda eingebunden wird. Damit hätte der Design-Preis einen verstärkten Nebeneffekt in Sachen Stadtmarketing für Apolda.

Der Design-Preis wird übrigens vom Kreis Weimarer Land, der Stadt Apolda und der Wirtschaftsfördervereinigung Apolda-Weimarer Land veranstaltet. Lokale Sponsoren sind die Firma Strickchic, Vereinsbrauerei, Hotel am Schloss, VW-Autohaus Fischer, Energieversorgung Apolda sowie Sparkasse Mittelthüringen.

Darüber hinaus gibt es zahlreiche überregionale Firmen, die als Sponsoren bereitstehen, darunter sechs neue.



Matthias Eckert von der Firma „eyespalast“ präsentiert die neue Internetseite zum „Apolda European Design-Award“. Diese wurde natürlich auch fürs Smartphone optimiert.
Foto: Peter Hansen