

Pressemitteilung

Internationaler Awardregen für Scholz & Friends Wien: Tiroler Festspiele Erl räumen beim CCA, ADC Deutschland und D&AD ab.

Donnerstag, der 22. Mai 2025 ist ein besonderes Datum für Scholz & Friends Wien. Das Branding-Projekt für die Tiroler Festspiele Erl wurde an diesem Abend gleich mehrfach national und international ausgezeichnet.

Wien, 22. Mai 2025 – Das Rebranding der Tiroler Festspiele Erl ist ein Paradebeispiel dafür, wie innovatives Design eine kulturelle Institution neu erfinden kann. Das Dornenmotiv, eine Hommage an das 400-jährige Passionsspiel-Erbe, steht für die gelungene Verbindung von Tradition und Moderne.

Der Bruch mit elitären Opernklischees gelingt durch den mutigen Einsatz minimalistischer Grafiken, die ländliche Tiroler Elemente mit der markanten Architektur des Festspielhauses kontrastieren. Ein flexibles Designsystem, das Logos, Typografie, Animation und Fotografie integriert, sorgt für eine konsistente und überzeugende Markenpräsenz. Dieser innovative Ansatz hat die Tiroler Festspiele Erl international sichtbar gemacht und das traditionelle Bild eines Opernfestivals grundlegend verändert.

Neben 4 Veneres beim CCA und 3 Nägeln beim ADC Deutschland wurden am Donnerstag in London auch ein Yellow Pencil und ein Graphite Pencil beim D&AD an das Projekt verliehen.

„Unfassbar stolz, unfassbar glücklich – danke an den Kunden, danke an Jonas Kaufmann und Hans-Peter Haselsteiner für ihr Vertrauen und ihren Willen, was ganz Besonderes zu realisieren. Danke auch an Matthias Spaetgens und Philipp-Daniel Weber, die uns bei diesem Projekt mit ihrer Expertise super unterstützt haben. Und natürlich an alle Friends in Wien“, so Roland Radschopf, Executive Creative Director von Scholz & Friends Wien, in einer ersten Stellungnahme.

„Der britische D&AD ist zweifellos eines der wichtigsten internationalen Kreativ-Wettbewerbe. Die beiden Pencils sind eine großartige Würdigung für unser gesamtes Team, die seit Jahren Designprojekte auf höchstem Niveau abliefern“, so Matthias Spaetgens, internationaler Kreativchef von Scholz & Friends, Professor an der Universität für angewandte Kunst Wien und heuer Juryvorsitzender bei den Cannes Lions.

Link zum Casefilm: <https://wpp.box.com/s/ynmf0jndqkbz97yb0t7bm7rh5wj1pagj>



Credits/Projektbeteiligte:

Matthias Spaetgens (Chief Creative Officer)
Roland Radschopf (Executive Creative Director)
Andreas Jakwerth (Photography)
Linda Tomschiczek (Assistant)
Josef Gassebner (Retouching)
Xiomara Bender (Photography Jonas Kaufmann)
Philipp-Daniel Weber (Creative Director)

Franziska Fritz (Art Director)
Franz Frommann (Junior Art Director)
Raffaele Dalla Casa (Junior Art Director)
Nikolaus Link (Text)
Michaela Lutz (Client Service Lead)
Julian Leutgoeb (Project Management)
Andreas Windberger (Project Management)
Thomas Andreasch (Producer)
Blautöne (Sound)

Pressekontakt

Laura Trauntschnig, MSc.
Head of People & Corporate Development
Scholz & Friends Wien
laura.trauntschnig@s-f.com

Über Scholz & Friends Wien

Scholz & Friends Wien mit Sitz am Naschmarkt gehört zur Scholz & Friends Family, einer der führenden Agenturgruppen im deutschsprachigen Raum. Mit mehr als 1.300 Mitarbeitenden an den Standorten Berlin, Brüssel, Düsseldorf, Hamburg, Frankfurt, Stuttgart, Zürich und Wien steht die Scholz & Friends Family für orchestrierte Marketing- und Kommunikationslösungen auf Basis strategischer Kompetenz und kreativer Exzellenz. Aufgestellt als Gruppe von Spezialagenturen bietet die Scholz & Friends Family das gesamte Spektrum moderner Kommunikationslösungen. Zu den Kunden von Scholz & Friends Wien zählen neben EuroMillionen (Österreichische Lotterien) auch Mazda Europa, Hirter Bier, Ski Austria, Bundesforste und Nationalparks Austria.

