



AWARD 2023

für **Marketing+Architektur**

Auszeichnung für hochwertige Corporate Architecture

AUSSCHREIBUNGSREGLEMENT UND KRITERIENKATALOG

14. SEPTEMBER 2023
KURSAAL BERN

b,m!

«Award für Marketing+Architektur»

c/o Baukoma-Marketimpact AG

Rainackerstrasse 4

Postfach

CH-4562 Biberist

T 031 755 85 84

info@marketingarchitektur.ch | info@bkmi.ch

www.marketingarchitektur.ch | www.bkmi.ch

Der 8. «Award für Marketing + Architektur» zeichnet Firmen, Institutionen, Planungsbüros und Bauherrschaften aus, die die Architektur auf qualitätsvolle Weise als Marketinginstrument einsetzen. Das Bauwerk tritt in einen spannenden Dialog mit seinem städtebaulichen Umfeld, überzeugt mit einer hochwertigen Architektur, vermittelt die zentralen Werte der Bauherrschaft angemessen, verkörpert deren Identität und trägt dazu bei, sie zu festigen. Setzung, Raum, Form, Material, Aussenraum, Farb- und Lichtgestaltung sind das Ergebnis einer verantwortungsbewussten Auseinandersetzung mit dem Ort, dem Programm und den Werten der Bauherrschaft. Der Wettbewerb richtet sich neben Grossbetrieben ausdrücklich auch an KMU jeder Grösse, aber auch an die öffentliche Hand. Die Jury nominiert und prämiiert die besten Eingaben aus sechs Kategorien und vergibt einen Jurypreis. Zudem wird mittels E-Voting auch ein Publikumspreis vergeben.

WAS HAT GUTE ARCHITEKTUR MIT MARKETING ZU TUN?

Seit das Bauen sich nicht mehr darauf beschränkt, die Bedürfnisse des nackten Überlebens zu decken, dienen Bauten auch als Kommunikationsmittel. Über die reine Zweckerfüllung hinaus übernehmen sie auch Aufgaben wie Marketing, Repräsentation, Identifikation. Die Jahrtausende alte Kunst, mittels Architektur eine Botschaft zu vermitteln, ist heute aktueller denn je. Gerade in globalisierten Zeiten sind Identität stiftende Bauten unverzichtbar – für international tätige Unternehmen ebenso wie für lokale Firmen und öffentliche Einrichtungen. Wir würdigen Anlagen und Bauten, bei denen Medium und Message ein wirkungsvolles Ganzes bilden. Nicht spektakuläre Eintagsfliegen, sondern vielschichtige Werke, die einen echten baukulturellen Beitrag in Marketing und Architektur leisten.



JUDIT SOLT

Dipl. Arch. ETH SIA, Chefredaktorin TEC21 und Jury-Präsidentin

WIE NUTZT MARKETING DIE ARCHITEKTUR ALS MEDIUM?

Qualitätsvolle Architektur trägt zur Stärkung der Identität von Orten, Firmen, Marken und Institutionen bei. Sie ist der Brückenschlag zwischen Öffentlichkeit, Unternehmen, Institutionen, Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden. Sie ist ein gebauter Ausdruck von Werten. Als solcher hat sie wiederum nachhaltige Auswirkungen auf das Selbstverständnis, die Firmenphilosophie, die Marketingstrategie und die Kommunikation der Bauherrschaft. Baukulturelles Engagement ist eine langfristige Investition in die Identität der Bauherrschaft, sei diese eine politische, ökonomische, kulturelle oder soziale Institution.

Zu den Qualitäten zählen:

- Prägnanz des Ortes und der Darstellung
- Neudefinition von Werten
- Verbesserung der Umgangskultur zwischen Öffentlichkeit, Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden, Partnerorganisationen
- Gestaltungselement in der Kommunikation der Institution, des Unternehmens bzw. der Marke gegenüber Kundinnen und Kunden, Partnerorganisationen, Mitarbeitenden, Aktionären und Öffentlichkeit bezüglich Selbstverständnis, Image, Vertrauen, Innovationsempfinden, etc.
- Stellenwert und Auswirkung von Architektur, Innenausbau, Signalistik, etc. auf die Personalrekrutierung und das Arbeitsklima



JURY 2023



Jury-Präsidentin:

Judit Solt

Dipl. Arch. ETH SIA, Chefredaktorin TEC21



Jury-Vizepräsident:

René Eugster

Creative Director und Founder,
Agentur am Flughafen AG, St. Gallen



Jurymitglieder:

Frank Bodin

Founder bodin.consulting, Chairman furrerhugi
holding ag



Christof Glaus

Dipl. Architekt ETH,
Partner Stücheli Architekten AG, Zürich



Markus Gut

Partner/Head of Farner Branding & Change,
Farner Consulting AG, Beirat ZHdK



Balz Halter

Verwaltungsratspräsident Halter AG,
Zürich



Tristan Kobler

Dipl. Architekt ETH/SIA, Architekturbüro
Holzer Kobler Architekturen, Zürich, Berlin, Köln, Nyon



Anna Kohler

Co-Chefredaktorin & Publizistische Leiterin M&K
| Werbewoche



David Marquardt

Dipl. Arch. ETH/SIA / VSI ASAI, MACH
Architecture Interior Design, Zürich



Anika Müller

Innenarchitektin VSI.ASAI, BFA
Interior Design NYSID



Nina Müller

CEO, Jelmoli AG,
Zürich



Basil Rogger

Dozent Zürcher Hochschule der Künste
und Kulturunternehmer, Zürich



Oliver Schmuki

lic. phil., Senior Editor Branders
Group AG,
Zürich



Daniel Schneider

Dipl. Ing. Architekt SIA
Managing Partner monoplan.,
Zürich



Barbara Sintzel

Leiterin Institut Nachhaltigkeit und Energie am Bau,
Fachhochschule Nordwestschweiz



Pat Tanner

Architekt FH/BSA/SIA,
Partner :mlzd, Biel

- Die Jury ist ein eigenständiges Organ und entscheidet unabhängig von der Award-Organisation.
- Die Jury ist mit Fachleuten aus den Bereichen Architektur, Unternehmertum, Marketing und Kultur zusammengesetzt.
- Über die JURYtätigkeit und ihre Entscheide wird keine Korrespondenz geführt.
- Die Tätigkeit der Jury kann nicht angefochten werden und Neubeurteilungen können nicht verlangt werden.

INHALTSÜBERSICHT

1. Jury 2023	3
2. Termine	4
3. Auszeichnung	4
4. Wettbewerbs-Kategorien	4
5. Eingabeverfahren	4
6. Auswahlverfahren und Award-Verleihung	5
7. Teilnahmeberechtigung	5
8. Teilnahmegebühren	5
9. Änderungsvorbehalte	5
10. Eigentumsübergang	5
11. Weitere Bestimmungen	6
12. Beurteilungskriterien	6

2. TERMINE

ab sofort	Start der Wettbewerbsausschreibung
16. April 2023	Abgabetermin. Einreichung der vollständigen Unterlagen inkl. unterzeichneter Einreichungserklärung
22. Juni 2023	Jurytag
Juni 2023	Bekanntgabe Nominationen
14. September 2023	Award-Verleihung im Kursaal Bern

3. AUSZEICHNUNGEN

An alle Gewinner werden Auszeichnungen in Form von Award-Trophäen vergeben. Zudem erhalten alle Nominierte eine gerahmte Urkunde

4. WETTBEWERBS-KATEGORIEN

Der 8. «Award für Marketing + Architektur» 2023 ist in sechs Kategorien ausgeschrieben:

1. Headquarters, Firmensitze, Büro- und Geschäftshäuser, Industrie- und Gewerbebauten
2. Läden, Kundencenter, Flagship-Stores, Messebauten, temporäre Bauten
3. Publikumsbauten, Sportanlagen, Spitäler, Bahnhöfe, Schulhäuser, Kulturbauten
4. Hotels, Restaurants, Bars, Touristikanlagen, Wellnessanlagen, Residenzen
5. Standortentwicklung, Arealentwicklung, Transformationsprojekte, Aufwertungen, öffentliche Räume, Wohnen, Städtebau, Landschaftsarchitektur, Parkanlagen
6. Publikumspreis mit E-Voting

Publikumspreis

Im Vorfeld kann das Publikum mittels E-Voting seine Stimme abgeben und so den Publikumsliebbling bestimmen.

Erläuterungen zu den Kategorien

Eingaben aus dem Ausland werden den einzelnen Kategorien zugeordnet.

SPEZIALPREIS DER JURY

- Die Jury vergibt für eine ausgewählte, besondere Leistung den «Spezialpreis der Jury».
- Gewürdigt werden dabei herausragende Leistungen insbesondere in Bezug auf die interdisziplinäre Zusammenarbeit im Team, die gesamtgesellschaftliche Relevanz des Themas, die Identität bildende Wirkung des Bauwerks, die baukulturelle Signalwirkung, die Nachhaltigkeit etc.

5. EINGABEVERFAHREN

- Die Ausschreibung ist öffentlich und wird in verschiedenen Branchenmedien und mit einem grösseren Direktmailing publiziert.
- Alle Interessenten, die die Kriterien gemäss Kapitel 7, Teilnahmeberechtigung erfüllen, werden zur Einreichung der Unterlagen aufgerufen.
- Ausgewählte Objekte werden vom Veranstalter zur Vornomination vorgeschlagen.
- Die einreichende Partei teilt schriftlich mit, in welcher Kategorie sie zum Wettbewerb antritt.



6. AUSWAHLVERFAHREN UND AWARD-VERLEIHUNG

- Pro Kategorie werden maximal fünf Eingaben durch die Jury zur Nomination bestimmt.
- Voraussetzung ist eine genügende Auswahl von eingereichten Objekten, welche die Anforderungen der Jury erfüllen.
- An der Award-Verleihung werden die nominierten Eingaben mit einem Video-Trailer (Bild und Sprechtext) präsentiert.
- Die Siegerteams werden erst am Anlass bekannt gegeben und sind im Vorfeld nur der Jury und eingeweihten Personen bekannt.
- Pro Nomination werden zwei Vertreterinnen bzw. Vertreter kostenlos zur Award-Verleihung eingeladen. Diese nehmen allfällig verliehene Preise entgegen.

7. TEILNAHMEBERECHTIGUNG

Es können Bauprojekte eingegeben werden, die nicht älter als vier Jahre alt sind.

- Die Eingaben sind selbst erstellte Arbeiten, an deren Realisierung die Teilnehmerschaft massgeblich beteiligt ist.
- Nach Eingang der Bewerbung erhält die einreichende Partei eine Empfangsbestätigung und eine Rechnung zugestellt. Allfällige fehlende Unterlagen oder Angaben werden nachgefordert.
- Die am Award teilnehmende Partei hält die Rechte am eingereichten Beitrag und überträgt diese im Zusammenhang mit dem Award an die Veranstalter.
- Die eingereichten Objekte sind in der Schweiz oder in Europa gebaut und bis zum Eingabetermin fertig gestellt.

Teilnahmeberechtigt sind folgende Parteien, Personen, Unternehmen:

- Planerinnen und Planer aus den Bereichen Architektur, Innenarchitektur, Landschaftsarchitektur, Städtebau, Szenografie, Lichtarchitektur
- Institutionelle, private oder öffentliche Bauherrschaften, Unternehmen, Projekt- und Immobilienentwickler, Genossenschaften, Gemeinden

- Interne oder externe Fachleute aus den Bereichen Marketing, Corporate Identity
- Weitere

8. TEILNAHMEGEBÜHREN

- Die Teilnahme am Wettbewerb ist kostenpflichtig, es wird eine Gebühr von CHF 290.– plus 7,7% MWST pro Eingabe verrechnet. Die Gebühr hilft die Kosten für den gesamten Jurierungsprozess zu tragen.
- Für Kosten, die durch die Teilnahme am Wettbewerb entstanden sind, werden keine Rückerstattungen gemacht.
- Es werden nur Eingaben zur Jurierung berücksichtigt, deren Zahlungseingang bis am 2. Juni 2023 auf unser Konto erfolgte. Die Rechnung wird mit der Empfangsbestätigung der Eingabe zugestellt.

9. ÄNDERUNGSVORBEHALTE

Die Organisatoren behalten sich das Recht vor, Änderungen an den Bestimmungen und am Reglement vorzunehmen, falls solche aus zwingenden Umständen nötig würden. Einwände dagegen sind nicht möglich.

10. EIGENTUMSÜBERGANG

Die eingereichten Unterlagen gehen in das Eigentum der Organisatorin über. Eine Copyright-Erklärung und Genehmigung für Veröffentlichung im Zusammenhang mit dem 8. «Award für Marketing + Architektur» ist den Unterlagen beizulegen. Die Unterlagen werden ausschliesslich im Zusammenhang mit dem Award verwendet.



11. WEITERE BESTIMMUNGEN

Mit der Teilnahme am Award anerkennen die Teilnehmenden das vorliegende Ausschreibungsreglement, die Teilnahmebedingungen, die Einreichungsunterlagen und allfällige Nachträge. Fehlende bzw. falsche Angaben zu den Personen oder Objektdaten können zur unwiderruflichen Disqualifikation des Teilnehmers führen. Gerichtsstand ist das Domizil der Organisation. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

12. BEWERTUNGSKRITERIEN

Die hier aufgeführten Punkte sollen einen Eindruck geben, nach welchen Kriterien die Jury Ihre Beurteilung vornehmen wird. Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit.

BRIEFING

Eine beispielhafte Zusammenarbeit zwischen Bauherrschaft, Marketingverantwortlichen und Planenden ist Voraussetzung für eine gehaltvolle Umsetzung unternehmerischer und architektonischer Ziele. Das Briefing der Unternehmensleitung / des Marketingbeauftragten / des Corporate Architecture-Verantwortlichen an das Architekturbüro und die gemeinsame Auseinandersetzung sind zentrale Elemente für die erfolgreiche Kooperation. Die relevanten Themen sind:

- Werte, Vision, Positionierung der Bauherrschaft am Markt
- Bedürfnisse von Kundschaft, Mitarbeitenden, Öffentlichkeit
- Definierte Grundhaltung der Bauherrschaft zu Architektur und Baukultur
- Werte, Philosophie, Identität, Corporate Design, Elemente der Markenführung usw. in konstruktiver und gestalterischer Sicht

KONZEPT

Das Konzept bestimmt nachhaltig die Arbeit, hier wird der Grundstein für ein erfolgreiches Projekt gelegt. Kontextuelle Parameter und Ansprüche an die Darstellung zentraler Werte (einer Marke, eines Orts, einer Organisation, etc.) verschmelzen zu einer Einheit.

- Glaubwürdigkeit und Angemessenheit des Konzeptes
- Einzigartigkeit und Innovationsgehalt
- Subtiler Transport von Identität stiftenden Werten
- Konzeptionelle Unterstützung eines publikums-, produktions- und kundenorientierten Prozesses
- Einbezug der Nachhaltigkeit usw.

UMSETZUNG

Eine gehaltvolle Einbindung des Gebäudes in den Kontext und die eigenständige Architektur als Ausdruck einer spezifischen Identität zeichnen ein gutes Projekt aus.

Kulturelle Werte und die Haltung des Unternehmens zeigen sich in einer prägnanten Architektur.

- Zeichenhaftigkeit, Nah- und Fernwirkung, Angemessenheit
- Tag- und Nachterscheinung
- Szenografie und Erlebnisqualität
- Nachhaltigkeit, Material-, Farb- und Lichtkonzept, Signaletik
- Zusammenspiel von Städtebau, Architektur, Innenarchitektur, Licht, Landschaftsarchitektur
- Form-, Farb- und Materialisierungskonzepte als Träger der Marketingbotschaft, als Verbindung der Marke und der Tätigkeit des Bauherrn
- Nutzungsvariabilität und Arbeitsplatzqualität
- Wirtschaftlichkeit

WEITERES

- Die Bewertung erfolgt nicht anhand von Projektgrösse und Investitionsvolumen.

Die Eingaben müssen in deutscher Sprache erfolgen. Die Award-Feier findet ebenfalls in deutscher Sprache statt, ohne Simultanübersetzung.

