

YOUNG  
CREATIVE  
CHEVROLET

2012 ART  
CONTEST

# YCC HANDBUCH: WETTBEWERBSINFORMATIONEN FÜR HOCHSCHULEN

Designwettbewerb in 4 Kategorien:

- » MODE
- » FOTOGRAFIE
- » VIDEO
- » VISUAL ARTS

PRÄSENTIERT VON



CHEVROLET



# INHALT

- 
- SEITE 3 ÜBERBLICK: YOUNG CREATIVE CHEVROLET  
*Hintergrund*  
*Die Entwicklung des Wettbewerbs*  
*Über Chevrolet*
- SEITE 4 YCC BIETET CHANCEN  
*Warum Ihre Hochschule teilnehmen sollte*
- SEITEN 5–7 ALLGEMEINE WETTBEWERBSBESTIMMUNGEN  
*Teilnahme*  
*Anmeldung*  
*Zeitplan und Ablauf*  
*Einreichen der Wettbewerbsbeiträge*  
*Auswahlprozess (nationale und europäische Ebene)*  
*Preise*
- SEITEN 8–9 RÜCKBLICK: YCC 2011  
*Die europäischen Gewinner*  
*Die europäische Jury*
- SEITEN 10–13 AUFGABENSTELLUNGEN YCC 2012
- SEITE 14 SCHLUSSWORT  
*Wayne Brannon zu YOUNG CREATIVE CHEVROLET*  
*YCC im Laufe der Jahre*
- SEITE 15 BEWERBUNGSSCHLUSS

# ÜBERBLICK: YOUNG CREATIVE CHEVROLET

## HINTERGRUND

YOUNG CREATIVE CHEVROLET (YCC) wurde 2007 von Chevrolet Europe als paneuropäischer Hochschulwettbewerb ins Leben gerufen. Mit YCC möchte Chevrolet kreatives Schaffen fördern und aufstrebende junge Künstler unterstützen. Darüber hinaus zielt der Wettbewerb darauf ab, die Grundwerte der Marke in der Öffentlichkeit zu festigen. Als YCC vor fünf Jahren startete, nahmen Studenten von 32 Design- und Kunsthochschulen aus acht Ländern teil – aber das war erst der Anfang.

In den letzten fünf Jahren ist die Anzahl der Wettbewerbsteilnehmer stetig gestiegen. Allein 2011 gab es 552 Einsendungen von 155 Hochschulen aus 22 Ländern. Jedes Jahr sind die teilnehmenden Studenten aufs Neue begeistert von den kreativen Herausforderungen in den Kategorien Mode, Fotografie, Video und Visual Arts.

Auch in diesem Jahr wollen wir wieder etwas ganz Besonderes aus unserem Wettbewerb machen. Seid dabei und stellt gemeinsam mit uns etwas Einzigartiges auf die Beine!

## DIE ENTWICKLUNG DES WETTBEWERBS

Die Teilnehmerzahlen bei YCC steigen stetig und damit auch das Renomee des Wettbewerbs. YCC zieht immer mehr Studenten und Hochschulen aus immer mehr Ländern an und erreicht damit auch eine höhere Wahrnehmung in der Öffentlichkeit.

Unsere Jurymitglieder sind allesamt Experten auf ihren Gebieten. Die Werke werden sowohl auf nationaler, als auch auf europäischer Ebene bewertet. Die ersten drei Plätze jeder Kategorie erhalten ein Preisgeld und eine Einladung zur Preisverleihung. Die europäischen Gesamtsieger erhalten zudem einen exklusiven Blick hinter die Kulissen ihres jeweiligen Fachbereichs.

Anerkennung, Publicity und ein Einblick ins Berufsleben sind nur aber einige der Vorteile von YCC.

## ÜBER CHEVROLET

Chevrolet ist die viertgrößte Automarke weltweit und mit Sicherheit eine der kultigsten. Weitere Informationen zu Chevrolet und dem 100-jährigen Jubiläum des Unternehmens unter: <http://www.chevrolet-europe.com>

# YCC BIETET CHANCEN

## WARUM IHRE HOCHSCHULE TEILNEHMEN SOLLTE

### DIE VORTEILE FÜR IHRE STUDENTEN

YOUNG CREATIVE CHEVROLET bietet ihren Studenten die einmalige Gelegenheit, ihr Können zu beweisen und weiter auszubauen – in Zusammenarbeit mit einer internationalen Automarke.

#### YCC bietet folgende Vorteile:

- Alle Aufgabenstellungen stehen in direktem Zusammenhang mit den Studienrichtungen der Teilnehmer.
- Die Studenten treffen andere Studenten aus ganz Europa und erhalten kreativen Input.
- Alle Studierenden erhalten die Chance, auf Experten ihrer jeweiligen Fachbereiche zu treffen.
- YCC ist die erste Stufe auf dem Weg ins Berufsleben.

### DIE VORTEILE FÜR IHRE HOCHSCHULE

YOUNG CREATIVE CHEVROLET bietet Studierenden und Hochschulen eine Plattform, auf der sie Verbindungen zu Experten aus Wirtschaft, Kultur und Medien knüpfen können.

#### Warum Ihre Hochschule an diesem Wettbewerb teilnehmen sollte:

- Jede teilnehmende Hochschule profitiert von der gesamteuropäischen Berichterstattung. YCC wird während des gesamten Zeitraums medial sowie auf entsprechenden Websites begleitet.
- Um an dem Wettbewerb teilzunehmen, fallen weder Teilnahmegebühren noch andere finanzielle Aufwendungen an.

#### Weitere Informationen unter:

[www.youngcreativechevrolet.eu](http://www.youngcreativechevrolet.eu)

# ALLGEMEINE WETTBEWERBS- BESTIMMUNGEN: TEILNAHME

2011/2012 richtet die Chevrolet Europe GmbH mit Sitz in der Stelzengasse 4 in 8152 Glattbrugg (Zürich, Schweiz) zum sechsten Mal den Hochschulwettbewerb YOUNG CREATIVE CHEVROLET aus. Dieser richtet sich an junge Künstler und deckt die folgenden vier Kategorien ab: Mode, Fotografie, Video und Visual Arts.

## WER DARF TEILNEHMEN?

- Die Teilnahme ist ausschließlich auf Studierende der Hochschulen und Akademien beschränkt, die sich für den Wettbewerb angemeldet haben (siehe auch: Die Online-Anmeldung). Darüber hinaus sind nur Studierende zugelassen, die nach dem 1. Januar 1982 geboren und damit zu Wettbewerbsbeginn nicht älter als 30 Jahre sind.
- Mitarbeiter von Chevrolet Europe und deren Angehörige sowie Personen mit einer Verbindung zum Unternehmen oder den Jurymitgliedern sind von der Teilnahme ausgeschlossen.
- Eine Teilnahmegebühr oder andere finanzielle Aufwendungen fallen nicht an.

## HOCHSCHULEN UND AKADEMIEEN – SO NEHMEN SIE TEIL

1. Vorstellung des Wettbewerbs und der Aufgabenstellungen bei den Studierenden.
2. Auswahl der für die Hochschule relevanten Kategorien: Mode, Fotografie, Video und/oder Visual Arts. Bitte beachten Sie: Jede Hochschule darf pro Wettbewerbskategorie maximal 10 Beiträge einreichen.
3. Online-Anmeldung bis zum 31. Dezember 2011 unter [www.youngcreativechevrolet.eu](http://www.youngcreativechevrolet.eu) (siehe auch: Die Online-Anmeldung).
4. Ermitteln Sie die Studierenden, die an dem Wettbewerb teilnehmen möchten. Eingereicht werden können Einzel- oder Gruppenarbeiten (maximal fünf Studierende pro Gruppe).

5. Senden Sie die Teilnehmerliste inklusive E-Mail-Adressen der Studierenden an [yccregistration@setouts.co.uk](mailto:yccregistration@setouts.co.uk)
6. Setzen Sie sich mit dem jeweiligen YCC-Ansprechpartner in Ihrem Land in Verbindung.

## DIE ONLINE-ANMELDUNG

Anmeldung in drei Schritten:

1. Besuchen Sie die Website [www.youngcreativechevrolet.eu](http://www.youngcreativechevrolet.eu).
2. Wählen Sie die für Ihre Hochschule relevanten Kategorien.
3. Füllen Sie den Anmeldebogen komplett aus.

**Bewerbungsschluss für Hochschulen ist der 31. Dezember 2011. Pro Hochschule ist nur eine Registrierung erforderlich!**

BEI RÜCKFRAGEN WENDEN SIE SICH BITTE AN:

Tel.: +44 (0)75 404 88 254

E-Mail: [yccregistration@setouts.co.uk](mailto:yccregistration@setouts.co.uk)

## STUDIERENDE – WAS IHR WISSEN MÜSST

Ihr werdet von eurer Hochschule über die verschiedenen Wettbewerbskategorien und Aufgabenstellungen informiert. Die Teilnahmebedingungen findet ihr auch auf der YCC-Website. Sobald eure Hochschule für den Wettbewerb angemeldet ist, könnt ihr – alleine oder in einer Gruppe von bis zu fünf Personen – mit der Projektarbeit starten.

Weitere Informationen findet ihr unter:

[www.youngcreativechevrolet.eu](http://www.youngcreativechevrolet.eu)

# ALLGEMEINE WETTBEWERBS- BESTIMMUNGEN: ZEITPLAN UND ABLAUF

## ÜBERSICHT

- YCC startet in die sechste Runde:  
*September 1, 2011*
- Bewerbungsschluss für Hochschulen:  
*31. Dezember 2011*
- Einsendeschluss für Wettbewerbsbeiträge:  
*1. April 2012*
- Nationale Jurysitzung und Preisverleihung:  
*Mai 2012*
- Europäische Jurysitzung:  
*Juli 2012*
- Europäische Preisverleihung:  
*September 2012*

## AUFGABENSTELLUNGEN

Alle Hochschulen erhalten dieselben Wettbewerbsrichtlinien und Aufgabenstellungen zur Kenntnis.

## PROJEKTENTWICKLUNG

Sobald sich die Hochschule offiziell für YCC registriert hat, können die Studierenden – in Einzel- oder Gruppenarbeiten (maximal fünf Personen pro Gruppe) mit der Umsetzung ihrer Projektarbeiten starten.

Jeder Studierende kann in verschiedenen Wettbewerbskategorien teilnehmen, darf jedoch nur ein Projekt pro Kategorie einreichen. Jede Hochschule kann in einer oder mehreren Kategorien teilnehmen, darf jedoch pro Kategorie maximal zehn Projekte einreichen.

Weiterführende Informationen und technische Spezifikationen sind bei den offiziellen Aufgabestellungen (ab Seite 10) zu finden.

## EINREICHEN DER WETTBEWERBS- BEITRÄGE

Alle eingereichten Wettbewerbsbeiträge müssen eigenständig erarbeitete Werke der Studierenden sein. Mit Einreichen des Beitrags versichern die Teilnehmer, dass keine anderen Quellen als die angegebenen verwendet wurden (z. B. Musik, Fotos, Videos, Filme oder Werbeclips). Wünscht ein Teilnehmer, eine andere Arbeit teilweise oder vollständig in sein Projekt zu integrieren, muss er eine schriftliche Erlaubnis für eine uneingeschränkte und weltweite Verwendung der Arbeit von Chevrolet durch den Rechteinhaber und jede Dritt-Rechtsinstanz einholen und diese seiner Einsendung beilegen.

Die Projekte sind weder direkt von Chevrolet beauftragt, noch vertreten sie die Sicht des Unternehmens.

# ALLGEMEINE WETTBEWERBS- BESTIMMUNGEN: AUSWAHLPROZESS UND PREISE

## ÜBERSICHT

Die erste Auswahl wird von einer Jury auf nationaler Ebene getroffen. Pro Kategorie werden drei Projekte prämiert (1., 2. und 3. Platz). Das Gewinnerprojekt jeder Kategorie nimmt automatisch am europäischen Entscheid teil.

Ziel des Wettbewerbs ist es, kreatives Schaffen zu fördern und junge Künstler zu unterstützen. Unangemessen erarbeitete Projekte, die dem Image der Marke Chevrolet schaden könnten, werden nicht akzeptiert. Chevrolet behält sich in diesem Fall das Recht vor, derartige Projekte zu disqualifizieren.

## AUSWAHLPROZESS

• **LANDESEBENE:** Zunächst trifft eine nationale Jury eine Erstausswahl auf Landesebene. In jeder Wettbewerbskategorie werden drei Preise vergeben. Der Sieger in jeder Kategorie qualifiziert sich automatisch für den europäischen Entscheid. Pro Kategorie kann es nur ein Gewinnerprojekt geben. Die Jury setzt sich aus bekannten Künstlern, Designern, Fotografen, Journalisten und hochrangigen Vertretern von Chevrolet zusammen. Die Sieger auf Landesebene werden ab Mai 2012 bekanntgegeben und ziehen damit in das europäische Finale ein.

• **EUROPAEBENE:** Die Zweitauswahl wird von einer europäischen Jury aus bekannten Künstlern, Designern, Fotografen, Journalisten und hochrangigen Vertretern von Chevrolet getroffen.

Die Ergebnisse der europäischen Endausscheidung werden im Juli 2012 bekannt gegeben. Die Preisverleihung wird im Rahmen einer internationalen Chevrolet-Veranstaltung erfolgen. In den vergangenen Jahren fanden die Preisverleihungen in Paris, Turin, Berlin und London statt.

Alle Jurysitzungen finden unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt.

## RECHTE

Die ausgezeichneten Projekte bleiben Eigentum der Chevrolet Europe GmbH, die sich das Recht vorbehält, sie in ihrer Kommunikation in den Medien, auf Automessen, in Autohäusern sowie für PR-Maßnahmen und Veranstaltungen zu verwenden. Projekte, die keinen Preis erhalten haben, können an ihre Urheber zurückgegeben werden. Chevrolet Europe verpflichtet sich dazu, keinen Handel mit den Gewinnerprojekten zu betreiben.

## YCC 2012 – DIE PREISE

### LANDESWETTBEWERB:

- Erster Preis: € 1.200
- Zweiter Preis: € 800
- Dritter Preis: € 500

### EUROPAWEITER WETTBEWERB:

- **Erster Preis MODE:** Ein Geldpreis in Höhe von 4.000 Euro und ein exklusiver Blick hinter die Kulissen im Bereich Mode.
- **Erster Preis FOTOGRAFIE:** Ein Geldpreis in Höhe von 4.000 Euro und ein exklusiver Blick hinter die Kulissen im Bereich Fotografie.
- **Erster Preis VIDEO:** Ein Geldpreis in Höhe von 4.000 Euro und ein exklusiver Blick hinter die Kulissen im Bereich Video.
- **Erster Preis VISUAL ARTS:** Ein Geldpreis in Höhe von 4.000 Euro und ein exklusiver Blick hinter die Kulissen im Bereich Visual Arts.

Der „Blick hinter die Kulissen“ beinhaltet in den vergangenen Jahren zum Beispiel Foto-, Musik- und Videoassistenzen bei professionellen Aufnahme-Sessions, einen Vor-Ort-Besuch beim Fernsehproduktionsunternehmen Endemol in Frankreich sowie beim Modelabel Lipsy in England.

### Weitere Preisgelder für alle Kategorien:

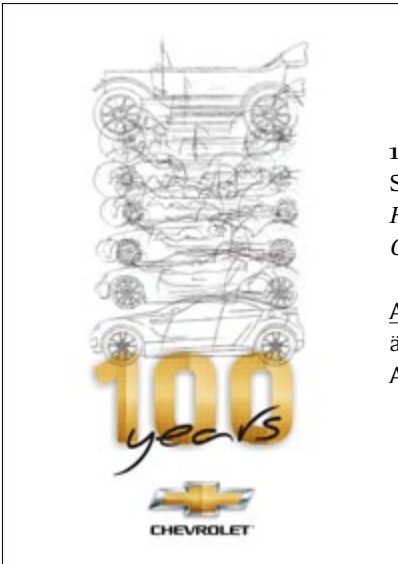
- Zweiter Preis: € 3.000
- Dritter Preis: € 2.000

Die Preise werden den Studierenden persönlich im Rahmen einer feierlichen Galaveranstaltung, der YCC Award Night, überreicht.

## HINWEIS

Mit der Teilnahme an YOUNG CREATIVE CHEVROLET erklären sich die Studierenden mit allen Regeln des Wettbewerbs einverstanden und verzichten auf jegliche Beschwerden gegen Chevrolet Europe. Chevrolet Europe behält sich das Recht vor, den Wettbewerb ohne vorherige Ankündigung zu modifizieren, zu verlängern oder zu unterbrechen.

# RÜCKBLICK: YCC 2011 DIE EUROPÄISCHEN GEWINNER



## 1. PREIS VISUAL ARTS

Sofia Stergiopoulou  
Hochschule: OMIROS,  
Griechenland

Aus der Jurybegründung: „...sehr ästhetisch, hat zu 100 Prozent die Aufgabenstellung erfüllt...“

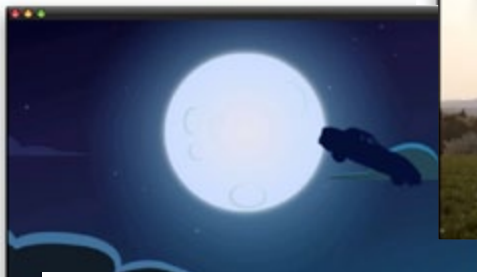


## 1. PREIS FOTOGRAFIE

Juliana Křížová and Jakub Vlček

Hochschule: Univerzita Tomáše Bati, Tschechien

Aus der Jurybegründung: „Wenn man genau hinschaut, entdeckt man verschiedene Geschichten in dem Bild. Das Foto kombiniert eindrucksvolle Lichtspiele mit einer starken Bildkomposition.“



## 1. PREIS VIDEO (UNENTSCHEIDEN)

(linke Abbildung) Clément Dufour, Xavier Lebu, Arthur Sotto,  
Pierre Valdivielso, Ludovic Versace

Hochschule: Ecole Emile Cohl de Lyon, Frankreich

(rechte Abbildung) Petr Bača, Jan Berghauer, Tomáš Hercog

Hochschule: AA&RF FUD UJEP (Atelier of Applied and Advertising  
Photography, Faculty of Arts and Design at J.E. Purkyně  
University) Ústí nad Labem, Tschechien

Aus der Jurybegründung: „Beide Werke waren so unterschiedlich, dass man sie unmöglich miteinander vergleichen konnte ... Wir fanden beide großartig, jedes auf seine eigene, einzigartige Weise...“

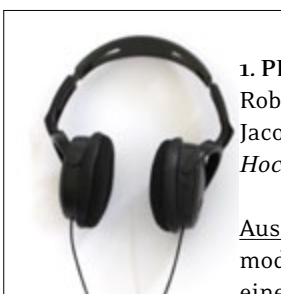


## 1. PREIS MODE

LUBICA MILDEOVÁ

Hochschule: FA STU Bratislava,  
Slowakei

Aus der Jurybegründung: „...sehr modisch – das Outfit könnte aus einer aktuellen Kollektion stammen ...“



## 1. PREIS MUSIK

Roberto Attanasio, Michele Baldi,  
Jacopo Bruschini

Hochschule: IED Roma, Italien

Aus der Jurybegründung: „...ein moderner, optimistischer Song mit einem überzeugenden Aufbau ...“

**SÄMTLICHE YCC 2011 GEWINNER SIND  
AUF DER WEBSITE GENANNT:  
WWW.YOUNGCREATIVECHEVROLET.EU**

# RÜCKBLICK: YCC 2011



## DIE EUROPÄISCHE JURY

Im Juli 2011 traf sich die europäische Jury im portugiesischen Porto, um die internationalen YCC-Gewinner 2011 zu ermitteln.

Die Jury setzte sich aus führenden Vertretern der Kunst- und Kreativbranche sowie Chevrolet-Vertretern zusammen (alphabetisch sortiert):

### WILL HUDSON, VISUAL ARTS

Will Hudson gründete das preisgekrönte Kreativberatungs- und Designstudio „It’s Nice That“. Er erhielt das „Adobe Future Creative“-Stipendium von D&AD im Jahre 2009 und wurde zu einem der „Say Media’s Top 100 Voices that Matter in 2011“ gewählt.

### SAMUEL PRAT, VIDEO

Samuel Prat leitet das angesehene „Off-Courts Festival“, ein Kurzfilmfestival, das in Trouville-sur-mer (Frankreich) während des „Deauville American Film Festivals“ stattfindet.

### SVEN SCHÄFERKORD, MUSIK

Sven Schäferkord ist Senior Director Brand Partnership G/S/A und Managing Director OCEAN artist&brand GmbH, einer Tochter der Sony Music Entertainment Germany GmbH.

### TIBERIO TIMPERI, LIFESTYLE MEDIEN

Tiberio Timperi ist ein bekannter italienischer Fernseh-Moderator und Journalist. Neben seiner Tätigkeit für den italienischen Sender RAI arbeitet er als Buchautor und Schauspieler.

## CHEVROLET JURYMITGLIEDER

### WAYNE BRANNON

President and Managing Director, Chevrolet Europe

### MARC KEMPE

Director, Public Relations, Chevrolet Europe

### JEFF PERKINS

Director, Design UK Advanced Studio, Chevrolet Europe

### IGOR TODOROVIC, MODE

Igor Todorovic ist Chefredakteur bei Fashion TV SEE (South East Europe) und Creative Director der Pink Media Group. Er startete seine Karriere im Bereich Modedesign und hat sich als preisgekrönter Modejournalist einen Namen gemacht.

### KERSTIN ZU PAN, FOTOGRAFIE

Kerstin zu Pan hat ihr eigenes Fotostudio in Berlin und ist auf Fine Art-, Mode-, Portrait- und Werbefotografien spezialisiert. Ihre hochgelobten Werke wurden bereits in zahlreichen Publikationen veröffentlicht.

YCC 2012

# AUFGABENSTELLUNG: MODE

## WETTBEWERBSTHEMA 2012: MAKE IT HAPPEN

Chevrolet ist inzwischen 100 Jahre alt und als viertgrößte Automarke weltweit in 130 Ländern vertreten. Alle 7,4 Sekunden kauft jemand irgendwo auf der Welt einen Chevrolet. In diesem Jahr hat Chevrolet im Zusammenhang mit dem Launch sieben neuer Fahrzeugmodelle eine neue globale Kampagne ins Leben gerufen – mit einer Botschaft, die perfekt zur Marke passt: Make it Happen.

Damit wollen wir zum Ausdruck bringen, dass das Leben voller Möglichkeiten steckt - und egal, was ihr tun, ändern oder sein wollt, jetzt ist genau der richtige Zeitpunkt dafür.

Mit YCC 2012 suchen wir nach fantasievollen, einzigartigen Interpretationen dieser Botschaft. Und wer könnte sich dieser Herausforderung besser stellen, als aufstrebende junge Talente aus ganz Europa? Also versucht es doch einfach mal! Viel Spaß dabei und vor allem: Make it Happen!

## ROAD TRIP FANTASIEN

Was ist das Besondere an einem Road Trip? Was verbindet ihr damit? Egal, ob es die endlose Straße, die weite Landschaft oder das Gefühl der Freiheit ist - ihr braucht ein Outfit, das zu diesem Abenteuer passt.

Entwerft ein Männer- oder Frauen-Outfit für den Road Tripper eurer Träume - in einem Chevrolet eurer Wahl. Und egal, wohin es gedanklich gehen soll: Das Ziel ist es, dieses Gefühl modisch zu erfassen und es durch das Outfit widerzuspiegeln.

### HINWEISE ZUR UMSETZUNG

- Das Chevrolet Modell (egal, welches Fahrzeugmodell aus welchem Jahr) muss nicht im Design zu sehen sein, sollte jedoch als Inspiration dienen. Das Modell sollte bei der Einreichung angegeben werden - zum Beispiel im Arbeitstitel, in der Skizze oder der Erläuterung.
- Das Chevrolet Logo muss nicht im Design zu sehen sein.

### HINWEIS

Die erstplatzierten Gewinnerbeiträge der nationalen Entscheide nehmen automatisch an der europäischen Endausscheidung teil. Hierfür wird ein Prototyp des Outfits in europäischer Standard-Kleidergröße 38 (für Frauen) bzw. 50 (für Männer) benötigt.

### EINZUREICHEN SIND

- Eine Zeichnung der Vorderansicht sowie eine Zeichnung der Rückansicht, jeweils in zweifacher Ausführung auf Schaumstoffplatte fixiert (Format: DIN A3).
- Informationen zu den vorgeschlagenen Materialien und dem geschätzten Aufwand (z. B. Fertigungskosten, Herstellungsmöglichkeiten, Herstellungsdauer), ein Stoffmuster sowie der Name des Chevrolet Modells (s. o.).
- Eine digitale Version der Zeichnungen als JPEG mit einer Auflösung von 300 dpi (DIN A4) auf CD oder USB-Stick.

Bitte vermerkt auf den Arbeiten euren vollständigen Namen, eure E-Mail-Adresse, eure Handynummer sowie den Namen eurer Hochschule.

**YCC 2012**

# AUFGABENSTELLUNG: FOTOGRAPHIE

## WETTBEWERBSTHEMA 2012: MAKE IT HAPPEN

Chevrolet ist inzwischen 100 Jahre alt und als viertgrößte Automarke weltweit in 130 Ländern vertreten. Alle 7,4 Sekunden kauft jemand irgendwo auf der Welt einen Chevrolet. In diesem Jahr hat Chevrolet im Zusammenhang mit dem Launch sieben neuer Fahrzeugmodelle eine neue globale Kampagne ins Leben gerufen – mit einer Botschaft, die perfekt zur Marke passt: Make it Happen.

Damit wollen wir zum Ausdruck bringen, dass das Leben voller Möglichkeiten steckt - und egal, was ihr tun, ändern oder sein wollt, jetzt ist genau der richtige Zeitpunkt dafür.

Mit YCC 2012 suchen wir nach fantasievollen, einzigartigen Interpretationen dieser Botschaft. Und wer könnte sich dieser Herausforderung besser stellen, als aufstrebende junge Talente aus ganz Europa? Also versucht es doch einfach mal! Viel Spaß dabei und vor allem: Make it Happen!

## DIE ZEIT IST REIF

Wenn sich Vergangenheit und Zukunft kreuzen, gibt es einen kurzen Moment, in dem sich alles entscheidet.

Eure Aufgabe ist es, die Magie eines solchen Augenblicks, den Kern der Botschaft „Make it Happen“, in einem Bild einzufangen. Und auch, wenn das Bild möglicherweise verpasste Chancen aufzeigt, sollte der Fokus doch auf der Zukunft liegen - und all den Möglichkeiten, die sie eröffnet.

### EINZUREICHEN SIND

- Zwei Papierabzüge im Format 40 x 60 cm mit einem 3 cm breiten, weißen Rand, fixiert auf Schaumstoffplatte.
- Je ein TIFF und ein JPEG des Fotos auf CD oder USB-Stick mit einer Auflösung von 300 dpi (DIN A4).

### HINWEISE ZUR UMSETZUNG

- Chevrolet Fahrzeuge müssen nicht im Bild zu sehen sein.
- Die Verbindung zur Marke sollte vielmehr durch einen Hinweis auf deren Ursprung hergestellt werden - einen wortwörtlichen oder symbolischen Zusammenhang zu den USA.
- Unangemessene Bilder, die der Marke Chevrolet schädigen könnten, werden nicht akzeptiert. Chevrolet Europe behält sich das Recht vor, entsprechende Bilder zu disqualifizieren.

Bitte vermerkt auf den Arbeiten euren vollständigen Namen, eure E-Mail-Adresse, eure Handynummer sowie den Namen eurer Hochschule.

YCC 2012

# AUFGABENSTELLUNG: VISUAL ARTS

## WETTBEWERBSTHEMA 2012: MAKE IT HAPPEN

Chevrolet ist inzwischen 100 Jahre alt und als viertgrößte Automarke weltweit in 130 Ländern vertreten. Alle 7,4 Sekunden kauft jemand irgendwo auf der Welt einen Chevrolet. In diesem Jahr hat Chevrolet im Zusammenhang mit dem Launch sieben neuer Fahrzeugmodelle eine neue globale Kampagne ins Leben gerufen – mit einer Botschaft, die perfekt zur Marke passt: Make it Happen.

Damit wollen wir zum Ausdruck bringen, dass das Leben voller Möglichkeiten steckt - und egal, was ihr tun, ändern oder sein wollt, jetzt ist genau der richtige Zeitpunkt dafür.

Mit YCC 2012 suchen wir nach fantasievollen, einzigartigen Interpretationen dieser Botschaft. Und wer könnte sich dieser Herausforderung besser stellen, als aufstrebende junge Talente aus ganz Europa? Also versucht es doch einfach mal! Viel Spaß dabei und vor allem: Make it Happen!

# LEBENSGEFÜHL ZUM ANZIEHEN

## Make it Happen – Make a Statement!

Entwerft ein einzigartiges Special Edition-Design für ein T-Shirt oder einen Kapuzenpulli, inspiriert durch das Motto „Make it Happen“. Zeigt die Dynamik, die hinter dieser Botschaft steckt - und das damit verbundene Lebensgefühl!

### HINWEISE ZUR UMSETZUNG

- Es gibt keine Farbvorgaben bezüglich des Designs.
- Das Design sollte sich zur maschinellen Fertigung auf Baumwollstoffen eignen.
- Das Chevrolet Logo sollte nicht das Herzstück des Entwurfs sein. Solltet ihr es dennoch in euer Design integrieren wollen, beachtet bitte die offiziellen Richtlinien der europäischen Corporate Design Standards. Auch wenn das vierfarbige Logo ohne R in der Regel bevorzugt wird, könnt ihr an dieser Stelle gerne das Umriss-Logo verwenden, wenn der Produktionsprozess dadurch erleichtert werden sollte. Ein gesticktes Logo findet ihr hier: [www.youngcreativechevrolet.eu](http://www.youngcreativechevrolet.eu)
- Unangemessene Bilder, die der Marke Chevrolet schädigen könnten, werden nicht akzeptiert. Chevrolet Europe behält sich das Recht vor, derartige Entwürfe zu disqualifizieren.

### HINWEIS

Mindestens eines der europäischen Gewinner-Designs wird im Herbst 2012 oder Sommer 2013 in begrenzter Stückzahl als Sonderedition hergestellt und gemeinsam mit der regulären Chevrolet Merchandising-Kollektion verkauft.

### EINZUREICHEN SIND

- Zwei DIN A2-Kopien (Hochformat, 594 x 841 mm) auf Schaumstoffplatte, ohne Ränder (Anschnitt): eine, die das reine Design-Layout zeigt, sowie eine zweite, die das Design auf einem T-Shirt und einem Kapuzenpulli zeigt. Hinsichtlich der Art und Qualität des verwendeten Papiers gibt es keine Vorgaben.
- Eine EPS/TIFF-Datei (300 dpi, DIN A1) sowie ein JPEG (150 dpi, A4) des Designs auf CD, DVD oder USB-Stick.
- Der Datenträger sollte darüber hinaus auch technische Informationen enthalten (Farb-Pantones, Kommentare etc.), die für die Umsetzung des Projekts nützlich sein könnten.
- Unangemessene Bilder, die der Marke Chevrolet schädigen könnten, werden nicht akzeptiert. Chevrolet Europe behält sich das Recht vor, derartige Entwürfe zu disqualifizieren.

Bitte vermerkt auf den Arbeiten euren vollständigen Namen, eure E-Mail-Adresse, eure Handynummer sowie den Namen eurer Hochschule.

YCC 2012

# AUFGABENSTELLUNG: VIDEO

## WETTBEWERBSTHEMA 2012: MAKE IT HAPPEN

Chevrolet ist inzwischen 100 Jahre alt und als viertgrößte Automarke weltweit in 130 Ländern vertreten. Alle 7,4 Sekunden kauft jemand irgendwo auf der Welt einen Chevrolet. In diesem Jahr hat Chevrolet im Zusammenhang mit dem Launch sieben neuer Fahrzeugmodelle eine neue globale Kampagne ins Leben gerufen – mit einer Botschaft, die perfekt zur Marke passt: Make it Happen.

Damit wollen wir zum Ausdruck bringen, dass das Leben voller Möglichkeiten steckt - und egal, was ihr tun, ändern oder sein wollt, jetzt ist genau der richtige Zeitpunkt dafür.

Mit YCC 2012 suchen wir nach fantasievollen, einzigartigen Interpretationen dieser Botschaft. Und wer könnte sich dieser Herausforderung besser stellen, als aufstrebende junge Talente aus ganz Europa? Also versucht es doch einfach mal! Viel Spaß dabei und vor allem: Make it Happen!

## VERBREITET DIE BOTSCHAFT

Reine Unterhaltung oder sozialer Katalysator? Die Macht eines Videos sollte nicht unterschätzt werden!

Wolltet ihr nicht auch schon mal etwas in eurem Leben, der Gesellschaft oder der Welt ändern? Kreiert ein virales Video, das die Menschen dazu bewegt, etwas aus ihrem Leben zu machen. Wir möchten die Menschen zum Handeln anregen – nicht auf etwas Bestimmtes bezogen, sondern ganz allgemein – und zwar, bevor sie die nächste Gelegenheit dazu verpassen.

sichtslosem Fahrverhalten) oder dessen Förderung sowie politische, religiöse oder sexuelle Themen.

### HINWEIS

Das europäische Sieger-Video wird auf Chevrolet Social Media-Plattformen in ganz Europa, eventuell auch weltweit, eingebunden.

### HINWEISE ZUR UMSETZUNG

- Alle in der Arbeit verwendeten Elemente sollten Originale sein (siehe Seite 6).
- Die Grundstimmung des Videos sollte fröhlich, optimistisch und motivierend sein.
- Das Konzept sollte möglichst nicht sprachgebunden, sondern visueller und/oder musikalischer Natur sein. Denkt daran, dass es in verschiedenen Sprachen funktionieren muss.
- Alle Videos sollten am Ende eine kurze „powered by YOUNG CREATIVE CHEVROLET“-Sequenz beinhalten, die auf [www.youngcreativechevrolet.eu](http://www.youngcreativechevrolet.eu) heruntergeladen werden kann.
- Das YCC Logo sollte Bestandteil des Videos sein, das Chevrolet Logo oder ein Chevrolet Fahrzeugmodell müssen hingegen nicht integriert werden.
- Unangemessene Bilder oder Sequenzen, die der Marke Chevrolet schädigen könnten, werden nicht akzeptiert. Chevrolet Europe behält sich das Recht vor, jegliche Videos, die solche Sequenzen oder Bilder enthalten, zu disqualifizieren.
- Nicht dargestellt werden dürfen illegale oder kriminelle Aktivitäten, gefährliches Verhalten (einschließlich rück-

### EINZUREICHEN SIND

Eine DVD mit dem Video in geringer sowie eine DVD mit dem Video in hoher Auflösung.

#### Großformat mit hoher Auflösung:

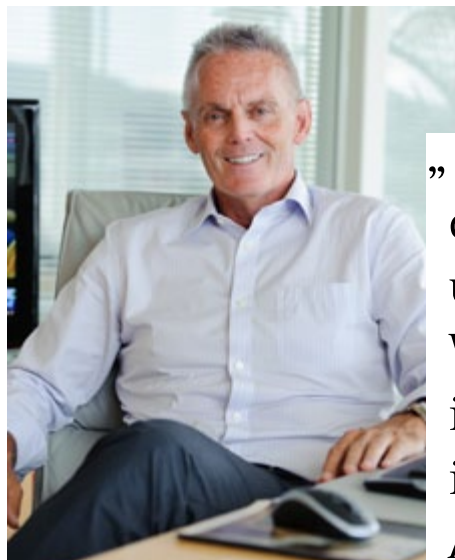
- QuickTime Movie (MOV oder MP4) - bitte nicht in Windows Media, WMV oder AVI
- Bildschirmgröße: 768 x 432 (16:9)
- Dateigröße: bis zu maximal 70 MB
- Länge: 20 bis 90 Sekunden

#### Kleinformat mit geringer Auflösung:

- QuickTime Movie (MP4) - bitte nicht in Windows Media, WMV oder AVI
- Bildschirmgröße: 320 x 179 (16:9)
- Dateigröße: bis zu maximal 6 MB
- Länge: 20 bis 90 Sekunden

Bitte vermerkt auf den Arbeiten euren vollständigen Namen, eure E-Mail-Adresse, eure Handynummer sowie den Namen eurer Hochschule.

# SCHLUSSWORT



„Junge Menschen bestimmen den Lauf der Dinge, bringen Veränderungen und Entwicklungen voran. Sie erben die Welt, die wir gestalten und geben die ihre wiederum weiter. Chevrolet ist überwältigt von der Kreativität der Arbeiten, die YOUNG CREATIVE CHEVROLET hervorgebracht hat. Wir sind sehr stolz darauf, aufstrebende junge Künstler und Designer durch unseren Wettbewerb fördern zu können. Ausgehend von den vergangenen fünf Wettbewerbsjahren wird Young Creative Chevrolet 2012 die Messlatte bezüglich Kreativität und Fantasie in diesem Jahr sogar noch höher legen.“

*Wayne Brannon  
President & Managing Director  
Chevrolet Europe*

## YCC IM LAUFE DER JAHRE

» YCC 2007  
32 Hochschul-Anmeldungen aus 8 Ländern

» YCC 2008  
75 Hochschul-Anmeldungen aus 15 Ländern

» YCC 2009  
120 Hochschul-Anmeldungen aus 19 Ländern

» YCC 2010  
135 Hochschul-Anmeldungen aus 20 Ländern

» YCC 2011  
155 Hochschul-Anmeldungen aus 22 Ländern

**WIR SIND GESPANNT AUF 2012!**

# JETZT ANMELDEN! MACHT MIT BEI YCC 2012!

ONLINE-ANMELDUNG  
BEWERBUNGSSCHLUSS HOCH-  
SCHULEN: 31. DEZEMBER 2011

*[www.youngcreativechevrolet.eu](http://www.youngcreativechevrolet.eu)*

WEITERE INFORMATIONEN UNTER:  
*[yccregistration@setouts.co.uk](mailto:yccregistration@setouts.co.uk)*  
oder +44 (0)75 404 88 254

**PRÄSENTIERT VON**



**CHEVROLET**