

LOOK OUTLOOK

REATER SHAPING WATER



WETTBEWERBSAUSSCHREIBUNG

WETTBEWERBSAUSSCHREIBUNG

Neue Perspektiven für das Verhältnis von Mensch, Wasser und Raum

Neue Perspektiven für das Verhältnis von Mensch, Wasser und Raum

COMPETITION ANNOUNCEMENT

COMPETITION ANNOUNCEMENT

New Perspectives on the Relationship Between Humans, Water and Space

New Perspectives on the Relationship Between Humans, Water and Space

**Veranstalter / Organizer:**  
Messe Frankfurt GmbH  
Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V.  
Zentralverband Sanitär Heizung Klima e.V.

**Durchführung / Realization:**  
Atelier Markgraph GmbH

**Beratung / Consultancy:**  
Rat für Formgebung / German Design Council





# ANLASS UND ZIEL DES WETTBEWERBS THE COMPETITION – OCCASION AND AIMS

Unter dem Titel OUTLOOK spricht die Messe Frankfurt gezielt Designer, Architekten, Innenarchitekten und Planer an. Ausstellungen, Kongresse und Wettbewerbe bei verschiedenen Messen sind Foren, um mit der jeweiligen Branche in einen Dialog zu treten.

Anlässlich der vom 15.–19.3.2005 in Frankfurt stattfindenden Messe ISH – Internationale Fachmesse für Gebäude- und Energietechnik, Erlebniswelt Bad, Klima- und Lüftungstechnik – lobt die Messe Frankfurt gemeinsam mit den Partnern Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V. und dem Zentralverband Sanitär Heizung Klima e.V. den Designwettbewerb „Outlook – Shaping Water“ aus.

Die im Rahmen des Wettbewerbs von einer internationalen Jury ausgewählten Arbeiten werden auf der Messe ISH in einer eigens dafür gestalteten Ausstellung zu sehen sein. Die drei besten Arbeiten werden im Maßstab 1:1 innerhalb der Ausstellung realisiert.

Die ISH ist die internationale Leitmesse der Branche und wird von rund 180.000 Besuchern frequentiert.

Die Auslober möchten Studierenden und jungen Gestaltern aus den Bereichen Design, Innenarchitektur und Architektur eine Möglichkeit anbieten, mit ihren Entwürfen dem Fachpublikum Ideen und Impulse für zukünftige Badwelten zu präsentieren und sich und ihre Arbeit in der Branche ins Gespräch zu bringen.

Under the title of OUTLOOK, Messe Frankfurt is addressing designers, architects, interior designers and planners. Exhibitions, congresses and competitions at various trade fairs create a platform for dialogue with the respective sector.

On the occasion of the ISH – International Trade Fair Building an Energy Technology, The Bathroom Experience, Air-Conditioning and Ventilation – on March 15–19 in Frankfurt, Messe Frankfurt together with its partners the Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V.

and the Zentralverband Sanitär Heizung Klima e.V. will hold a design competition entitled “Outlook – Shaping Water”.

The works selected by an international jury within the framework of the competition will be showcased at the ISH trade fair in a purpose-designed exhibition. The three best works will be realized in the exhibition as life-size models.

The ISH is the leading international trade fair for the industry and is attended by some 180,000 professional visitors.

The organizers of the competition wish to offer students and young designers from the fields of design, interior design and architecture the chance to present their ideas to the professionals, to show how they imagine future bathroom worlds will look, and to bring attention in the trade to their projects.

# VERANSTALTER ORGANIZER

Der Wettbewerb „Outlook – Shaping Water“ zur ISH 2005 wird ausgelobt von:

- Messe Frankfurt GmbH
- VDS Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V.
- ZVSHK Zentralverband Sanitär Heizung Klima e.V.

Die Messe Frankfurt hat die Atelier Markgraph GmbH, Frankfurt, beauftragt, den Wettbewerb zu konzipieren und durchzuführen sowie die Ausstellung während der ISH zu realisieren.

Bei der Konzeption und Durchführung berät der Rat für Formgebung die Veranstalter während der gesamten Wettbewerbsdauer.

The “Outlook – Shaping Water” competition at the ISH 2005 is being organized by:

- Messe Frankfurt GmbH
- VDS Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft e.V.
- ZVSHK Zentralverband Sanitär Heizung Klima e.V.

Messe Frankfurt has asked Atelier Markgraph GmbH, Frankfurt, to provide the concept for the competition, handle its formal organization, and realize the exhibition which will take place during the ISH.

For the entire duration of the competition the German Design Council will act as consultant to the organizers as regards the concept and its realization.

# TEILNEHMER PARTICIPANTS

Der Wettbewerb „Outlook – Shaping Water“ richtet sich an Studierende und Absolventen der Fachrichtungen Design, Innenarchitektur und Architektur in Europa. Voraussetzung für die Teilnahme Studierender ist, dass sie in einem der genannten Studiengänge eingeschrieben sind und sich bereits im Hauptstudium oder im Diplom befinden.

Voraussetzung für die Teilnahme junger Designer, Innenarchitekten und Architekten oder entsprechender Büros ist, dass der Studienabschluss zum Termin des Anmelde-schlusses maximal 5 Jahre zurückliegt.

The “Outlook – Shaping Water” competition is directed at students and graduates in Europe in the fields of design, interior design and architecture. The condition for entry: the students must be enrolled for one of the aforementioned courses of study and have already passed their prelim. exams or be on graduation projects.

Condition for entry for young designers, interior designers and architects or corresponding studios: the person must have graduated at most five years prior to the date for receipt of entries.



# THEMA DES WETTBEWERBS

Neue Perspektiven für das Verhältnis zwischen Mensch, Wasser und Raum aufzuzeigen – das ist das Thema von „Outlook – Shaping Water“.

Das Badezimmer wird immer mehr zu einem Ort, in dem der Umgang mit dem Element Wasser bewusst erlebt wird. Diesem Trend folgen Architektur, Raumgestaltung und Produktdesign bereits. Darüber hinaus verlangt er nach gesamtheitlichen Ansätzen, die den Raum, das Bade-Erlebnis und das Körperempfinden als Einheit im Blick haben. Das führt zur Aufhebung der Grenze zwischen Wohnbereich und Badezimmer.

Vor diesem Hintergrund stehen die Themenkomplexe des Wettbewerbs. Die darunter jeweils genannten Themenaspekte sind als Orientierung bzw. Inspiration zu verstehen. Den Teilnehmern des Wettbewerbs bleibt es freigestellt, mit welchem Themenaspekt sie sich auseinandersetzen. Es handelt sich dabei nicht um Pflichtthemen.

## Themenkomplex LOCATION

- Vorher/Nachher: Bad-Renovierung im Bestand
- Das intergenerative Bad: Das Bad für die Großfamilie
- Das Bad im Hotel: Designerbad für Business und Urlaub
- Das flexible Bad: Flexibler Grundriss, flexible Anschlüsse

## Themenkomplex FUNCTION

- Das Fitness-Bad: Wellness und Body-Tuning
- Das Bad als Konzertsaal: Sound and Bathing
- Das Bad als Ruheoase: Entspannung pur
- Das Bad als Familienhort: z. B. vier Waschbecken statt zwei

## Themenkomplex STYLE

- Das Hightech-Bad: z. B. „Minimax“-Konzepte
- Der Ethno-Trend im Bad: z. B. East meets West
- Neue Materialien im Bad
- Farbe im Bad

Gesucht werden innovative Ideen und Realisierungsvorschläge für neue Bad-Szenarien.

- die Idee muss überraschen: die gewählte Aufgabe ist verblüffend gelöst
- die Idee ist realisierbar: reine Visionen werden nicht berücksichtigt
- die Idee muss zukunftsweisend sein: so etwas hat man noch nicht gesehen
- die Idee ist ganzheitlich: vor dem inneren Auge entsteht das gesamte Bad
- die Idee ist interdisziplinär: das Zusammenspiel der Gewerke wird sicher dirigiert
- die Idee ist stilsicher: man spürt die führende und gestaltende Hand
- die Idee ist herausfordernd: eine etwaige Realisierung zeigt die Innovationskraft der Branche

Die Teilnehmer sollten den Badebereich als Gesamtraum, nicht ein Einzelprodukt wie beispielsweise eine Armatur, im Blick haben. Im Bad werden verschiedene gestalterische Disziplinen und technische Gewerke zu einem Gesamterlebnis verknüpft.

# COMPETITION THEME

The underlying theme of “Outlook – Shaping Water” is to highlight new perspectives on the relationship between humans, water and space.

The bathroom is increasingly becoming a place where people become conscious of the way they handle water as an element. Architecture, interior design and product design have all already started following this trend; moreover, it calls for holistic approaches which grasp the space, the bathroom experience and physical awareness as a single unit, an approach that eliminates the dividing lines between residential space and the bathroom.

The competition’s thematic areas are derived from this insight. The respective thematic aspects listed below are intended solely as orientation or inspiration. Competition entrants are free to choose one of these thematic aspects, but need not do so.

## Thematic area LOCATION

- Before/after: Bathroom in existing buildings
- The inter-generational bathroom: Bathrooms for the extended family
- Hotel bathroom: Designer bathrooms for business and leisure
- The flexible bathroom: Flexible layout, flexible links/configurations

## Thematic area FUNCTION

- The fitness bathroom: Wellness and body-tuning
- The bathroom as a concert hall: Sound and Bathing
- The bathroom as a peaceful oasis: Pure relaxation
- The bathroom as family refuge: e.g., four washbasins instead of two

## Thematic area STYLE

- The high-tech bathroom: e.g., “Minimax” concepts
- The ethno-trend in the bathroom: e.g., East meets West
- New materials in the bathroom
- Color in the bathroom

What the competition seeks: Innovative ideas and suggestions for realizing new bathroom scenarios:

- the idea should be surprising – the task chosen is solved in a surprising way
- the idea should be able to be realized – visions alone are not considered
- the idea should be future-focused – something like it has never been seen before
- the idea should be holistic – the entire bathroom appears before the mind’s eye
- the idea should be interdisciplinary – the interplay of crafts is skillfully coordinated
- the idea should be stylish – the masterful hand behind the design should be tangible
- the idea should be challenging – the possible realization should spotlight the innovative abilities of the industry

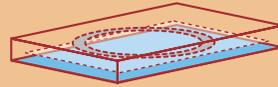
Participants should view the bathroom area as an entire space not in terms of an individual product such as faucet sets. Various fields of design and technical crafts should be combined to foster an all-round result.



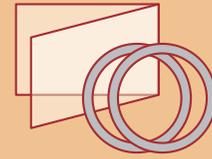
01



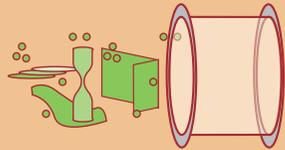
02



03



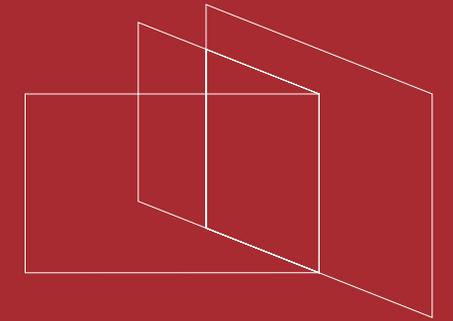
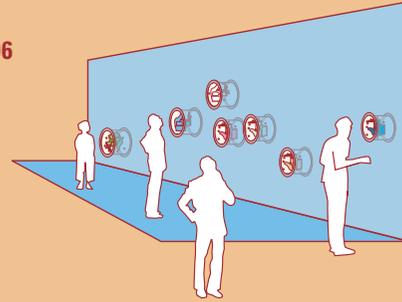
04



05



06



## WETTBEWERBSBEITRAG UND FORMAT DER EINREICHUNG

Die eingereichten Arbeiten sollen exklusiv für den Wettbewerb ausgearbeitet werden. Es kann sich aber durchaus um bereits existente Entwürfe handeln, z. B. aus einer Diplomarbeit. In diesen Fällen darf der Entwurf aber noch nicht veröffentlicht worden sein oder sich in Vorbereitung für eine Serienproduktion befinden.

Jeder Teilnehmer kann nur mit einem Beitrag am Wettbewerb teilnehmen.

Um am Wettbewerb teilzunehmen, muss die „Moodbox“ angefordert werden (s. Kontakt).

In der „Moodbox“ wird die Idee für ein neues Bad dargestellt. Die „Moodbox“ ist ein dreidimensionales Moodboard. Sie kann eine Materialcollage, eine Zeichnung, eine Klanginstallation, eine Farb-Anmutung und ähnliches enthalten. Hier soll assoziativ das Neue und Innovative des Entwurfs anklingen. Die „Moodbox“ ist der „rote Faden“ von „Outlook – Shaping Water“. Sie ist Bestandteil des Wettbewerbsbeitrags und Ausstellungsdisplay zugleich.

An der äußeren Form der „Moodbox“ dürfen keine Veränderungen vorgenommen werden. Weder auf der „Moodbox“ noch auf dem Entwurf darf der Name des Teilnehmers vermerkt sein. Zusätzlich zur „Moodbox“ müssen aussagekräftige Unterlagen wie Pläne und Visualisierungen eingereicht werden, die die Realisierbarkeit des Entwurfs ablesbar machen. Die Teilnehmer sollen im Falle der entsprechenden Jury-Entscheidung in der Lage sein, für die etwaige Realisierung (s. Preise) relevante Datensätze liefern zu können.

Das Teilnahmeformular muss der Einreichung gesondert beiliegen. Dem Entwurf sollte ein kurzer erläuternder Text in englischer Sprache von maximal 900 Zeichen beigelegt sein.

Alle zusätzlich zur „Moodbox“ eingereichten Unterlagen in Papierform sind lose beizulegen. Nebeneinander gelegt sollen sie insgesamt das Format DIN A1 hoch nicht überschreiten.

Werden im Rahmen des Entwurfes schon handelsgängige Produkte eingesetzt, sollen die

Erzeugnisse der an der ISH teilnehmenden Firmen berücksichtigt werden. Das jeweils aktuelle Ausstellerverzeichnis für die ISH 2005 ist über [www.ish.messefrankfurt.com](http://www.ish.messefrankfurt.com) einsehbar. Die Ausstellerliste der ISH 2003 kann angefordert werden (s. Kontakt).

## COMPETITION SUBMISSION AND ENTRY FORM

The submitted works should be exclusively developed for the competition. However, existing works may by all means be used, e.g., from a graduation project. In these cases the design may not have already been published or may not be being prepared for series manufacture.

Each participant may submit only one competition entry.

In order to participate in the competition, entrants must request the “moodbox” (see Contact).

The idea for a new bathroom is to be presented in the “moodbox”. The “moodbox” is a three-dimensional moodboard. It may contain a materials collage, a drawing, a sound installation, a color impression or such. What is new and innovative about the design should be presented here. The “moodbox” represents the red thread running through “Outlook – Shaping Water”. It is part of both the competition submission and the exhibition display.

No changes may be made to the external shape of the “moodbox”. The name of the entrant may appear neither on the “moodbox” nor on the design of the participant. In addition to the “moodbox” clear explanatory documents must also be submitted – such as plans and visualizations which show how the design would be carried out. Should the jury so decide, participants must be able to deliver relevant data for possible realization (see Prizes).

The entry form must be handed in separately from the submission. The design should be accompanied by a short explanatory text in English, of maximum 900 words.

The paper documents submitted along with the “moodbox” should not be bound in any way. When laid out beside one another they should not exceed a standard A1 sheet (portrait).

Should common retail products be used within the framework of the design, the products of companies participating in the ISH should be considered here. A register of current

exhibitors for the ISH 2005 can be viewed at [www.ish.messefrankfurt.com](http://www.ish.messefrankfurt.com). The list of exhibitors at the ISH 2003 can also be requested (see also Contact).



# AUSWAHLVERFAHREN UND BEWERTUNGSKRITERIEN

Aus den eingereichten Arbeiten wählt die internationale und interdisziplinär besetzte Fachjury diejenigen Entwürfe aus, die in der Ausstellung gezeigt werden. Gleichzeitig werden aus dieser Auswahl wiederum drei Arbeiten herausgehoben, die in der Ausstellung im Maßstab 1:1 realisiert werden (s. a. Preise).

Die Jury bewertet die eingereichten Arbeiten nach den folgenden Kriterien:

- Konzeptionelle Qualität
- Gestalterischer und technischer Innovationsgehalt
- Gestaltungsqualität
- Materialwahl

## JURY

Der Jury gehören folgende Personen an:

- Michael Schumacher, Architekt, Frankfurt
- Antonio Citterio, Architekt, Mailand (angefragt)
- Dieter Sieger, Designer, Sassenberg
- Fabio Novembre, Architekt, Mailand (angefragt)
- Matali Crasset, Designerin, Paris
- Roger Coleman, Designer, London (angefragt)
- Barbara Friedrich, Chefredakteurin A&W Architektur und Wohnen, Hamburg
- Dr. Georg Wagner, Vorstandsvorsitzender KERAMAG Keramische Werke AG, Ratingen
- Birgit Roder, Roder GmbH & Co. KG, Monschau
- Andrej Kupetz, Geschäftsführer Rat für Formgebung, Frankfurt

In Abstimmung mit den Jury-Mitgliedern befindet sich derzeit das „Paten-Modell“: Die Jury benennt aus ihrem Kreis drei „Paten“, die die drei Sieger-Entwürfe bei der Realisierung inhaltlich unterstützen. Die „Paten“ werden bei der Pressekonferenz zur Ausstellung den jeweiligen Entwurf der Öffentlichkeit präsentieren (s. Preise).

# SELECTION PROCESS AND EVALUATION CRITERIA

The professional international and interdisciplinary jury selects from among the submitted entries those, which will be shown in the exhibition. At the same time, three of these selected works will be chosen for life-size rendering at the exhibition (see Prizes).

The jury will take the following criteria as the yardstick when evaluating the works submitted:

- Conceptual quality
- Design substance and technical innovativeness
- Design quality
- Material selection



## JURY

The following people are included in the jury:

- Michael Schumacher, architect, Frankfurt
- Antonio Citterio, architect, Milan (t. b. c.)
- Dieter Sieger, designer, Sassenberg
- Fabio Novembre, architect, Milan (t. b. c.)
- Matali Crasset, designer, Paris
- Roger Coleman, designer, London (t. b. c.)
- Barbara Friedrich, editor-in-chief of “A&W Architektur und Wohnen”, Hamburg
- Dr. Georg Wagner, CEO of KERAMAG Keramische Werke AG, Ratingen
- Birgit Roder, Roder GmbH & Co. KG, Monschau
- Andrej Kupetz, Managing Director of German Design Council, Frankfurt

Jury members are currently considering whether to adopt a “patron’s model”. The Jury would name three “patrons” from within their circle who will support the three prize-winners in realizing the content of their designs. The “patrons” will present the respective design to the public at the press conference launching the exhibition (see Prizes).

# PREISE PRIZES

Der Preis ist die Beteiligung an der Ausstellung sowie die 1:1-Umsetzung der drei Sieger-Entwürfe. Außerdem eine intensive Pressearbeit und Vermittlung von Kontakten zu Entscheidern aus der Sanitärbranche wie auch aus den Bereichen Architektur und Design.

Aus allen Einsendungen werden Arbeiten für die Ausstellung ausgewählt. Die Arbeiten werden so ausgestellt, wie sie der Jury vorgelegt wurden, d.h. in der vom Veranstalter versandten „Moodbox“, die Teil der Themeninszenierung ist.

Aus den für die Ausstellung ausgewählten Arbeiten wählt die Jury weiterhin drei gleichrangige Arbeiten aus, die innerhalb der Ausstellung im Maßstab 1:1 realisiert werden. Die Umsetzung wird maximal 20qm groß sein; bei größeren Entwürfen wird ein Ausschnitt präsentiert. Die Kosten für diese Umsetzung trägt der Veranstalter. Die Umsetzung wird in enger Zusammenarbeit mit den von den Veranstaltern beauftragten Ausstellungsgehaltern (Atelier Markgraph GmbH) erfolgen. Inwieweit die im Entwurf verwendeten Materialien und Verfahren in der 1:1-Umsetzung angewendet werden können, hängt von den Kosten und sicherheitstechnischen Vorgaben ab.

Die drei Wettbewerbssieger werden von den Veranstaltern zur Messe nach Frankfurt eingeladen.

Zur Ausstellung erscheint eine Publikation.

Unter Vorbehalt der Realisierung (s. Jury): Bestandteil des Preises ist die inhaltliche Unterstützung der drei Sieger-Entwürfe durch jeweils ein prominentes Jury-Mitglied. Diese Person steht in der Öffentlichkeit für den jeweiligen Entwurf ein und stellt sie, z. B. bei der Pressekonferenz und Preisverleihung, der Öffentlichkeit vor.

The prize consists of participation in the exhibition and a life-size realization of the three winning designs. The prize also consists of intensive PR work and the provision of contacts to decision-makers in the sanitary, architectural and design sectors.

Works for the exhibition will be selected from among all the submitted works. The works will be exhibited in the same way as they are presented to the jury, i.e., in the "moodbox" sent by the event planner, which is part of the theme presentation.

From the works chosen for exhibition the jury then selects three works of equal quality which will be realized within the exhibition as life-size models. These will be no larger than 20 sqm; in the case of larger designs, a section thereof will be presented. The organizers will cover the costs for these presentations. The designs will be carried out in close cooperation with the exhibition designers (Atelier Markgraph GmbH) contracted by the competition organizers. To what extent the materials and processes destined for the work in question are actually used in the life-size model will depend on the costs and safety guidelines. The organizers will invite the three competition winners to the trade fair in Frankfurt.

Publication released in conjunction with the exhibition.

Subject to realization (see Jury): part of the prize is that each of the three prize-winning designs receives support from a prominent jury member. This person will publicly champion the respective design and introduce it to the public at the press conference and prize-giving ceremony, for example.

# PR- UND KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN PR AND COMMUNICATIONS MEDIA

Der Wettbewerb wird von einer intensiven, international ausgerichteten PR-Arbeit begleitet. So wird sichergestellt, dass schon im Vorfeld der Preisverleihung und Ausstellung die Aufmerksamkeit der Fachöffentlichkeit auf „Outlook – Shaping Water“ gerichtet ist.

Die Ausstellung während der ISH ist durch ein Rahmenprogramm, das das Thema des Wettbewerbs mit Belangen der Branche verbindet, fester Bestandteil des Messebetriebes und damit Teil der vor und während der ISH stattfindenden internationalen PR-Arbeit der Messe Frankfurt. Die „Happy Hour“ für Journalisten wird am ersten Messtag in den Ausstellungsraum verlegt.

Der Ausstellungsraum wird als attraktive Lounge mit hoher Aufenthaltsqualität realisiert, in der ein Dialog zwischen den Messebesuchern und den ausgewählten Wettbewerbsteilnehmern gewünscht ist. Die an der Ausstellung beteiligten Wettbewerbsteilnehmer können ihre Entwürfe vor Ort präsentieren und so die bei der ISH bestehenden Kontaktmöglichkeiten (rund 180.000 internationale Fachbesucher und über 2.300 ausstellende Unternehmen der Branche) optimal nutzen.

The competition will be backed up by an intensive, international PR effort. This will ensure that the attention of the professional public is drawn to "Outlook – Shaping Water" – from the lead-up through to the prize-giving ceremony and the exhibition.

The accompanying program will link the competition theme to the interests of the industry, ensuring the exhibition is a firm component of the trade fair and is thus treated as part of the international Messe Frankfurt PR work both before and during the ISH. On the first day of the trade fair the "happy hour" for journalists will take place in the exhibition room.

The exhibition room will take the shape of an attractive, highly comfortable lounge where it is hoped dialogue will be sparked between trade fair visitors and selected competition participants. The competition participants who are involved in the exhibition can present their designs on location and thus make optimal use of the possibilities available at the ISH to secure contacts (approx. 180,000 international business visitors and more than 2,300 exhibiting companies from the sector).

# PREISVERLEIHUNG PRIZE-GIVING CEREMONY

Die Preisverleihung und Pressekonferenz zum Wettbewerb wird am ersten Tag der ISH 2005, am Dienstag, den 15.3.2005, stattfinden. Die Uhrzeit wird noch bestimmt. Allen Teilnehmern wird rechtzeitig eine Einladung zugesendet.

The prize-giving ceremony and press conference for the competition will be held on the first day of the ISH 2005, on Tuesday, March 14, 2005. The time is yet to be determined. All participants will be sent an invitation in due time.

# AUSSTELLUNG UND PUBLIKATION EXHIBITION AND PUBLICATION

Die Ausstellung der in diesem Wettbewerb ausgewählten Arbeiten wird auf der Messe ISH vom 15.–19.3.2005 zu sehen sein. Zum Wettbewerb wird eine Publikation mit den Preisträgern und den für die Ausstellung ausgewählten Arbeiten erscheinen.

The exhibition of the entries selected will be showcased at the ISH trade fair from March 15–19, 2005. In conjunction with the competition there will be a publication on the prizewinners and the works chosen for the exhibition.



# TERMINE / ANLIEFERUNG DER WETTBEWERBSBEITRÄGE

- Anmelde- und Abgabetermin der Arbeit: 1.10.2004
- Jurysitzung: voraussichtlich Ende Oktober 2004
- Benachrichtigung der Teilnehmer über das Ergebnis der Jurysitzung: Voraussichtlich Anfang November 2004

- Preisverleihung und Ausstellungseröffnung: 15.3.2005

Es gilt das Datum des Poststempels oder das Abholdatum des Kurierservices.

Die Beiträge können auch persönlich bis zum 01.10.2004 bei der Atelier Markgraph GmbH abgegeben werden. Dazu ist eine kurze telefonische Terminabsprache erforderlich (s. Kontakt).



## Kosten

Die Teilnahme am Wettbewerb „Outlook – Shaping Water“ ist kostenfrei.

## Versicherung

Die Verantwortung sowie die Kosten für die eingereichten Arbeiten auf dem Weg der Anlieferung trägt der Teilnehmer. Für die Zeit der Juryvorbereitung und der Jurysitzung hat der Veranstalter die Arbeiten versichert. Gleiches gilt für die prämierten Entwürfe, die in der Ausstellung gezeigt werden. Aufgrund der Regelung der Rücksendung (s. dort) obliegt auch bei der Rücksendung die Versicherungsfrage dem Teilnehmer.

## Rechte

Die Urheberrechte an den zum Wettbewerb eingereichten Arbeiten verbleiben zu jeder Zeit beim jeweiligen Teilnehmer. Für die Dauer des Wettbewerbs sowie für Veröffentlichungen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Wettbewerb stehen, überlässt der Teilnehmer den Veranstaltern die Nutzungs- und Veröffentlichungsrechte. In diesem Zusammenhang verpflichten sich die Veranstalter, alle Veröffentlichungen und Pressemeldungen in den Kontext des Wettbewerbs zu stellen.

Für die Anmeldung von Rechten an den Entwürfen tragen die Teilnehmer am Wettbewerb die Verantwortung. Für etwaige Ansprüche Dritter können die Auslober des Wettbewerbs keine Verantwortung übernehmen.

## Rücksendung der Arbeiten

Eine Rücksendung der eingereichten Arbeiten erfolgt nur auf besonderen Wunsch und auf eigene Kosten der Teilnehmer. Sofern Sie als Teilnehmer ihre Arbeit zurück haben möchten, vermerken Sie dies bitte auf dem Anmeldeformular. Die Einzelheiten werden dann in Absprache mit der Atelier Markgraph GmbH geklärt. Ein Versand kann in Form eines unfrei versandten Pakets erfolgen oder durch Beauftragung eines Kurierservices durch den Teilnehmer.

# DATES / DELIVERY OF COMPETITION SUBMISSIONS



- Application and submission deadline for works: October 1, 2004
- Jury meeting: scheduled for the end of October, 2004.
- Notification of entrants on the jury's findings: scheduled for the beginning of November, 2004.

- Prize-giving ceremony and exhibition opening: March 15, 2005

Valid is the date of postal or the date it is picked up by a courier service.

Entries can also be submitted personally to Atelier Markgraph GmbH by October 1, 2004. In this case, a brief phone call is necessary to set an appointment (see Contact).

## Costs

Participation in the “Outlook – Shaping Water” competition is free of charge.

## Insurance

The competition entrants shall be liable for and bear the costs of the submitted works until the latter arrive at the competition office. The organizers will insure the works for the period through to the jury reaching its decision. The same goes for the submissions which premiere in the exhibition. In the rules for returning work (see Return of works) insurance shall again be the responsibility of the entrant.

## Rights

The copyright for works submitted to the competition always belong to the respective competition entrant. For the duration of the competition and for the publications which are directly connected to the competition, entrants assign the organizers usufruct and rights of publication. In this respect, the organizers are obliged to ensure that all publications and press announcements are within the context of the competition.

Participants in the competition are responsible for registering their rights to their designs. The organizers of the competition take no responsibility for claims brought by third parties.

## Return of works

Submitted works will only be returned at the express wishes of the participant and at his cost. Should you as a participant in the competition wish to have your work returned please note this on the application form. The details will then be decided in consultation with Atelier Markgraph GmbH. The work can be sent as a freight-forwarded package or be picked up by a courier contracted by the competition participant.

# WIE KANN ICH TEILNEHMEN?

Um eine „Moodbox“ anzufordern und sich damit für den Wettbewerb zu registrieren, senden Sie bitte nebenstehendes Formular an:

Atelier Markgraph GmbH  
Wettbewerb „Outlook – Shaping Water“  
Hamburger Allee 45  
D-60486 Frankfurt am Main

per Fax an:  
+ 49 – 69 – 9 79 93 11 81

Reichen Sie Ihren Beitrag ein bei:

Atelier Markgraph GmbH  
Wettbewerb „Outlook – Shaping Water“  
Hamburger Allee 45  
D-60486 Frankfurt am Main

Bei Fragen zur Voraussetzung für die Teilnahme an „Outlook – Shaping Water“ sowie für inhaltliche Fragen zur Ausschreibung, wenden Sie sich bitte an:

Atelier Markgraph GmbH  
Frau Katrin Hahnemann  
Telefon + 49 – 69 – 9 79 93 14 50  
Fax + 49 – 69 – 9 79 93 14 83  
E-Mail [khahnemann@markgraph.de](mailto:khahnemann@markgraph.de)

Oder informieren Sie sich bei:  
[www.shapingwater.com](http://www.shapingwater.com)

# HOW TO PARTICIPATE?

To order a “moodbox” and register for the competition send the registration form to:

Atelier Markgraph GmbH  
“Outlook – Shaping Water” competition  
Hamburger Allee 45  
60486 Frankfurt/Main  
Germany

Or send a Fax to:  
+ 49 – 69 – 9 79 93 11 81

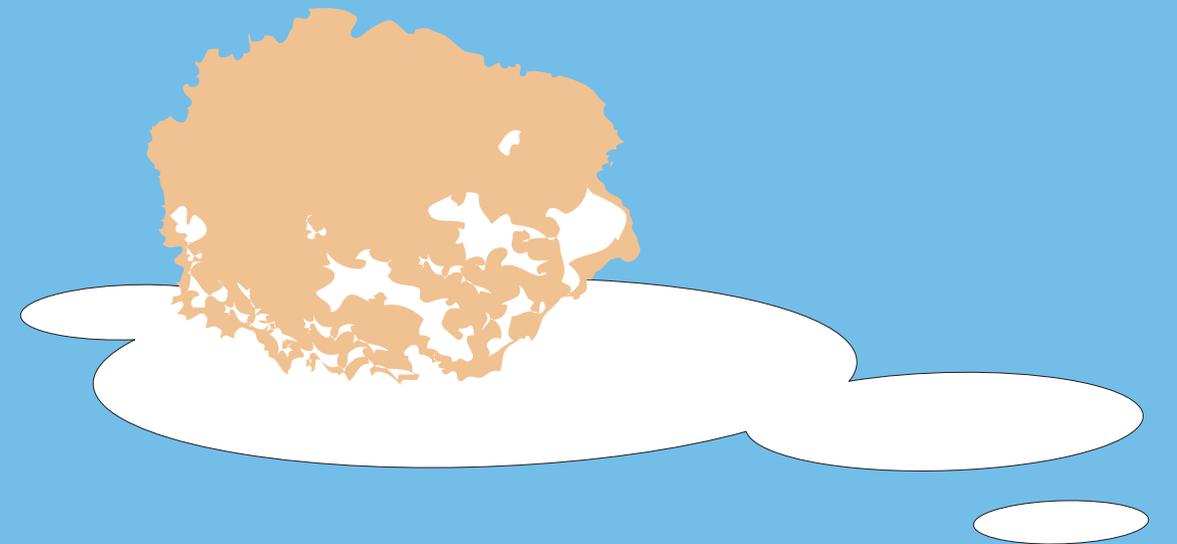
Submit your entry for the competition to:

Atelier Markgraph GmbH  
“Outlook – Shaping Water” competition  
Hamburger Allee 45  
60486 Frankfurt/Main  
Germany

Should you have any queries regarding participation in “Outlook – Shaping Water” or should you have any questions on the contents of the competition rules, please contact:

Atelier Markgraph GmbH  
Ms. Katrin Hahnemann  
Telephone + 49 – 69 – 9 79 93 14 50  
Fax + 49 – 69 – 9 79 93 14 83  
Email [khahnemann@markgraph.de](mailto:khahnemann@markgraph.de)

Or have a look at:  
[www.shapingwater.com](http://www.shapingwater.com)





# Hiermit fordere ich eine MOODBOX an. I herewith request a MOODBOX.

Mit dieser Anforderung bin ich als Teilnehmer/in an dem Wettbewerb „Outlook – Shaping Water“ registriert.  
By submitting this request I register as a participant in the “Outlook – Shaping Water” competition.

Nachname / Surname \_\_\_\_\_ Vorname / First name \_\_\_\_\_

Straße / Street \_\_\_\_\_ PLZ / ZIP Code \_\_\_\_\_

Ort / City \_\_\_\_\_ Land / Country \_\_\_\_\_

Telefon / Tel. \_\_\_\_\_ Mobil / Mobile \_\_\_\_\_

Telefax / Fax \_\_\_\_\_ E-Mail / Email \_\_\_\_\_

Hochschule (nur für aktuell eingeschriebene Studenten)  
College / Academy (only for students currently enrolled) \_\_\_\_\_

Fachbereich / Studiengang  
Dept. / Major \_\_\_\_\_

Sofern es sich um eine betreute Arbeit handelt:  
Name der Hochschulprofessorin / des Hochschulprofessors  
If the project has a mentor / supervisory: name of the professor \_\_\_\_\_

Semester (Kopie des Studentenausweises)  
Semester (copy of student ID card) \_\_\_\_\_

Für Teilnehmer mit Diplom:  
Monat / Jahr der Diplomprüfung (Kopie der Diplomurkunde)  
For graduate participants:  
Month / Year of graduation (Copy of degree) \_\_\_\_\_

Ort / City

Datum / Date

Unterschrift / Signature