

DANIEL KOVACS

—

TEXT, KONZEPT, DESIGN

—

PORTFOLIO

INHALT

—

4	Media Markt Schweiz
6	Claro
8	World's Biggest Band
10	<i>magdas</i> HOTEL
12	Österreichisches Rotes Kreuz
14	ORF Mutter Erde
16	Julius Meinl
18	Matatu
23	Klasse für Ideen
25	Mythen der Wasserkraft
27	All The Way
28	No More Coat
29	Wien Energie
30	Chevrolet

Hallo, mein Name ist Daniel Kovacs.

Ich bin Texter mit fundierter Design-Ausbildung,
Concept Developer mit einem umfangreichen Skill-Set
und Allrounder mit handwerklichem Know-How.

Und das sind meine Arbeiten.

MAKE FUN WORK

KUNDE

Media Markt Schweiz

AGENTUR

Demner, Merlicek & Bergmann

CREATIVE DIRECTOR

Alistair Thompson

TEXT

Daniel Kovacs, Michael Wyhnal,
Alistair Thompson

ART DIRECTOR

Lukas Hueter

HANDLETTERING

Marion Kamper

DIE HERAUSFORDERUNG

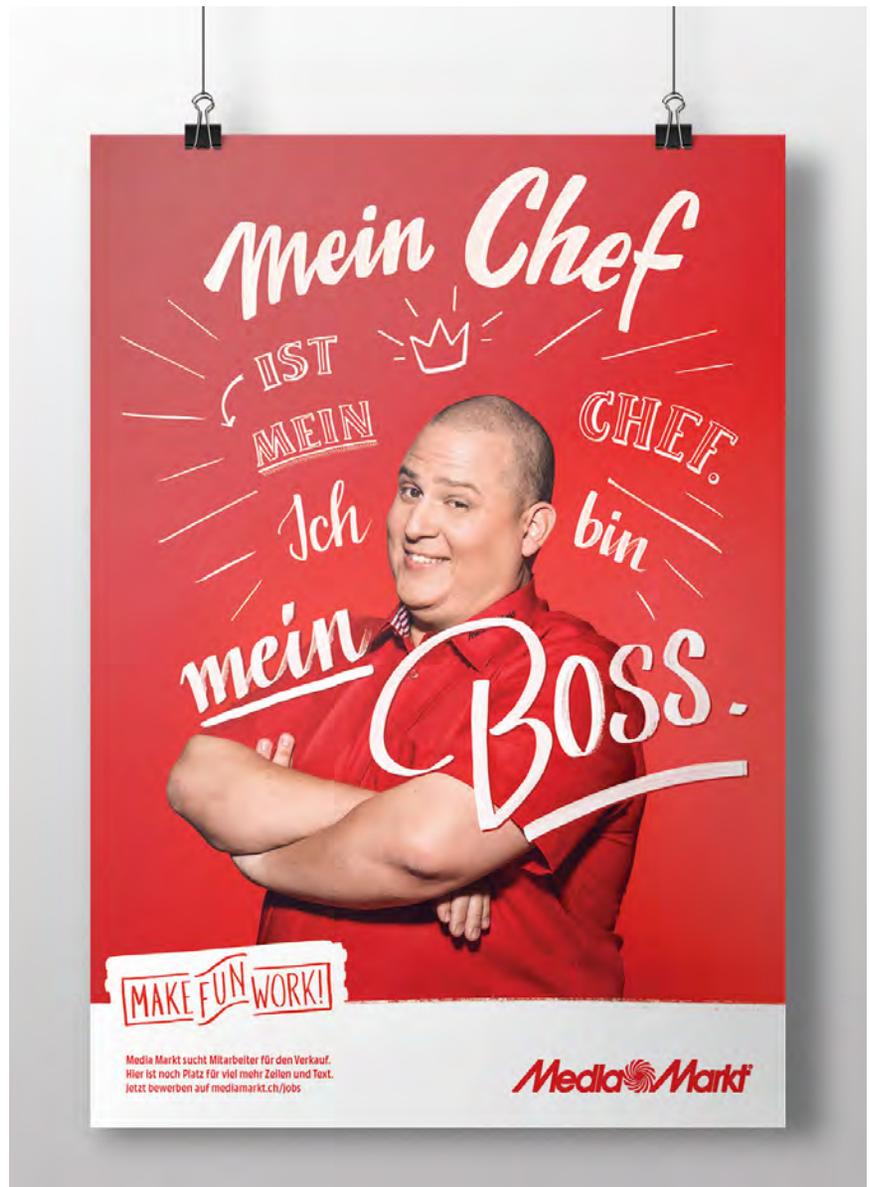
Media Markt Schweiz möchte seine guten Seiten als Arbeitgeber in einer Human Resource Kampagne zeigen.

DIE IDEE

Wir heben die Core-Values mit handgezeichneten Headlines und Portraits von echten Mitarbeitern in insgesamt 10 Sujets hervor .

DIE AUFGABEN

Text



ICH → VERSTEHE
ALLE KUNDEN.
 Sogar die die, nix
 VON **TECHNIK**
 verstehen.

MAKE FUN WORK!

Media Markt sucht Mitarbeiter für den Verkauf. Hier ist noch Platz für viel mehr Zahlen und Text. Jetzt bewerben auf mediamarkt.ch/jobs

Media Markt

Hier sind **TITEL**
 NUR WICHTIG, wenn sie **DEN**
CHARTS stehen.

MAKE FUN WORK!

Media Markt sucht Mitarbeiter für den Verkauf. Hier ist noch Platz für viel mehr Zahlen und Text. Jetzt bewerben auf mediamarkt.ch/jobs

Media Markt

JEDER HAT verrückte **IDEEN**
 MEINE SETZEN WIR GERADE IM **Markt** UM.

MAKE FUN WORK!

Media Markt sucht Mitarbeiter für den Verkauf. Hier ist noch Platz für viel mehr Zahlen und Text. Jetzt bewerben auf mediamarkt.ch/jobs

Media Markt

Gefällt's dir hier?
 WIR SUCHEN Arbeitskollegen!

MAKE FUN WORK!

Media Markt sucht Mitarbeiter für den Verkauf. Hier ist noch Platz für viel mehr Zahlen und Text. Jetzt bewerben auf mediamarkt.ch/jobs

Media Markt

CLARO

KUNDE

Claro

AGENTUR

Jung von Matt/365

EXECUTIVE CREATIVE DIRECTOR

Thomas Niederdorfer

CREATIVE DIRECTOR

Andreas Putz, Thomas Niederdorfer

TEXT

Daniela Stenzenberger,
Paco Essenther, Daniel Kovacs

ART DIRECTOR

Dominik Schefer

ANIMATION

Lisa Schatz

PAPERCRAFT

mostlikely

DIE HERAUSFORDERUNG

Die biologischen Geschirrspülmittel von Claro sollen beworben werden.

DIE IDEE

Im Leben ist vieles unklar, aber eines ist gewiss: Dass mit Claro die beste Reinigung erzielt wird.

DIE AUFGABEN

Text, Konzept





**SPOTS
ONLINE**
—
danielkovacs.at



WORLD'S BIGGEST BAND

DIE HERAUSFORDERUNG

Die Wiener Weltmusikband Matatu möchte ihr neues Album „En La Casa“ auf eine authentische und günstige Art bewerben.

DIE IDEE

Wir gründen die größte Band der Welt und lassen sie die Werbung machen. Musiker aus aller Welt performen gemeinsam in einem Musikvideo und bringen die Musik von Matatu an Orte, die sie sonst nie erreicht hätte.

DIE AUFGABEN

Konzept
Text
Design & Typographie
Audio-Produktion
Videoschnitt



Plakate werden im Guerilla-Stil aufgehängt.



Die Plattform: www.worldsbiggestband.com



Im Musikvideo performen alle Musiker gemeinsam den Matatu-Song „Flavours Of The World“.

STAY OPEN-MINDED

KUNDE

Caritas Wien

AGENTUR

We Make

CREATIVE DIRECTOR

Thomas Niederdorfer

TEXT

Thomas Niederdorfer, Daniel Kovacs

ART DIRECTOR

Dominik Schefer, Leni Charles

ART DIRECTOR

Dominik Schefer, Leni Charles

FOTOGRAFIE

Paul Kranzler, Guilherme Silva da Rosa

DIE AUFGABE

Die Caritas eröffnet ein Social Business: magdas HOTEL. Natürlich werden deshalb Texte für Website und Drucksorten benötigt. Sehr gerne!

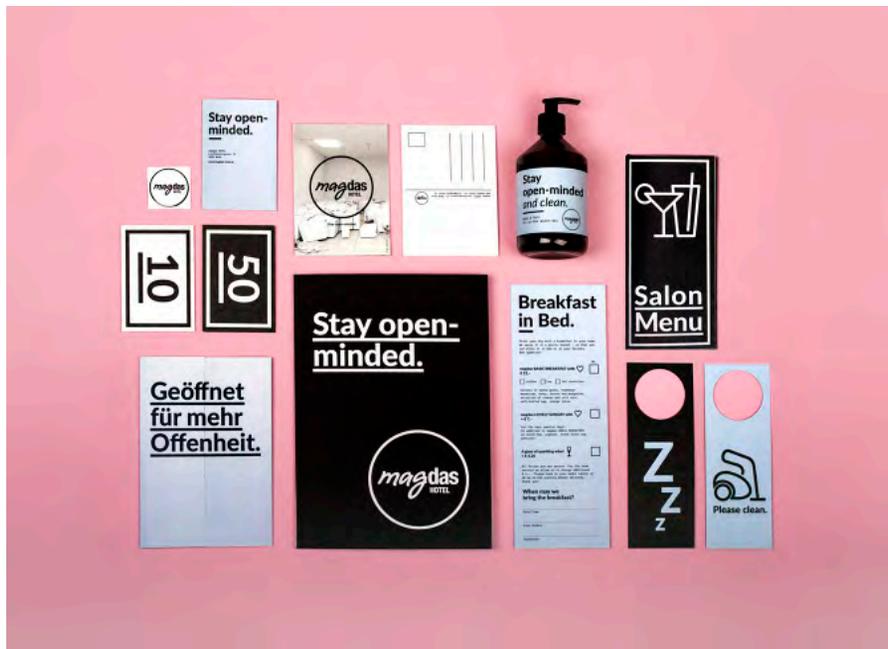
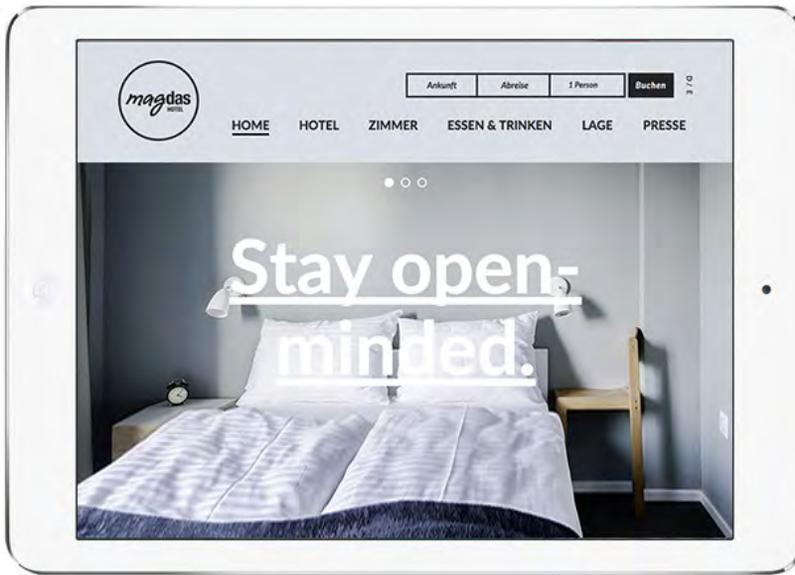
DIE IDEE

magdas HOTEL lebt ein klares Motto: stay open-minded. Gäste und Mitarbeiter aus aller Welt sprechen eine herzliche, unmittelbare Sprache miteinander.

DIE AUFGABEN

Text





GET SOCIAL

KUNDE

ÖRK

AGENTUR

Monopol GmbH

PRODUKTION

nked GmbH

KONZEPT / DREHBUCH

Daniel Kovacs

ILLUSTRATION

Boicut

ANIMATION

Sebastian Freudenschuss, Matthias Innauer

DIE HERAUSFORDERUNG

Das österreichische Rote Kreuz möchte seine Werte und den sozialen Gedanken stärker unter die Jugend bringen.

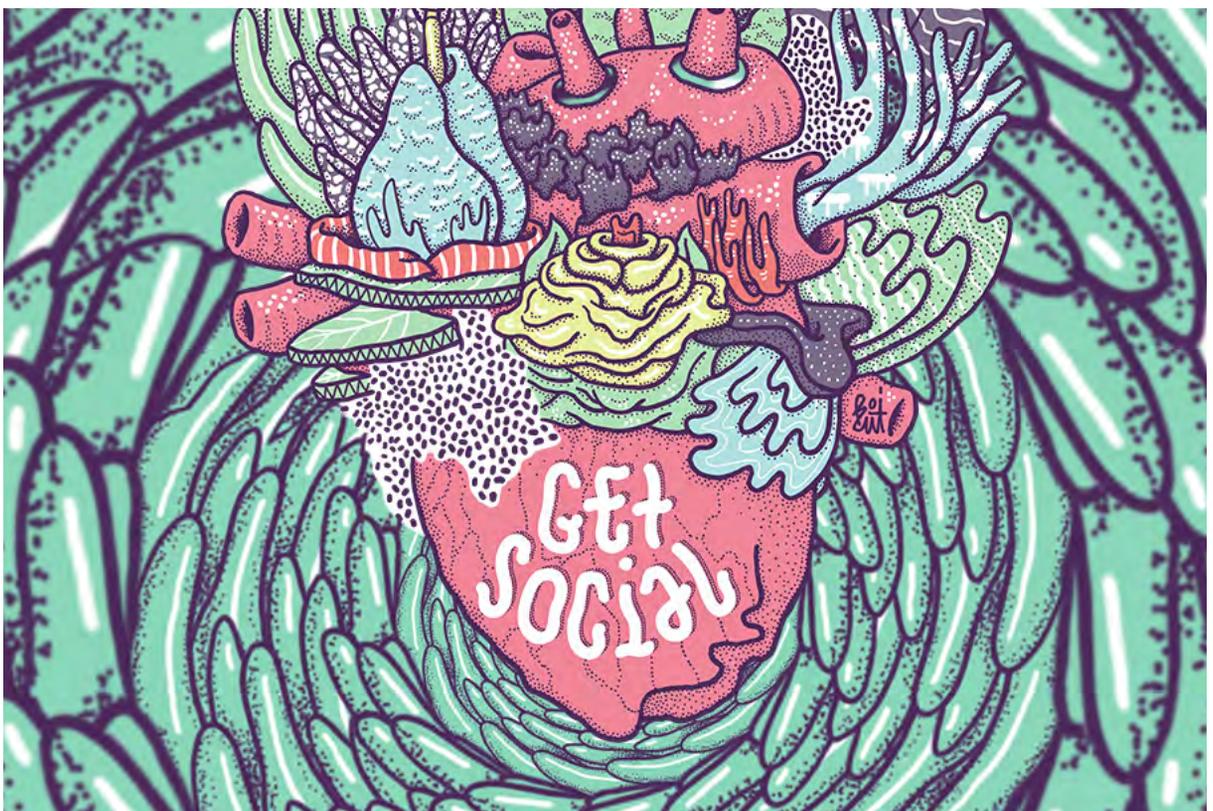
DIE IDEE

Ein interaktives YouTube-Video macht deutlich, dass die hilfsbereiten Kids definitiv die bessere Party feiern.

DIE AUFGABEN

Konzept

Drehbuch





VIDEO
ONLINE
—
danielkovacs.at



MUTTER ERDE

KUNDE

ORF Mutter Erde

AGENTUR

Jung von Matt/365

EXECUTIVE CREATIVE DIRECTOR

Thomas Niederdorfer

CREATIVE DIRECTOR

Andreas Putz, Thomas Niederdorfer

TEXT

Andreas Putz, Daniela Stenzenberger,
Paco Essenther, Daniel Kovacs

ART DIRECTOR

Charlene Janecek

PRODUKTION

PPM

DIE HERAUSFORDERUNG

Der ORF möchte auf seine große Umwelt-Initiative "Mutter Erde" aufmerksam machen.

DIE IDEE

Wir widmen Mutter Erde schöne Gedichte und rufen alle Menschen dazu auf, ihren Beitrag zu leisten.

DIE AUFGABEN

Text





**SPOTS
ONLINE**
—
danielkovacs.at



MEINL INSPIRIERT

DIE HERAUSFORDERUNG

Der „Espresso Wiener Art“ des Wiener Traditionsunternehmens Julius Meinl soll entstaubt werden. Er soll jünger werden, aber trotz dessen seine Wurzeln in der Kaffeehauskultur beibehalten.

DIE IDEE

Wir lassen bekannte Wiener Poeten und Poetinnen in ihrem charakteristischen Stil über den Espresso von Meinl sprechen. So spannen wir den Bogen von der Wiener Kaffeehauskultur über Inspiration zu Julius Meinl.

DIE AUFGABEN

Konzept

Text



Frei nach
Christine Nöstlinger:

Einer ist müde
und einer ist wach.
Einer ist still,
und einer macht Krach.

Einer ist einsam
und vier sind zu viert.
Espresso von Meinl ...
...inspiriert.



Inspiziert Poeten seit 1862.



Frei nach Erich Fried:

Es ist Verführung,
sagt der Verstand.
Es ist Genuss,
sagen die Sinne.
Es ist was es ist,
sagt die Liebe.
Er tut was er tut.
Er ...

... inspiriert.



Inspiriert Poeten seit 1862.

Frei nach H. C. Artmann:

med ana schwoazzn dintn
schreib i amoi ziwülesiad
i kao jo goaned dichtn,
espresso fom meindl...

...insberiad.



Inspiriert Poeten seit 1862.

Frei nach Ernst Jandl:

Eesssssssss
pr rrr r
esss ssssss
oo
oooooo
oooo
oo
o o o
o ...

...nnspprrtt.



Inspiriert Poeten seit 1862.

Frei nach Gabriele D'Annunzio:

Toccatto la lingua –
mille gusti,
intimamente amato.

Come adoro
quanto il caffè
di Meinl mi ha..

...inspirato.



Inspiriert Poeten seit 1862.



EN LA CASA

DIE HERAUSFORDERUNG

Nachdem ein gesamtes Studioalbum produziert wurde, braucht die Band Matatu ein durchgängiges Designkonzept, das in verschiedenen Anwendungen funktioniert.

DIE IDEE

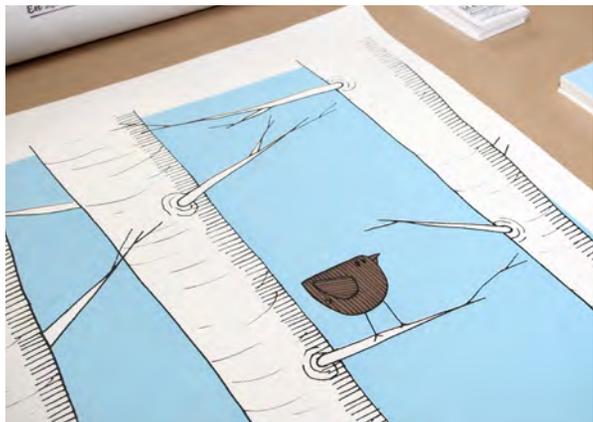
Angelehnt an den Albumtitel „En La Casa“, der auf Deutsch „Im Haus / Zu Hause“ bedeutet, entwickeln wir einen verspielten, leicht-füßigen Stil, der in einem charakteristischen Farbraum angesiedelt ist. Außerdem bewegt er sich weit abseits von Weltmusik-Klischees.

DIE AUFGABEN

Konzept
Typographie
Produktion



Auf einen Blick: Album,
Drucksorten und Textilien im „En
La Casa“-Design.



THEY MOVE

DIE HERAUSFORDERUNG

Das zweite Studioalbum von Matatu muss ins Visuelle übersetzt werden. Die Themen und die Stilik der Musik sollen sich im Design wiederfinden. Und auch auf die Homepage adaptiert werden.

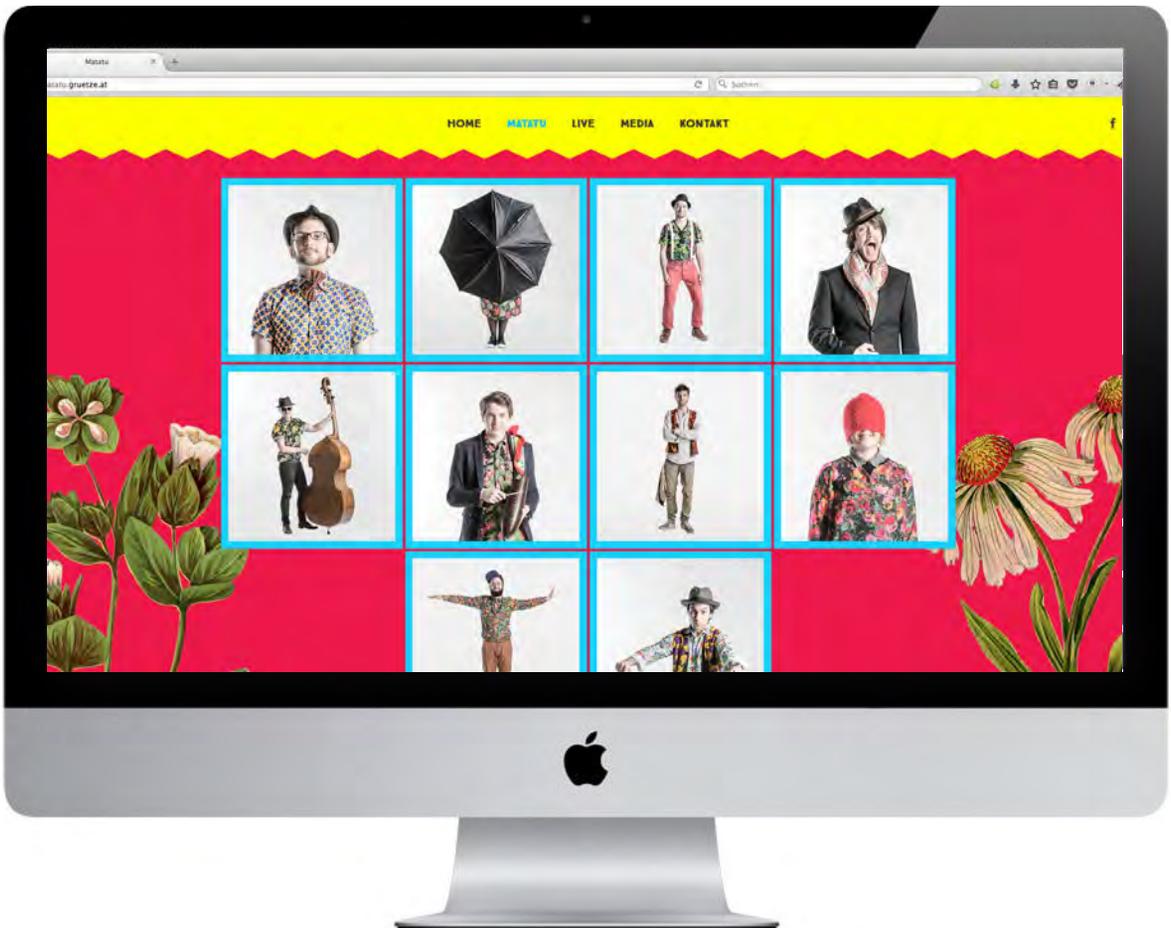
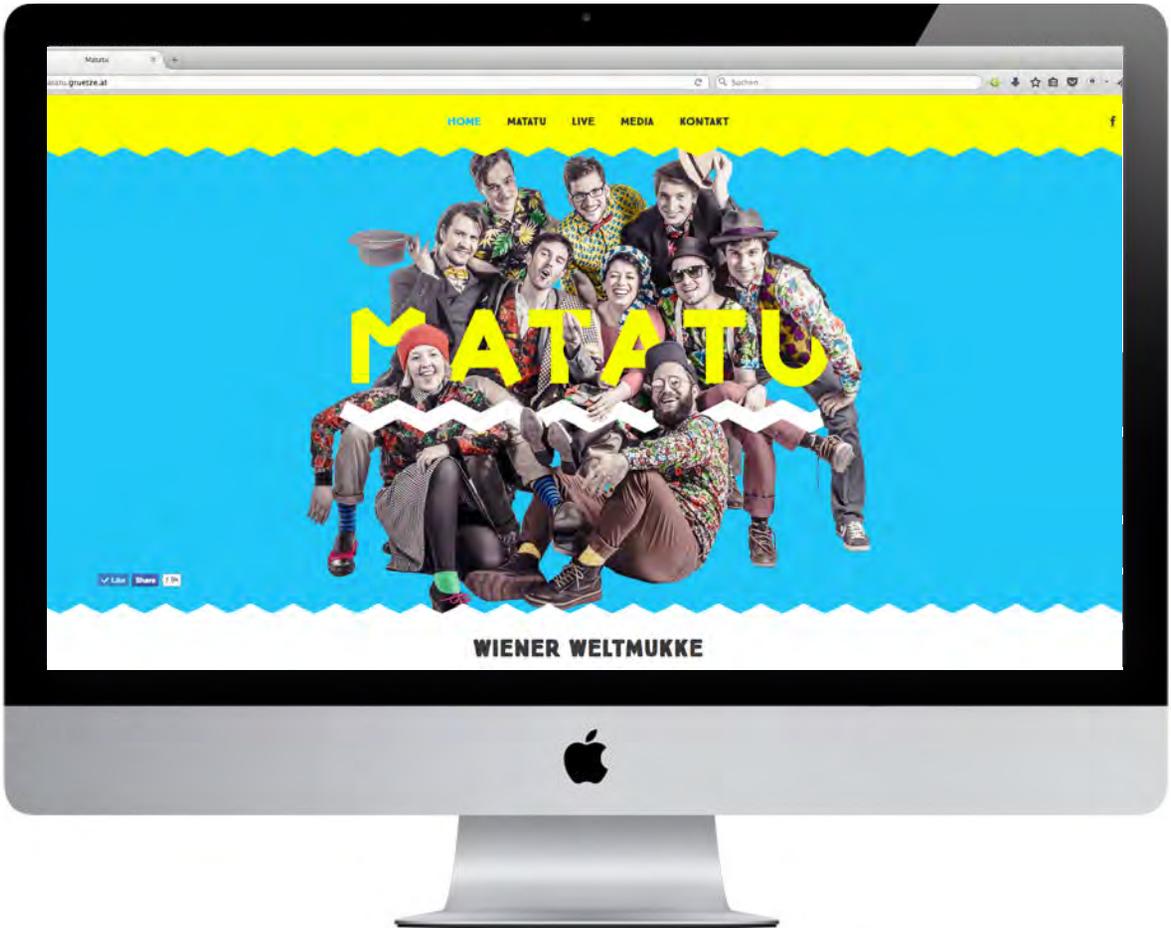
DIE IDEE

Die CD ist ein sterbendes Medium und wird Musik entweder online oder sehr viel bewusster auf Vinyl konsumiert. Deshalb produzieren wir das Album ausschließlich in Vinyl-Sleeves: Mehr Platz für ein schönes poetisches Artwork, das alle Inhalte der Songs in einem großen Bild vereint.

DIE AUFGABEN

Konzept
Typographie
Produktion





KLASSE FÜR IDEEN / CORPORATE DESIGN

DIE HERAUSFORDERUNG

Die Klasse für Ideen braucht einen neuen, zeitgemäßen Auftritt, der möglichst breit einsetzbar ist und eine Vielfalt in der Anwendung erlaubt.

DIE IDEE

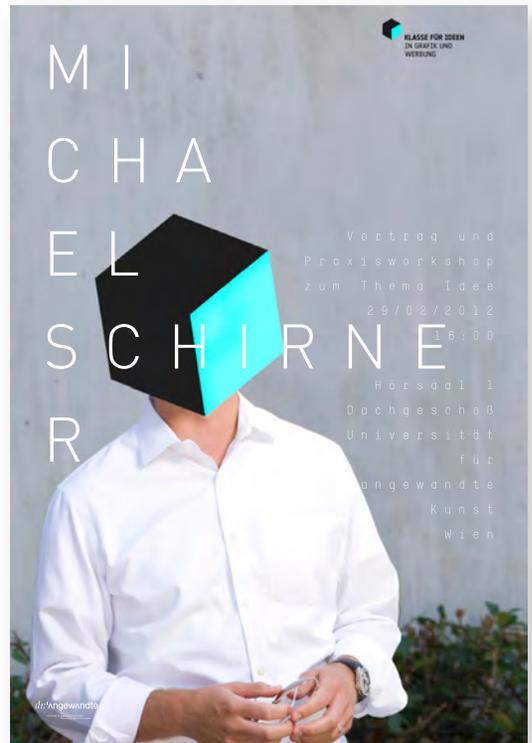
Das Corporate Design der Klasse für Ideen soll kein starres Gefüge sein, sondern die Kreativität geschickt kanalisieren. Einschränkungen gibt es lediglich im Farbraum, der Verwendung des Signets und der Hausschrift Notes PTL.

DIE AUFGABEN

Konzept
Design



KLASSE FÜR IDEEN IN GRAFIK UND WERBUNG



KLASSE FÜR IDEEN / CD MANUAL

DIE HERAUSFORDERUNG

Das Corporate Design der Klasse für Ideen und seine Regeln sollen in möglichst kurzer und einfacher Form zusammen gefasst werden.

DIE IDEE

Wir gestalten ein Manual, das die Grundregeln des Corporate Designs in einer Illustration visualisiert und als Plakat funktioniert.

Dabei fungiert das Klassenlogo als formale und inhaltliche Grundlage. Die drei Seiten spiegeln den geschützten Klassenraum zum Lernen wider, die mehrdimensionalität der Arbeiten und Konzepte und die Freiheit, die man als Studierende der Klasse hat.

DIE AUFGABEN

Konzept
Illustration





MYTHEN DER WASSERKRAFT

DIE HERAUSFORDERUNG

Der WWF und die Initiative „Flüsse voller Leben“ wollen mit einer Wanderausstellung auf die Gefahren und die weit verbreiteten Irrglauben über die Wasserkraft hinweisen.

DIE IDEE

In eingängigen Illustrationen stellen wir die heile Welt der Wasserkraft in Frage und informieren den Betrachter auf der Rückseite der Aufstellerkampagne über die faktische Wahrheit über Umweltverschmutzung und -zerstörung.

DIE AUFGABEN

Konzept
Illustration



Was glaubst du?
Ist Wasserkraft eine ökologisch unbedenkliche und saubere Energiequelle?

Illustration: Christoph Schindler & David Kovacs

Was glaubst du?
Verursachen kleine Wasserkraftwerke weniger Umweltschäden als große?

Illustration: Christoph Schindler & David Kovacs

Was glaubst du?
Ist in Österreich noch viel Potential für Wasserkraft vorhanden?

Illustration: Christoph Schindler & David Kovacs

Was glaubst du?
Ist Österreichs sauberes Wasser unerschöpflich?

Illustration: Christoph Schindler & David Kovacs

Was glaubst du?
Wird Österreich durch den Ausbau der Wasserkraft von Stromimporten unabhängig?

Illustration: Christoph Schindler & David Kovacs

Was glaubst du?
Sind Wasserkraftwerke ein sicherer und guter Hochwasserschutz?

Illustration: Christoph Schindler & David Kovacs

ALL THE WAY

DIE HERAUSFORDERUNG

Für den Chevrolet Spark soll eine Hymne produziert werden, die den Eigenschaften des Stadtautos gerecht wird: frech, humorvoll und selbstbewusst.

Mama said I need a car, 'cause
without car I don't get far!
And Papa said I need a ride
that's when i got electrified!
It struck me like a thunderbolt –
a spark that's kinda hot but cool!
Me and my ride my urban jewel
We make the people drool we rule!

You got me going, you got me
going all the way!
Spark's got me glowing, Spark's got
me glowing night and day!

DIE IDEE

Eine rotzige Mischung aus Elektrobeat und Polka ist die Grundlage für selbstgefällige, aber klar selbstironische Verse in gebrochenem Englisch. Zusammen ergibt das eine urbane Hymne, die den Geist der Großstadt pumpt.

Everybody says that my car is
damn
Everybody says that my car is
whistle
They all think the same
all the boys all the girls.
Matter of fact:
they don't find the words!

You might have noticed that I'm the
hottest and it is hard to disagree.
If you see me pass, in a moment, or
less you wanna take a ride with me!

DIE AUFGABEN

Konzept
Songwriting & Text
Produktion



NO MORE COAT

DIE HERAUSFORDERUNG

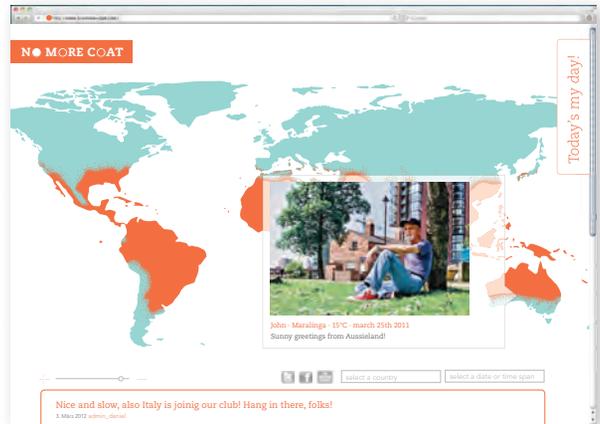
Was wäre eine Idee, die der Welt noch gefehlt hat?

DIE IDEE

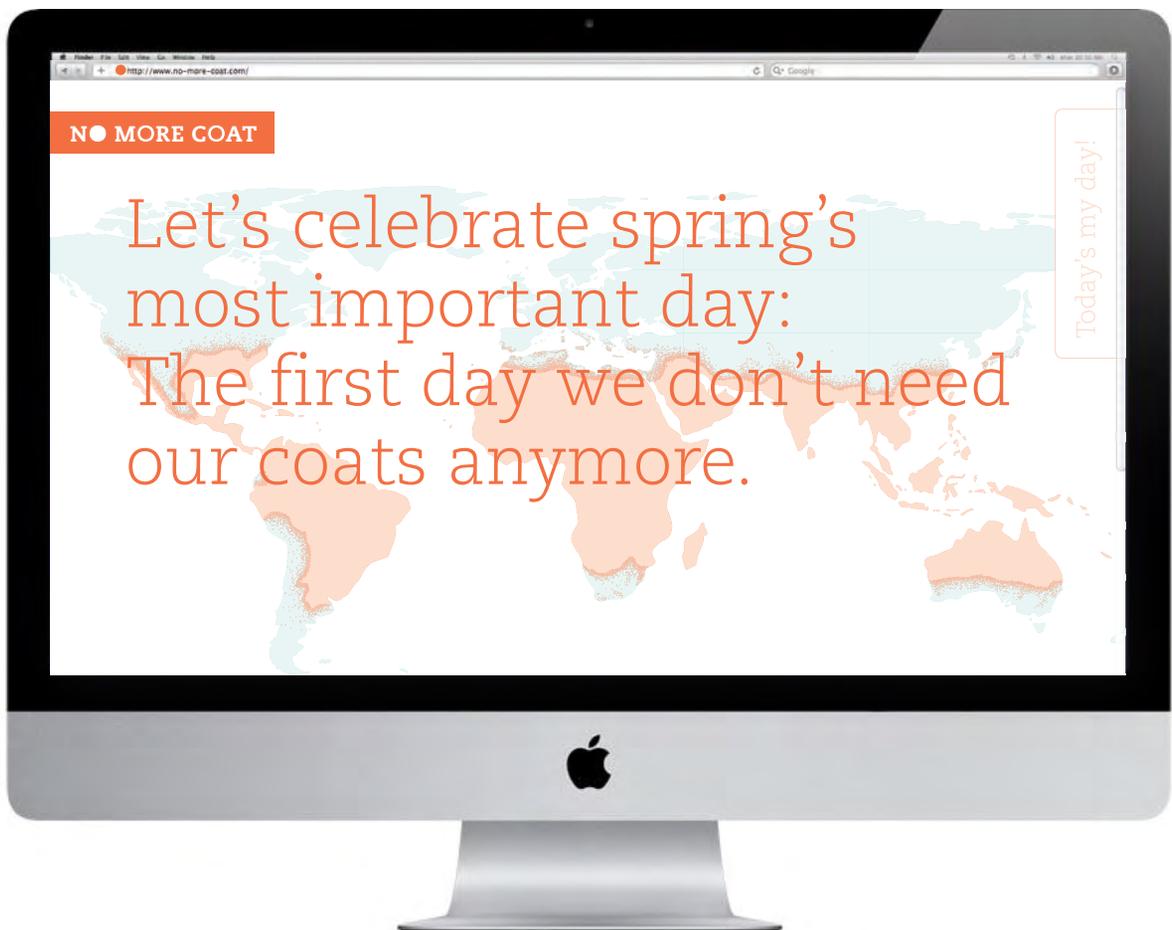
Jeder liebt den Frühlingsbeginn. Deswegen gründen wir eine Community, die sich jenem Tag widmet, an dem man erstmals wieder ohne Jacke außer Haus gehen kann. User können ihren „no more coat“-Tag online eintragen und werden so zum Teil einer riesigen Frühlingsprognose.

DIE AUFGABEN

Konzept
Text
Design



Die Map zeigt, wie sich der Frühling weltweit verbreitet.



ENERGÍA HERMOSA

DIE HERAUSFORDERUNG

Wien Energie und die Viennale suchen mit dem Kurzfilmcontest „Night of the light“ ein Treatment / einen Kinospot, welcher den abstrakten Begriff Energie visualisiert.

DIE IDEE

Wir zeigen, dass Energie omnipräsent ist und nicht zwangsläufig das gängige Klischee von Energie bedienen muss. Im Gegenteil: Sie kann so schön sein.

DIE AUFGABEN

Konzept

Text

Cast & Regie

Videoschnitt

Visuelle Effekte



CHEVROLET - MAKE IT HAPPEN

DIE HERAUSFORDERUNG

Für das Jahr 2012 ruft Chevrolet das Motto „Make it happen“ aus. In einem Web-Spot soll man diese Botschaft auf motivierende Weise kommunizieren – unter den Zuschauern soll eine Aufbruchstimmung verbreitet werden.

DIE IDEE

Wir verwandeln einen Chevrolet in eine mobile Seifenblasenmaschine, um Abwechslung und Magie in den grauen Alltag zu bringen.

DIE AUFGABEN

Konzept
Videoschnitt & Grading
Visuelle Effekte



Alle Texte, Bilder und Entwürfe in diesem Portfolio sind Eigentum von Daniel Kovacs bzw. dürfen zu Präsentationszwecken verwendet werden.