



## Aug' in Aug' mit Lionel Messi

Lukas Charwat hatte sie alle schon vor der Linse: die Fußballer des FC Barcelona – aber nicht nur sie. Ein Porträt eines jungen Fotografen, Künstlers und Multimedia-Gestalters mit kreativen Ideen und viel Potenzial

„Es war interessant; ich stand neben Lionel Messi, aber unterhalten habe ich mich nur mit Miguel Ruiz“, lacht Lukas Charwat. Nicht nur unterhalten – inzwischen besteht zwischen dem Haus- und Hoffotografen von Spaniens beliebtestem Fußballclub FC Barcelona und dem 20-jährigen österreichischen Fotografen, der die Fachrichtung Multimedia an der Grafischen absolviert hat, ein reger Aus-

Ein weiteres Ziel ist es nun, Mitglied bei Gepa pictures zu werden, die weltweit Fotografien mit Fokus Sport an Medien verkaufen – wieder kein einfaches Unterfangen, aber Charwat bleibt dran. In der Zwischenzeit verdient Charwat Geld mit Gestaltungen, so mit dem Corporate Design für die Firma sound.DNA, die maßgeschneiderte emotional abgestimmte Musik-Jingles etwa an Kaufhäuser verkauft. Auch DKS-Consulting, Modem Bau oder einige andere Einzelunternehmer sind seine Kunden. Für das pädagogische Fachmagazin *Kiwi* wirkte Charwat während seines Zivildienstes und gestaltete ein neues Layout. Das Medium ist ihm auch heute noch gewogen. „Ich habe Multimedia gemacht und will das auch leben“, meint er. „Es gibt das sogenannte Team Chaluk, da arbeite ich mit Freunden zusammen. Passend zu unseren Fähigkeiten arbeiten wir bei Projekten zusammen oder geben sie einander weiter.“

### Künstlerische Fotografie

Chaluk ist übrigens auch der Künstlername von Charwat – so fand im Mai 2014 die erste Ausstellung statt. Highlight von „This is Barcelona“ waren natürlich die hautnah geschossenen Bilder von Messi, Sánchez oder Neymar, Piqué, Iniesta und Co. Aber auch mit manch künstlerischer Aufnahme, die den Makro- und Mikrokosmos in Katalonien ins Bild rückte, beeindruckte der junge Mann sein Publikum. Einige Sponsoren von Austrian Airlines über Löwenkopf bis Friedrich unterstützten das Event, zu dem 400 Gäste gekommen waren. Klar, dass hier auch einige der in kleinster Auflage verkauften Bilder über den Ladentisch gingen – ein beachtlicher Erfolg.

Dieser soll in Kürze wiederholt werden. So steht im Jänner die Ausstellung „Bubble“ auf dem Plan. Anlässlich der Ferien-Messe Wien erhält Chaluk die Gelegenheit, neben Fußball ein weiteres Hobby zu präsentieren, passend zum Thema Reisen. „Ich habe bereits 400 Tauchgänge hinter mir“, schwärmt Charwat, „seit ich zehn bin, bin ich unter Wasser und wurde nun gebeten, Bilder zum Thema bei der Messe zu zeigen.“ Die Ausstellung in der Mall der Messe von Reed Exhibitions wird am 15. Jänner um 18 Uhr eröffnet. So ein Event kostet Geld, also hat sich Charwat auch hier nach Sponsoren umgesehen, aber einfach ist es nicht für junge

Kreative: Das Haus des Meeres war nicht interessiert, Nike wäre der Traumpartner, auch weil es den FC Barcelona sponsert – eine Antwort ist noch ausständig. Die deutsche Druckfirma WhiteWall bietet immerhin einen kleinen Mengenrabatt für die Spezialabzüge der ausgestellten Bilder, ja, und Red Bull schiekt immerhin seit Kurzem regelmäßige Dosen.

### Street Art in Buchform

Außergewöhnlich ist darüber hinaus das Abschlussprojekt von Lukas Charwat und zwei Klassenkollegen, das Street Art ins Zentrum rückte und den Zettelpoeten Helmut Seethaler ebenso wie die Illustratorin Frau Isa oder den weltbekanntesten österreichischen Graffiti-Künstler Nychos featurte – ein empfehlenswertes Werk, das Martin Drexler, Professor für Multimedia & Fotografie und Betreuer, zu einem „letzten Wort“ inspirierte. Der Traum für das Multimedia-Talent bleibt aber Barca. „Miguel Ruiz fotografiert nicht nur Fußball, auch in Basketball, Handball und Landhockey führt der FC Barcelona die Ligen an. Er ist rund um die Uhr im Einsatz, vielleicht erhalte ich da doch noch irgendwann die große Chance“, lacht Charwat zuversichtlich. **bis**

Diese Bilder schoss nicht der bei Barca ange-stellte Haus- und Hoffotograf Miguel Ruiz. Nein, sie kommen von dem 20-jährigen Österreicher Lukas Charwat.

Ein Bild mit besonderer Ausstrahlung – die Delfine begleiten das Boot von Chaluk im südchinesischen Meer der Philippinen.

© Chaluk (5)



Corporate Design: Für sound.DNA gestaltet Lukas Charwat alles vom Folder bis zur Website.

## Kurz und bündig

### twyn group für Deichmann

Für eine Real-Time-Advertising-Kampagne vertraut der Schuheinzelhändler Deichmann auf die Expertise der twyn group. Der heimische Spezialist für digitale Werbung hat für Deichmann im vergangenen September Pre-Rolls in Form von 25 Sekunden langen Video-Spots auf zahlreichen Plattformen ausgespielt, die weibliche und männliche Internet-User getrennt ansprechen sollten – unter anderem auf youtube.com, schoener-fernsehen.com, spielen.com, goal.com, ustream.tv, vol.at und krone.at.

### Faul sein mit Red Zac

Die Agentur Zum goldenen Hirschen Wien hat der Elektronikhandelskette Red Zac unter dem Slogan „Seid faul! Red Zac macht's euch bequem“ einen neuen Markenauftritt verpasst. Protagonist der Kampagne ist ein Faultier aus Südamerika, dem der bekannte EAV-Leadsänger und Moderator Klaus Eberhartinger seine Stimme geliehen hat.

### In der Steiermark schmeckt's

Die Marketing- und Technologieagentur Scoop & Spoon mit Sitz im siebten Wiener Bezirk hat für ihren neuen Kunden Steiermark Tourismus eine App entwickelt. Bei „Da schmeckt's“ werden 300 kulinarische Adressen rund ums Essen und Trinken sowie weitere zu den Themen Wein, Apfel und Kürbis präsentiert. Die neu entwickelte Kulinarik-App ist bereits für iOS- und Android-Geräte in den jeweiligen Stores verfügbar – und das außerdem kostenlos. So lässt sich die Vielfalt der steirischen Gastronomie auf moderne und ansprechende Weise entdecken.

### media.at für kika Leiner

Mit Jänner 2015 wechselt das Handelsunternehmen kika Leiner zur media.at-Agenturgruppe und wird dort im klassischen Bereich von der im März 2014 gegründeten Agentur mediastrategie betreut. Ergänzend dazu wird die pilot@media.at alle digitalen Agenden von Display bis Performance begleiten – diese ist ebenfalls Mitglied der media.at-Agenturgruppe.

### Schokoladige Wunderknaben

Wunderknaben, eine Social-Media- und Digital-Agentur aus Wien, hat sich kürzlich den Etat des Handelsunternehmens Schokothek gesichert, das mit 16 Filialen in ganz Österreich vertreten ist. Mit dem Claim „Wir sprechen Schokolade“ und einer Fülle an Point-of-Sale-Materialien wurde eine Werbe-Linie entwickelt, die sich ab sofort in allen Filialen sowie bei allen Webauftritten wiederfindet.

### Neukunde für Madvertising

esarom, ein international agierendes Unternehmen, das Geschmacksstoffe herstellt, hat seinen Werbeetat an die Agentur Madvertising aus der Wiener Innenstadt übergeben. „esarom hat uns mit der gesamten Neuausrichtung der Kommunikation sowie der Überarbeitung der Corporate Identity beauftragt. Wir sind gerade dabei, die Positionierung, die über einen neuen Claim zum Ausdruck kommen wird, zu erarbeiten. Weiters werden wir für esarom den Webauftritt neu aufsetzen sowie diverse Werbematerialien erstellen“, heißt es seitens Florian Matthes, Gründer und Geschäftsführer von Madvertising.



Lukas Charwat ist mit Leidenschaft Fotograf und Mediengestalter.

tausch. Regelmäßig fliegt Charwat in zwischen gen Süden – nicht nur, um das eine oder andere Match zu verfolgen, sondern auch, um sich den tricksenden, trainierenden Sportlern mit seinem Objektiv zu nähern.

### Dran bleiben zahlt sich aus

So hat sich der Grafiker und Fußballfreak, der jedes einzelne seiner Schuljahre sowie die Matura mit Auszeichnung bestand und immer schon gern malte und bastelte, mit viel Hartnäckigkeit und Lean-forward-Mentalität einen Jugendtraum erfüllt. „Nie hätte ich gedacht, dass ich diese Chance bekomme, obwohl ich schon mit 16, als ich von den obersten Rängen weit entfernt vom Feld im Camp Nou (Stadion des FCB, Anm.) ein Jahrhunderttor von Dani Alves filmte, das Ziel hatte: Einmal will ich dort unten stehen – Barca vor der Kamera“, erzählt Charwat. Die Möglichkeit, auf Vorsaison mitzuflogen, öffnete nach vielen Mails und Fehlversuchen die Tür.