

Design im Dialog mit Politik, Wirtschaft und Wissenschaft

2. European Design Business Dialogue begeisterte mit breitem Themenspektrum

Am Mittwoch, 11. Mai 2011 brachte designaustria mit dem European Design Business Dialogue, veranstaltet im Rahmen des Point of Marketing (P.O.M.), erneut internationales Design-Know-how nach Wien. Neben hochkarätigen Vorträgen und anschaulichen Praxisbeispielen lag ein weiterer Fokus auf Design als Standortfaktor für Städte. Rund 500 TeilnehmerInnen und Teilnehmer waren beim P.O.M. dabei und informierten sich über die neuesten Trends in Design, Marketing und den Dialog zwischen Kreativen und Wirtschaft.



Unter dem Motto „Let’s talk again“ lud designaustria, Wissenszentrum und Interessenvertretung für Design in Österreich, am 11. Mai zum **zweiten European Design Business Dialogue** ins Tagungszentrum Schloss Schönbrunn. Der European Design Business Dialogue ist Teil **des Point of Marketing (P.O.M.)**, einer gemeinsamen Veranstaltung der Österreichischen Marketinggesellschaft mit dem Dialog Marketing Verband Österreich und designaustria.

Kick-off im designforum mit Angela Morelli



Bereits am Dienstag, 10. Mai 2011, stimmte ein Get-together im **designforum Wien** auf die kommunikative Netzwerk-Veranstaltung ein. Die italienisch-britische **Informationsdesignerin Angela Morelli** begeisterte mit ihrem Vortrag „A Journey through Empathy“ über ihr mehrfach ausgezeichnetes Projekt „The Global Water Footprint of Humanity“: Im Rahmen des Projekts bereitete sie, selbst ausgebildete Ingenieurin, in enger Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern umfangreiches Datenmaterial zum globalen Wasserverbrauch anschaulich und für ein breites Publikum verständlich auf. Die Fähigkeit dazu, sich in andere hinein zu versetzen, ist für Angela Morelli im Informationsdesign entscheidend, sowohl in der Zusammenarbeit mit Auftraggebern, als auch in Hinblick auf die Empfänger der Informationen.

Angela Morelli wird am 30. Juni 2011 im Rahmen der Konferenz „greenID - sustainable information design“ einen Workshop in Wien halten. Infos: www.iiidspace.net/greenid

Globales Thema Design



Vor rund 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmern eröffnete – nach kurzfristiger Absage von Brigitte Jank (WKW) – **Michael Thomson** auf Einladung von designaustria den Point of Marketing am 11. Mai. Der international renommierte Design-Strategie und Gründer des Londoner Consulting Unternehmens Design Connect ist Experte auf dem Gebiet der Entwicklung nationaler Designpolitik-Konzepte. Während seiner Präsidentschaft des Bureau of European Design Associations erreichte er erstmals die Aufnahme des Themas Designpolitik in die Innovationsstrategie der EU. In seiner Keynote „**The Global Agenda for Design**“ veranschaulichte Thomson die branchen- und länderübergreifende Relevanz von Design anhand internationaler Casestudies.



Kathryn Best, Designerin, Autorin („Grundlagen des Designmanagements“, 2010) und Beraterin, sprach in ihrem Vortrag „**Design as an Enabler of Change**“ über strategisches Designmanagement. Design, so Kathryn Best, könne Innovationen stimulieren und wesentlich zu nachhaltigen Entwicklungen beitragen, die den Menschen und seine Lebensqualität in den Mittelpunkt stellen.

Face to Face: Wenn DesignerInnen mit ihren AuftraggeberInnen...

Großen Anklang beim Publikum fand der Programmteil „Face to Face“. Bei dem von Henning Horn entwickelten Format stellen je ein Designer und sein Auftraggeber ein gemeinsames Projekt im Dialog vor. U.a. zeigte das Duo Uwe Melichar (Factor Design, D) und Ralph Breymaier (Gardena, D) sehr unterhaltsam auf, welche Höhen und Tiefen beide Seiten in der Entwicklung eines neuen Verpackungsdesigns durchleben und welche Zugeständnisse letztlich über den Projekterfolg entscheiden. **Creative Boxing** in doppelter Hinsicht.

Angesichts der überaus positiven Resonanz zu Face to Face kündigte designaustria-Geschäftsführer **Severin Filek** eine baldige Fortsetzung an.

Designdialog auf öffentlicher Ebene



Ed Annink stellte seine Initiative „**The Hague Design and Government**“ vor, in der er das Verhältnis zwischen Design und der öffentlichen Hand in europäischen Städten analysiert. Unter anderem rief er im Rahmen dieses Projekts zur Neugestaltung des EU-Emblems auf. Die Resonanz darauf war sehr groß, Beiträge kamen nicht nur aus Europa, sondern etwa auch aus Afrika und setzten in vielen Fällen die europäische Diversität visuell um. Für Annink ein weiterer Beleg für die Identität stiftende Kraft von Design.

Diskussion: Design als Teil einer politischen Strategie



Wie profitiert eine Stadt, wenn sie eine Designauszeichnung erhält? Welche Rolle spielen Wirtschaft und Politik? Darüber diskutierten zum Abschluss **Eberhard Schrempf**, Geschäftsführer der Creative Industries Styria und Vorsitzender des „UNESCO City of Design“-Boards für Graz, **Pekka Timonen**, Executive Director „World Design Capital Helsinki 2012“ und **Isabel Roig**, Vizepräsidentin von BEDA (The Bureau of European Design Associations). Wien bzw. designaustria bewirbt

sich derzeit als „BEDA Centre of Competence for Design Business Dialogue“. **Severin Filek** und **Michael Thomson** moderierten.

Pekka Timonen betonte, dass beim Thema Design immer der **Mensch im Mittelpunkt** stehe und Helsinki als „World Design Capital“ unter Einbindung der gesamten Bevölkerung Design als Gestaltungs- und gesellschaftlichen Faktor in der Stadt verstärkt positionieren will. Die Basis dafür liege in einem **politischen Bekenntnis zum Stellenwert von Design**, Design müsse in der Strategie einer Stadt oder eines Landes verankert sein. Dies unterstrich auch Eberhard Schrempf. Für Graz liege das Potential, eine UNESCO City of Design zu sein in erster Linie an dem starken Städtenetzwerk, in das man dadurch eingebunden wurde.

Einig war man sich auch darüber, dass in Städten, die sich in einem Prozess der Neudefinition befinden, Design die **Qualität der urbanen Weiterentwicklung** garantieren und die Identifikation der Bevölkerung mit der Stadt erhöhen kann.

Designbewusstsein schärfen

designaustria hat sich mit dem European Design Business Dialogue im Rahmen des P.O.M. zum Ziel gesetzt, Bewusstsein für den Wirtschaftsfaktor Design zu schärfen sowie Designerschaft und Wirtschaft zu vernetzen. Der Dialog ist dabei gleichzeitig Titel, Format und inhaltlicher Leitgedanke. Im Jahr 2012 soll der European Design Business Dialogue fortgesetzt werden.

Alle Vorträge vom diesjährigen European Design Business Dialogue werden in Kürze online als Videos abrufbar sein, alle Infos dazu finden Sie auf www.designaustria.at

Pressekontakt & Rückfragehinweis

Eva Neumeier, Martin Lengauer – die jungs kommunikation

+43 (0)1 2164844-22 | +43 (0)699 100 88 0 57 | presse@designaustria.at

designaustria dankt allen Unterstützern und Partnern:

Eine Kooperation von



Im Rahmen des Point of Marketing (POM)



Inhaltliche Kooperation

Face to Face®

Mit Unterstützung von

