

MAGAZIN VON UND ÜBER DESIGN

mitteilungen



GESTALTER·INNEN UND DIE KI –
ZWISCHEN KRISE UND INNOVATION

04 GESTALTER-INNEN UND DIE KI – ZWISCHEN KRISE UND INNOVATION

- 04 KI – gekommen, um zu bleiben
- 06 KI und die rechtliche Situation
- 07 AI-Generated Art and Its Effects on the Illustration Business
- 08 Der schlimmste Albtraum der Kreativen – DALL·E 2

11 DESIGNAUSTRIA-STUDIOPORTRÄT

- 11 Peter Diamond

14 DESIGNAUSTRIA – ACTIVITIES UND SERVICES

- 14 Aktuelle Werte der SV
- 14 Mitgliedsbeiträge 2023
- 14 Adobe-Schriften – Das Ende von PostScript-Type-1-Schriften ist da
- 15 René Andritsch | NumToBars
- 15 Michael Hochleitner | Arnika Typejockeys
- 16 ExpertsCluster Designgeschichte
- 16 Urheberrechts-Novelle 2021 – Teil II
- 18 Detailversessen – Wortmarke Loacker
- 22 Swiss Design – Eine Tradition des Wandels im Schweizer Design

24 IN GEDENKEN AN

- 24 Grafikdesigner und Gestalter im Kontext Sport Otto Raitmayr (1944–2022)
- 25 Künstler und Logodesigner Hans Reinartz (1940–2022)

26 RÜCKSCHAU

- 26 Design and Environment
- 27 Interessieren Sie sich für Ihre Zukunft im Design?
- 28 Romulus-Candea-Preis
- 29 AI Playday
- 29 Joseph-Binder-Symposium 2022

32 MEMBERS@WORK

- 32 Dieter Fritz | Struktiv
- 32 Andreas Koop | designgruppe koop
- 33 Florine Glück | IllustrationLadies
- 33 Valentin Vodev | Vello
- 34 Anna Hernandez | Umami Visual Design
- 34 Tino Valentinitich | Valentinitich Design
- 35 Julia Stubenböck | Out Of Habit
- 35 Tanja Peklar-Zarka | Zart

36 AUSSTELLUNGEN UND VERANSTALTUNGEN

- 36 Rechte, die sich rechnen – über das Wissen von Rechten, die sich für Designschaffende rechnen
- 36 Design.Talk #5: Willerstorfer Font Foundry & DeSein x Loacker
- 37 Ausstellung Staatspreis Design 2022
- 37 Österreichische Designgespräche im Schloss Holleneegg
- 38 Ashes & Sand
- 38 Präsentation der Sonderbriefmarke »Silhouette – Futura« von Dora Demmel und Buchpräsentation »design|er|leben«
- 39 Werkstätte Hagenauer Wiener Metallkunst 1898–1987
- 39 Biennial of Illustrations Bratislava 2023
- 40 European Design Awards 2023
- 40 Kiki Kogelnik: Now Is the Time
- 41 »Thinking Ahead« Ecodesign Award 2022

41 EMPFEHLUNGEN

- 41 Teaching Research in Design
- 42 designaustria Generalversammlung 2023
- 42 Illustratorin und Grafikerin Tanja Peklar-Zarka
- 42 Impressum
- 43 Papiersponsor

Liebe Gestalter-innen!

In den aktuellen »mitteilungen« haben wir wieder einiges für euch zusammengetragen. Wir schauen Designer-innen über die Schultern, blicken nach vorne und zurück, stellen unsere Services vor und eröffnen einen Raum für Austausch und Diskussion rund um das Themenfeld künstliche Intelligenz. In den letzten Wochen berichteten selbst Regionalzeitungen über künstliche Intelligenz, ChatGPT und Co. Daraufhin wurde quer durch Österreich ausprobiert und damit gespielt – er, sie, es oder divers ist also in der Gesellschaft angekommen. Den Fragen und Thesen, wie spielerisch, nützlich oder gar bedrohlich »es« in der Designszene erlebt wird bzw. ist, wollen wir uns in diesem Heft nähern, davon ausgehend, dass dies erst der Gruß aus der Küche ist und noch einiges folgen wird.

In diesem Sinne wünschen wir euch Freude an eurem Mitglieder-magazin, freuen uns über Reaktionen und Impulse eurerseits und sagen: »Gehts wählen« – nämlich unseren, euren designaustria-Vorstand!

Katharina und Marie-Theres im Namen des Redaktionsteams

So könnt ihr uns direkt erreichen: redaktion@designaustria.at



↑ © Verena Tscherner erstellt mit DiffusionBee: A frog reading a book while jumping in the air and catching a fly at the same time, Colored Pencil



Liebe Kolleg-innen,

ist die KI nur ein weiterer Schritt zur Automatisierung oder beraubt sie uns unserer Geschäftsgrundlage? Bietet sie mehr Chancen oder Risiken? Wie kann sie uns nützen? Welche rechtlichen Fragen stellt sie uns, und welche Gesetze wollen wir?

Wie so oft wird sich auch hier zeigen: Gemeinsam kommen wir weiter als allein. Gemeinsames Denken und Diskutieren führt uns zu Lösungen, die uns allen nützen.

designaustria kann der Ort dafür sein – darum: Bring dich ein! Diskutiere mit, wähle deine Vertreter-innen!

Dann ist es schön, bei *designaustria* zu sein.

Bärbl Weingartshofer

Für euch beigelegt haben wir diesmal:

- WEI SRAUM Programm Jan – Juli 2023
- designaustria Programm Jan – Juni 2023

KI – GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN

ÖFFNEN WIR DIE TORE IN REFLEXIONS-, EXPERIMENTIER- UND DENKRÄUME.

Text: Marie-Theres Zirm

Vieles wird schon über künstliche Intelligenz (KI) geschrieben, manches nur hinter vorgehaltener Hand ausgesprochen. Unser Umgang mit KI ist definitiv in Entwicklung, auch wenn manche sich dafür entscheiden, dass sie das nichts angeht. Wir befinden uns also vermutlich in einer Zeit, die einmal rückblickend als spannend für Gestalter-innen beschrieben werden wird. Technologische Entwicklungen haben seit jeher die Berufe und Geschäftsmodelle geprägt. Doch was erleben wir diesbezüglich gerade?

Logo-Generatoren gibt es schon länger, doch derlei Anwendungen werden immer niederschwelliger, smarter und fähiger: Texte, Illustrationen, Designs werden in einer Bandbreite und Geschwindigkeit generiert, die uns nur so staunen lässt. In der Vorbereitung für dieses Schwerpunktthema haben wir mit vielen Gestalter-innen gesprochen. Manche lehnen sich zurück und gehen davon aus, dass gutes Design immer mit Bleistift und Papier beginnen wird, andere sind nervös und nähern sich zaghaft der KI, und manche nutzen sie quasi als Werkzeug oder empfinden sie als Kooperationspartnerin. Zu beobachten ist eine Polarisierung. Das Bewerten kommt rasch daher.

Fragen um Datensicherheit, Urheberrechte, Nutzungsrechte etc. sind groß in Diskussion, erste Klagen wurden bereits eingereicht, aber viele rechtliche Fragen bleiben ungeklärt. Denn die KI »trainiert« mit teils urheberrechtlich geschützten Bildern, Texten, Codes, um in der Folge »selber kreativ« zu werden. So ist unlängst bekannt geworden, dass auch *Adobe* die von seinen User-innen in der Cloud abgelegten Bilder »analysiert«. Einen Rechtskommentar findet ihr auf Seite 6 und online.

Und dann, zugegeben, waren wir selber versucht, mit der KI *ChatGPT* ins Gespräch zu kommen. Einen kleinen Auszug unserer Unterhaltung wollen wir euch zeigen, gendern mussten wir die Antworten (noch) selber.

Wie sieht die Zukunft von Designer-innen oder Grafiker-innen aus, wenn künstliche Intelligenz den gleichen Job macht?

»Es ist möglich, dass künstliche Intelligenz in der Lage sein wird, einige Aufgaben von Designer-innen und Grafiker-innen zu übernehmen, insbesondere routinemäßige und repetitive Aufgaben. Es wird jedoch auch davon ausgegangen, dass KI-Tools und -Technologien Designer-innen und Grafiker-innen helfen können, ihre Arbeit schneller und effizienter zu erledigen. Es ist auch wichtig zu beachten, dass KI nicht in der Lage sein wird, die kreativen und intuitiven Fähigkeiten von Menschen zu ersetzen, die für die Entwicklung erfolgreicher Design- und Grafikprojekte unerlässlich sind. Daher wird es wahrscheinlich dazu führen, dass Designer-innen und Grafiker-innen sich auf höhere Ebene der kreativen und strategischen Entscheidungen konzentrieren und die Routineaufgaben an die KI übertragen.«

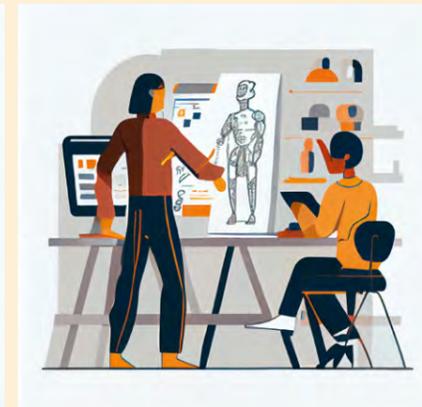
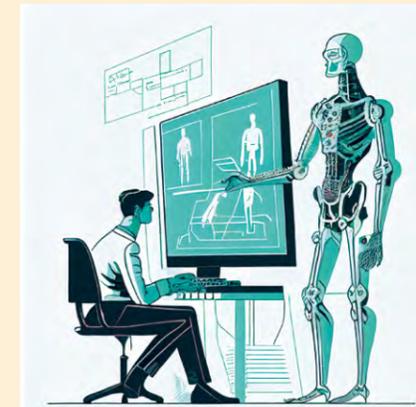
In der Vorbereitung des Schwerpunktthemas ist es uns ein Anliegen, Räume zu öffnen und Bewertungen außen vor zu lassen. Die Ambivalenz im Umgang mit KI im Kontext von Design hat auch unsere Gesprächspartnerin zum Ausdruck gebracht: »In Anbetracht dieser Zwiespältigkeit ist es wichtig, dass Designer-innen und Grafiker-innen sorgfältig die Vor- und Nachteile der Verwendung von KI in ihrer Arbeit abwägen und sicherstellen, dass die Verwendung von KI ethisch und verantwortungsvoll erfolgt. Es ist wahrscheinlich, dass KI und Menschen in Zukunft Hand in Hand arbeiten werden, um bessere Ergebnisse zu erzielen und die Arbeitsbelastung zu verringern.«

Wir haben jedenfalls einiges recherchiert, mit der KI diskutiert und uns dafür entschieden, mit ihr zu kooperieren. Sie lieferte auf die Anfrage »Describe several possibilities how to visualise in an illustration the situation of the design industry being confronted with visual AI« unter anderem folgende Coveridee: »An illustration of a human designer and an AI working together on a design project, with the AI providing suggestions and the human designer making the final decision«. designaustria-Mitglied

Anna Hernandez illustrierte daraufhin diesen Ansatz für unser Cover.

Anna ist allerdings noch weitergegangen und wollte wissen, wie Midjourney die Coveridee designen würde.

Wir sind gespannt, wohin sich die Rolle von Gestalter-innen in den kommenden Jahren entwickeln wird, und freuen uns auf eure Erfahrungsberichte und Einschätzungen.



← Coverideen von Midjourney

AI – NOT GOING ANYWHERE

Designers live in interesting times. Of course, developments in technology have always informed the jobs and business models of our industry. But what exactly is it that we are currently going through with the new abilities of artificial intelligence? While logo generators have been around for a while, applications of this kind are becoming more and more low-key, smart, and able. In preparing for this issue's main topic of artificial intelligence, we talked to many designers. Some are relaxed and convinced that good design will always start with pencil and paper, others nervously approach AI, and a third group use it as a tool or regard it as a co-operator. At any rate, matters of data security, copyright, rights of use, etc. are more fervently debated than ever, some early lawsuits have been filed, but many legal issues remain unresolved. After doing a lot of research on the subject, we decided to have a conversation with its most prominent representative, ChatGPI, and co-operate. ChatGPI gave us some ideas for the front page of this issue. The final choice was eventually made by designaustria designer Anna Hernandez, who also ended up designing the cover.

KI UND DIE RECHTLICHE SITUATION

Wir haben uns auch bei Rechtsanwalt DDr. Meinhard Ciresa erkundigt, was es aus rechtlicher Sicht aktuell zu sagen gibt: »Ausjudiziert ist bislang in Deutschland bzw. Österreich meines Wissens nach noch nichts, wir haben daher nur allgemeine Grundsätze aus dem Urheberrecht, die wir auf KI und Illustrationen anwenden können. Die juristische Diskussion hat in den letzten Monaten allerdings an Fahrt aufgenommen«

Ist das Ergebnis einer KI-generierten Illustration urheberrechtlich geschützt?

»KI wird hier nur als ›Werkzeug‹ verwendet, doch mangels Einflusses der KI-Programmierenden auf das Ergebnis bzw. jener Person, die die KI mit Trainingsdaten »füttert«, dürfte in der Regel keine urheberrechtlich schutzfähige Schöpfung vorliegen. KI-generierten Werken mangelt es an der »eigenständigen geistigen Schöpfung«, die für die Begründung urheberrechtlichen Schutzes international anerkannt ist.«

Angenommen, eine KI »schafft« Illustrationen anhand von Trainingsdaten, dann stellt sich die Frage, ob damit in vorbestehende Werke eingegriffen wird.

»Wenn sich das Ergebnis als eine Art ›Bearbeitung‹ vorbestehender Werke darstellt, dann wird ein Urheberrechtseingriff zu bejahen sein. Die Frage, die sich daran anschließt: Wer ist dafür verantwortlich und haftet gegenüber den Urheber:innen des vorbestehenden Werks bzw. der vorbestehenden Werke? Es finden sich auch KI-Systeme, die sich aus zwei Networks zusammensetzen, um einen ausreichenden gestalterischen Abstand zwischen den Trainingsdaten und der KI-Schöpfung zu gewährleisten und damit das Problem der unfreien Bearbeitung aus der Welt zu schaffen. Dann bleibt nur ein Ergebnis ›im Stil von‹, ohne dass man es direkt als Werk-Bearbeitung verstehen müsste. Nach bisheriger Judikatur ist z.B. der »Hundertwasserstil« nicht geschützt, die einzelnen Hundertwasser-Kunstwerke hingegen schon. Das hilft allerdings in der praktischen rechtlichen Beurteilung von KI-generierter Kunst nicht weiter. Dies gilt auch für die Nutzung von »Lichtbildwerken« (Fotos) als Trainingsdaten.«

Stichwort »Pastiche«

»Der vorstehend benannte Urheberrechtseingriff könnte als Zitat oder Parodie/Karikatur bzw. Pastiche zulässig sein (§ 42f Abs. 2 UrhG). Diese freie Werknutzung bereichert das UrhG seit 1.1.2022, ihre Reichweite ist noch höchst unklar und es werden Jahre vergehen, bis der EuGH den Begriff Pastiche auslegen wird. Wenn etwa Werke mittels KI im Stil nachgeahmt sind, dann könnte dies – je nach Kontext – als zulässige Pastiche (= Hommage) beurteilt werden, wozu man aber die betreffenden Werke einer detaillierten rechtlichen Beurteilung unterziehen müsste: ›Ein Pastiche ist ein eigenständiges kulturelles und/oder kommunikatives Artefakt, das sich an die eigenschöpferischen Elemente veröffentlichter Werke Dritter anlehnt und sie erkennbar übernimmt.‹ Diese Definition von *Till Kreuzer** klingt reichlich abstrakt und bedarf der Unterfütterung mit anschaulichen Beispielen, um sie besser verstehen zu können. Illustrativ sind die Beispiele von *Hendrik Wieduwilt***², wonach im Mittelpunkt der Diskussion um Pastiche ›die bunte, mal witzige, mal alberne Kommunikationskultur des Internets – imitierende und anlehrende Kulturtechniken etwa und insbesondere Remix, Meme, GIF, Mashup, Fan Art, Fan Fiction oder Sampling steht.‹ Dies ›betrifft meist Urheberrechte, Fotos, Comics, winzige Filmausschnitte, aber auch Sounds sind die Grundlage von Pastiche.‹ Besonderes Augenmerk legt *Kreuzer** auf die Eigenständigkeit des entstehenden Pastiche: Dazu muss der Pastiche trotz Entlehnungen ›eine eigene geistig-ästhetische Wirkung‹ erzielen, die ihn für das Publikum von dem ursprünglichen Werk unterscheidbar macht. Kreuzer sieht hier zwei Möglichkeiten: Innerer Abstand kommt zustande, wenn der Pastiche sich antithematisch (etwa als Satire oder Parodie) mit dem vorbestehenden Werk auseinandersetzt; äußerer Abstand dagegen meint den Grad der Bearbeitung, also wie stark das übernommene Material verändert wurde. Zudem darf sich der Pastiche nicht negativ auf die Primärverwertung – also die wesentlichen Einnahmequellen – des Quellmaterials auswirken und die Persönlichkeitsrechte der Schöpfer:innen dürfen nicht verletzt werden. Es kommt daher auf die Beurteilung im Einzelfall an, wobei sich das deutsche Recht vom österreichischen Recht im Detail und in den Gesetzesmaterialien/ Gesetzesbegründung doch auch wieder von einander unterscheidet, was die rechtliche Beurteilung von KI-generierter Kunst und Pastiche nicht einfacher macht.«

AI-GENERATED ART AND ITS EFFECTS ON THE ILLUSTRATION BUSINESS

Text: **Brian Main**

In recent years, the news cycle has been replete with stories about the emergence of deep learning and artificial intelligence. We've seen stories about deepfakes, self-driving vehicles, invasive biometrics, smart devices, chatbots, trading algorithms, and now AI-generated art and music. What started out as simple image recognition has now evolved into today's image generators.

Alongside other emergent technologies like on-demand printing, rapid prototyping, and crowdfunding, algorithmically generated content promises to dramatically change the way creative works are produced and disseminated. Algorithmic art generators have reached a level of sophistication that rivals their human counterparts, and the technology is evolving at an exhilarating pace.

As with all technologies, machine learning has a massive potential to improve our wellbeing. We may look to artificial intelligence technologies to help efficiently solve global environmental issues, provide security, and economically distribute resources. Yet at the same time, it presents an immediate challenge to our livelihoods as artists...

Currently, platforms like Midjourney, Stable Diffusion, or DALL-E allow users to use text prompts to generate a unique image at incredible speeds. What feels like magic is basically a sophisticated machine learning algorithm that crawls the internet and processes raw data into new, copyright-free imagery. These algorithms are trained on datasets that use artwork without the permission of the artist. Basically, if it's on the internet it can be used to generate AI art. This includes works from the past: Archived historical paintings, for example, are also used to feed these algorithms. Like a snake eating its own tail, artificial intelligence is essentially using the entirety of recorded human creativity to push the human component out of creative labour.

Once laughable in quality, the work that has emerged in the past few months shows a remarkable evolution of sophistication. AI algorithms can now effortlessly imitate nuances in style, painting techniques, decorative motifs, and colour schemes.

This is becoming a big business. Just recently, *OpenAI*, the seven-year-old research laboratory behind ChatGPT and DALL-E, has received a

29-billion-dollar market valuation. *Microsoft* corporation is currently looking to invest ten billion in the fledgling start-up.

The rise of AI art raises the following immediate questions: How will a super-fast, cost-free mechanism for producing art affect our ability to monetise our work? How much will this disrupt the traditional marketplace? What will creativity look like in the future? How will the legal landscape be used to protect artists and creators as we shift into this new reality? Will such technologies force us to re-negotiate our notions of authorship, intellectual property, and the commons?

The next few years will be very interesting, and artists will need to answer these challenges going forward. As it were, we are already seeing grassroots movements against AI-generated art – like on the internet showcase Artstation, where artists campaigned for the outright banning of AI-generated artwork on the platform.

Like the industrial workers who once toiled in the factories lost their jobs to automation and mechanisation, it's possible that the knowledge workers of today will experience massive technological unemployment as artificial intelligence takes hold. This will not only affect artists – whole industries (medicine, logistics, finance, etc.) will be disrupted or demonetised. The technology is evolving faster than governments can legislate. At the onset, copyright was directly related to the means of production. Technologies like the printing press represented advancements in reproduction but were still sophisticated, or prohibitively expensive enough to act as a barrier to entry. Copyright and patent laws were designed to provide assurances that intellectual property was protected for a period of time before it became part of the »commons«.

The field of illustration has already been suffering from the effects of stock art on our trade, but now a potential art commissioner can skip the human element to creativity altogether. AI-generated art is the ultimate price-dumper.

As creatives, it's important to get ahead of these technological trends before they hit us over the head. This will likely require us to marshal our collective legal, political, and financial resources as we confront this new reality. causacreations.net



LINKTIPP 1: „Künstliche Kreativität“? – Schutz von KI und ihrer Werke durch Urheberrecht (Stand August 2019, nach wie vor aktuell) srd-rechtsanwaelte.de/blog/kuenstliche-intelligenz-urheberrecht

*LINKTIPP 2: irights.info/artikel/pastiche-gutachten-till-kreuzer

**LINKTIPP 3: Wieduwilt, Hendrik, Was ist eigentlich eine Pastiche?, 30.8.2022 libra-rechtsbriefing.de/L/pastiche



↑ An armchair in the shape of a peach



↑ Full-body statue holding a computer

DALL·E 2 DER SCHLIMMSTE ALBTRAUM DER KREATIVEN

Text: **Philip Reitsperger und Manuel Wegrostek**

Die künstliche Intelligenz DALL·E 2 erzeugt Kontroverse. Fotograf:innen, Illustrator:innen, Designer:innen fühlen sich bedroht. Denn mit DALL·E 2 lassen sich Bilder per Texteingabe erzeugen. Unkompliziert und rechtlich undefiniert.

Was ist DALL·E 2?

DALL·E ist eine künstliche Intelligenz, entwickelt von OpenAI. OpenAI bezeichnet sich als KI-Forschungs- und -Bereitstellungsunternehmen und sagt über sich selbst:

DIE MISSION VON OPENAI IST ES SICHERZUSTELLEN, DASS KÜNSTLICHE ALLGEMEINE INTELLIGENZ (AGI) – WOMIT WIR HOCHAUTONOME SYSTEME MEINEN, DIE MENSCHEN BEI EINEM GROSSTEIL DER WIRTSCHAFTLICH WERTVOLLEN ARBEIT ÜBERTREFFEN –, DER GESAMTEN MENSCHHEIT ZUGUTEKOMMT.

Mit dem neuen Produkt DALL·E 2 scheint dies dem Unternehmen zu gelingen. Denn DALL·E 2 erzeugt allein auf Basis einer simplen Texteingabe binnen Sekunden Bilder in beeindruckender Qualität, in

unterschiedlichen Stilen und mit kreativem Ansatz. Das Problem? DALL·E 2 setzt die prekäre Gruppe Kreativer weiter unter Druck, indem es künstlerische und handwerkliche Fähigkeiten von Menschen übertreffen kann.

Aber wie funktioniert DALL·E 2?

Die KI funktioniert durch Texteingabe. User:innen können die gewünschten Bilder in kurzer und simpler Textform beschreiben, und die KI präsentiert visuelle Interpretationen dieser Texteingaben. Ist eines der Bilder passend, können User:innen dieses weiter bearbeiten, bis sie mit dem Ergebnis zufrieden sind, hier am Beispiel »an armchair in the shape of a peach«.

Aber es geht natürlich auch komplexer. Ein weiteres Beispiel: »A full-body statue holding a computer sitting at the edge of a pool in a roman bath. Marble, copy after Hellenistic original from ca. 200 BC, hyperrealism.«

Wunderbar, denken wir uns! Du auch? Durchwegs skurril und interessant. Doch in den letzten Wochen kam es in den Mainstreammedien zu kritischen Diskussionen über DALL·E 2 und seine Implikationen/Folgen.

Warum und von wem wird die Nutzung von DALL·E 2 kritisiert?

Manche Menschen fürchten eine Gefahr für Kreativschaffende und das wohl zu Recht. Kreativbranchen arbeiten seit jeher notorisch prekär im Rahmen der wirtschaftlichen Anwendbarkeit ihrer Leistungen. Sind diese nicht monetär verwertbar, sind sie nichts wert. Und dazu passt DALL·E 2 perfekt. Denn die KI ist in der Erstellung von Inhalten schnell, variantenreich und billig. Diese Vorteile kommen insbesondere Magazinen, Zeitungen, digitalen Plattformen und werblichen Zwecken zugute, in denen Fotos und Illustrationen dekorativ und kurzzeitig eingesetzt werden. Wo früher Stock-Fotos benutzt wurden, finden nun Bilder von DALL·E 2 ihren Platz.

Auch die – zumindest aktuelle – rechtliche Situation erleichtert die Handhabung, weil diese Werke aus aktueller rechtlicher Sicht keine-n Urheber:in haben. Schöpferin ist »die Maschine«, also die KI – die meisten Rechtsordnungen sehen bisher vor, dass nur ein Mensch Urheber:in eines Werkes sein und diese Rechte auch durchsetzen kann. Die Werke von DALL·E 2 sind somit automatisch gemeinfrei.

Selbst renommierte Magazine wie »Cosmopolitan« oder »Economist« haben AI zur Gestaltung ihres Covers genutzt. Der KI-Hype greift um sich. Ob er zu einer nachhaltigen Änderung in der Gestaltung von Medien führen wird, bleibt abzuwarten. Blickt man auf den bestehenden Markt an Stock-Fotos, könnte man die Aufmischung des Marktes durch DALL·E 2 durchaus begrüßen. Endlich eine spannende und inhaltlich selbst gestaltbare Alternative. Kostengünstig und inspirierend.

Nicht nur deswegen könnte DALL·E 2 eher als Ergänzung denn als Bedrohung zu sehen sein. Eine ernsthafte Konkurrenz für Kreativschaffende stellt DALL·E 2 nicht dar, denn schlussendlich gilt doch: Schöpferische Kraft ist nicht gleich künstlerisch handwerkliche Leistung. Eine Venus von Milo kann jeder Computer reproduzieren, aber der Einfall und Zeitpunkt ihrer Entstehung machen sie einzigartig.

Die Furcht mancher produktionsorientierter Designer:innen oder Illustrator:innen ist dennoch durchaus verständlich. Denn die Kannibalisierung handwerklicher Leistungen durch neu entstehende Technologien ist kein neuer Trend, und was DALL·E 2 heute bietet, ist wohl nur der Anfang.



↑ KI-gestaltetes Cover

Woher bekommt DALL·E 2 ihre Bilder?

Auch Ansprüche der Inhaber:innen der zugrundeliegenden Werke, die DALL·E 2 »interpretiert«, sind zu bedenken. Die Bilddatenbank Getty Images hat kürzlich verlautbart, keine Kreationen von DALL·E 2 mehr zu akzeptieren, und verweist als Grund auf die nicht behandelten Rechtprobleme in Bezug auf die zugrunde liegenden Bilder und Metadaten, die zum Trainieren dieser Modelle verwendet werden. Hier ist zunächst faktisch nicht klar, woher die KI all die Werke, von denen sie »lernt«, bezieht. Sind sie alle gemeinfrei, oder werden Lizenzen abgeschlossen? Oder erfolgt hier ein »Scraping«, also automatisiertes »Abgrasen« des Internets ohne Zustimmung der Rechteinhaber:innen? Und ferner: Selbst, wenn die KI ganz legal Zugang zu den zugrunde liegenden Werken erhält, ist immer noch nicht geklärt, ob die Nutzung durch die KI, nämlich die maschinenbasierte Verarbeitung zur »Erlernung« eines Stils, zulässig ist. Auf genau diesen Punkt sind kürzlich Kläger:innen in den USA aufgesprungen: Urheber:innen von Werken klagen im Wege einer Sammelklage die Unternehmen hinter den KI-Systemen Stability AI und Midjourney. Nach Einschätzung des Autors wäre eine solche Klage in Österreich aber nicht erfolgversprechend.



↑ A beautiful man sits in a red chair and drinks a coffee, painting

Moral im Kontext der künstlichen Intelligenz?

Eine Technologie wie DALL-E 2 bringt aber zwangsläufig nicht nur produktionstechnische Änderungen mit sich, sondern auch moralische Implikationen. Indem die KI visuelle Inhalte definiert, trifft sie moralische Entscheidungen. Ethnische Stereotypen, geschlechtsspezifische Zuordnungen, das Böse, das Gute, das sexuell Legitime, all das definiert nun eine KI. DALL-E 2 bewertet und gibt Bedeutung im Rahmen der Möglichkeiten, die das Unternehmen OpenAI der KI freistellt.

Ergebnis dieses Experimentes ist die Abbildung »a beautiful man sits in a red chair and drinks a coffee, painting«

Warum also dieser Mann? Warum ist er weiß? Wieso hat er einen Dreitagebart? Wieso hat er strubbelige Haare? Warum ist er in seinen Dreißigern? Warum sitzt er auf diesem Stuhl? Wieso diese Hosen? Und wieso ein V-Ausschnitt? All das bleibt unbeantwortet und orientiert sich nach den Normen und somit nach den Ansichten und Werten einer kleinen Gruppe Menschen, die unsichtbar im Hintergrund bleiben.

OpenAI sagt dazu:

»Unsere Inhaltsrichtlinie erlaubt es Benutzer:innen nicht, unter anderem gewalttätige, nicht jugendfreie oder politische Inhalte zu erstellen. Wir generieren keine Bilder, wenn unsere Filter Textaufforderungen und Bild-Uploads erkennen, die möglicherweise gegen unsere Richtlinien verstoßen. Wir haben auch automatisierte und menschliche Überwachungssysteme, um Missbrauch vorzubeugen.«

Die Problematik besteht also darin, dass wir die Entscheidung, was ein »beautiful man« ist, der KI und ihren »Moderator:innen« überlassen – wobei dieses Beispiel der ästhetischen Wertung noch recht harmlos ist. Da die Quellen der KI nicht einsehbar sind und eben keine Kontrollinstanz besteht, werden Stereotype verstärkt und schlimmstenfalls zu Säulen einer neuen Leitkultur.

Bei allen berechtigten Fragen: DALL-E 2 ist gekommen, um zu bleiben, und nicht das einzige Produkt auf dem Markt. Seine Verwendung wird zu einer Verschiebung im Kräfteverhältnis der Erstellung von kreativen visuellen Inhalten führen.



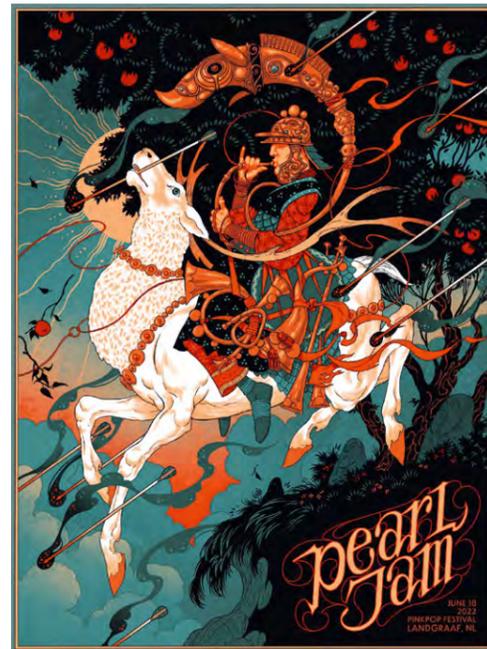
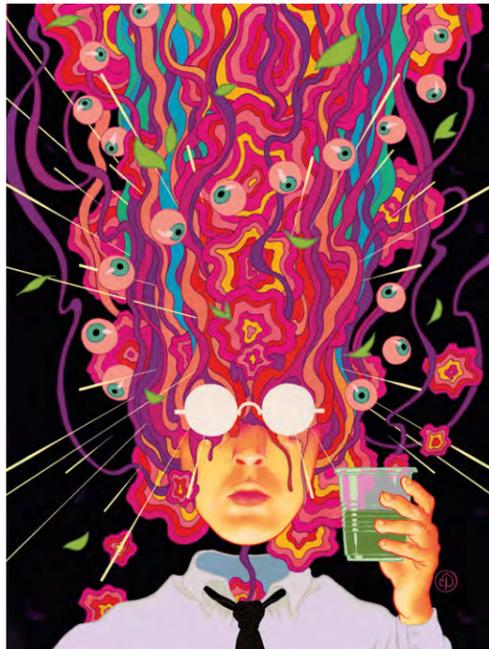
Den vollständigen Text könnt ihr unter identitylab.at/der-schlimmste-abtraum-dalle2 oder mithilfe des QR-Codes lesen.



THE CREATIVE CROWD'S WORST NIGHTMARE

There is much controversy around DALL-E 2. Photographers, illustrators, and designers feel threatened by the artificial intelligence, because DALL-E 2 is able to generate imagery upon text commands. It's simple and legally unspecified. This benefits primarily magazines, newspapers, digital platforms, and advertising purposes where photos and illustrations can be used briefly and ornamentally. The legal situation, at least for now, makes handling easy, because from a legal point of view, the artworks generated in this manner do not have a creator. By defining visual content, an artificial intelligence makes moral decisions. It defines everything from racial stereotypes to gender-specific attributions, from what is good or evil to what is sexually appropriate. DALL-E 2 evaluates and imparts meaning within the possibilities the company OpenAI has decided to allow its product. That said, DALL-E 2 is here now and not going anywhere soon. It is also by far not the only product on the market. Its use will result in a shift in power regarding the generation of creative visual content.





← Left: Ayahuasca
Image for a reportage
on ayahuasca
cérémonies in Berlin
← Right: Pearl Jam
Poster for Pearl Jam's
concert at PinkPop
Festival 2022.

PETER DIAMOND



I'm an artist specialising in posters and publishing, with a background in editorial illustration, comics, and music. Narrative, characterisation, wonder, and of course beauty, are my top priorities in image-making. I use composition, colour, and line work in service of these goals, but each is also an end in itself, as is the act of drawing.

Commissioned illustration places me at the crossing point of two worlds; art and commerce. The different restrictions and opportunities these two worlds present need to be balanced in every project, just as each illustration assignment requires the consideration of juxtaposed forces: protagon-

ist and antagonist, brand and customer, form and function, etc. There is always thesis and antithesis, and the artwork is the synthesis. And where the intimate process of art-making overlaps with the public role of the artwork out in the world, this is perhaps the most important synthesis of all.

I'm always looking for the places where worlds meet, either as a starting point for my own ideas or as a way to unlock a compelling visual solution for a client's particular design challenge. I'm especially drawn to the relationships of fact and fiction;

science and magic; myth and history; past and present. I have yet to encounter a worthwhile assignment that did not include some kind of tension like the above.

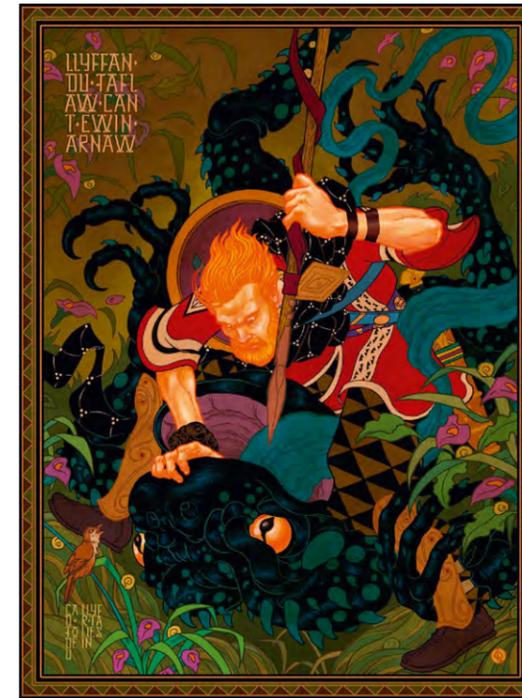
This principle of synthesis extends to my technique as well, in my focus on combining real media with digital software. Acrylic ink, coloured pencils and paper with Photoshop and Procreate are my tools of choice. Each provides particular benefits and efficiencies in my work, and the weaknesses of one are most often compensated for by the strengths of the other.

In recent years, most of my work has taken the form of limited-edition prints; alternative movie posters, art prints, and gig posters. These projects present an exciting mixture of artistic exploration and commercial application, with a very high degree of creative freedom while working on major commercial franchises in film and publishing. There is also a great deal of contact between the artists working in this field and the collectors purchasing the prints. This opens valuable opportunities for self-directed projects.

Poster art also overlaps a great deal with publishing, gaming, and illustration more broadly. I continue to make images for games, books, and magazines. The feedback between these various avenues of commercial work has been very positive in my career.

PETER DIAMOND

peter@peterdiamond.ca
peterdiamond.ca
Insta: peter_diamond_art



↑ Arthur and the Black Toad
King Arthur battles the Black Toad, from the ancient Welsh poem «Cad Godeu» in the Book Of Taliesin.

GQ Deutschland, «Ayahuasca»

This image was originally commissioned by GQ Deutschland for a reportage on ayahuasca ceremonies in Berlin. I needed to combine factual details from the writer's reports with the hallucinogenic and metaphysical effects of the drug. Later I turned the art into a limited-edition print, separating it into 11 colours for screen printing. It was awarded a silver medal at the 2020 Joseph Binder Awards. Art Direction: *Jana Meier-Roberts*

Pearl Jam, «Pink Pop 2022»

Gig posters are an example of maximum creative freedom in illustration. They foster the expression of the artist's individual vision, but they must always feel appropriate to the music and the event, resonating with fans in a way that feels appropriate. Here, the broad creative brief stipulated only that the design should relate in some way to the location of the festival. After learning that free apples were distributed in the first year of the festival, I imagined an ancestor of those apple trees centuries ago and created the image from there. As I began finalising the design, Russia invaded Ukraine. I allowed this event into the art with the two colour groupings: blue and yellow; red, blue and white. The soldier – his weapons exchanged for instruments – had already been designed before the war, but he gained new significance now. This image was awarded the Joseph Morgan Henninger Award for Best of Show at the 2022 annual competition of the *Society of Illustrators of Los Angeles*. Art Direction: *Chris Siglin*



↑ Wolfwalkers
Official alternative movie poster for the Oscar-nominated animated feature «Wolfwalkers».

«Arthur and the Black Toad»

This image is part of an ongoing self-directed project illustrating scenes from the ancient Welsh origins of King Arthur. I have been increasingly interested in bringing themes from my British cultural inheritance into my art. Digging into the lesser-known Welsh poetic stories of the familiar character of Arthur, and bringing them to life in images, is a combination of research and invention, blending myth with history. There is a limited-edition print being developed for this artwork.

Cartoon Saloon, «Wolfwalkers»

This alternative movie poster was produced on behalf of Cartoon Saloon, the Irish studio behind the Oscar-nominated feature animation. I was given extensive autonomy in interpreting the image, but the characters needed to resemble the drawing style of the film very closely without straying too far from my own style. This was a fascinating and stimulating combination of restriction and freedom. Art Direction: *Tomm Moore, Ross Stewart*

ACTIVITIES & SERVICES

we
design
austria

AKTUELLE WERTE DER SV FÜR GEWERBETREIBENDE UND NEUE SELBSTSTÄNDIGE 2023

Mindestbeitragsgrundlage in der Pensionsversicherung/jährlich: EUR 6.010,92

Mindestbeitragsgrundlage in der Krankenversicherung/jährlich: EUR 6.010,92

Höchstbeitragsgrundlage GSVG/FSVG/jährlich: EUR 81.900,00

Höchstbeitragsgrundlage ASVG/monatlich: EUR 5.850,00

Geringfügigkeitsgrenze/monatlich: EUR 500,91

Umsatzgrenze für Kleinunternehmer-innen/jährlich: EUR 35.000,00

Unfallversicherungsbeitrag/monatlich: EUR 10,97

Senkung der Körperschaftsteuer im Kalenderjahr 2023 von bisher 25% auf 24%.

Anhebung der Geringwertige-Wirtschaftsgüter-Grenze von EUR 800,00 auf EUR 1.000,00.

MITGLIEDSBEITRÄGE 2023

Die freudige Nachricht: Trotz allseits und allerorts steigender Kosten sind die jährlichen Mitgliedsbeiträge praktisch unverändert geblieben. Der monatliche Basisbetrag ist mit EUR 25,00 unverändert, allerdings wird in der kommenden Generalversammlung am 14. April 2023 eine Anpassung zur Abstimmung vorgelegt. Auch der Ermäßigungsschlüssel mit minus 30%, minus 40% und minus 50% für Berufseinsteiger-innen ist gleich geblieben. Ausschließlich in Ausbildung und im Ruhestand befindliche Kolleg-innen zahlen EUR 5,00 monatlich. Fixbe(i)träge für Karenz (EUR 90,00) und Ausland (EUR 190,00) gelten ebenfalls weiterhin.

WE
DESIGN
AUSTRIA

AKTUELLES AUS DER WELT DER SCHRIFTEN

ADOBE-SCHRIFTEN – DAS ENDE VON POSTSCRIPT-TYPE-1-SCHRIFTEN IST DA

Text: René Andritsch

Wenn manche Dokumente in einer Creative-Cloud-App geöffnet werden, ist dir unter Umständen der blaue Banner am unteren Bildschirmrand aufgefallen, der dich auf PostScript-Type-1-Schriften hinweist.

Seit Jänner 2023 ist es nicht mehr möglich, in Dokumenten mit Schriften des Typs PostScript Type 1 zu arbeiten. Diese Technologie ist seit 1984 im Einsatz und wurde ab 1996 durch die technisch besseren und vielseitigeren OpenType-Schriftarten ergänzt.

Daher ist es empfehlenswert, deine Projekte ausschließlich auf OpenType-Schriften umzustellen. Wenn du alte Schriften besitzt, erkundige dich, ob diese im OpenType-Format erhältlich sind.

Wie du diese Schriften erkennst und was du tun kannst, um deine Schriften noch verwenden zu können, findest du im Blog von designaustria-Mitglied René Andritsch oder im Hilfe-Tool von Adobe.



RENÉ ANDRITSCH | NUMTOBARS BALKENDIAGRAMME MIT DEZIMALZAHLEN LEICHT GEMACHT

Bei der Entwicklung der Schrift, die René Andritsch zusammen mit seinem Kollegen Christoph Almasy entworfen hat, galt es einige technische Tücken zu überwinden. Sie bereiteten die Schrift für den deutschen und englischen Sprachgebrauch auf. Das Ergebnis ist die Schrift NumToBars.

Wenn man die Schrift in Aktion sieht, ist es fast ein wenig wie Zauberei. Doch dahinter steckt eine OpenType-Funktion mit dem Namen »Bedingte Ligaturen«. Travis Kochel hat dies mit seiner Chartwell schon 2012 besonders eindrucksvoll gezeigt. Leider bedient die Chartwell allerdings nur ganze Zahlen. Das ist vor allem bei Infografiken oft nicht detailliert genug.

Alle Zahlen mit einer Dezimalstelle von 0,1 bis 100,0 werden durch einen proportional entsprechenden Balken ersetzt. Programme, die bedingte Ligaturen unterstützen, können das. In jedem modernen Layoutprogramm – InDesign, QuarkXPress, Affinity Publisher – gehört das zur Standardausstattung. Somit umfasst die Schrift NumToBars 2.000 bedingte Ligaturen. Denn es müssen sowohl Dezimalzahlen, die durch ein Komma getrennt sind, als auch solche, die durch einen Punkt getrennt sind, dargestellt werden.

Um die Vorteile der Schrift richtig zu nutzen, arbeiten Sie am besten mit Absatzformaten. René Andritsch hat dazu ein Video-tutorial aufgenommen, das verschiedene Anwendungen zeigt. In InDesign können Sie mit ein paar Tricks auch Balkendiagramme

mit übereinanderliegenden Werten darstellen. Bei Interesse kann die Schriftlizenz unter indesign-coach.at/produkt/numtobars-font/ erworben werden.

In diesem Einführungsvideo sehen Sie die genaue Funktionsweise. Hier finden Sie auch Inspirationen für Ihre eigene Arbeit: tinyurl.com/numtobars

Artichoke	20.5	30.5	49.0
Asparagus	44.7	16.3	24.1
Avocado	12.8	20.9	8.2
Beet	60.2	10.8	10.4
Bok Choy	30.6	20.4	10.3
Cauliflower	20.5	20.2	10.7
Celeriac	30.4	5.1	5.2
Celery	5.3	10.2	15.6
Chicory	7.2	5.1	8.3
Corn	3.3	4.1	1.9
Kale	1.1	2.9	1.8

You can also stack* them and use decimal points instead of commas.

MICHAEL HOCHLEITNER | ARNIKA TYPEJOCKEYS

Schmal, schmaler, am schmalsten. Arnika, eine Schriftfamilie, die nicht aus unterschiedlichen Dicken, sondern unterschiedlich weiten Schriften besteht, ist der jüngste Nachwuchs aus dem Hause Typejockeys. Die mittels Variable-Font-Technik frei wählbare Weite der Schrift eröffnet die Möglichkeit, Headlines jeder Länge perfekt an den zur Verfügung stehenden Raum anzupassen.

Ursprünglich wurde Arnika für das charakteristische Design der Schilder entwickelt, das den Straßen der Stadt Graz seit vielen Jahren ihren Namen gibt. Mit knapp 700 Glyphen pro Font ist Arnika gut ausgebaut und bereit für diverse Anwendungen und Sprachen wie Afrikaans, Albanisch, Asu und 65 weitere Sprachen, die nicht mit A beginnen. Zur Verfügung steht Arnika für Desktop, Web und App in den vier Einzelschnitten Regular, SemiCondensed, Condensed und ExtraCondensed. Bzw. als komplette Familie und Variable Font – wodurch erst richtig Freude aufkommt!

Boost your karma, license fonts!
typejockeys.com



EXPERTSCLUSTER DESIGNGESCHICHTE

Poldi Wojtek

Die *Salzburger Festspiele* wollten 2020 wissen, wie *Leopoldine »Poldi« Wojteks* bekanntes Logo mit Theatermaske und Festung aus 1928 vor dem Hintergrund deren späteren Engagements als Grafikerin für zahlreiche Publikationen der NS-Diktatur respektive der zuvor noch illegalen Nazis einzuschätzen sei. Neben der historischen Einordnung der Person Wojteks, die *Professor Oliver Rathkolb* vornahm, wurde eine designhistorische Studie bei *ExpertsCluster-Mitglied Anita Kern* in Auftrag gegeben.

»Poldi Wojtek – Malerin und Grafikerin. Eine designhistorische Einordnung des Plakatentwurfs von Poldi Wojtek für die *Salzburger Festspiele*«, in: »Das Logo der Salzburger Festspiele und seine Gestalterin Poldi Wojtek«, *Salzburger Festspielfonds* (Hg.), Salzburg 2020, S. 33–43 (deutsch), 109–119 (englisch).

Joseph Binder

Bis März 2023 läuft im *Jüdischen Museum* der Stadt Wien noch eine Ausstellung über die Marke *Arabia* und deren Gründer *Alfred Weiss*: »Endlich Espresso! Das *Café Arabia* am Kohlmarkt«. Anita Kern wurde

von den Kurator:innen *Sabine Apostolo* und *Michael Freund* eingeladen, zur Arbeit des österreichischen Grafikers *Joseph Binder* für die Kaffee- und Tee-Marke *Arabia* einen Beitrag zu verfassen. Dieser handelt von einem der ältesten umfassenden Corporate-Design-Systeme Österreichs. Im Rahmen dieses Designforschungsprojekts entstand ein weiterer Artikel zur Legitimität der Verwendung historischer Logos, ebenfalls erschienen im Katalogbuch zur Ausstellung.

»In kultivierter Perfektion – Joseph Binder und *Arabia*: Pionierarbeit des modernen Corporate Designs«, in: »Endlich Espresso! Das *Café Arabia* am Kohlmarkt«, *Jüdisches Museum Wien* (Hg.), Wien 2022, S. 54–71 (deutsch und englisch).

»Aus den Augen, aus dem Sinn. Zum Diskurs um die Legitimität des Fortbestands historischer Logos«, in obengenannter Publikation, S. 72–77 (deutsch und englisch).

PS.: Wenn du Interesse am ExpertsCluster Designgeschichte hast: Forschungsfreudige Autor:innen herzlich willkommen!
anita.kern@designaustria.at



↓ Kaffeedose Sammlung
Jüdisches Museum Wien
Arabia-Logo: Joseph
Binder



URHEBERRECHTS-NOVELLE 2021 MODERNISIERUNG DES URHEBERVERTRAGSRECHTS – TEIL II

Text: **Rechtsanwalt Philip Jakober** und
Rechtsanwältin Julie Vinazzer

In diesem zweiten Teil der Beitragsreihe zur Urheberrechts-Novelle 2021 erfahren Sie, wie die neuen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) zur (ggf. auch nachträglichen) Sicherstellung einer fairen Vergütung für Kreativleistungen von Designer:innen und Grafiker:innen beitragen.

Recht zur anderweitigen Verwertung

Mit der UrhG-Novelle 2021 wurde ein interessantes neues Recht (§ 31a UrhG) zugunsten von Designer:innen und Grafiker:innen geschaffen. Dadurch wird Designer:innen und Grafiker:innen ermöglicht, Kreativleistungen, welche an Vertragspartner:innen zur ausschließlichen Nutzung gegen eine pauschale Vergütung überlassen wurden – was in der Praxis regelmäßig der Fall ist –, trotzdem nach fünfzehn Jahren selbst oder durch Dritte zusätzlich ander-

weitig zu verwerten. Die neue Gesetzesregelung gilt für alle Verträge, die nach dem 31. Jänner 2021 geschlossen wurden.

Hintergrund dieser urheber:innenfreundlichen Regelung ist, dass vertragliche Nutzungsrechte oft über lange Zeiträume oder gar zeitlich unbegrenzt eingeräumt werden. § 31a UrhG soll dem gesetzliche Grenzen setzen: Nach Ablauf von fünfzehn Jahren sind Designer:innen und Grafiker:innen berechtigt, ihre Werke anderweitig zu verwerten. Zwar dürfen die Vertragspartner:innen das Nutzungsrecht am Werk weiterhin wie vereinbart ausüben, jedoch nicht mehr ausschließlich. Das Recht auf anderweitige Verwertung trägt so zur Umsetzung des Grundsatzes der angemessenen und verhältnismäßigen Vergütung (§ 37b UrhG) der Designer:innen und Grafiker:innen an den Nutzungen ihrer Kreativleistungen bei.^[1]

Wesentliche Voraussetzung ist, dass keine gewinnabhängige oder zeitlich gestaffelte Vergütung (z. B. Lizenzierung) vereinbart wurde, sondern eine einmalige, pauschale Vergütung.

Beispiel: Eine Illustratorin vereinbart mit einem Verlag die zeichnerische Umsetzung einer Kindergeschichte gegen eine einmalige, pauschale Vergütung. Die ausschließlichen Rechte an den Illustrationen werden dem Verlag zeitlich unbegrenzt eingeräumt. Fünfzehn Jahre später sind die gezeichneten Figuren aus dem Kinderbuch bekannt und beliebt. Aufgrund der pauschalen, gewinnunabhängigen Vergütung konnte die Illustratorin am Erfolg der Kinderbücher jedoch nicht vollumfänglich partizipieren. Ihr steht es nun unabhängig von der weiteren Verwertung der Bücher durch den Verlag frei, die gezeichneten Figuren z. B. auf Federmappen, Notizblöcken usw. abzudrucken und ihre Illustrationen so selbst oder über Dritte anderweitig zu verwerten.

Vom Recht zur anderweitigen Verwertung bestehen jedoch diverse Ausnahmen (§ 31a Abs. 3 UrhG), wenn etwa das Werk

- im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses geschaffen wird;
- lediglich einen nachrangigen Beitrag zu einem Werk, einem Produkt oder einer Dienstleistung bildet (d. h. wenn die Leistung den Gesamteindruck nur wenig prägt);
- nicht veröffentlicht werden soll; oder
- mit Zustimmung der Designer:innen und Grafiker:innen für ein Kennzeichen (z. B. eine Marke), ein Design (z. B. ein Firmenlogo) oder ein Geschmacksmuster bestimmt ist.

Abweichend von der gesetzlichen Regelung können die Vertragsparteien vereinbaren, dass die Ausschließlichkeit der Nutzung für die gesamte Dauer der Rechteeinräumung greifen soll. Designer:innen und Grafiker:innen können also auf das Recht zur späteren anderweitigen Verwertung verzichten. Zum Schutz der Designer:innen und Grafiker:innen ist ein solcher Verzicht allerdings frühestens fünf Jahre nach der Rechteeinräumung möglich und bedarf zudem der Schriftform (§ 31a Abs. 2 UrhG). Lassen sich die Vertragspartner:innen daher z. B. bereits im Rahmen des Auftrags alle ausschließlichen Nutzungsrechte gegen eine pauschale Vergütung einräumen und/oder verzichten die Designer:innen und Grafiker:innen auf die Rechte aus § 31a UrhG, ist diese Vereinbarung unwirksam.

Anspruch auf Auskunft

Eine weitere neue Regelung, die der Sicherstellung des Grundsatzes der angemessenen Vergütung für Designer:innen und Grafiker:innen dient, enthält

§ 37d UrhG. Er gewährt Designer:innen und Grafiker:innen einen Anspruch auf Auskunft über die Nutzung ihrer Werke.

Nach § 37d UrhG sind Nutzungsberechtigte verpflichtet, einmal jährlich umfassend Auskunft über die Verwertung des genutzten Werks zu erteilen; d. h. vor allem über die Art der Verwertung und die erzielten Einnahmen. Durch die Auskunft sollen Designer:innen und Grafiker:innen insbesondere in die Lage versetzt werden, zu beurteilen, ob die ursprünglich vereinbarte Vergütung im Hinblick auf den Verwertungsumfang und -erfolg noch verhältnismäßig ist. Was Designer:innen und Grafiker:innen machen können, wenn dies zu ihren Lasten nicht mehr der Fall ist, berichten die Autor:innen im nächsten Beitrag dieser Beitragsreihe.

Die Verpflichtung zur Auskunftserteilung besteht allerdings nicht, wenn lediglich ein nachrangiger Beitrag zu einem Werk, einem Produkt oder einer Dienstleistung erbracht wurde oder wenn nicht das Werk selbst verwertet wird, sondern dieses Marketingzwecken dient (z. B. Produktverpackungen, Werbetexte, Schaufensterdekorationen, Imagefilme usw.). Bei letzteren Werken hängen laut Gesetzgeber der Umfang der Nutzung und die erzielten Einnahmen vor allem vom Erfolg der damit beworbenen Produkte/Dienstleistungen ab (was man jedoch diskutieren kann und nicht der Meinung der Autor:innen dieser Beitragsreihe entspricht).

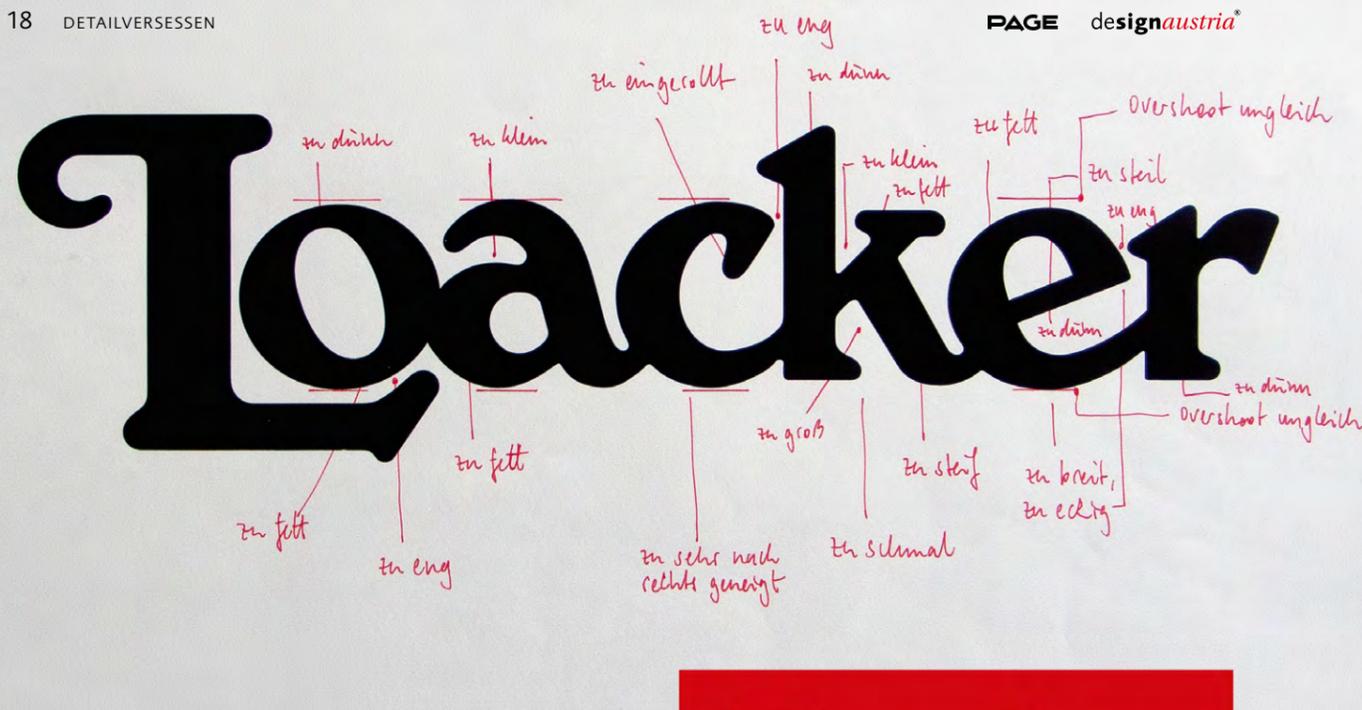
Beispiel: Für eine Goldschmiedin entwirft ein Designer eine Serie exquisiter Schmuckstücke. Das Design des Schmucks ist nicht bloß Beiwerk oder Marketing, sondern wirkt sich unmittelbar auf den Absatz des Schmucks aus. Der Designer hat Anspruch auf umfassende Auskunft über den Erfolg des Schmucks. Demgegenüber wird dem Grafiker, der den Schmuckkatalog entworfen hat, wohl kein entsprechender Auskunftsanspruch zukommen.

Fazit

Mit der UrhG-Novelle 2021, bei der sich die Wertungsgesellschaft Bildrecht beraten durch die Kanzlei Jakober Rechtsanwälte für den Bildbereich, insbesondere Grafik, Design, bildende Kunst, Fotografie usw., wesentlich und erfolgreich eingesetzt hat, wurden unter anderem diese beiden vorgestellten Rechte seit dem 1. Jänner 2022 neu ins UrhG eingeführt.

Diese Rechte stärken die Position der Designer:innen und Grafiker:innen und eröffnen weitere Möglichkeiten in Bezug auf die Nutzungen ihrer Kreativleistungen und die Generierung angemessener Einnahmen.

[1] Erläuternde Bemerkungen zum Ministerialentwurf, 143/ME, XXVII, GP 13 f.



↑ Zuerst markierte Stefan Willerstorfer von Hand die Schwachstellen des Original-Schriftzugs. Hatte er zunächst gedacht, ein paar kleine Überarbeitungen wären ausreichend, entdeckte er bei genauem Hinsehen viel Verbesserungswürdiges.

→ Das Heritage Shield mit der verbesserten Wortmarke



DETAILVERSESSEN

AN DER WORTMARKE DES SÜDTIROLER WAFFELHERSTELLERS LOACKER LÄSST SICH WUNDERBAR ZEIGEN, DASS ES IN DER TYPOGRAFIE AUF KLEINSTE FEINHEITEN ANKOMMT.

Text: Antje Dohmann

PROJEKT Optimierung der Wortmarke des Waffel-, Keks- und Schokoladenherstellers Loacker
DESIGNER Stefan Willerstorfer, Willerstorfer Font Foundry, Wien www.willerstorfer.com
BERATUNG Roby Attisano, Gestaltungsbüro Desein, Bozen www.desein.it
TOOLS Papier, Stifte, Aquafix, Illustrator, Glyphs, Laserdrucker, Scanner
ZEITRAUM 2018 bis zur Einführung der neuen Verpackungen im Laufe des Jahres 2021

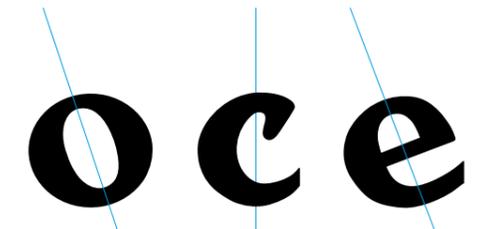
Bei einem Besuch in Südtirol saß der Wiener Typodesigner *Stefan Willerstorfer* bei Pizza und Bier mit seinem Freund und Designerkollegen *Roby Attisano* zusammen. Sie unterhielten sich über erfolgreiche Logos aus Südtirol und kamen dabei auch auf das des Waffelherstellers *Loacker* zu sprechen. Übereinstimmend meinten sie: Es ist gut, aber da geht noch was.

»Loacker-Waffelschnitten gehörten zu meiner Kindheit«, sagt Stefan Willerstorfer, dessen Mutter aus Südtirol stammt. »Damals konnte man sie in Österreich nicht kaufen, es gab sie nur, wenn wir bei meinen Großeltern zu Besuch waren.« Es war sicher auch dieser persönliche Bezug, der ihn noch am selben Abend den Entschluss fassen ließ, die Loacker-Wortmarke in Eigeninitiative ganz ohne Kundenauftrag zu überarbeiten.

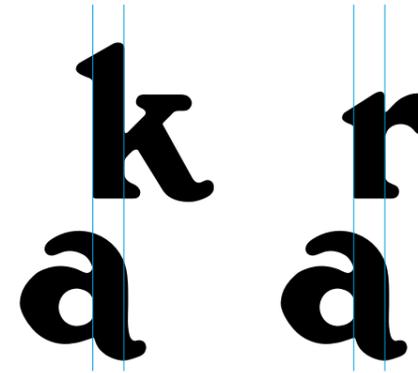
Auf den ersten Blick keine große Sache. Als er sich das Logo dann aber im Detail anschaute, entdeckte er doch diverse handwerkliche Probleme, die es zu lösen galt. Das Original stammt von dem Südtiroler Gestalter *Roland Prünster*, der hatte es in den frühen 1970er-Jahren entwickelt, angelehnt an die Serifenschrift *Windsor* von *Eleisha Pechey*. »Es ist charakterstark, robust, charmant und selbstbewusst, aber es bestand Optimierungsbedarf, sowohl was



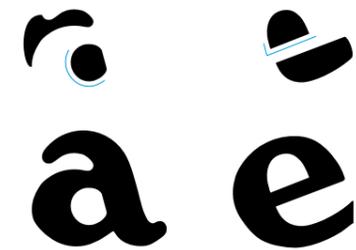
Unterschiedliche Höhen der Ober- und Unterkanten: Der Schriftzug wirkt holperig und unruhig



Unterschiedliche Neigungen der Buchstaben: Es entsteht ein unharmonischer, unruhiger Eindruck



Unterschiedliche Strichstärken: Die Stämme von k und r sind zu dünn. Der Grauwert des Schriftzuges wirkt uneinheitlich



Die Punzen von a und e sind zu verschieden. Das a wirkt zu rund, das e zu eckig



Die Punzen von c, e und o sind zu verschieden. Durch die unterschiedlichen Neigungen wirken die Buchstaben unangenehm

die Anforderungen der neuen Medien angeht als auch hinsichtlich der formalen Konsistenz und zeitgemäßen Anmutung«, so Willerstorfer.

Detaillierte Analyse

Zu den Schwachstellen, die der Typodesigner ausmachte, gehörten die zu engen Abstände zwischen den meisten Buchstaben, was zu schlechter Lesbarkeit in kleinen Größen führte. Im Druck – vor allem aber am Screen. Durch die variierenden Höhen der Ober- und Unterkanten erweckte der Schriftzug einen holperigen, unruhigen Eindruck, die unterschiedliche Neigung der Lettern machte ihn unharmonisch und unruhig.

Auch der Grauwert wirkte aufgrund der im Verhältnis zu dünnen Stämmen von k und r uneinheitlich. Diesen Eindruck verstärkten die verschieden gestalteten Punzen von a und e: Während das a zu rund aussah, erschien das e zu eckig. »Ein Problem gab es auch bei den horizontalen Strichstärken«, so Willerstorfer. »Der Querstrich des e wirkte zu dünn, der Bogen des a zu fett. Und der des o war oben zu dünn und unten zu fett.« Aus der Balance geraten war das k, da der Schnittpunkt der Diagonalen zu hoch angesetzt war. Und bei ganz genauem Hinschauen sah man in den Kurven von a und e Beulen.



↑ Roby Attisano und Stefan Willerstorfer (rechts) in Südtirol. Das proaktive Redesign der Loacker-Wortmarke bestärkte sie in der Überzeugung, dass Mut belohnt wird

Unterschiedliche horizontale Strichstärken: Der Querstrich des e (hier gedreht) wirkt zu dünn, der Bogen des a zu fett

Der Schnittpunkt der beiden Diagonalen des k ist zu hoch oben. Das k ist dadurch außer Balance

Auch hier sind die horizontalen Strichstärken unterschiedlich: Der Bogen des o ist oben zu dünn und unten zu fett

Die Kurven von a und e lassen bei genauer Betrachtung Beulen erkennen. Das a erscheint links unten zu flach

Für Laien kaum sichtbar, sorgen viele kleine Optimierungen dafür, dass die Loacker-Wortmarke auch in digitalen Medien und kleinen Größen perfekt funktioniert

Analoge und digitale Korrekturen

Der Typodesigner machte sich ans Werk und öffnete zunächst ein PDF des Schriftzugs in Illustrator und druckte es aus. Auf dem Ausdruck markierte er alle überarbeitungswürdigen Stellen mit einem roten Stift. Darüber legte er dann Aquafix-Skizzenpapier und fertigte darauf einen ersten, verbesserten Entwurf an.

Nach diesen analogen Schritten kopierte er das Originallogo von Illustrator in Glyphs und fügte es in den Hintergrund ein. »Die Vorlage hatte wahn-sinnig viele Punkte auf den Kurven. Ich habe sie technisch gesäubert, indem ich alle entfernte, die nicht unbedingt notwendig waren«, so Stefan Willerstorfer. Im nächsten Schritt fügte er den Scan seiner Skizze in den Hintergrund ein und modifi-zierte die Outline so, dass sie mehr seinem Entwurf entsprach. In weiteren Arbeits- und Korrektur-schritten überarbeitete er die Outline immer weiter, bis er zur finalen Version gelangte.

Der richtige Moment

Nach vielen kleinen Korrekturen und Feedback-schleifen mit Roby Attisano war Stefan Willerstorfer mit seiner Überarbeitung zufrieden. Und nun? »Glück ist, was passiert, wenn Vorbereitung auf Gelegenheit trifft«, soll der römische Philosoph Seneca gesagt haben. Da Roby Attisano von einem früheren Projekt *Andrea Canale*, den Art Director von Loacker, kannte, schlug er diesem vor, ihm einmal ganz unverbindlich das Redesign zu präsentieren.

Perfekter hätte der Zeitpunkt nicht sein können. Die Turiner Agentur *Spider* war gerade dabei, das gesamte Loacker-Packaging zu überarbeiten und auch die neue Loacker-Wortmarke mit der Abbildung des Südtiroler Schlerngebirges einzuführen, um den Anforderungen des internationalen Marktes gerecht zu werden. Mit der neuen Verpackungslinie würde sich ein überarbeiteter Schriftzug unkompliziert integrieren lassen.



↑ Auf den neuen Loacker-Verpackungen bilden die redesignede Wortmarke und eine Abbildung des Südtiroler Schlerngebirges als sogenanntes Heritage Shield das Logo

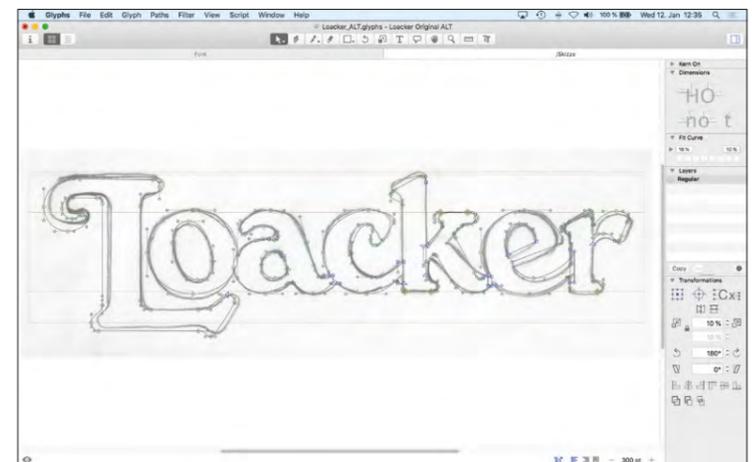
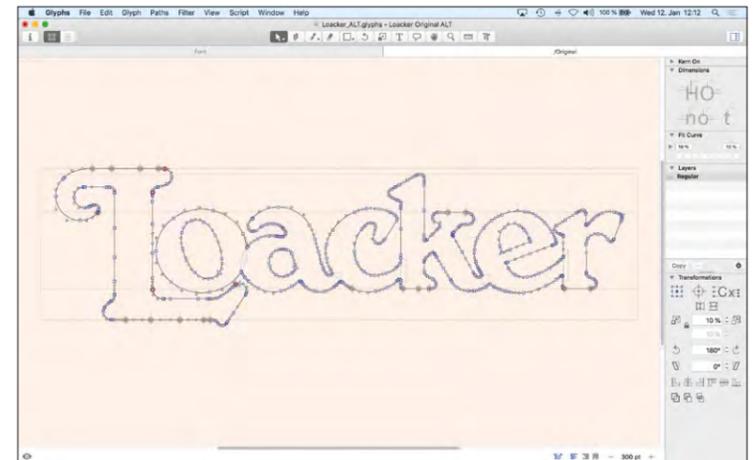
»In der Präsentation haben wir bewusst auf die technischen Aspekte hingewiesen, darauf, dass die Wortmarke digital und auf den Verpackungen in kleinen Größen funktionieren muss und das alte Logo diese Anforderung nicht wirklich erfüllt«, so Roby Attisano. Mit dieser Argumentation machten sie klar, dass die Überarbeitung notwendig ist und nicht nur eine Geschmacksfrage.

In jeder Hinsicht überzeugend

Tatsächlich ging den Verantwortlichen bei Loacker die neue Wortmarke nicht mehr aus dem Kopf. Jeder Blick auf das alte Logo erinnerte sie daran, dass dieses deutlich besser sein könnte. So fiel die Entscheidung, das Redesign mit der neuen Verpackungslinie zu realisieren – und somit natürlich auch zu honorieren. »Hätte ich viel am Logo verändert, wäre es nicht so gekommen«, ist Stefan Willerstorfer überzeugt. »So aber war es die logische Weiterführung eines bestehenden Schriftzugs. Zeitgemäßer und handwerklich überzeugender.«

Als Laie wird man die Überarbeitung wahrscheinlich kaum wahrnehmen. Trotzdem ist das Loacker-Redesign eines von Stefan Willerstorfers Lieblingsprojekten. »Weil es perfekt auf den Punkt bringt, worum es im Schriftdesign geht und was mir dort besonders wichtig ist: Durchgängigkeit, Harmonie und formale Verwandtschaft, Proportionen und Rhythmus – Attribute, die über Geschmack und Zeitgeist hinausgehen.« Und noch zwei andere Punkte zeigt es deutlich: Der Mut zur Eigeninitiative kann durchaus lohnend sein, und gute Typografie ist oft unsichtbar.

↓ Oben: Stefan Willerstorfer kopierte das Originallogo von Illustrator in Glyphs und fügte es in den Hintergrund ein. Zu viele Punkte machten den Schriftzug technisch unsauber. Darunter: Der Typodesigner säuberte die Outline, in dem er alle nicht notwendigen Punkte entfernte. Anschließend legte er den Scan der Skizze in den Hintergrund und modifizierte die Outline so, dass sie mehr seiner Skizze entsprach



Dieser Artikel wurde uns freundlicherweise von PAGE, dem Leitmedium der Designbranche, zur Verfügung gestellt. page-online.de

SWISS DESIGN

EINE TRADITION DES WANDELS IM SCHWEIZER DESIGN



Text: **Dominic Sturm**

Sprechen wir über Schweizer Design, müssen wir über Vielfalt sprechen: Die Schweiz, dieses kleine Land, zählt vier Sprachregionen. Sie verfügt weder über eine homogene nationale Kultur noch über eine unbestrittene nationale Identität. Das bildet sich auch im Design ab. Es reicht von hochfunktionellen bis zu überschüssigen Formen. Die deutsche Schweiz ist stärker von der funktionalistischen Debatte geprägt, während die französische Schweiz eher zu einem Designverständnis neigt, das auf Ausdruck setzt. Im Tessin orientiert sich das Design an der formalisierten Designtradition Italiens.

Bis zum 20. Jahrhundert war Armut im Land weit verbreitet. Dies änderte sich erst mit der Erfindung der Dampfmaschine, der Wasserturbine und folglich der Elektrifizierung. Die steilen Berge versorgten die junge Industrie mit Wasserkraft. Wenig später hat die Entwicklung des Industrie- und Dienstleistungssektors die Agrargesellschaft unwiderruflich verändert. Die Gestaltung des Wandels führte wie andernorts in Europa in den 1870er-Jahren zur Gründung von Kunstgewerbeschulen: Die Regierung unterstützte die Ausbildungen in Kunst und Handwerk, um den Anschluss an andere Industrienationen nicht zu verlieren. Die Schulen mussten der wachsenden Textil- und Uhrenindustrie fähige Designer:innen zur Verfügung stellen. Die kunsthandwerkliche Orientierung bevorzugte die Bereiche Schmuck, Werkzeuge, Innenarchitektur, Möbel und Typografie. Inzwischen gibt es in der Schweiz nicht weniger als sieben Hochschulen, die Ausbildungen in allen Designbereichen anbieten.

Nach dem Zweiten Weltkrieg konnten Designer:innen und Hersteller:innen in der intakt gebliebenen Produktionslandschaft im Wettbewerb aufholen. Das deutsche Wirtschaftswunder der 1950er- und

1960er-Jahre half auch der Schweizer Wirtschaft. Für viele öffnete dies die Möglichkeit, in einem zunehmend internationaler werdenden Industriesektor zu arbeiten. In den 1950er-Jahren prägte *Max Bill* den Begriff »die gute Form«, die gelehrt und gelernt werden sollte. Mit der gleichnamigen Auszeichnung bot der *Schweizerische Werkbund* bis 1968 Orientierung in einer Zeit, in der das Wirtschaftswachstum direkt in den Boom der Konsumgüter mündete. Heute sind die Schlüsselmerkmale der guten Form – der Ausgleich von Form und Funktion – nach wie vor ein wichtiger Bestandteil der DNA des zeitgenössischen Schweizer Designs.

Doch in den 1970er-Jahren wurde der damit propagierte funktionale Rationalismus von einer neuen Generation in Frage gestellt. Designer:innen führten Konzepte wie Ökologie, Emotion, Ironie und Symbolik in das Design ein. Die 1970 entworfene »Wolkenlampe« von *Susi* und *Ueli Berger* steht für diese veränderte Konzeption des Designs. Sie ist nicht nur eine Leuchte, sondern auch ein Bild: »Ceci n'est pas une lampe«. Als solches ist sie das Gegenteil von dem, was als »gute Form« etikettiert wurde. Schließlich gibt es kein Land ohne Ornament oder Symbol, nicht einmal die rationale Schweiz. Etwa die rote Kelle, die *Hans Hilfiker* in seiner Bahnhofsuhr einsetzte. Er entwarf sie 1955 für die *Schweizerischen Bundesbahnen* – und sie mag der Ursprung des Klischees der pünktlichen Schweizer:innen sein. Da Züge den Bahnhof immer zur vollen Minute verlassen, musste der Sekundenzeiger aus der Ferne gut lesbar sein. Er imitiert die Signalscheibe, mit welcher der Stationsleiter einst die Züge aus der Station winkte. Mehr als ein halbes Jahrhundert später verwendete *Apple* das ikonische Design von *Hilfikers* Bahnhofsuhr auf dem iPad und dem iPhone – und verletzte dabei Urheberrechte. Am Ende zahlte *Apple* Lizenzgebühren in Höhe von rund 20 Millionen Dollar und hörte dann auf, das Design zu verwenden. Die kleine Geschichte über Symbole und Design zeigt, dass gutes Design Wert hat.

Bleiben wir bei der Uhr: In den 1980er-Jahren brachten billige japanische Quarzuhren die konservative Industrie beinahe zum Aussterben. Der Verkauf mechanischer Uhren brach ein; die Nachfrage nach Präzisionsuhren sank auf einen Tiefpunkt. 1983 hatte *Nicolas Hayek*, der Gründer von *Swatch*, die Entwicklung einer Uhr angestoßen, die auf vollautomatisierten Produktions- und Montagelinien millionenfach hergestellt werden konnte. Die *Swatch* erhielt vom Schweizer Grafiker:innenpaar *Jean Robert* und *Käti Robert-Durrer* ein Gesicht, das den Lifestyle



↑ »Wolkenlampe« von *Susi* und *Ueli Berger*

der postmodernen 1980er-Jahre perfekt traf. Heute besitzt die *Swatch Group* 18 Uhrenmarken, darunter Luxusmarken wie *Omega*, *Blancpain* und *Breguet*.

Ähnlich schlecht wie der Uhrenindustrie ging es der Textil- und Bekleidungsindustrie in den 1980er-Jahren: Die Produktion wurde in Billiglohnländer ausgelagert, um die Erträge zu optimieren. Dabei half es nicht, dass das technologische Know-how zusammen mit den Webereimaschinen exportiert wurde, was den Produktionsstandort weiter schwächte. Heute überlebt die Textilindustrie durch technologische Innovation und Differenzierung auf dem Markt. Sie reicht von hochspezialisierten technischen Textilien bis zur Haute Couture. Design ist dabei ein entscheidender Faktor. So investieren Unternehmen in neue Technologien, Materialien und Veredelungsprodukte.

Die drei Grundpfeiler des Schweizer Designs sind ingenieurgetriebener Perfektionismus, sorgfältige Arbeit in allen Details und konsequente Nutzungsorientierung. Design aus der Schweiz widersetzt sich kurzlebigen Lösungen und verschwenderischem Konsum. Es baut auf die Bedürfnisse der Benutzenden, indem es im Prozess konsequent die richtigen Fragen stellt.

Dazu tragen die an der Berufspraxis orientierten Ausbildungen bei – und die *Swiss Design Association*. Seit 1966 setzt sich der Berufsverband für Design ein, das in einem privilegierten und sich rasch verändernden wirtschaftlichen und kulturellen Umfeld entsteht. Durch Desindustrialisierung und Digitalisierung haben sich Gestaltungsprozesse und damit der Designberuf grundlegend verändert. Designer:innen agierten lange als Generalist:innen, die sich auf ihre breit gefächerten Fähigkeiten stützen. Doch diese ganzheitliche Denkweise wird inzwischen von vielen Berufen erkannt und übernommen. Ökonom:innen nennen sich Design-Denker:innen und betreiben Design-Management. Komplexe Technologien und Systeme erfordern jedoch auch Design-Spezialist:innen. Jobbeschrei-



↑ Swatch Uhr – Paradebeispiel von Schweizer Design

bungen wie UX- und UI-Designer:in, Interaction- und Game-Designer:in, Business- und Social Designer:in sind zahlreich. Und mehr werden entstehen. Dabei arbeiten Design-Generalist:innen und Design-Spezialist:innen in multi- und transdisziplinären Teams mit anderen Fachleuten zusammen. Entsprechend sind am Erfindungsakt einer neuen Form oder eines neuen Konzepts eine Vielzahl von Autor:innen beteiligt. Design wird anonym und Autorschaft weniger wichtig.

Wir bewegen uns von einer produktgetriebenen Gesellschaft in eine Welt, in der Wissen und Dienstleistungen zentral sind. Das objekt- und verfassernorientierte Paradigma des Designs weicht dem Verständnis, dass Design als kontextueller Prozess beschreibbar ist. Längst steht Design nicht mehr nur für eine schöne Vase. In der richtigen Umgebung treibt Design Innovation in allen Bereichen der Wertschöpfung an. Dazu gehören nicht nur monetäre, sondern auch soziale und kulturelle Werte.

Die Designcommunity schlägt seit den frühen 1970er-Jahren ökologische, zirkuläre und nachhaltige Lösungen vor – ohne durchschlagenden Erfolg. Die Selbstregulierung der Märkte allein führt nicht zu einer umweltfreundlicheren Zukunft, im Gegenteil. Um die Transformation in eine nachhaltigere Welt zu schaffen, ist Design auf Vorgaben angewiesen. Es braucht den gesellschaftlichen Druck, um saubere, umweltfreundliche, inklusive und nachhaltige Güter und Dienstleistungen zu realisieren. Design als Dienstleistung baut immer auf externen Anforderungen auf. Herstellerfirmen und Dienstleistende müssen Designer:innen entsprechend einbeziehen. Nur dann können wir hoffen, eine nachhaltige Welt zu schaffen, die auf einer Tradition des Wandels basiert.

Über den Autor

Dominic Sturm ist Industrial Designer, Dozent für Design und Präsident der *Swiss Design Association*. Er hielt diesen Vortrag ursprünglich auf Englisch bei der *World Eco Design Conference 2018 (WEDC)* in Guangzhou, China. swiss-design-association.ch

GRAFIKDESIGNER UND GESTALTER IM KONTEXT SPORT OTTO RAITMAYR (1944–2022)



Text: **Andreas Koop**

Otto Raitmayr kam am 5. Juli 1944 in Lans (Tirol) auf die Welt und wuchs im Gasthof Traube auf. In der Schule faszinierte ihn der Geografieunterricht – er malte mit Hingabe Landkarten. 1963 konnte er auf »die Angewandte« und begann in der Meisterklasse für künstlerische Schrift und Buchgestaltung, wechselte aber bald in die Grafik, Gebrauchsgrafik und Druckgrafik.

1968 erhielt Otto Raitmayr sein Diplom und für seine Abschlussarbeit eine Auszeichnung des Bundesministeriums für Unterricht und Kunst. Zwei Jahre begann er in Wien als Freelancer bei der renommierten Agentur *Die Sieber – die GAMMA* zu arbeiten.

Im Herbst 1970 heiratete Otto Raitmayr seine langjährige Freundin *Astrid Sponger*, ein Jahr später kam Tochter *Barbara* zur Welt – und war der Grund, warum sie aus Wien wieder weg wollten. Zurück in Innsbruck gründete er 1972 mit seinem Freund und Studienkollegen *Herbert Bischofer* dann das *Studio Videographic – Arbeitsgemeinschaft für Konzeption, Grafik und Design*. Zuwachs bekam die Familie von Otto Raitmayr 1974, Tochter *Birgit* kommt auf die Welt – sie wird 34 Jahre später das Büro übernehmen.

Im Atelier ging es Schlag auf Schlag: 1975 gewann Videographic den 1. Preis beim internationalen Wettbewerb für ein neues Markenzeichen für »Südtirol«. Im kommenden Jahr entstand der Kontakt zum Skihersteller *Kneissl*. Der Bereich »Sport« weitete sich immer mehr aus, doch die »bunte« Kundenliste zeigte eine heterogene Mischung aus einer Vielzahl kleinerer und größerer Tiroler Unternehmen.

Ein Highlight für Otto Raitmayr war 1985 sicherlich der Zuschlag bei der Ausschreibung zur Gestaltung der grafischen Ausstattung der nordischen Ski-WM in Seefeld. Dem folgte ein Jahr später die Skiflug-WM Kulm, wodurch der *Österreichische Skiverband (ÖSV)* auf ihn aufmerksam wurde. 1986 ging es weiter mit der Rad-WM Wien und Villach, wo er sämtliche grafische Arbeiten umsetzte. Otto Raitmayr war *der* Grafiker im Bereich Sport geworden.

1999 machte Raitmayr die Gestaltung für die nordische Ski-WM Ramsau am Dachstein, ein Jahr später ein neues Signet für den ÖSV und das *Austria Ski Team*. Ebenfalls im Jahr 2000 gestaltete er ein neues Logo für die Vierschanzentournee, es folgten 2001 die Ski-WM in St. Anton und die Gestaltung eines neuen Signets für das *Olympia-Zentrum Ober-tauern*, weiter Gestaltungsarbeiten für das Weltcupfinale in Altenmarkt/Zauchensee, 2003/04 die Entwicklung eines Erscheinungsbildes für die Kandidatur zur alpinen Ski-WM in Schladming und 2005 das grafische Konzept zur Biathlon-WM Hochfilzen.

2006 wurde bei Otto Raitmayr Parkinson diagnostiziert, er ging daraufhin in Pension und übergab das Büro an seine Tochter Birgit, die es heute unter dem Namen *PIXLEREI Birgit Raitmayr* fortführt. Otto Raitmayr verstarb im November 2022.

Im designaustria-Webshop gibt es das Buch »design|er|leben #16: Videographic – Grafikdesign von sportlichen Allroundern« über Otto Raitmayr zu erwerben.



OTTO RAITMAYR (1944–2022)

Otto Raitmayr was born in Tyrol on July 5th, 1944. He studied graphic design in Vienna, where he went on to do freelance work for a renowned agency called *Die Sieber – die GAMME*. In 1970, he married *Astrid Sponger*, a year later their daughter *Barbara* was born. The family moved to Innsbruck, where Raitmayr founded the studio *Videographic* with *Herbert Bischofer*. In 1974, Raitmayr's second daughter *Birgit* was born. It was her who took over the business at the age of 34 when her father retired.

Otto Raitmayr's most praised work was in the context of sports: In 1985, *Videographic* won the tender for designing the graphics for the Nordic World Ski Championships in Seefeld. Other highlights in his career include graphics for the World Championship final in Altenmarkt/Zauchensee in 2001, a CI for *Schladming's* candidacy to host the Alpine World Ski Championships in 2003/04 and the overall graphic concept for the 2005 Biathlon World Championship in Hochfilzen.

Otto Raitmayr peacefully passed away on November 13th, 2022.

KÜNSTLER UND LOGODESIGNER HANS REINARTZ (1940–2022)



Universalität hat ihn Zeit seines Lebens ausgezeichnet. *Hans Reinartz* war in allen Fächern von Kunst und Grafik zu Hause. Sein Brotberuf war die Werbe- und Gebrauchsgrafik. Er arbeitete für Großunternehmen wie *Elin, AEG, Stölzle Glas, Semperit* und *Siemens*, aber auch für die *niederösterreichische Landesregierung*. In Wien war er auch in der Agenturszene gut bekannt. *Wirts-Werbung* und *Idea* erteilten ihm Aufträge. Daneben unterstützte Reinartz Klein- und Mittelbetriebe wie *Handler Bau, Jacobsen Juwelen, Tlapa, Do & Co, Zwettler, Rembrandtin* oder das *Wiener Donauzentrum*, um nur einige zu nennen, mit Logodesign, seiner Expertise und seinen Ideen.

Seine Leidenschaft war die Kunst. Hier gab es fast keine Technik, die er nicht beherrschte. Ob Acryl, Öl, Aquarell, Rötel-Grafit oder der einfache Bleistift, ihn interessierte alles. Das mündete in über 70 Ausstellungen in Deutschland, den Niederlanden und vor allem Wien. Noch heute hängen Reinartzs Werke im *Kunstmuseum Krems*, an der *Universität* und im *AKH Wien*.

HANS REINARTZ (1940–2022)

Advertising graphic designer Hans Reinartz worked for major companies such as *Elin, AEG, Stölzle Glas, Semperit* and *Siemens*, but also for the provincial government of Lower Austria. He also supported small and medium enterprises with his logo designs, expertise and ideas.

His big passion, however, was art. There was hardly any Technik Hans Reinartz didn't master. From acryl to oil, from watercolour to red chalk or a simple pencil – he was interested. His works are still on display at the *Kunstmuseum Krems*, the *Vienna University* and the *Vienna General Hospital* today.

Wien war seine Wahlheimat. Hans Reinartz, 1940 in Köln geboren, startete seinen Berufsweg an der *Werkkunstschule* und der *Schule des Grafischen Gewerbes* bei *Professor Hack* und *Professor Schwarzfeld* in Köln. Von der Stadt am Rhein verschlug es ihn nach München, wo er unter *Professor Roth* an der *Akademie der Bildenden Künste* sein Können weiterentwickelte. 1968 zog es ihn schließlich nach Österreich. Nach Anstellungen bei diversen Werbeagenturen machte sich Reinartz selbstständig und avancierte schnell zu einem gefragten Grafiker. Er entwickelte Konzepte für Messestände, gestaltete Folder, Flyer und andere Drucksorten bis hin zu kompletten CDs und CIs. Besonders lag ihm aber das Logodesign – Kunstgrafik war seine liebste Disziplin.

Hans Reinartz war ein Grafiker der alten Schule. Er schaffte es, einen Verlauf mit einem Bleistift zu zeichnen, den manche heute nur noch mit Photoshop in der gleichen Exaktheit schaffen. Noch vor der Macintosh-Revolution war er Meister der Retusche mit dem Luftpinsel und veredelte Bilder ganz ohne Bits und Bytes. Dennoch verschloss er sich nie den neuen Technologien und experimentierte noch im Alter leidenschaftlich mit Grafik und Kunst am Computer. Durch seine Werke wird er über seinen Tod hinaus wirksam bleiben.



RÜCKSCHAU



© Daniel Gascon



© Nadine Jochum



↑ Ausstellungsaufbau Design and Environment
KFI

↑ Plakat und animiertes Display Image
Plakatgestaltung: Katharina Tschoch

↑ Ausstellungsplakat KFI
Gestaltung: Franz Fruhmann

DESIGN AND ENVIRONMENT

Ein gemeinsames Plakatprojekt der *China Academy of Art Hangzhou* und der *Universität für angewandte Kunst Wien*, Prof. *Matthias Spaetgens'* »Klasse für Ideen«.

Wie beeinflusst Design die Umwelt? Wie beeinflusst Umwelt das Design? Und welche Rollen und Verantwortungen haben gestaltende Personen dabei? Studierende aus Hangzhou und Wien setzten sich zeitgleich mit Themen im Spannungsfeld Design und Environment auseinander. Sie führen damit eine Reihe von Kollaborationsprojekten fort, die 2017 erstmals initiiert wurde. Die Studierenden wählten Ideen, die sie bewegten. Sie vertieften ihr Wissen und fanden Lösungen, dieses mit Worten und Bildern auszudrücken.

Ein Plakat verdichtet komplexe Sachverhalte auf eine Fläche, in diesem Falle auf 700 x 1000 mm. Es ist ein Medium, welches aus der Ferne Aufmerksamkeit erzeugen will und beim Näherkommen durch zusätzliche Informationen erklärt, manchmal aufklärt, im Idealfall neue Gedanken anregt.

Die neunzehn Studierenden aus Wien forderten zusätzlich das statische Medium der gedruckten

Oberfläche heraus, da alle Plakate auch mit der App Artivive am eigenen Smartphone als Animation erlebt werden können. Das Format, das das Plakat als Ausgangspunkt nutzt, aber keines mehr ist, wird als Animated Display Image (ADI) bezeichnet. Erneut eine sehr bereichernde Kollaboration. klassefuerideen.at

DESIGN AND ENVIRONMENT

How does design shape the environment? How does the environment shape design? And what are the designers' roles and responsibilities in all that? Based on questions like these, the China Academy of Art Hangzhou and the Academy of Applied Art Vienna's »Class for Ideas« taught by Matthias Spaetgens developed a joint poster project, in which students from Huangzhou and Vienna sat down simultaneously to tackle issues of design and environment.

In addition, the 19 Vienna students challenged the static medium of the print-on surface: All their posters can be viewed in animated form with the smartphone app Artivive.

INTERESSIEREN SIE SICH FÜR IHRE ZUKUNFT IM DESIGN? LET'S TALK ABOUT DESIGN POLICIES: STRATEGIEN UND KONZEPTE FÜR DESIGN (IN) DER ZUKUNFT

Design ist ein komplexes Konzept, das sich in zahlreichen Aktivitäten und Berufen manifestiert. Vor dreißig Jahren schlug Richard Buchanan im Artikel »Wicked Problems in Design Thinking« vier Hauptbereiche des Design-Handelns vor:

1. symbolische und visuelle Kommunikation
2. materielle Gegenstände
3. organisierte Aktivitäten und Dienstleistungen
4. komplexe Systeme oder Umgebungen zum Leben, Arbeiten, Spielen oder Lernen

Buchanan wollte festhalten, wie mit Design immer breitere und immaterielle Felder erforscht wurden, obwohl *Herbert Simon* bereits 1969 in seinem Buch »The Sciences of the Artificial« vorausgesehen hatte, dass »jeder, der Handlungsoptionen entwickelt, die darauf abzielen, bestehende Situationen in bevorzugte Situationen umzuwandeln, Design macht.« Die aktuelle Popularität des Begriffs »Design Thinking«, obwohl trivialisiert und dekontextualisiert, hat zu dem Verständnis geführt, dass Design als intellektueller Prozess helfen kann, komplexe Situationen, die ursprünglich nicht im Fokus traditioneller Designberufe standen, zu meistern.

Bereiten Designschulen ihre Student:innen auf diese zukünftigen Herausforderung vor? Ist eine Veränderung überhaupt notwendig, da der Wert von Design Thinking gerade in jener spontanen Auseinandersetzung mit Herausforderungen liegt, die Profis in unterschiedlichsten Handlungsfeldern schon lange vor dieser Debatte praktizierten? Es hat sich gezeigt, dass bei der Integration von Menschen mit professioneller Designerfahrung in Teams Designprozesse und -methoden angewendet werden, die die Bewältigung scheinbar unüberwindbarer Hindernisse ermöglichen. Das ist im Businesskontext sehr nützlich, kann aber auch in der Politik und bei gesellschaftlichen Herausforderungen eine entscheidende Rolle spielen.

Bedeutet das, dass Designpolitik eine Beschäftigungsmöglichkeit für Designstudiengänge oder eine mögliche Weiterentwicklung des Profils erfahrener Fachleute ist? Meiner Meinung nach weitgehend ja. Einerseits verlassen sich politische Entscheidungsträger:innen (Menschen, die Richtlinien und Strategien entwickeln, d. h. gewählte Amtsleute, Beamten und technische Abteilungen) zunehmend auf

Designprofis, um Lösungen zu finden, indem sie sich entweder beraten lassen oder Teams kreieren. Ein Beispiel ist der kürzlich gegründete Consell Local del Disseny der Stadt Valencia.

Policy Design und Policy Labs

Der Begriff »Policy Design« ist spätestens seit den 1980er-Jahren in Gebrauch, obwohl er nicht an ein bestimmtes Berufsprofil geknüpft ist. In den letzten Jahren haben sich Policy Labs weltweit etabliert. Das sind multidisziplinäre Teams zur Unterstützung von Entscheidungsträger:innen durch die Bereitstellung innovativer Lösungen auf der Grundlage empirischer Forschung und unter Verwendung von Designmethoden und -prozessen.

Handlungsfelder mit Einfluss auf Politik

Social Design befasst sich mit der Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen und Methoden zur Lösung sozialer Probleme. Futures Design ist ein noch nicht genau definierter Begriff, der vorausschauende Techniken einsetzt, um zukünftige Bedürfnisse zu antizipieren. Transitions Design ist ein Bereich der Designforschung, -praxis und -studie, der 2012 von der School of Design der *Carnegie Mellon University* konzipiert wurde und vorschlägt, Design für die gesellschaftliche Bewältigung großer Veränderungen zu nutzen. Dies sind nur ein paar Beispiele für das Anliegen im Design, sich aktiv an der Entwicklung von Strategien zu beteiligen.

Die internationale Design Policy Conference, die im November 2022 in Valencia stattfand, bot Gelegenheit, diese wichtigen Themen zu diskutieren. Niemand, der an der aktuellen oder zukünftigen Designpraxis beteiligt ist, darf sich von einem →

ARE YOU INTERESTED IN YOUR FUTURE IN DESIGN? LET'S TALK ABOUT DESIGN POLICIES

Design policies (will) play a fundamental role in our engagement with future challenges and major changes facing society. Incorporating designers and their design processes and methods into any team tackling such challenges has proven to be crucial in overcoming seemingly insurmountable obstacles and speaks for the diverse and wide-reaching implementation of design in non-traditional fields of the profession. Adapting design education to meet such changes and challenges should be considered in the light of design's fundamental concern with its active participation in the development of social, transitional, political, and future policies, and is vital in preparing designers and advancing design practice, both within the rapidly changing profession and beyond.

Gespräch ausgeschlossen fühlen, das einen unbebreitbaren Einfluss auf unser Leben haben wird.

Designstrategie für Österreich

Im Rahmen der Design Policy Conference präsentierte *Severin Filek* auch die Initiative von *designaustria*, weg von einer nationalen/regionalen Designpolitik zu einer Designstrategie zu gelangen. Dieser Gedanke wendet sich auf lokaler/regionaler Ebene an die Verantwortlichen von Gemeinden, die Bürgermeister:innen. So wurden vor wenigen

Wochen alle Bürgermeister:innen mit dem Designstrategie-Folder (eingelegt in die Ausgabe 4|22 der »mitteilungen«) persönlich angeschrieben und auf die Vorteile durch den Einsatz von Design hingewiesen.

Der QR-Code verweist auf alle regionalen Partner:innen, die diese Initiative mitgetragen und unterstützt haben: *Creative Industries Styria*, *CreativeRegion Linz & Upper Austria*, *designforum Vorarlberg*, *wei sraum Tirol* und die *Kreativwirtschaft Austria*.



ROMULUS-CANDEA-PREIS



designaustria schrieb bereits zum elften Mal den Romulus-Candea-Preis, einen Wettbewerb für unveröffentlichte Kinderbuchprojekte, aus. Nach zehn Ausschreibungen wurde der Wettbewerb neu konzipiert, 2023 fungiert er als Netzwerk- und Weiterbildungsmöglichkeit. Im

Die Moderation übernahm Illustratorin *Renate Habinger*, *Verena Hochleitner* (Illustratorin) unterstützte, und *Heidi Resch* (*designaustria*, Projektleitung) betreute die Jurysitzung.

Bei der Beurteilung standen vor allem der innovative und ästhetisch-künstlerische Anspruch, Eigenständigkeit und Besonderheit sowie das Potenzial der Weiterentwicklung im Vordergrund.

Die Jury entschied sich, die Gewinner:innen in einem mehrstufigen Positiv-Verfahren zu ermitteln, und wählte schlussendlich zehn Projekte in der Kategorie »Newcomer:innen« und vier in der Kategorie »(Un)Published« aus.

»Newcomer:innen«

Ann Bahrs, »Was würdest du tun, wenn alles erlaubt wäre?«

Johanna Bogensberger, »Jona im Gedichtband«

Laura Burtscher, »Martha wird wütend«

Michaela Gebert-Lange, »Unter Wasser«

Juliana Guger, »Tiefoben und hochunten«

Barbara Kaindl, »Das Gehirnometer«

Mariana Pacheva, »Moment mal«

Tiny Pribitzer, »Hund und Huhn – Das Glück liegt im Tun«

Sandra Schischa, »ABC Fantasy Buch«

Nora Szücs, »Unkräuter«

»(Un)Published«

Karoline Golser, »Der Schnipselwirt«

Nina Ober, »Brillenbärs Erfindung«

Lisa Maria Wagner, »Leben, eben«

Michaela Weiss, »Die Tiertapete«

Alle ausgewählten Projekte erhalten Projektbegleitungen in Form von Coachings und Feedback. Bei der Abschlussveranstaltung im Herbst 2023 werden sie vor einem breiten Publikum präsentiert.

Wir gratulieren sehr herzlich!

Februar fand nun die Jurysitzung zum neuen Romulus-Candea-Preis 2023 im *designforum Wien* statt. Insgesamt wurden 92 Arbeiten in zwei Kategorien eingereicht – aus diesen 92 wurden 14 Kinderbuchprojekte nominiert.

Die Jury, bestehend aus *Judith Auer* (Bilderbuchillustratorin und Dozentin an der Kunstuni Linz), *Barbara Hoffmann* (Grafikdesignerin und Illustratorin), *Linda Wolfsgruber* (Illustratorin) und *Marlene Zöhner* (Professorin für Kinder- und Jugendliteratur und Leiterin des Zentrums KiJuLit), (*Germaine Capdeville* (Kommunikationsdesignerin und Lehrende an der Werbeakademie) musste sich krankheitsbedingt entschuldigen), traf am 3. Februar 2023 im *designforum Wien* im *Museums-Quartier* zusammen, um die Kinderbuchprojekte durchzusehen und zu nominieren.

↑ V.l.n.r. stehend: Heidi Resch, Barbara Hoffmann, Judith Auer, Linda Wolfsgruber, Marlene Zöhner, sitzend: Renate Habinger, Verena Hochleitner

ROMULUS CANDEA PRIZE

This year's eleventh issue of *designaustria*'s Romulus Candea Prize was an opportunity for illustrators and authors of children's books to network and learn. Applicants were mainly assessed based on their standards regarding innovation and aesthetics, individuality, and the potential to develop. All selected projects will receive coaching and feedback. They will be presented to the public in a final event this autumn.

AI PLAYDAY IM LOTLAB

Das »LOTLab« ist eine Veranstaltungsreihe von *Echolot* und gibt Raum zum künstlerischen Experimentieren, Improvisieren und Austauschen. Im ersten »LOTLab« 2023 lud *Anna Hernandez*, Kommunikationsdesignerin und Gründerin von *Umami Visual Design e.U.*, zur spielerischen Erforschung von visuellen AI-Tools ein.

Teilnehmer:innen tauschten sich im kleinen Kreis über ihre Erfahrungen und Meinungen zu künstlicher Intelligenz aus, bekamen einen Crashkurs in die Nutzung von Midjourney und Canvas Text-to-Image App und probierten diese selbst aus. Einzige kreative Regel: alle Bilder sollten zum Thema »Buchlesen« passen.

Das Konzept ging voll auf – jede:r war voll beim Probieren und Kreieren, und es wuchs Faszination und neue Ideen, wie man den nächsten »Prompt« formulieren könnte. Nach jeder Befehlseingabe standen alle unter Spannung, bis sich die Bilder entfalteten. Ergebnisse wurden dann sogleich skeptisch, belustigt oder fasziniert diskutiert.

Ein Whiteboard lud auch zur Formulierung von Bedenken, Ängsten und Lösungsideen bezüglich des Umgangs mit visueller AI ein. An diesem Abend

lieb es leer – nicht, weil es keine Bedenken gäbe, sondern weil es ein großes und überwältigendes Thema ist. Die Anwesenden waren vor allem daran interessiert, am Puls der Zeit zu bleiben und Erfahrungen zu sammeln.

Infos, Bilder und »Prompts«:

Insta: [@das.lot](https://www.instagram.com/das.lot)

umamivisualdesign.com | [lot.wien](https://www.lot.wien)

→ AI-generiertes Bild: ist im Laufe des AI Playdays entstanden, folgender Prompt wurde in Midjourney eingegeben: »a modern female revolutionist is reading a book about a hot summer night, illustration --v 4 --upbeta«



AI PLAYDAY

»LOTLab« is an event series by *Echolot*. In its first instalment, *Anna Hernandez* invited attendants to playfully explore visual AI tools. In small groups, they discussed their experiences and opinions with artificial intelligence, received a crash course in Midjourney and Canvas Text-to-Image App use. The images and »prompts« thus generated are now on display on umamivisualdesign.com and at [@das.lot](https://www.instagram.com/das.lot) on Instagram.

JOSEPH BINDER SYMPOSIUM 2022



Text: **Brigitte Willinger**

Jedes zweite Jahr begrüßt *designaustria* die Vielzahl an Gästen aus dem In- und Ausland, die zur großen Preisverleihung des Joseph Binder Award nach Wien anreisen (siehe den Bericht in Ausgabe 4|22), und bietet mit dem nun schon traditionsreichen Joseph Binder Symposium ein halbtägiges Format, bei dem sich heimische Kreative mit internationalen

Besucher:innen mischen. Im Zentrum des Symposiums stehen die vielseitigen Funktionen, Einsatzbereiche und Ausdrucksmöglichkeiten von Illustration.

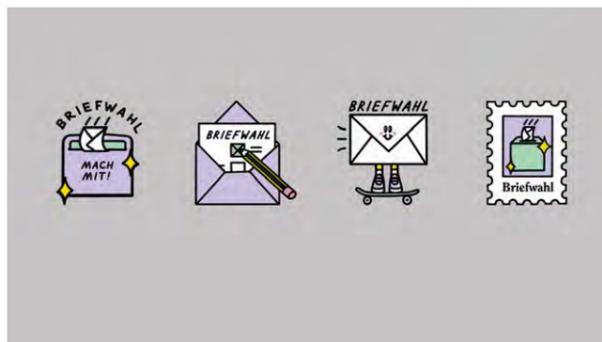
»Vernetzwerken« lautete das Motto des JBS22, das im November 2022 im *designforum Wien* im MQ über die Bühne ging: Austausch und Kontaktknüpfen wurde dieses Mal großgeschrieben. Statt frontalen Kurzpräsentationen stellten sich Designer:innen und Illustrator:innen zwischen den Keynotes mit ihren abwechslungsreichen Positionen in einem separierten Kommunikations- und Flanierbereich vor. Die Teilnehmer:innen hatten die Möglichkeit, ihnen besonders spannend erscheinende Stationen direkt anzupfeilen und die verantwortlichen Kreativen persönlich zu befragen. Mit dabei waren: *Florence Wibowo*, *Studiosut*, *Clara Berlinski*, *NO WORRIES JUST SHAPES*, *Gina Müller*, *Bettina Willnauer*, *Lisa Eder*, *Vinz Schwarzbauer*, *Martin Klaffensteiner*, *die Illustration Ladies*, *Gerald Geier*, *Roxanne Kury*, *Blagovesta Bakardjieva* und viele andere. →



↑ CASETiFY-Handyhüllen



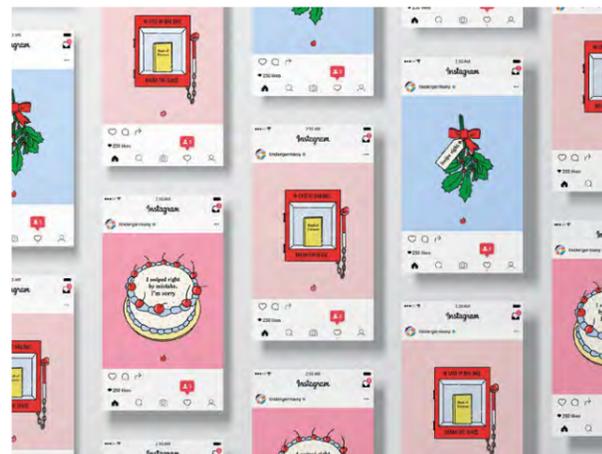
↑ personalisierter AEG-Staubsauger QX9



↑ Instagram-Stickers für die deutsche Bundestagswahl



↑ Einzelausstellung in der Meme Gallery in Mailand



↑ Icons für Tinder

Candy-Ästhetik & rosarote Brille

Die erste Keynote mit dem vielversprechenden Titel »An Illustrator Who Never Studied Illustration« bestritt *Giulia Hartz*. Die am Gardasee aufgewachsene, am Politecnico in Mailand ausgebildete und heute in Berlin wirkende Gestalterin hat mit ihren Illustrationen eine Welt in Pastell erschaffen. Dabei überwindet sie die zweidimensionale Fläche und erobert sich die Dreidimensionalität. Zur Illustration fand sie über den Umweg der Produktgestaltung und Agenturarbeit mehr oder weniger zufällig. Denken in Bildern und Farben hat für sie durchaus auch therapeutische Wirkung. Dabei entdeckte sie das Instrument von Storytelling und setzt es seither ein, um Optimismus und gute Laune zu verbreiten. Die Stimmung hebt sich bei Handyhüllen, einem personalisierten Staubsauger, Icons für Tinder, Instagram-Stickers für die Bundestagswahlen in Deutschland oder einer Ausstellung über Essen und Liebe. giuliahartz.com



↑ Illustrationen für ORF-Wissenschaftsclips »Wie geht das?«



↑ WWF-Kampagne

Kreative Ehe

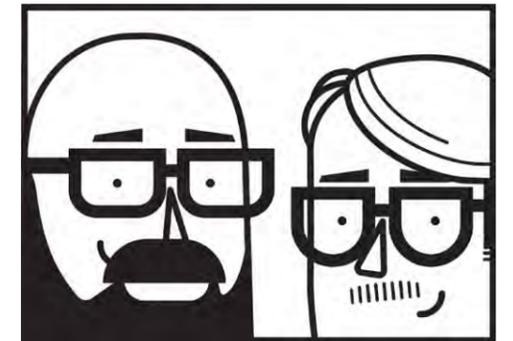
Das Wiener Duo *Tim Maresch & Flo Sturm* setzt auf Gemeinsamkeit: »Better Together« lautete der Titel ihres Vortrags. Allein wollen und können die beiden nicht durch die (Arbeits-)Welt gehen, im Gegenteil, sie sind davon überzeugt: »Teamarbeit macht dich zu einem größeren Künstler«. Und wie im wirklichen Leben gilt: Seine Partner:innenwahl treffe man besser weise. Das gilt auch für Mitarbeiter:innen und Kund:innen. Guter Zusammenarbeit geht eine Liebeserklärung voraus. Es braucht Vertrauen, Empathie, Transparenz und gegenseitige Anerkennung. Der Fokus der Kreativarbeit von Maresch & Sturm liegt auf Illustration, Animation und Art Direction. Ziel ist es, die richtige Geschichte zu erzählen und dabei neue visuelle Perspektiven und Konzepte zu entwickeln.

mareschsturm.com

Das Joseph Binder Symposium des Jahres 2022 war eine Kooperation von designaustria, *illustria* und der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der *Wiener Wirtschaftskammer*. Für die Projektleitung war *Edwina Steuer* von designaustria zuständig.



↑ Christmas Tattoos



↑ Maresch & Sturm



↑ Animation für Orthomol

JOSEPH BINDER SYMPOSIUM 2022

Every other year, designaustria takes advantage of the many guests arriving for the Joseph Binder Award ceremony in Vienna from other parts of Austria and abroad (see our report in issue 4|22) to offer a half-day format where creators from Austria can mingle with international visitor. By now the Joseph Binder Symposium has officially become tradition.

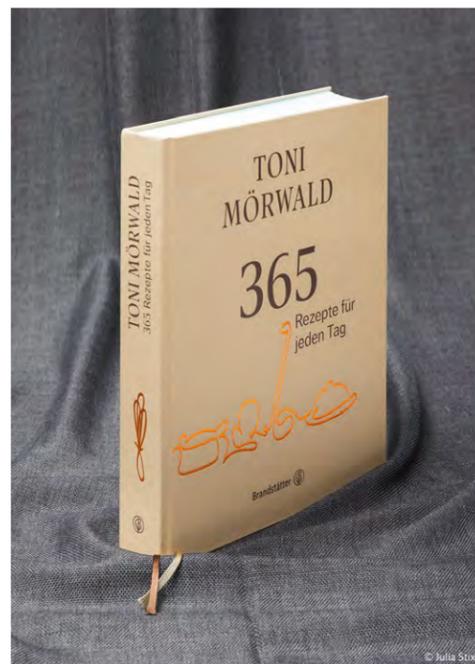
»Networking« was the motto for the JBS22, which took place at designforum Wien in Vienna's MuseumQuartier on November 18th, 2022. Meeting people and exchanging views on illustration were key. Instead of short frontal presentations between keynotes, designers and illustrators presented themselves and their diverse positions in a separate area for strolling about and having conversations. Attendants were able to target the stops they found particularly interesting and talk to the responsible creator personally. Participants included Florence Wibowo, Studiotut, Clara Berlinski, NO WORRIES JUST SHAPES, Gina Müller, Bettina Willnauer, Lisa Eder, Vinz Schwarzbauer, Martin Klaffensteiner, die Illustration Ladies, Gerald Geier, Roxanne Kury, Blagovesta Bakardjeva and many more.

MEMBERS@WORK

EDITORIAL FÜR KOCHBUCH VON TONI MÖRWALD

365 Rezepte für jeden Tag: In seinem neuen, von *Struktiv – Büro für Gestaltung* gestalteten Kochbuch hat Grand Chef *Toni Mörwald* seinen Wissensschatz aus über drei Jahrzehnten zusammengetragen. Das Konzept basiert auf seinem Motto »Essenszeit ist Lebenszeit«. Demzufolge werden die Leser:innen mittels verschiedener Zeitachsen (Tageszeit, Zubereitungszeit, Zeit mit Familie und Freund:innen) kulinarisch durch das Jahr geführt. Angelehnt an einen Jahreskalender ist jedem Tag eine eigene Seite, ein eigenes Datum und ein Rezept mit Foto gewidmet. Generell baut die visuelle Aufmachung (Farben, Typo, Gestaltungselemente, Veredelungen, Papierwahl) auf der bestehenden Mörwald-Designlinie auf, die dem Kochhandwerk und dem Qualitätsbewusstsein der Familie Mörwald Rechnung trägt. Auch *Struktiv* ist mit zwei Family-&-Friends-Rezepten im Buch vertreten und wünscht viel Freude beim Nachkochen von saurem Reh und luftgetrocknetem Rehschinken.

struktiv.at



EIN LEITSYSTEM FÜR DIE FOSBOS IN NEU-ULM – DREI GEBÄUDETEILE AUS VIER JAHRZEHTEN. INKLUSIV UND INTEGRATIV.



Drei Gebäudeteile aus vier Jahrzehnten mit einer jeweils recht »offensiven« Farbgestaltung sind eine durchaus komplexe Angelegenheit. In dieser Schule eine übergeordnete visuelle Ebene für die Signalatik zu schaffen, war Kern der Aufgabe. Außerdem gefordert waren eine Logik in der Orientierung und

eine barrierefreie, inklusive Ebene. Architektonisch betrachtet geht es in der *FOSBOS Neu-Ulm* ebenso vielfältig zu wie bei der Ausbildung, die dort geboten wird. Die *designgruppe koop* schuf das Konzept für Flächen aus hellem Ahornholz mit Einfassungen aus dunkelgrauen Aluminiumprofilen – diese bündeln jeweils Richtungen und Informationen. Sie führen kontrastreich und einheitlich durch die mit »A«, »B«, »C« und »D« neu benannten Gebäudeteile mit geänderten Raumbezeichnungen. Bis hin zu den Laufkarten der Feuerwehr muss alles einheitlich und nachvollziehbar benannt sein.

In Sachen Barrierefreiheit und Inklusion sah das erarbeitete Konzept Folgendes vor: Was an Plänen zu sehen ist, soll auch tastbar sein, das Tastbare gleichermaßen gut sichtbar. Durch Holzoberflächen wurde beispielsweise eine schöne Haptik geboten. Zentralen Positionen wurden mit einem taktilen Bodenleitsystem ergänzt. Wenn Bildung für alle der Anspruch ist, dürfen körperliche Beeinträchtigungen kein Hindernis sein. Für die Direktorin der Schule, Frau *Dr. Maike Tholen*, wurde mit diesem Leitsystem jetzt noch die letzte Lücke dazu geschlossen. designgruppe-koop.de

»TEAM ILLUSTRATIONS« VON DEN ILLUSTRATIONLADIES VIENNA



IllustrationLadies wurde 2018 von *Florine Glück* und *Janina Kepczynski* mit der Idee andere Illustrator:innen in ihrer Heimatstadt Wien zu vernetzen gegründet, Erfahrungen auszutauschen und gemeinsam Projekte umzusetzen. Das Netzwerk wächst weltweit. »Gemeinsam sind wir nicht nur stärker, sondern auch vielfältiger!«, und so gestalteten elf Illustrator:innen eine lange Gemeinschaftsillustration zum Thema »Frühstück in Wien«. Diese Illustration zielt das Cover und den Einband des Magazins »CreativeMornings« und gewann damit beim internationalen Joseph Binder Award eine silberne Auszeichnung im Bereich Medienillustration.

Kooperiert wird etwa für Buchgestaltung, Editorialillustration, Live-Zeichnen, Animation, Wandgestaltungen oder Verpackungsillustration – die illustrative Bandbreite ist groß und für jede Anfrage finden sich die passenden Illustrator:innen.



»Für uns gehören die Making-of-Fotos zum Produkt dazu. Durch die Fotos werden die Kreativen hinter dem finalen Produkt sichtbar und bieten den Kund:innen extra Content etwa für umfangreiche Social Media Aktivitäten an.«

Viele Kund:innen der »Team Illustrations« schätzen es sehr, dass Frauen hinter den Arbeiten stehen. Ein weiterer passgenauer Einsatz war eine große, illustrierte Werbekampagne von *Demner, Merlicek & Bergmann* zum Thema »Breast Cancer Awareness«. Zusätzlich zur illustrierten Kampagne wurde eine Ausstellung mit den gerahmten Illustrationen umgesetzt, die der Kampagne eine künstlerische Dimension verliehen.

florineglueck.com | janinski.com | illustrationladiesvienna.com
Insta: [illustrationladies_vienna](https://www.instagram.com/illustrationladies_vienna)



↑ Die Illustrator:innen des »CreativeMornings«-Magazincovers: *Janina Kepczynski*, *Florine Glück*, *Viktoria Strehn*, *Sandra Neuditschko*, *Maike Hettinger*, *Katharina Ralsler*, *Lisa Vietze*, *Valerie Sindelar*, *Maria Kondratieva*, *Mundoko* und *Petra Holländer*. Kollaborationspartner:innen: *Sandra Ulrich* und *Andrea Zehetner* (CreativeMornings Vienna)

LEISTUNGSSTARKES LEICHTGEWICHT MIT HIGH-END-KOMPONENTEN



Das VELLO SUB ist eines der leichtesten E-Cargo-Bikes, die jemals gebaut wurden. Im Bike stecken Wissen und Expertise, die VELLO in den letzten Jahren beim Design und Bau von technisch anspruchsvollen Falträdern gesammelt hat. Das VELLO SUB wird zunächst in zwei Versionen über Crowdfunding erhältlich sein, einem Modell aus Titan mit einem Gewicht von nur 24kg und einer Version aus Chrom-Molybdän-Stahl. Das Rad ist ein Allround-Gefährt für den urbanen Raum und der ideale Begleiter im Alltag.

»Unser Anspruch geht über die Produktion der weltbesten Fahrräder hinaus: Wir wollen einen Beitrag für eine lebenswerte Zukunft leisten. Aus diesem Grund haben wir das VELLO SUB (Smart Utility Bike) entwickelt, das weltweit leichteste und kompakteste E-Cargo-Bike. Gleichzeitig wollen wir die Vernetzung zwischen kreativen Köpfen fördern, mit dem gemeinsamen Ziel, die Mobilität der Zukunft aktiv zu gestalten und voranzutreiben«, erzählt *Valentin Vodev*, der Gründer und Designer hinter den VELLO-Bikes. vello.bike/sub

VERBESSERT MIT SINN



↑ Neues Corporate Design für Verbesserlich mit Lisa

UMAMI
VISUAL DESIGN

Purpose-Coachin und Podcasterin *Lisa Kögler* hat über mehrere Jahre ihre Marke »Verbesserlich mit Lisa« aufgebaut und erfolgreich Millennials durch Sinnkrisen im Job/Leben gecoacht. Einzige Schwierigkeit: der visuelle Außenaufrtritt. Zur Bewältigung trat sie an Designerin *Anna Hernandez* von *Umami Visual Design* heran. Die Expertin erklärt zu ihrer Technik: »Ich verfolge einen methodischen und kollaborativen Designprozess, auf den ich

mich verlassen kann. So kann ich einen realistischen Zeitrahmen setzen und am Ende mit einem strategischen, authentischen und ästhetischen Designsystem einen echten Mehrwert schaffen.«

Im Redesign zeigen sich Elemente von Köglers Arbeit auf vielfältige Weise: Sujets des »Lebensweges« und »In-Fluss-Kommens« spiegeln sich nicht nur im Logo durch die wellenartigen »SS« des Wortes »VerbeSSerlich« wider, sondern auch in den grafischen Zeichen aus großzügigen, kurvigen Pfaden. Die primäre Script-Schriftart Pathways enthält ebenfalls geschwungene Anteile und ist ein echter Blickfang. Die neue Farbpalette ist positiv, aktivierend und bewusst genderneutral. Aufgeraute Texturen bejahen Individualität und Imperfektion.

Ganz im Sinne des kollaborativen Prozesses gestaltete anschließend die Grafikerin und Fotografin *Jana Mack* das Workbook für das Gruppencoaching von Lisa Kögler neu und setzte das frische Branddesign gekonnt in Szene. Ein neuer, stimmiger Auftritt: originell, modern und verspielt.

umamivisualdesign.com | verbesserlich.com | janasowas.com

RUMFLASCHE 4X50: FOUR FELLOWS – FIFTY FRIENDS



VD VALENTINITSCH DESIGN
getting things real. since 1992

Ein österreichischer Rum? Feinste Fair-Trade-Melasse aus Mauritius trifft auf reinstes österreichisches Alpenquellwasser. Fünfzig internationale Spitzenköch-innen, -gastronom-innen und Sommeliers standen Pate für den Rum 4x50, kreiert von Stardestillateur *Hans Reisetbauer*. Gemeinsam mit der Kreativagentur *Buero New York* hat *Valentinitsch Design* eine ikonische Flasche entworfen, die den eleganten, runden und aromatischen Geschmack des Rums in eine Form fasst. Die Idee war, eine handwerklich anspruchsvolle und nachhaltige



Flasche zu schaffen, die den Charakter des Rums unterstreicht und durch ihre Wertigkeit zur Nachnutzung einlädt. Dickses Glas umfließt den Inhalt in weichen Bahnen – wie aufgeschmolzen sitzt der weite Hals auf der Flasche, verschlossen mit einem schweren Messingdeckel. Ein gelasertes Etikett aus feinem Ziegenleder umfasst die Flasche von unten. Eine handwerkliche und technische Herausforderung, die von der *Stölzle Glasgruppe* sowie den Manufakturen *Markus Meindl Leder* und *Lanza Metallwaren* realisiert wurde. Die Außenverpackung der Firma *Flatz* aus Recycling-Papierfaserguss folgt der ikonischen Form der Flasche und schützt den Inhalt wie ein wertvolles Musikinstrument. Für unterwegs gibt es eine kleine Flasche in handlichem Flachmannformat.

Der Rum 4x50 ist eines der Lieblingsprojekte von *Tino Valentinitsch*, da er darin jahrelange Erfahrung aus Glasfertigung, Luxury Product Design und Product Packaging umfassend einbringen und mit einem tollen Team umsetzen konnte. valentinitschdesign.com

MODULARES AUSSTELLUNGSDESIGN FÜR DAS TIROL PANORAMA

»Denkmal weiter. Eine Ausstellung zum Mitmachen« im *Tirol Panorama* (Mai bis Oktober 2022) hinterfragte den Umgang mit Geschichte und Erinnerung am Bergisel.

Die Kunstwerke traten dabei mit dem geschichtsträchtigen Ort in Dialog, indem sie sich mit Themen wie Heldentum, Widerstand, persönlicher Erinnerung und kollektivem Gedächtnis auseinandersetzten. Interaktive Stationen luden Jugendliche und Erwachsene ein, über das, was war, was ist und was sein könnte, nachzudenken und mit ihren Ideen die Schau zu erweitern. Gestaltende Hände, individuell wie die Besucher-innen, zogen sich durch das Gebäude und leiteten das Publikum durch die Ausstellung.

Die Möbel der Stationen waren modular konzipiert, sodass sie je nach Bedarf und Gruppengröße unterschiedlich kombiniert werden konnten. Die aus Multiplexplatten konstruierten Tische waren auf den Arbeitsflächen mit Linoleum beschichtet, was das Arbeiten mit unterschiedlichsten Materialien ermöglichte. Aufsteller aus Stahlblech dienten als Informationsträger und Leitsystem und fügten sich nahtlos in das modulare System der Möbel ein.



Die magnetische Eigenschaft des Materials sowie eine partielle Lochung ermöglichten eine mehrfache, individuelle Bespielung.

OUT OF HABIT

Alles kann rückstandslos ausgetauscht und wiederverwendet werden und ist somit auch für nachfolgende Veranstaltungen der Vermittlungsabteilung einsetzbar. Eine Kollaboration mit *Studio Pan*. out-of-habit.com

DER ARZNEIPFLANZEN-GIN

Für eine Apotheke in 1010 Wien wurde eine eigene Gin-Kreation destilliert. Typische Arzneipflanzen wie Süßholzwurzel, Safran, Käsepappel oder Sanddornbeere sorgen für ein neues Geschmackserlebnis. *Tanja Peklar-Zarka* führte das Projekt von der Namensfindung über Gestaltung und Illustration, Druckproduktion bis zum Produktfotoshooting mit Imagefilm von Beginn weg aus. Besonderes Augenmerk legte sie im Design darauf, ein Spannungsfeld zwischen Lifestyle und der Seriosität der Apotheke zu schaffen. Im Zentrum der Gestaltung stehen der illustrierte Oberkörper eines Apothekers im typischen weißen Mantel, das Bild eines Mundes sowie die Bläschen einer klaren Flüssigkeit, die gemeinsam subtil eine einprägsame Figur ergeben – frei nach dem Motto #iseefaces. Die Typografie auf der Flasche greift bewusst die der alten Apothekenflaschen auf und suggeriert eine klare Verknüpfung. Der Druck auf strukturiertem Etikettenpapier, veredelt mit silberner Heißfolienprägung, unterstreicht die Hochwertigkeit des Produkts. Der MAG.GIN wurde bei den »Craft Spirit Berlin Awards 2022« mit der Silbermedaille ausgezeichnet. tanjazarka.at | Insta: @elfenbein



we
design
austria

MEMBERS@WORK

In this section we introduce current projects and recent successes of designaustria members. Most of their websites provide information in English.

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

Webinar | 21. April 2023 | 14:00–16:00

RECHTE, DIE SICH RECHNEN – ÜBER DAS WISSEN VON RECHTEN, DIE SICH FÜR DESIGNSCHAFFENDE RECHNEN

Rechtsgrundlagen, die das Berufsleben und professionelle Vorgehen von Designschaaffenden rechtssicherer machen, und die Wichtigkeit von AGB und der Nennung und Berechnung von Werknutzungsrechten stehen im Fokus des Webinars.

Prof. Severin Filek, Geschäftsführer von *designaustria*, stellt ein in der Branche verbreitetes und leicht nachvollziehbares Faktorensystem vor, das anhand einiger Berechnungsbeispiele auch gleich praktisch angewendet wird. Keine Mathematik, aber ein Bewusstmachen von Wertigkeit, eine Einführung in Nutzungskategorien, Hinweise zu Faktoren wie Nutzungsdauer und Reichweite und wie sich diese auf das Honorar auswirken, das für eine Kreativleistung in Rechnung gestellt werden kann. Hinzu kommen alle wichtigen Rechtsgrundlagen, die ein professionelles Vorgehen im Gestalten ermöglichen. Wann kann ich eine Arbeit zur Eigenwerbung

nutzen? Was bedeutet es, alle Daten und damit auch Rechte aus der Hand zu geben? Wie berechnet man deren Wertigkeit? Was bedeutet es, wenn eine Designleistung Jahre später wieder Verwendung findet? Eine Kooperation zwischen *wei sraum* und *designaustria*.

Anmeldung über weissraum.at/veranstaltungen

Kosten: EUR 30,00

wei sraum-, designaustria-Mitglieder & Studierende: kostenfrei

Severin Filek, CEO of *designaustria*, will give an online lecture on legal grounds that make a designer's professional life safer. He will talk about the importance of Terms & Conditions and of identifying and calculating usufructuary rights. If you are interested, please register on weissraum.at/veranstaltungen.

designforum Wien | Donnerstag 27. April 2023

DESIGN.TALK #5: WILLERSTORFER FONT FOUNDRY & DESEIN X LOACKER

Das international tätige Type-Design-Studio *Willerstorfer Font Foundry* wurde 2010 von Stefan Willerstorfer in Wien gegründet. Der Fokus des Designbüros liegt auf der Entwicklung hochwertiger Textschriften (Acorde, Sindelar) sowie der Gestaltung und detaillierten Überarbeitung von Schriftzügen großer, international tätiger Unternehmen (Loacker, *Wienerberger AG*). Das Südtiroler Designbüro *DeSein* wurde 2007 in Bozen gegründet und widmet sich der visuellen Gestaltung mit den Schwerpunkten Branding und Corporate Design.

Leicht bekömmlicher, natürlicher Genuss, höchste Qualität und die Liebe zur Natur in einzigartigen Waffel- und Schokoladenspezialitäten vereint – dafür kennt man Loacker bereits seit 1925. Von *Alfons Loacker* gegründet, entwickelte sich das Familienunternehmen in den letzten 95 Jahren von einer kleinen, regionalen Konditorei in der Altstadt von Bozen (Südtirol) zu einer weltbekannten Marke, deren Produkte Menschen in mehr als 100 Ländern begeistern.

Anmeldung bis 20. April 2023 unter designaustria.at/designtalk3

The lettering of the Loacker chocolate bars has been redesigned – a perfect example of how the lucid, consistent development of a design idea can lead to an even more convincing result. In their talk, designers Stefan Willerstorfer and Roby Attisano and representatives of Loacker share some exciting stories about the designing process and their successful collaboration.

Wie kann die Überarbeitung eines berühmten Schriftzuges den Anforderungen der heutigen Zeit gerecht werden, ohne dabei die markengebende Originalität zu verlieren? Wie kann vielmehr die Originalität freigelegt und gestärkt werden? Und wie kann es dabei gelingen, auch den Auftraggeber-innen von diesem mutigen Schritt zu überzeugen?

Anhand des Redesigns des *Loacker*-Schriftzuges lässt sich wunderbar zeigen, wie die klare und konsequente Weiterentwicklung einer Designidee zu einem noch überzeugenderen Ergebnis führen kann. Die Designer *Stefan Willerstorfer* und *Roby Attisano* geben in ihrem Gespräch mit Loacker spannende und motivierende Einblicke in den Gestaltungsprozess und die erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Unternehmen.



DESIGNAUSTRIA-PROGRAMM

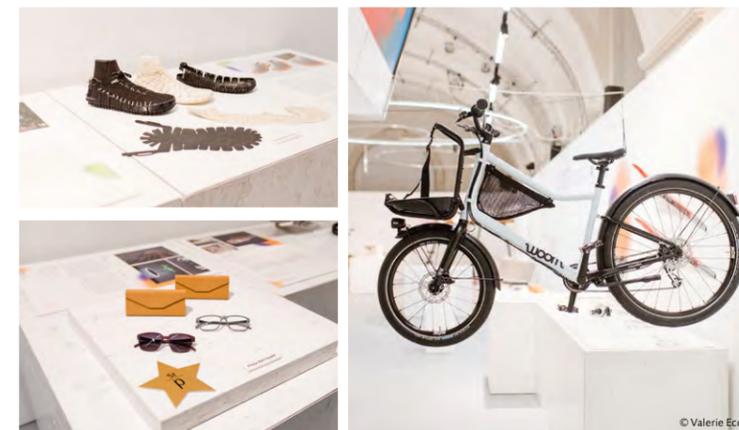
designaustria bietet laufend ein vielseitiges Programm für Mitglieder und Designinteressierte an, das dazu einlädt, über Design nachzudenken, zu sprechen, kreativ zu werden oder Neues auszuprobieren. Im aktuellen Halbjahresprogramm, das zweimal jährlich den »mitteilungen« beiliegt, sind alle Ausstellungen, Workshops, Exkursionen und Vorträge zu finden.

designaustria regularly offers a diverse programme for its members and design enthusiasts that invites you to engage with, think about, and create design. The latest exhibitions, workshops, excursions, and talks can be found in the current programme, bi-annually dispatched together with our »mitteilungen« magazine.

designaustria.at/programm

designforum Steiermark | bis 22. April 2023

AUSSTELLUNG STAATSPREIS DESIGN 2022



Vom Fußballschuh für Ghana bis zur Sportprothese und zum fraktalen Leuchtobjekt – der *Staatspreis Design* zeichnet zukunftsweisende Projekte aus, die gesellschaftliche Relevanz und Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellen. Die Ausstellung ist noch bis **22. April 2023** im *designforum Steiermark* zu sehen.

The Staatspreis Design has been awarded to pioneering, socially relevant, and sustainable projects such as a football shoe for Ghana, a prosthesis for sports and a fractal light. An exhibition of the objects will be on display at *designforum Steiermark* until April 22nd, 2023.

Schloss Hollenegg in Bad Schwanberg, Steiermark | 5. bis 6. Juli 2023

ÖSTERREICHISCHE DESIGNGESPRÄCHE IM SCHLOSS HOLLENEGG

Die »Österreichischen Designgespräche« auf *Schloss Hollenegg* präsentieren zehn erfolgreiche Partnerschaften zwischen Design und klassischer Wirtschaft. Sie zeigen anhand von Best-Practice-Beispielen, welchen Beitrag Design zum Erfolg leistet, wie der Entwicklungsprozess abläuft und wie Unternehmen von Design profitieren. Im stilvollen Ambiente auf Schloss Hollenegg, im Herzen des steirischen Schilcherlandes, stehen zwei Tage ganz im Zeichen der Zusammenarbeit und des Austauschs von Design und Wirtschaft aus ganz Österreich.

Die Gespräche werfen einen Blick auf die Menschen und Unternehmen hinter den Produkten und Dienstleistungen, erzählen ihre Geschichte und geben Einblicke in den kreativen Prozess. So vielfältig der Designprozess auch ist – er entscheidet maßgeblich über den Erfolg. schlosshollenegg.at

The »Österreichische Designgespräche« (Austrian Design Talks) on Schloss Hollenegg present ten successful partnerships between design and business. The talks take a look at the people and enterprises behind the products and services, tell their stories and reveal parts of their creative process. And while none of these processes are like any other, they are still crucial for success.



👁 Schloss Holleneegg in Bad Schwanberg | 6. bis 28. Mai 2023

ASHES & SAND



Während des Designmonats Graz öffnet *Schloss Holleneegg* seine Türen, um die jährliche Designausstellung in den historischen Räumen des Schlosses zu zeigen. »Ashes & Sand« wird von **Samstag, 6. Mai bis Sonntag, 28. Mai 2023** zu sehen sein. Die Ausstellung beschäftigt sich mit Glas und zeigt die große Vielfalt an Produkten, die aus diesem Material hergestellt werden können: Fenster, Geschirr, Brillen, Beleuchtung, Spiegel und viele dekorative Stücke, die man in jedem Haus oder manchmal nur in einem Schloss finden kann. Die Ausstellung thematisiert auch die Glasproduktion in der Region um Holleneegg und untersucht, wie Politik und Wirtschaft die Herstellung und den Handel mit diesem Rohstoff geprägt haben.

Neben den historischen Glasobjekten von Schloss Holleneegg werden 25 Designer:innen ihre eigenen Glasarbeiten präsentieren. Von Alltagsgegenständen bis hin zu einzigartigen Kunstwerken verweisen die gezeigten Projekte auf die unglaubliche Vielfalt von Glas in Bezug auf Verwendung, Herstellungstechnik und Stil. Spiegel, Lampen und Vasen, aber auch Trinkbrunnen und Textilien aus Glasfaser werden geformt, geschmolzen, geblasen oder 3D-gedruckt.

schlossholleneegg.at

During this year's Designmonat Graz, Schloss Holleneegg will host the annual design exhibition entitled «Ashes & Sand» in the castle's historic halls from May 6th to May 23rd. This time, the exhibition will be about glass, showing the wide range of products that can be made of this material: windows, tableware, eyeglasses, lamps, mirrors, and decorative pieces, some of which are found in every household, some only in castles.

👁 Silhouette Headquarters in Linz | 26. April 2023 | 10–13.00 Uhr

PRÄSENTATION DER SONDERBRIEFMARKE »SILHOUETTE – FUTURA«

VON DORA DEMMEL UND BUCHPRÄSENTATION »DESIGN|ER|LEBEN«



Gemeinsam mit der Premiumbrillenmarke Silhouette stellt die *Österreichische Post* die neue Sonderbriefmarke aus der Reihe »Design in Österreich« vor. Sie zeigt das bahnbrechende Brillenmodell Futura Dot der Designerin Dora Demmel aus dem Jahr 1973. Bis heute repräsentiert der Entwurf herausragendes österreichisches Designschaffen, Innovationsfreude und höchste Handwerkskunst.

Vorstellung des Buchs »Dora Demmel, Pionierin im Brillendesign« aus der Reihe »design|er|leben«

Anlässlich der Präsentation der Sonderbriefmarke stellt *designaustria*-Vorstand und Autor *Christian Thomas* Band 24 der Buchreihe »design|er|leben« vor, die von *designaustria* seit 2010 herausgegeben wird. Das Buch beschreibt das Leben und Werk der Designerin Dora Demmel, deren hohe Designqualität der Brille einen neuen modischen Stellenwert gegeben hat.

Along with a premium glasses brand called Silhouette, the Austrian Postal Service will present the new special-edition stamp from its «Design in Austria» series showing Futura Dot, Dora Demmel's seminal model for eyeglasses from 1973. Also, *designaustria* chairman and author *Christian Thomas* will present volume 24 of the «design|er|leben» book series. It describes the life and work of designer Dora Demmel, whose top design quality has elevated glasses to a new fashion status.

👁 Museum für angewandte Kunst | bis 3. September 2023

WERKSTÄTTE HAGENAUER | WIENER METALLKUNST 1898–1987



↑ Werkstätte Hagenauer, Geschäftsschild »Glücksstelle Stein«, 1930er-Jahre

↑ Carl Hagenauer, Standuhr, 1912

↑ Franz Hagenauer, Portalgriffe, 1979

Knapp 90 Jahre lang erfreuten sich die Erzeugnisse der *Werkstätte Hagenauer* großer Beliebtheit und wurden weltweit vertrieben. Sie fanden sogar Eingang in die Filmwelt Hollywoods.

Nun bietet das *MAK* erstmals einen umfassenden Einblick in die Geschichte und die Arbeitsprozesse des Familienunternehmens auf der Grundlage des Firmenarchivs. Durch Ankauf und großzügige Schenkungen von *Richard Grubman*, dem *Auktionshaus im Kinsky* sowie *Caja Hagenauer* gelangten ab 2014 große Teile des Firmenarchivs ins *MAK*: zahlreiche Entwürfe, Modelle, Gussformen und Rohlinge sowie umfangreiches dokumentarisches Material.

Hiermit spannt die Schau einen Bogen über das vielfältige Repertoire des Familienunternehmens: von den begehrten Zierfiguren über innovative Gebrauchsgegenstände, die Ausstattung öffentlicher Gebäude bis hin zu den bedeutenden Skulpturen *Franz Hagenauers*. Zugleich lädt die Ausstellung ein, dem stilistischen Wandel der Produkte nachzuspüren – ausgehend von den »Wiener Bronzen« des Historismus über Jugendstil und Wiener Werkstätte bis zum Funktionalismus.

For more than 90 years the products of *Werkstätte Hagenauer* have been popular across the world. Even Hollywood used them. Based on the company archive, the *MAK* in Vienna will now show a comprehensive exhibition on the history and work of this family business.

👁 Bibiana, Bratislava | 4. Oktober bis 3. Dezember 2023

BIENNIAL OF ILLUSTRATIONS BRATISLAVA 2023



Die 29. Biennale der Illustrationen Bratislava 2023 (BIB 2023) findet vom 4. Oktober bis 3. Dezember 2023 in den Räumlichkeiten von *Bibiana*, dem Internationalen Kunsthause für Kinder, statt. *Bibiana* präsentiert ein attraktives Programm für das Fach- und Laienpublikum in Form von Ausstellungen und anderen Begleitveranstaltungen, die an mehreren Orten in Bratislava stattfinden. So wird die BIB die Räume von Galerien und Institutionen in der Innenstadt erreichen. Einreichfrist ist der 30. April 2023. Weitere Informationen unter tinyurl.com/biennial23

The 29th Biennial of Illustrations in Bratislava, or BIB 2023, will take place from October 4th to December 3rd, 2023 on the premises of *Bibiana*, the International House of Art for Children. *Bibiana* boasts and attractive programme of exhibitions and fringe events for expert and lay audiences.

Luxemburg | 31. Mai bis 4. Juni 2023

EUROPEAN DESIGN AWARDS 2023



Die erstmals 2007 ins Leben gerufenen European Design Awards werden jährlich an europäische Designer:innen für herausragende und verdienstvolle Arbeiten im Bereich Kommunikationsdesign verliehen. Die European Design Awards sind eine gemeinsame Initiative von Designmagazinen aus ganz Europa und werden von ico-D unterstützt. Jedes Jahr kommt eine Gruppe von

Verleger:innen, Journalist:innen, Redakteur:innen und Akademiker:innen zusammen, um die besten Beispiele für Kommunikationsdesign auf dem europäischen Kontinent zu bewerten und anzuerkennen.

Die European Design Awards feiern das europäische Design mit all seinen charakteristischen regionalen Elementen ebenso wie seinen Gemeinsamkeiten. Europäische Designer:innen sollen sich treffen und vergleichen, sich inspirieren lassen und Netzwerke aufzubauen. Nebenbei verfolgt die Veranstaltung das Ziel, die Standards für Kommunikationsdesign in ganz Europa anzuheben. Die Jury besteht aus Vertreter:innen renommierter europäischer Designmagazine. Das Festival und die Preisverleihung finden heuer in Luxemburg statt.

The European Design Awards, established in 2007, are an annual prize gala celebrating European designers that have done excellent work in the area of communication design, their differences and commonalities. European designers are encouraged to meet, inspire, and network with each other to raise the standards for communication design in Europe.

Kunstforum Wien | 2. Februar bis 25. Juni 2023

KIKI KOGELNIK: NOW IS THE TIME



ABC © Kiki Kogelnik Foundation

Kiki Kogelnik (1935–1997) war eine der bedeutendsten in Österreich geborenen Künstlerinnen des 20. Jahrhunderts. Sie gilt heute als die einzige österreichische Protagonistin der Pop Art, ihre Kunst geht jedoch weit über diese Kategorisierung hinaus. Das Ausstellungsprojekt wird von der Kiki Kogelnik Foundation großzügig unterstützt und ist eine Kooperation mit dem Kunstmuseum Brandts im dänischen Odense sowie dem Kunsthaus Zürich, wo die Schau nach der Station in Wien auch zu sehen sein wird – damit wird das Bank Austria Kunstforum einmal mehr seinem Ruf gerecht, künstlerischen Pionier:innen eine internationale Bühne zu bieten.



Kiki Kogelnik (1935–1997) was one of the most important artists born in Austria. She is now counted as the country's only protagonist of the pop art movement. An exhibition of her work at the Bank Austria Kunstforum, generously funded by the Kiki Kogelnik Foundation, is a co-operation with the Kunstmuseum Brandts in Odense, Denmark and the Kunsthaus Zürich, the show's next stop after Vienna.

designforum Wien | 17. März bis 1. Mai 2023

»THINKING AHEAD« ECODESIGN AWARD 2022

Ecodesign betont den im Design inbegriffenen Anspruch, Produkte sowie Dienstleistungen und Systeme so zu gestalten, dass ihre negativen Auswirkungen auf die Umwelt in allen Lebensphasen möglichst gering sind. Der Bundespreis Ecodesign will diesen Anspruch zu einem Standard machen.

Am 5. Dezember 2022 wurde in Berlin zum elften Mal der Bundespreis Ecodesign vom Bundesumweltministerium (BMUV) und vom Umweltbundesamt (UBA) in Kooperation mit dem Internationalen Design Zentrum Berlin (IDZ) verliehen. Von 295 Einreichungen nominierte die interdisziplinär besetzte Jury 28 Projekte u.a. aus den Bereichen Bau, Mobilität, Interieur und Kommunikation. Davon wurden 14 Projekte ausgezeichnet.

Seit 2012 würdigt der Bundespreis Ecodesign Dienstleistungen, Produkte, Konzepte und Nachwuchsarbeiten, die den heutigen ökologischen Herausforderungen mit herausragenden Ideen begegnen und gestalterisch überzeugen. Von Anfang an waren auch Unternehmen, Designbüros, Agenturen und Studierende



aus Österreich vertreten. Einige von ihnen gehören zu den Gewinner:innen des europaweit ausgeschriebenen Wettbewerbs. So auch im letzten Jahr.

Unter dem Motto »Thinking Ahead« zeigt die Wanderausstellung mit den Nominierten und Preisträger:innen des Bundespreises Ecodesign 2022, wie Zukunft vorausschauend gestaltet werden kann – in Deutschland, in Österreich und in der ganzen Welt. Wir freuen uns auf Ihr Kommen.

The designforum Wien welcomes the touring exhibition of the 2023 winners of the German Ecodesign Award. It is the aim of this exhibition to make ecological design accessible to a broad public. It is hoped that knowledge transfer, networking, and the presentation of model projects will raise acceptance for the issue among businesses, designers, and the general public.

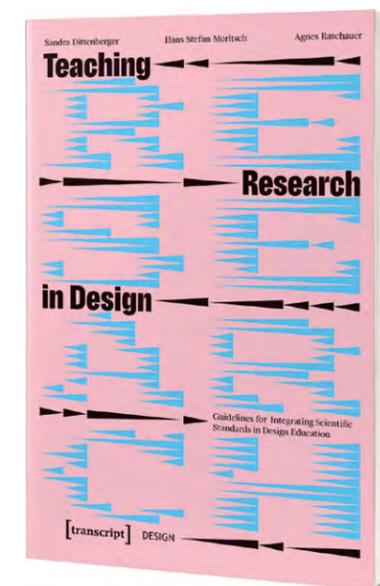
EMPFEHLUNGEN

TEACHING RESEARCH IN DESIGN
GUIDELINES FOR INTEGRATING SCIENTIFIC STANDARDS IN DESIGN EDUCATION

SANDRA DITTENBERGER, HANS STEFAN MORITSCH UND AGNES RASCHAUER

In den letzten drei Jahrzehnten wurde verstärkt das Gewicht von Designforschung als Teil der Designpraxis diskutiert, doch bis heute werden diese beiden thematischen Felder eher nebeneinander praktiziert als tatsächlich miteinander verwoben. Auch in der universitären Design-Ausbildungslandschaft gibt es dazu rund um den Globus unterschiedliche Ansätze. Dies hat dazu geführt, dass wir heute mit einer Vielzahl von Auffassungen konfrontiert sind, insbesondere im Bereich der praxisorientierten Designforschung. Das Buch »Teaching Research in Design« zeigt internationale Ansätze zur Integration von Forschung in die Lehre auf und stellt die Bereiche der Designforschung wissenschaftlichen Standards gegenüber.

Sandra Dittenberger, Hans Stefan Moritsch und Agnes Raschauer diskutieren in ihrer Publikation, wie das Konzept des forschenden Lernens in die Lehre im Produktdesignstudio integriert werden kann. Die Autor:innen präsentieren Studienergebnisse, die dazu beitragen, sowohl eine allgemeine Orientierung für die Forschung in der Designausbildung als auch einen Leitfaden für Studierende zu entwickeln.



Teaching Research in Design | Guidelines for Integrating Scientific Standards in Design Education | Sandra Dittenberger, Hans Stefan Moritsch und Agnes Raschauer | 2022 | transcript Design | ISBN: 978-3-8376-6376-1

DESIGNAUSTRIA GENERALVERSAMMLUNG 2023

Das Programm rund um die diesjährige Generalversammlung am **14. April** im *designforum Wien* umfasst Rückblick, Überblick und Ausblick auf das Machen und Schaffen von *designaustria*. Um in Zukunft bestmöglich die Interessen von Mitgliedern, Expert:innen und Designinteressierten weiterzuentwickeln, wird dieses Jahr ein neuer Vorstand für die Periode 2023–2025 gewählt. Im Rahmen der Generalversammlung werden die neuen Vorstandskandidat:innen zur finalen Wahl vorgestellt, wird das Arbeitsprogramm 2023–25 präsentiert, werden Vorbereitungen für das 100-jährige Jubiläum besprochen und werden in Form von Lightning Pitches zukunftsweisende Abschlussarbeiten österreichischer Ausbildungsstätten präsentiert. Mitarbeiter:innen der Geschäftsstelle sowie Vorstandsmitglieder und -kandidat:innen stehen für Gespräche, Ideen und Vorschläge zur Verfügung. Anschließend besteht die Möglichkeit, die Ausstellung »Thinking Ahead« zum Bundespreis Ecodesign 2022 im *designforum* zu besichtigen. designaustria.at/generalversammlung23

we
design
austria



ILLUSTRATORIN UND GRAFIKERIN TANJA PEKLAR-ZARKA

Design formt Identität.

»Die Darstellung von Design als einem lebendigen, organischen Muskel bildet das Herz meiner Illustration. In diesem Sinnbild finden sich treffende Parallelen: Design funktioniert als Muskel einer Identität, muss aufgebaut und sorgsam trainiert werden, um seine Kraft zu entwickeln und zu behalten. Es wirkt und arbeitet letztlich vielschichtig, ebenso wie die Anatomie des Muskels.

Die Menschenhand steht für Gestalter:innen, die dieses Konstrukt sorgsam stützen und formen, vergleichbar mit der künstlerischen Kreation einer Skulptur durch freies Modellieren. Es gefällt mir besonders, in meinen Illustrationen Design und Kunst zu vereinen und Raum für Interpretation zu schaffen.« tanjazarka.at

Mediengesetzdaten:

OFFENLEGUNG LT. § 25 MEDIENGESETZ

VERLEGER: designaustria (DA) im designforum Wien, MuseumsQuartier, 1070 Wien

UNTERNEHMENSgegenstand:

designaustria (DA) ist die Organisation, die Österreich gestaltet und die österreichische Designgemeinschaft vertritt. Sie fungiert als Nahtstelle zwischen Design, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft. Sie bündelt die designrelevanten Interessen ihrer Mitglieder und vertritt diese auf nationaler, europäischer und weltweiter Ebene. designaustria fördert den Diskurs zu Designthemen und ist

Österreichs Designinformations-, Designforschungs- und Designwissenschaftszentrum (Konstitution, § 3).

GRUNDLEGENDE RICHTUNG:

Die »designaustria-Mitteilungen« enthalten Sachinformationen für Mitglieder sowie für designaffige Unternehmungen, interessierte Organisationen und Einzelpersonen. Die Informationen betreffen primär das Gebiet des Designs, umfassen aber auch relevante Bereiche des gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Umfelds. Die Darbietung der Information erfolgt im Bemühen um größtmögliche Objektivität, schließt jedoch eine kritische Stellungnahme nicht aus.

IMPRESSUM

Herausgeberin: designaustria, da, gegründet 1927, ist die Berufs- und Interessenvertretung sowie das Informations- und Wissenszentrum für Design und engagiert sich für Österreich als Designnation. designaustria vertritt nationale Interessen in internationalen Organisationen und ist Mitglied des International Council of Design (ico-D), der World Design Organization (WDO) und des Bureau of European Design Associations (BEDA).

Vorstand: Thomas Feichtner, Martin Föllleitner, Michael Hofbauer, Christian Thomas, Barbara Weingartshofer

Geschäftsstelle: designaustria im designforum Wien, MQ, Museumsplatz 1, Hof 7, 1070 Wien, +43 (01) 524 49 49, service@designaustria.at, www.designaustria.at

Managing Director: Prof. Severin Filek

Team: Vanessa Brumen (Project Assistance), Doris Calisir (Members & Finance), Tamara König (Communication & International Projects / in Karenz), Heidi Resch (Project Management), Caspar Russo (Editor), Olivia Scarr (Communications), Edwina Steuer (designforum Wien)

Redaktion: Katharina Rath und Marie-Theres Zirm, cardamom.at, Severin Filek

Lektorat: Martin Thomas Pesl, martinthomaspesl.com

Gestaltung: Valerie Eccli – Design & Fotografie

Fotos: Die Rechte liegen bei den beitragenden Designer:innen, Autor:innen, Institutionen, Veranstalter:innen, Verlagen usw. bzw. bei den Fotograf:innen.

Papier: Umschlag: Novatech Gloss 250 g/m², Kern: Novatech Gloss 115 g/m², zur Verfügung gestellt von Antalis Austria GmbH, Businesspark Marximum, Modecenterstraße 17 / Objekt 2 / 7.OG / www.arcticpaper.com

Belichtung, Druck und Endfertigung: Bösmüller Print Management GmbH & Co KG, Obere Augartenstraße 32, 1020 Wien, Josef-Sandhofer-Straße 3, 2000 Stockerau, www.boesmueller.at

Prospektbeilagen sind nur für den Inlandsversand vorgesehen, nach Maßgabe der uns zur Verfügung gestellten Stückzahl. Wir bitten um Verständnis.

Mit Unterstützung von:  Bundesministerium Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport

Choosing Paper is a creative act.

Creative Power bezeichnet das umfassende Premiumpapiersortiment von Antalis:

Farbe, Oberfläche, Struktur und Grammatik: unendlich viele Möglichkeiten, um ihre gedruckte Kommunikation von anderen abzuheben.

www.antalispaper.com



Design

formt

Identität.



Stasf13