

MAGAZIN VON UND ÜBER DESIGN

mitteilungen

we
design
austria





Liebe Leser:innen!

Willkommen im Sommer und am Beginn der zweiten »mitteilungen« dieses Jahres! Die Zeiten sind keineswegs ruhiger geworden, und wir erleben Krieg in unmittelbarer Nähe. Gerade unter Gestalter:innen formt sich der Wunsch, sich noch vermehrt hilfreich und konstruktiv in diese Welt einzubringen. Das geht von Grafik für die Kommunikation – etwa von der Gruppe *Zeichner bauen Brücken auf Facebook* – über das Zurverfügungstellen von Coworking-Spaces bis hin zu konkreter Hilfe an den Grenzen zur Ukraine. Einige von uns sind auch in Kontakt mit ukrainischen Kreativagenturen, von denen manche dank internationaler Kund:innen ihrer Arbeit aus dem »Home«-Office weiterhin nachgehen.

Wie schon immer dreht sich trotz der Tragödien quer über die Weltkugel alles weiter, und es freut uns, euch einerseits ins Themenfeld »Gender gut – alles gut?« zu verführen, aber auch einige konkrete Projekte, Gestalter:innen und Veranstaltungen durch unsere »mitteilungen« zu euch zu bringen.

Danke allen für ihre Rückmeldungen zur ersten Nummer, wir freuen uns über weitere Anregungen und Impulse an redaktion@designaustria.at.

Katharina und Marie-Theres im Namen des Teams



Für euch beigelegt haben wir diesmal:

- Basisinformation 27
- Einladung zum Illu-Day
- Fortbildungsprogramm 06–12/2022
- Einladung Ausstellung Staatspreis Design



Auf dem Cover seht ihr eines unserer designaustria-Jubiläumsplakate. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern feiern wir 95 Jahre!

← Hier seht ihr ein Plakat aus der Sammlung WAR POSTERS, die vom ukrainischen Pictoric Illustrators Club kuratiert wurde.

INHALT

06

GENDER – DIVERSITÄT – DESIGN

- 06 Der Raum für Reflexion ist eröffnet
- 07 Frauen zählen
- 11 Women in Blockchain
- 11 Positioniere deine Karriere richtig!
- 12 Diversity – Wie bunt muss Werbung sein?
- 12 Sexismus und Werbung

14 95 JAHRE DESIGNAUSTRIA

14 Tomislav Bobinec

15 IN GEDENKEN AN

15 Heide Stöllinger

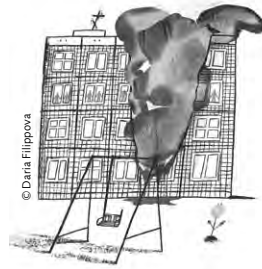
16 DESIGNAUSTRIA-
STUDIOPORTRÄT

16 meerweh



18 ILLUSTRATION IN DER UKRAINE

- 18 Illustrieren, wenn das eigene Land sich im Krieg befindet.
- 18 War Posters
- 21 A Designer's Impression: Volunteering at RO/UA Border Point
- 22 Designers who had to flee from Ukraine



24 DESIGNAUSTRIA: ACTIVITIES & SERVICE

- 24 Neue Services für designaustria-Mitglieder
- 25 Steuertipps zu Covid-19
- 25 Neues aus den Expertscluster

26 NEUE STUDIENGANGSLEITER·INNEN

- 26 Oliver Arcioli (NDU)
- 26 Daniel Fabry (FH Joanneum)
- 27 Birgit Bachler (FH Joanneum)

28 ERFOLGE

- 28 Staatspreis Design 2022
- 32 Philipp Doring im Wallpaper
- 32 Linda Wolfsgruber bekommt Christine-Nöstlinger-Preis
- 32 designaustria gewinnt Silber bei ADC*E
- 33 designaustria gewinnt alpha award
- 34 Best Book Design from all over the world 2022
- 34 Creative Business Award



35 RÜCKSCHAU

- 35 X-libris.revisited.
- 35 Kreislauf Kulturfest
- 36 »Austrian Brand Stories« im designforum Steiermark
- 37 Vielfalt (im) Bilderbuch
- 37 Best of – HTL-Abschlussarbeiten
- 38 Transforum Design
- 38 »Occupy Your University!«
- 39 Biennale der Illustrationen Bratislava 2021
- 39 Crafts from Anatolia



38 MEMBERS@WORK

- 38 Evelyn Junghanns, junghannsdesign
- 38 Ulla Klopff & Ute Baurecker, PABUKU
- 39 Peter Pfeil, derpfeil
- 39 Andrea Zehetner & Emanuel Jochum
- 40 Christina Pritz, Pritz-Design
- 40 Andrea Ettinger, Honigkuchenpferd
- 41 Kurt Höretzeder & Thomas Schrott, himmel. Studio für Design und Kommunikation

46 AUSSTELLUNGEN &
VERANSTALTUNGEN

- 46 Vienna Design Week
- 46 Handwerk der Zeit
- 47 Illu-Day im designforum Wien
- 47 Staatspreis Design 2022 – Ausstellung
- 48 The Art of Everyday Life
- 48 Design Impressum Award



49 EMPFEHLUNGEN

- 49 Buch-, Podcast- und App-Tipp

50 Impressum

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen!

Design und Zukunft. Gestalten Designer:innen wirklich die Zukunft? Oder ist Design häufig nur die Reflexion dessen, wie wir uns die Zukunft vorstellen? Und ist in Wirklichkeit unsere Zukunft weniger vorhersehbar oder gar gestaltbar als häufig angenommen? Angesichts von Corona-, Ukraine- und Klimakrise gerate ich immer öfter über die Relevanz von Design ins Grübeln. Jetzt mal ehrlich, wie groß ist unser Impact wirklich? Ist Design nur ein Entwurf für eine bessere Zukunft, ein Heilsversprechen, ein Fluchttort aus der Realität? Sind wir Designer:innen gar ein Teil der Mechanik, indem wir ständig neue Begehrlichkeiten schaffen? Und wenn ich da so grübele, sage ich mir: »Nein, so ist es nicht«. Design ist nicht der neue Farbanstrich, um alte Probleme zu übermalen, sondern Design ist einfach nur komplexer geworden. Wie und wo produziert, transportiert und recycelt wird, rückt verstärkt in den Fokus. Social und Circular Design sind Teil jedes Designprozesses geworden. Ich bin mir sicher, dass die Aufgaben zukünftiger Designer:innen weit über die reine Gestaltung hinausgehen werden. Ihre Produkte und Services werden Teil komplexer Systeme und Prozesse. Designerfolge werden vermehrt nach gesellschaftlichem Impact gemessen. Gerade die Komplexität sozialer und ökologischer Veränderungen fordert uns, interdisziplinär zu denken, kritisch zu reflektieren und mutig zu interagieren.

Wir Designer:innen sind stets auf der Suche nach Alternativen, nach Autonomie und Identität, und – auch da bin ich mir sicher – wir tragen wesentlich zum Esprit unserer Gesellschaft bei. Deshalb: Ja, wir Designer:innen gestalten wirklich die Zukunft!

Thomas Feichtner, Vorstandsmitglied von designaustria

GENDER – DIVERSITÄT – DESIGN DER RAUM FÜR REFLEXION IST ERÖFFNET

Die Zeiten gendern sich* – aber nicht von alleine. Gleich vorweg, wir wollen keine-r etwas vorschreiben, verkomplizieren oder ähnliches – wir wollen einladen, den (inneren) Raum für Reflexion, Spüren und Gestalten zu eröffnen und zu stärken. Anbei einige Gedanken.

Wir werden geboren. Bei manchen ist das Geschlecht von Beginn an organisch klar, bei anderen nicht. Schon im Mutterleib werden unsere Eltern gefragt, was wir geschlechtlich werden und was sie sich wünschen. Es heißt, dass Mütter sich unterschiedlich verhalten und ernähren, wenn sie das Geschlecht ihres Kindes wissen. Doch was geht das uns Designer:innen an?

Wir gestalten und werden gestaltet. Die Leiblichkeit – ob die eigene oder die der anderen – prägt uns, ob wir das wollen oder nicht. Und die meisten von uns haben das Bedürfnis, von ihrem

Gegenüber erkannt, gesehen und wahrgenommen zu werden. Wir wollen die sein, die wir sind und werden. Unser Selbstbild entfaltet sich aus uns und unseren Erfahrungen heraus.

Wir sind so vieles. Die Geschlechtlichkeit ist nur ein Aspekt unter vielen, die wir im Diversitätsbogen finden. Unsere Verschiedenheit zeigt sich in Bereichen wie Alter, Herkunft, Gesundheit, Kultur, Religion, sexueller Orientierung und vielen mehr.

Gender spielt überall mit. Ob Produktdesign, Typografie, Fotografie, Grafik, Text, Architektur, ...: Jede Designbranche versucht Bedürfnisse von Zielgruppen zu stillen. Und die Zielgruppen bewegen sich zwischen Sex und Gender. Insofern ist die Reflexion von Gender als ein Aspekt der vielfältigen Diversitätskategorien nach wie vor aktuell. Bleiben wir gemeinsam dran!

* © pinkstinks.com

FORM UND INHALT Gestaltung der Rückseite

„v, honigkuchenpferd, hat das Zitat zum Themenschwerpunkt gestaltet: »Ich habe mich dem Thema rein typografisch genähert, weil gendersensible Typografie eine große Rolle in diesem Diskurs spielt und sichtbare Wirklichkeiten schafft, denen wir uns alle nicht entziehen können.“

Neben aller Bedeutsamkeit und Tiefe des Themas ist mir wesentlich, den spielerischen Ansatz dabei nicht ganz zu vergessen. Das Spielen erlaubt uns, einen anderen Blickwinkel einzunehmen. So können die Zeichen als ein Miteinander-Kommunizieren gelesen werden, die sprechenden Figuren sind dabei bewusst neutral gehalten. Bemerke ich selbst als Leserin, ob und wenn ja, in welcher Art ich hier versuche, Sprache zuzuordnen? Die Gestaltung rückt gebräuchliche Möglichkeiten, nicht diskriminierend zu schreiben, ins Blickfeld. Auch das reduzierte Schwarz-Weiß spielt mit unserem oftmals binären Blick, mit dem „Schwarz-Weiß-Denken“.

Das Sujet spielt darüber hinaus auch mit Bildern und Rollenbildern und zeigt, dass es am Ende doch um unseren ganz alltäglichen Umgang mit Sprache und Zuteilungen geht, auch im ganz Kleinen.

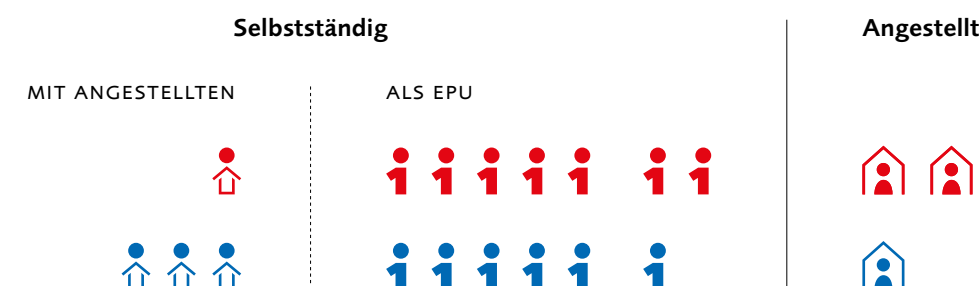


← Illustration:
Jacqueline Kaulfersch

FRAUEN ZÄHLEN DER GENDER-GAP IM DESIGN

ABB. 1 Tätigkeitsstruktur der Designer:innen

■ FRAUEN ■ MÄNNER



Quelle: Befragung Design in Österreich 2021, N = 312

Text & Grafiken: Barbara Weingartshofer

Wir Designer:innen sehen uns gern als innovative Zukunftsbranche. Werfen wir einen Blick auf die Geschlechtergerechtigkeit, fällt auf: Da ist noch viel Potenzial für die Zukunft.

Zunächst: Viele Ungerechtigkeiten merken wir zuerst als Bauchgefühl. Wenn sich dann herausstellt, dass das Bauchgefühl kein singuläres ist, sondern sich auch bei anderen bemerkbar macht, dann sollten wir genauer hinschauen und dazu Fakten sammeln. Wo es Zahlen und Fakten gibt, ist ihre Auswertung binär nach Frauen und Männern getrennt. Personen, die sich als divers identifizieren, werden in Umfragen und Studien zwar zunehmend miterfasst, noch ist aber ihre Anzahl so gering, dass die Auswertung datenschutzrechtlich bedenklich wäre.

EINE FRAGE DER GENERATION?

In der Grafikdesign-Ausbildung sind überproportional viele Frauen. Treten diese ins Berufsleben ein, treffen sie überwiegend auf männliche Chefs.

Während sich Grafikerinnen ab 40 noch an ausgeglichene Verhältnisse in ihrer Ausbildung erinnern, sitzen in vielen Klassen heute drei Viertel und mehr Frauen. Wird Grafikdesign also zum Frauenberuf? Andere Branchen haben gezeigt: Steigen die Frauenanteile, sinken die Einkommen. Wollen wir den Standard für alle in unserer Branche halten oder verbessern, müssen wir also auf die Ein-

kommen der Frauen blicken und diese erhöhen. Von fairen Bedingungen und fairer Entlohnung profitieren im Endeffekt alle.

Der Generationenwechsel erklärt zum Teil, warum in Chefsesseln häufiger Männer sitzen. Je jünger die Agenturleitung, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, auf eine Chefin zu treffen. Trotzdem sollten wir nicht darauf warten, dass sich der Gap von alleine schließt. Gezielte Förderung von Mitarbeiterinnen erhöht die Anzahl der Frauen in Führungspositionen, langfristig steigt also die Anzahl der Chefinnen.

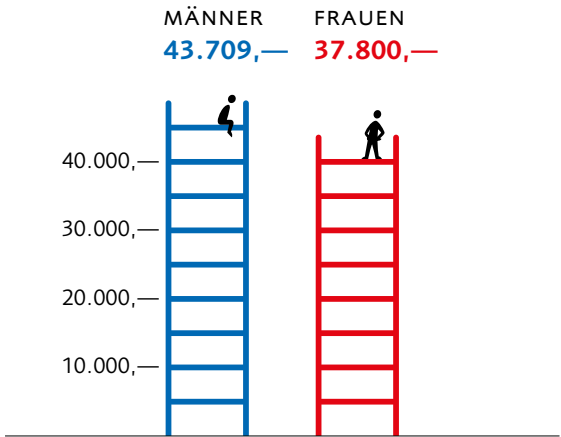
»Angestellte Frauen ab 30 kann man in Agenturen mit der Lupe suchen. Die Kultur des »Wer am längsten im Büro bleibt, ist am kreativsten« ist überholt.«

Sarah Krainer, Digital Creative Labs Lead bei Universal Music Group

EIN BLICK AUF DIE ZAHLEN

designaustria hat 2021 eine Umfrage durchgeführt. Demnach sind in unserer Branche 16 % der Frauen, aber nur 9 % der Männer angestellt (siehe Abb. 1). Unter den Selbstständigen sind 72 % der Frauen und 58 % der Männer Ein-Personen-Unternehmen. Besonders geht die Schere unter den Chef:innen auseinander: Nur 11 % der Frauen haben Mitarbeiter:innen – im Unterschied zu 32 % der Männer. In der Kategorie »zehn und mehr Mitarbeiter:innen« ist laut Umfrage keine einzige Frau vertreten. Dies ist insofern interessant, dass in der EU-Berechnung des Gender-Pay-Gaps ausschließlich Unternehmen herangezogen werden, die zehn und mehr Personen beschäftigen. Wir können also davon ausgehen, dass über die Höhe der Angestelltengehälter primär Männer entscheiden.

ABB. 2 **Jahreseinkommen von Arbeitnehmer·innen in Werbeagenturen**
Ganzjährig Vollzeitbeschäftigte



Quelle: STATISTIK AUSTRIA, Sozialstatistische Auswertungen. Ohne Lehrlinge. Bruttojahresbezüge gemäß § 25 EStG. Erstellt am 19. 4. 2022.

In Werbeagenturen beträgt der Gender-Pay-Gap unter ganzjährig Vollzeitangestellten 14% und liegt damit im österreichischen Durchschnitt (siehe Abb. 2). Das Medianeinkommen der Frauen liegt fast 6.000 Euro unter jenem der Männer, und beide liegen etwa 3.000 Euro unter dem Median aller österreichischen Arbeitnehmer·innen.

Unter den Selbstständigen zeigt sich: Frauen arbeiten zu geringeren Stundensätzen und erwirtschaften signifikant weniger Umsatz (siehe Abb. 3). Die Hälfte der Frauen liegt mit ihrem Jahresumsatz unter 20.000 Euro – einem Betrag, der manchem Mann ein mitleidiges »Das kann ja nur als Zusatzverdienst gemeint sein« entlockt. Hingegen erwirtschaftet einer von vier Männern einen Umsatz über 250.000 Euro.

WAS STECKT DAHINTER?

Die Verlockung ist groß, diese Zahlen zu relativieren: Aber arbeiten die vielleicht weniger? Umsatz ist ja nicht Gewinn, mit mehr Angestellten hat man natürlich auch einen höheren Umsatz, unter Berufsanfänger·innen sind mehr Frauen als unter 55-Jährigen, usw.

Unterm Strich bleibt: Frauen verdienen signifikant weniger, und das darf uns als Berufsgemeinschaft nicht egal sein. Altersarmut ist weiblich, und nach diesen Umsatzzahlen zu schließen ist ein beträchtlicher Teil der Grafikerinnen auf dem Weg dorthin.

Ist die Arbeitsstunde einer Frau weniger wert als jene eines Mannes? Sind Frauen weniger talentiert, Mitarbeiter·innen zu führen? Selbstverständlich nicht. Was brauchen wir also, damit unsere Branche gerechter und ausgeglichener wird? Was brauchen Frauen, um ihren Umsatz zu steigern?

Baby-, Karenz- und Teilzeit-Falle

Auch im Design mindern lange Pausen das Einkommen. Während Männer in ihrer Berufsbiografie schon in Jurys sitzen, kehren Frauen gerade in die Vollzeittätigkeit zurück. Auch für Grafiker·innen ist es oft schwer, Kinderbetreuung und Erwerbsarbeit unter einen Hut zu bringen. Bei Arbeitszeiten und Homeoffice ist im Design mehr Flexibilität möglich als in anderen Branchen. Es gilt, diese zu nutzen.

»Kind und Karriere sind noch immer ein Trampelpfad, keine Autobahn.«

Miriam Horn-Klimmek, FORMLOS Berlin, Deutscher Designtag

UMSATZ STEIGERN

Frauen beginnen ihre Karriere tendenziell mit geringeren Stundensätzen und holen dieses Defizit später nur schwer auf (Abb. 3). Was hilft Frauen, in »ordentliche« Umsatzdimensionen zu gelangen? Eine informelle Umfrage ergab: Wichtig sind vor allem eine prägnante Positionierung und die bewusste Wahl der Kund·innen.

Positionierung

Je klarer mir ist, worin ich besonders gut bin, desto besser kann ich meine Leistung verkaufen. Den eigenen Wert zu schätzen und bewusst hervorzuheben, fällt Frauen schwerer als Männern. Gezielte Schulungen helfen, den Selbstwert zu steigern.

Es hilft auch, den Fokus auf den Wert der eigenen Arbeit, den Nutzen, den wir stiften, zu legen und zu fragen, welchen Mehrwert ein Design den Kund·innen bringt, statt immer nur auf den Stundensatz zu schielen.

»Staying alive is not a soft skill.«

Mike Monteiro, design consultant & Autor

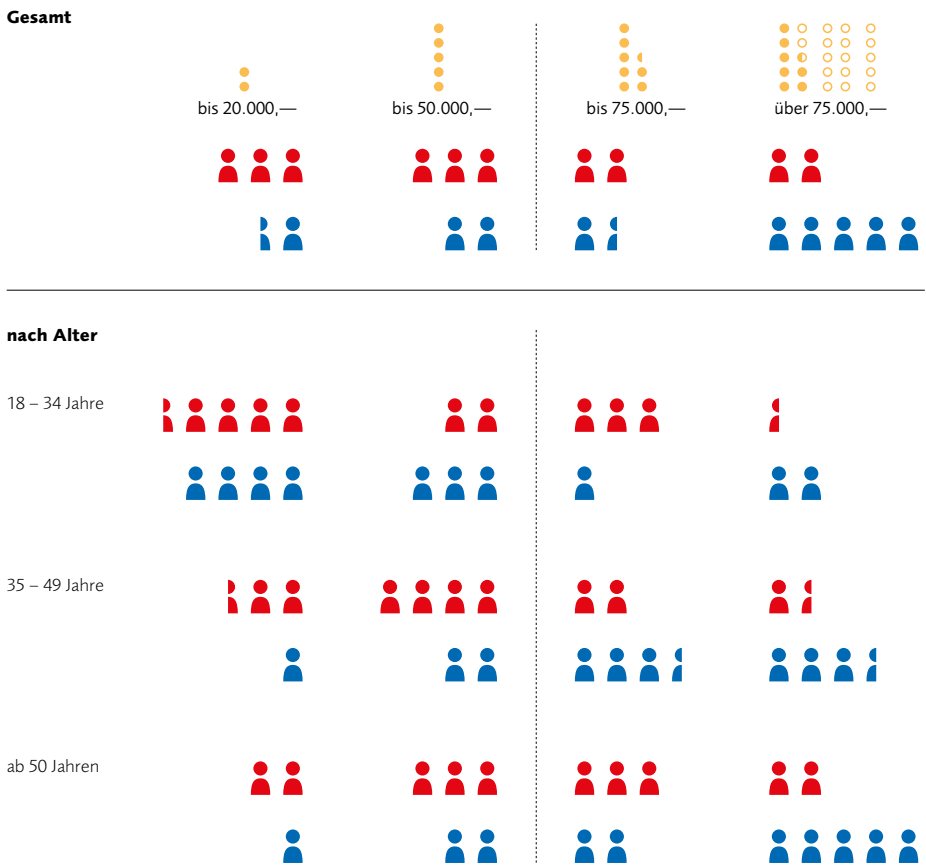
Die Angst vor dem Nein

Hohe Preise zu verlangen, setzt Mut voraus und birgt das Risiko, den Auftrag nicht zu bekommen. Der Austausch mit anderen Grafiker·innen hilft dabei, die eigenen Grenzen auszuloten und sie zu erweitern.

Skalierbare Produkte

Ein weiterer Baustein können skalierbare Produkte sein: alles, was man mehrfach verkaufen kann und was das Einkommen vom Zeiteinsatz löst – zum Beispiel Online-Kurse entwickeln, ein Buch schreiben oder Illustrationen auf Plattformen anbieten.

ABB. 3 **Umsatz**



Quelle: Befragung Design in Österreich 2021, Gesamt N = 256, nach Alter N = 252.

Wahl der Kund·innensparte

»Als Freelancer im Bereich Finanzen, Versicherungen, Energie etc. (leider männlich dominierte Branchen) ist mehr Geld drin als für den kleinen Laden von nebenan.«

Julia Kerschbaumer, Illustratorin

ANS LICHT STATT UNTER DEN SCHEFFEL!

Designpreise sind der Ort, wo Exzellenz verhandelt wird – ein Begriff, der noch immer männlich konnotiert ist. Miriam Horn-Klimmek hat für den Deutschen Designtag Wettbewerbe im deutschsprachigen Raum untersucht und festgestellt: In der Saison 2019/2020 standen 71% männlichen Jurymitgliedern 29% weibliche gegenüber. Unter den Juryvorsitzenden des ADC fanden sich 21 Männer und nur drei Frauen. Dabei berichten auch Männer: Ein diverser Blick auf die Einreichungen bringt mehr Perspektiven in die Beurteilung und führt so zu besseren Ergebnissen. In Jurys der Bereiche Buch und Illustration finden sich mehr Frauen als in anderen Jurys.

Entscheidungen von Männern

Der Großteil der Jurys ist also männerdominiert. Zum einen liegt dies am sich selbst replizierenden

System: Männer zeichnen Männer aus, die wiederum Männer nominieren; auf die Frage nach Frauen heißt es oft: »Es gibt ja keine!« oder »Ich habe gefragt, aber die wollen nicht.« Warum ist es so schwer, Frauen für Jurys zu gewinnen?

Frauen wollen gerne wissen, worauf sie sich bei einer Jury einlassen. Wenn wir die hermetischen Zirkel aufbrechen und mehr Informationen nach außen bringen, etwa wie eine Jurysitzung abläuft und wie hoch der damit verbundene Zeitaufwand konkret ist, werden sich mehr Frauen bereit erklären, teilzunehmen.

Ein weiterer Punkt ist die Ermunterung unter Kolleg·innen, ihre Projekte auch tatsächlich einzureichen. Wie so oft sind auch hier Frauen zurückhaltender. Je mehr Frauen einreichen, desto mehr von ihnen werden zu Preisträgerinnen und können später zu Jurymitgliedern werden. Bescheidenheit ist in diesem Fall keine Zier, weibliche Expertise darf gerne mehr Sichtbarkeit erfahren. Wir sollten auch in die zweite Reihe schauen, nicht immer nur in der ersten suchen. Wir wissen, dass Frauen tendenziell das Rampenlicht scheuen. Hinter dem ersten Lichtkegel findet sich oft genauso viel Expertise wie im Licht, und es lohnt sich, diese hervorzuholen.

ABB. 4 Grad der Spezialisierung/Interdisziplinarität

**Geschlechtergerechtigkeit – im Interesse aller**

Das Ziel sind ausgeglichene Anteile an Frauen und Männern auf allen Ebenen. Manches ist gesellschaftlich bedingt – zum Beispiel unsere Erwartungshaltung an Kinderbetreuung – und erfordert individuelles Handeln. Vieles können wir gezielt in der Solidargemeinschaft angehen: Frauen, mit denen wir zusammenarbeiten, fair bezahlen. Ein Bewusstsein dafür schaffen, wo Unterschiede

liegen und wie groß die Unterschiede zwischen den Einkommen sind. Ehrlichem Austausch Raum geben und einander gegenseitig bei Positionierung und Verkauf unterstützen.

»Es ist das durchgängige überall Übergewicht – das muss mal weg. Das Grundrauschen muss sich ausgleichen.«

Simon Wehr, Wehr & Weissweiler, BDG

BARBARA
WEINGARTSHOFER
info@nau-design.at
www.nau-design.at

TOOLBOX FRAUEN

- Trau dich raus!
Zeige deine Expertise bei Wettbewerben, bewirb dich für ein Amt.
- Hab deine Finanzen im Blick!
– Wo liegst du im Vergleich, geht da mehr?
– Was bedeutet dein aktuelles Einkommen für dein Alter?
– Hole dir Unterstützung für deine Positionierung, Akquise und/oder Verhandlungstechnik.

TOOLBOX MÄNNER

- Fairness bei Anstellungen: Die weibliche Bewerberin verlangt weniger Gehalt? Sei dir bewusst, dass du den Gender-Pay-Gap verringern kannst – lege 14% drauf.
- Erkundige dich, ob eine Jury, ein Panel oder ein Kollegium ausgewogen besetzt ist, und lass im Zweifel einer Frau den Vortritt.
- Ermuntere aktiv Frauen, bei Preisen einzureichen oder sich für ein Amt zu bewerben.
- Geh selbst in Karenz. Zeit mit den Kindern ist für Männer und Frauen wertvolle Lebenserfahrung, lass dir und deinem Kind das nicht nehmen!

GENDER GAP IN DESIGN

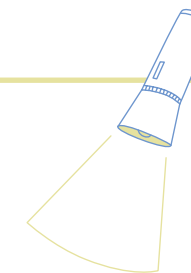
While it is mostly women who take up graphic design training, more men end up in leading positions. According to designaustria's 2021 survey, 16% of women but only 9% of men in our industry have steady employment (see Fig. 1). Among the self-employed, 72% of women and 58% of men are single-person enterprises. The gap is particularly large in management: Only 11% of female business leaders have employees, as opposed to 32% of male bosses. Not a single female participant of the survey responded that she had «10 or more employees». This is interesting because only businesses with 10 or more employees are featured in the EU calculation of the gender pay gap. We may therefore assume that it is primarily men who decide how much employees get paid. In advertisement agencies, the gender pay gap among year-round, full-time employees is 14% and thus equal to the Austrian average (see Fig. 2). Among the self-employed, the survey showed that women work at lower hourly fees and make significantly smaller revenues (see Fig. 3). Half of the women earn less than EUR 20,000 p.a., an amount that «can only be their additional income», as most men would pityingly comment. One in four men, on the other hand, makes a revenue of more than EUR 250,000 p.a.

GENDER EQUALITY IS IN EVERYBODY'S INTEREST

We should aim at equal proportions of women and men on all levels. Some issues, such as our expectations regarding childcare, are societal in nature and require individual action. Many other issues can be targeted within our collective body. We at designaustria would like to support women, men, and everybody else with our advanced training and coaching in fair payment, calculation, negotiation techniques, developing your personality as an entrepreneur, etc. Let's raise awareness for where differences are and how much incomes vary, so as to protect our industry from predatory pricing and the debasement of design services.

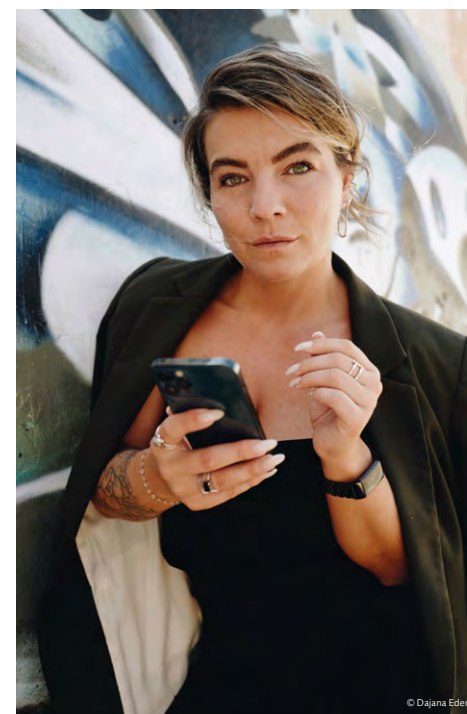
**LINKS**

- Auswertung fast aller Designpreise im deutschsprachigen Raum: studiedesignjurs.designtag.org
- »Perspektiven«: Ein Blog über Verantwortung im Kommunikationsdesign: perspektiven.bdg.de
- »Jury's geschlechterparitätisch besetzen!« Ein Appell des Deutschen Designtags: designtag.org
- Mike Monteiro's Talk »Fuck You, Pay Me«: youtube.com/watch?v=jVklVRt6c1U&t=548s

**WORKSHOP FÜR FRAUEN****»Positioniere deine Karriere richtig!«**

3. September 2022, 10:00–17:30 Uhr, designforum Wien mit Gabriele Strodl-Sollak, MA, www.sollak.at

Verschwende keine Zeit mehr. Hole dir strategisches Werkzeug, wie du deine beruflichen Ziele selbst klarer siehst, schneller und energieschonender erreichst. Für Angestellte und Selbstständige, die gerne an ihren Stärken arbeiten und ihr Personal Branding schärfen wollen, damit sie beruflich energieschonender mehr erreichen.

WOMEN IN BLOCKCHAIN

DAJANA EDER
hello@impulse.eu
impulse.eu
womeninblockchain.biz

Es ist kein Geheimnis, dass von Frauen* kreierte Kunst nicht nur unterrepräsentiert ist, sondern ihr Verkaufswert bis zu 50% unter dem der Männerkunst liegt. Die fehlende Diversität prägt weiterhin unseren Blick auf die Gesellschaft. Auch im jungen NFT-Markt ist dies beobachtbar. Weniger als 15% der NFTs sind von weiblichen* Künstler:innen, und unter den zehn teuersten Kunstwerken ist nur eines von einer Frau, der Künstlerin *Grimes*.

Neue Räume – neue Chancen

Gerade in einem neu eröffneten Space wie dem Web3, den es noch zu gestalten gilt, ist die Förderung von Diversität notwendig, damit wir ein realistisches Gesellschaftsbild kreieren und Frauen* und Minderheiten nicht aus der sogenannten »Norm« fallen. Die Technologie rund um NFTs bietet verstärkte Chancengleichheit, da die Künstler:innen hinsichtlich Geschlecht, Nationalität usw. unerkannt bleiben, durch die Arbeit mit der Community ihren Wert steigern und so aus der Kunst eigenständig und unabhängig ein Einkommen generieren können.

Dajana Eder, Expertin für Online-Kommunikation, ist seit über zehn Jahren im Auftrag der Diversität im Web 2.0 und offline unterwegs. Mit der Gründung der *wom3n.DAO* hat sie sich zum Ziel gesetzt, Frauen und FLINTA* den Zugang zu Web 3.0, Krypto und NFTs zu ermöglichen. Sie setzt auf Bildung und Austausch auf Augenhöhe, Förderung und Beratung und sorgt so für eine diverse und inklusive Community – ein Female* Network 3.0.

FLINTA*: Frauen, Lesben, intersexuelle, nichtbinäre, trans und agender Personen

WOMEN IN BLOCKCHAIN

Not only is art created by women underrepresented, its marketable value is also up to 50% below that of men's art. Even the fairly young NFT market reflects this imbalance: Less than 15% of NFTs is from female* artists, and only one of the ten most expensive artworks was created by a woman. Yet, the technology surrounding NFTs would as such offer equal opportunities, as artists have the option to remain unidentified, increase their value through work with the community, and thus generate earnings from art autonomously and independently.

DIVERSITY WIE BUNT MUSS WERBUNG SEIN?



Eine spannende Diskussionsrunde mit äußerst kritischen Ansichten bot der *Marketing Club Österreich* in Kooperation mit designaustria.

»Diversität ist kein Minderheiten-, sondern ein Mehrheitenthema.

Im Marketing gibt es hier viel zu gewinnen«, eröffnete *Manuel Bräuhöfer*,

Gründer der ersten Diversity-Marketingagentur und Mastermind der österreichischen Tage der Diversität (DIVÖRSITY) den vergangenen Clubabend mit einem Impulsvortrag im *designforum Wien*. Er sprach dabei über die Kerndimensionen Geschlecht und Familienstand, Behinderung, Religion und Weltanschauung, ethnische Zugehörigkeit und Hautfarbe, Alter und sexuelle Orientierung. »Das Ziel unserer Aktionen und Handlungen sollte nicht die Integration der verschiedenen Gruppen

sein, sondern vielmehr die Inklusion«, meinte Bräuhöfer und forderte Unternehmen wie auch Marketeers auf, ganzheitlich Rahmenbedingungen zu schaffen, die es allen ermöglichen teilzunehmen, und die niemanden ausschließen. So eröffnete er die anschließende Diskussionsrunde mit versierten Expert:innen mit der Frage, ob es der Werbung und Kommunikation erlaubt ist, die Diversität als Mittel zum Zweck zu nutzen und sie auszuschlachten, nur um Aufmerksamkeit zu erregen ...

Diversität als Purpose der Marke

Katharina Höller, Client Service Director bei *Jung von Matt/Donau*, sieht bei den Unternehmen wie auch bei den Agenturen die klare Verantwortung, ein positives Bewusstsein zu schaffen. Sie appelliert, sich bei Kommunikationskampagnen nicht nur abwertender Stereotype zu bedienen, sondern Anforderungen durch Kreativität zu lösen. »Wir haben verschiedene Möglichkeiten, Aufmerksam-

PINKSTINKS SEXISMUS UND WERBUNG



Pinkstinks ist eine in Deutschland angesiedelte Bildungsorganisation gegen Sexismus und kritisiert starre Geschlechterrollen in Medien und Werbung. Sie sensibilisiert Werbeagenturen und Unternehmen im Umgang mit dem Thema Gender und Sexismus und prämiiert progressive Werbung mit der Auszeichnung »Pink Pudel«. Pinkstinks macht Theaterarbeit an Schulen, bietet Informationen für Pädagog:innen und Eltern und macht Videos für Jugendliche, um mit den Medien über Gender ins Gespräch zu kommen.

»Pinkstinks ist organisierter Stunk gegen medialen Sexismus«, somit gibt es die Möglichkeit, wenn sexistische Werbung gefunden wird, sie bei Pinkstinks zu melden.

Traditionelle Geschlechterrollen sollen aufgebrochen werden, Burschen sollen zart sein, Mädels auf den Tisch hauen dürfen oder auch nicht. Es soll nicht heißen: Blümchen versus Dinosaurier, Gefühle versus Stärke, sondern sowohl als auch.

[Pinkstinks.de](https://pinkstinks.de)

keit zu schaffen, beispielsweise durch ein divergentes Casting, ein neuartiges Storytelling oder – und das ist die erstrebenswerteste Methode – aus dem Zweck, dem sogenannten Purpose der Marke heraus, die über eine Kampagne hinausgeht.«

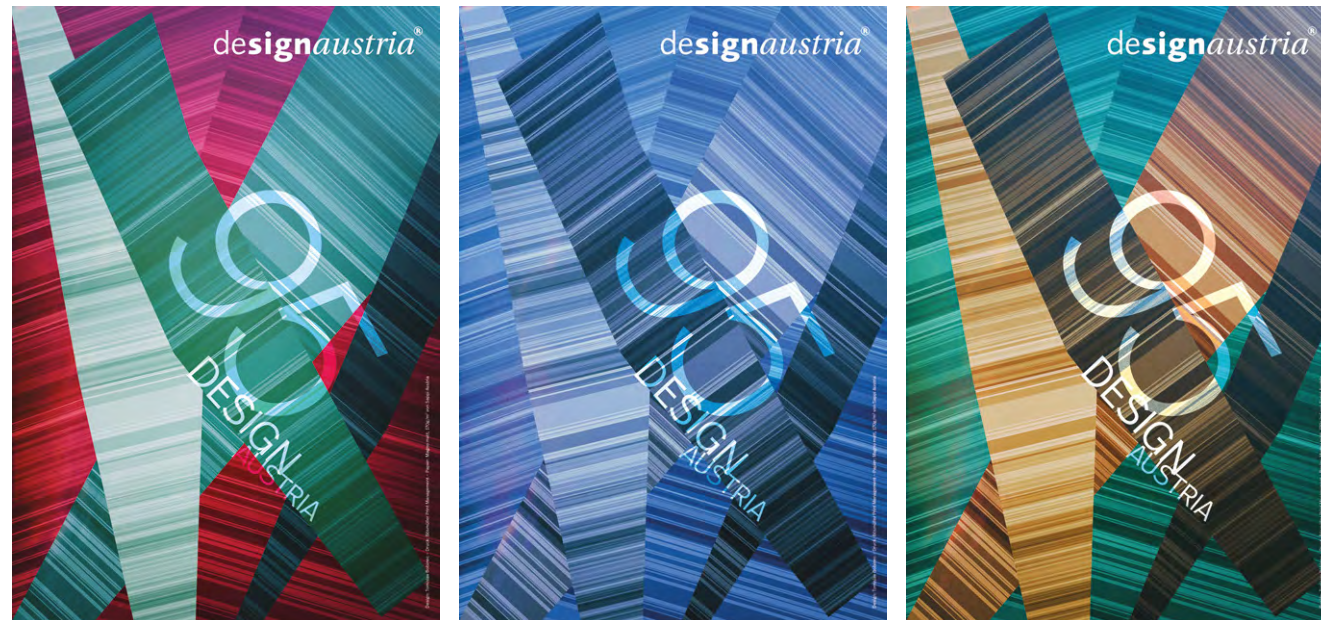
Es braucht Bildung, Bildung, Bildung

»Für mich ist Diversität vor allem ein Zeichen von Respekt«, ist Journalist und Medienkritiker *Simon Inou* überzeugt. »Dabei haben wir mit Themen zu tun, mit denen man nicht gerne zu tun hat. Aber es gehört auch dazu, manchmal unangenehm zu sein.« Für Inou braucht es vor allem »Bildung, Bildung, Bildung«, und das schon im frühen Kindesalter. »Es braucht Lehrer:innen, die Defizite auffangen, wir können die Verantwortung nicht nur bei entsprechenden Vereinen lassen.« *Kristina Maria Brandstetter*, Head of Marketing Communications bei *Zühlke* und Vorstand der *TheNewITGirls*, widmet sich besonders dem Thema der Rollenbilder, im Speziellen in der IT-Branche: »Es mangelt an Tausenden Fachkräften, aber es wird nichts dafür getan, gezielt auch die Frauen in der Kommunikation anzusprechen.« Laut Brandstetter hat jede Entscheidung, die wir treffen, Konsequenzen: »Darum sind wir auch heute hier und sprechen über dieses wichtige Thema, wir versuchen den Stein weiter ins Rollen zu bringen.«

Junge, kritische Werberät:innen gesucht

Einen Einblick in den *Österreichischen Werberat* gab Präsident *Michael Straberger*: »Jährlich gehen rund 500 Beschwerden ein, diese betreffen vor allem Diskriminierung, Ethik sowie Irreführung und Täuschung. Unternehmen reagieren zunehmend unmittelbar auf Beschwerden und ziehen bereits bei der ersten Kontaktaufnahme ihre Sujets und Kampagnen zurück.« Laut Straberger gibt es neben dem Hauptgremium mit circa 200 Werberät:innen auch ein junges Gremium, bei dem Schüler:innen und Student:innen die Beschwerdefälle genau unter die Lupe nehmen. »Das junge Gremium ist meiner Beobachtung nach besonders aufmerksam und kritisch. Übrigens freuen wir uns hier noch über Zuwachs, interessierte junge Menschen dürfen sich gerne melden!« *Bernadette Welly*, CMO bei *Microsoft*, zitiert zum Abschluss den kürzlich verstorbenen *Willi Resetarits*: »Das Beste, was man tun kann, ist was Guats!«. Welly bezieht sich dabei auch auf den kritischen Blick, den man seiner Arbeit täglich schenken sollte. Wenn diskriminierende Inhalte erahnt werden, gilt es, sofort einzulenken. »Die bunte Vielfalt ist so groß, dass ich sie tagtäglich neu verstehen lernen muss. Es ist ein stetiges Lernen. Lasst uns immer ein Auge darauf haben, ob es alle mitnimmt.«

TOMISLAV BOBINEC PLAKAT FÜR 95 JAHRE DESIGNAUSTRIA



TOMISLAV BOBINEC
tb@bobinec.net
www.bobinec.net

Tomislav Bobinec wurde 1966 in Zagreb geboren und absolvierte dort die Schule für angewandte Kunst und Design. Er kam 1991 nach Österreich, um als selbstständiger Grafiker und Designer zu arbeiten. Mit seinem Studio *I say no to cheap design* in Graz gestaltet er Designprozesse, Corporate Designs, Editorial Design, Typografie und Ausstellungsdesign. Seit sechs Jahren unterrichtet er an der FH Joanneum Informationsdesign und Ausstellungsdesign.

Coverdesign 95 Jahre designaustria

Das von Tomislav Bobinec gestaltete Plakat erinnert an einen gefällten Baum, an dem die Ringe seines Alters abzulesen sind. Gestapelte Streifen verweisen auf Papier, das aus dem Holz produziert wurde und aus dem sich ein Produkt formte. Das Plakat wurde in unterschiedlichen Versionen mit verschiedenen Farbtönen entworfen, um die Vielfalt von Design zu zeigen. Die abstrakte Darstellung der 95 Jahre designaustria ist Teil der Illustration.

»No diversity – no creativity – no change in design«

Für Tomislav Bobinec ist Diversität im beruflichen wie im privaten Leben wichtig, denn ohne Diversität gibt es keine Reibung und ohne Reibung keine Kreativität. Dazu gehört die Genderreibung: Mann–Frau und vieles mehr, Reibung mit Kindern und Reibung kultureller Art, die Tomislav Bobinec als Designer am meisten interessiert. Bobinec ist froh, dass es an der FH Joanneum Studierende aus diversen

Kulturen gibt. Dadurch sprechen Lehrende und Studierende eine neutralere Sprache: Englisch. Alle müssen viel besser aufpassen und bedenken, was sie wie formulieren. Tomislav Bobinec versucht Situationen zu gestalten, in denen Diversität Raum bekommt und dadurch Reibung erzeugt. Manchmal tut das weh, es ist nicht angenehm, aber es ist wichtig und wird dadurch zum Automatismus.

Diversität im Genderbereich ist willkommen, denn auch sie bringt Menschen dazu, aufgeschlossener zu werden. Diversität bringt neue Erfahrungen und produziert dadurch neue Produkte. Viele Menschen leben Diversität oft nur wortwörtlich, aber nicht wirklich. Das passiert sehr oft und speziell bei Design.

Mehr als ein Hype?

Bobinec erlebt die Diversität der Geschlechter wie einen »Hype«, so wie es vor Jahren BIO-Produkte waren. Das gleiche passiert jetzt mit Gender und Equality. Viele arbeiten damit, viele denken nicht drüber nach. Oft wird es als Tool genutzt für den Erfolg. Dadurch wird es allerdings verbilligt.

Vom Reden ins Leben

Es ist richtig und wichtig, darüber zu reflektieren, aber es wird oft schon zu viel darüber geredet, denn Diversität muss gelebt werden, jeden Tag. Tomislav Bobinec erlebt die an der FH gelebte Diversität als inspirierendes Umfeld ...

IN GEDENKEN AN HEIDE STÖLLINGER (1941–2021)



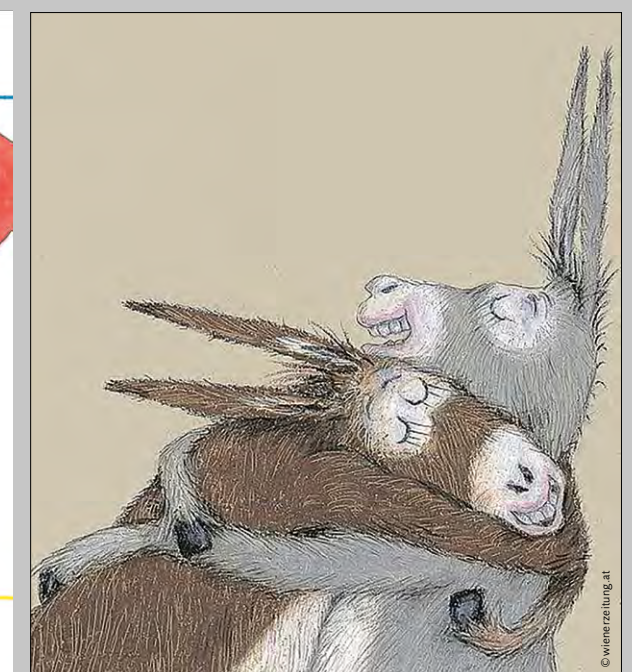
Heide Stöllinger wurde 1941 in Klagenfurt geboren und studierte an der Universität für angewandte Kunst in Wien. Sie arbeitete freiberuflich für verschiedene in- und ausländische Zeitungen und Verlage. Seit 1993 war ihre Haupttätigkeit und große Leidenschaft die Illustration von Kinderbüchern.

Heide Stöllinger wohnte in Linz, war verheiratet und hinterlässt zwei Söhne und Enkelkinder.

Ihre Bilderbücher wurden mit vielen österreichischen und internationalen Preisen und Auszeichnungen gewürdigt, unter anderem mit dem Österreichischen Illustrationspreis 1998, 2003, 2004, dem Golden Apple der Biennale in Bratislava 1999, dem Österreichischen Kinder- und Jugendbuchpreis 1994, 1995, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005 und 2011 und der Ehrenliste für den Hans-Christian-Andersen-Preis.

Ihre zahlreichen Kinderbücher haben vielen Kindern Freude bereitet. Besonders viele Bücher hat sie gemeinsam mit Adelheid Dahimène veröffentlicht. Aber sie arbeitete auch mit Christine Nöstlinger an Werken wie »Achtung Kinder« oder »Ein und Alles«. Ihre persönlichen Lieblingsbücher waren »Esel«, »Apostroph«, »Maoma« und »Achtung Kinder«. Ihre Fans werden all ihre Illustrationen immer in wunderbarer Erinnerung behalten.

We are sad to report that Heide Stöllinger died in September 2021. She was born in Klagenfurt in 1941 and studied at the University of Applied Art in Vienna before freelancing for various newspapers and publishing companies in Austria and abroad. Since 1993, her main occupation and great passion was illustrating children's books. Heide Stöllinger lived in Linz, was married and leaves two sons and grandchildren. She published a number of books with Adelheid Dahimène, but also worked with Christine Nöstlinger on books such as »Achtung Kinder« and »Ein und Alles«. The warm memory of her fantastic illustrations will never fade.





↑ »Das Wort mit Sch...« erschien im *Tyrolia Verlag* und ist Nadine Kappachers erstes Kinderbuch, bei dem Text und Bild von ihr stammen.

MEERWEH HANDWERKERIN & BILDPOETIN



NADINE KAPPACHER
meerweh
meerweh.at

Meistens tummeln sich Fische in den Arbeiten von *Nadine Kappacher*. Dass sie ihre Illustrationstätigkeit als *meerweh* zusammenfasst, ist kein Zufall. Viele Blau-töne, viel Unterwasserwelt, die Sehnsucht nach dem Meer – das ist die eine Klammer. Die andere ist das subtil Poetische im Alltag: Maxerl in Schwarzweiß, die von Unsicherheiten und Zweifel erzählen, filigranes Unkraut, die Symbiose von Wort und Bild.

Nach zwei Babypausen hat sie sich 2018 mit *meerweh* selbstständig gemacht und das ideale kreative Zuhause im Atelier *Brutstätte* in Hernals gefunden. Nadine Kappacher sieht sich in ihrer Tätigkeit am

ehesten als Handwerkerin und Bildpoetin: Kunst immer nah am Alltag und nah am Menschen nebenan. Dieses Atelier beheimatet mit der *Neigungsgruppe Schabernack* ein paar Frauen, die sich leidenschaftlich mit Sprache, Bild und Körper beschäftigen. Ein guter Nährboden für Inspiration – schmutzig, lebendig und bunt.

Schau! Fensterbilder ...

Ihr größtes Tätigkeitsfeld in den letzten zwei Jahren waren (Schau-) Fensterbilder, die sich manchmal auch auf Straßen und Wände ausdehnen. Begonnen

hat es mit der großflächigen Auslage einer Fahrradwerkstatt, danach kamen Aufträge von Apotheken, Friseur-innen, Geschäftslokale, aber auch private Fensterflächen und Innenräume. Ein besonders schönes Projekt war für Nadine die Begegnungszone der *Kunstmeile Krems*, die sie gemeinsam mit *Sylvia Kostenzer* von *wiener wohnstraßen* gestaltet hat. Gestaltungsfreiräume, die von Kund-innenseite eingeräumt werden, füllt sie dabei gerne mit Fischen, Wellen, Oktopussen und Kalmaren. Und so haben auch einige dieser Meerwesen ihren Weg auf die Wände im *Karikaturmuseum Krems* gefunden.

31 Wörter für ein Kinderbuch

Der andere Schwerpunkt der Illustratorin sind Kinderbücher und Comics. Heuer sind zwei Kinderbücher erschienen, wobei Nadine bei »Das Wort mit Sch...« auch Autorin ist. Ganze 31 Wörter hat sie dafür zusammengesucht – lieber erzählt sie in Bildern. Bilderbücher sind nicht der lukrativste Teil ihres Business, aber sie machen einen weiten Raum auf und ermöglichen der Fantasie, frei davonzu-galoppieren. Das macht sie so reizvoll, und die Versuchung, ein Buch nach dem anderen zu zeichnen, ist sehr groß.

Der, die, das Figur ...

Eine Figur beginnt bei ihr grundsätzlich geschlechtsneutral, außer der Text gibt genaue



↑ Für das Naturhotel *aufatmen* in Tirol sind neue Drucksorten entstanden. Nadine Kappacher konnte hier viel mit Graspapier experimentieren.

→ Nadine Kappacher am Gestalten für Friseursalon *kp-Haare*



Vorgaben. Eine allzu stereotype Darstellung ist immer ein Problem – fragwürdig und einschränkend – und kann bei der Entstehung eines Buches zu Diskussionen führen. Ebenso wenig interessiert sie eine zu bemühte Darstellung von Diversität. Für viele Geschichten ist die Frage nach dem Geschlecht gar nicht relevant. Und manchmal bleibt dieser Freiraum sehr lange erhalten. Mit Spannung hört sie dann zu, was die Betrachter-innen in den Bildern lesen. Was macht diese Figur nun beispielsweise zu einem Mädchen? In diesen Austausch über Abbildungen kommt sie vor allem in Workshops mit Kindern, während weibliche und männliche Zuschreibungen in erster Linie von Erwachsenen zu hören sind.

Die Pandemie hat einen radikalen Schnitt in vielen Arbeitsbereichen gemacht, das galt für Nadine vor allem für Workshops und Kunstmärkte. In ihren Malabenden im Atelier versucht sie, Interessierten den Raum zu geben, Hemmungen zu überwinden und einen kreativen Flow zu erreichen. Besonders spannend wird es, wenn das Wort, Schrift und Sprache ins Spiel kommen. Gemeinsam mit *Britta Badura* (schreibkiste.at) bietet Nadine Kreativworkshops an, die das Schreiben in Wechselbeziehung mit dem Malen umsetzen.

← Wandbild für die *Kinderarztpraxis Dr. Skriboth-Schandl*

Druck und Beständigkeit

Nadine Kappacher sagt, sie arbeite lieber für analoge Endprodukte. Durch ihre Tätigkeit im Letterpress-Studio *Herze-Co* konnte sie in diesem Bereich viele Erfahrungen sammeln.

Heute ist das Naturhotel *aufatmen* in Tirol ein wichtiger Kunde für *meerweh*. Wichtig, weil beständig und weil hier besonders viel Gestaltungsspielraum geboten wird. Wie alle Kreativen sucht Nadine Kund-innen, die wiederum genau ihren Stil suchen. Wenn sie sich gar nicht verbiegen muss, entstehen die schönsten Ergebnisse.

NADINE KAPPACHER, ILLUSTRATOR

Nadine Kappacher named her business *meerweh* («oceanlust»), because her illustration work often features the underwater world, the desire to see the sea, and generally shades of blue. In her studio in Vienna's district Hernals, she likes to make art that is close to life and close to the ordinary people next door.

Nadine's biggest field of activity in the past few years were window paintings, which sometimes extended to walls and streets. Another focus of her work are children's books and comic. Two children's books Nadine illustrated were released this year, one of which, »Das Wort mit Sch...« («The Sh... Word») she also wrote herself. Nadine Kappacher favours working with analogue over digital material. She has a passion for the haptics of paper and the many things you can do with it.



ILLUSTRIEREN, WENN DAS EIGENE LAND SICH IM KRIEG BEFINDET.



© Daria Filippova

Wenn Illustrator:innen im Schutzbunker sitzen und ihr Erlebtes in Bildern verarbeiten, läuft es manchen kalt den Rücken runter: Das könnte auch ich sein!

Der ukrainische *Pictoric Illustrators Club* sammelt Arbeiten, die in den ersten Wochen des Krieges entstanden sind. Eine kleine Auswahl haben wir hier zusammengestellt. Weitere Arbeiten sind online zugänglich: www.supportukraine-pic.com.

Um ukrainische Designer:innen zu unterstützen, möchten wir ihnen heuer eine kostenlose Mitgliedschaft bei designaustria ermöglichen. Interessierte melden sich bitte per Mail an service@designaustria.at.

UKRAINIAN ILLUSTRATORS IN TIMES OF WAR

Let us introduce the Ukrainian Pictoric Illustrators Club and some of the many works created by its members over the first weeks of the war. Find more on their website www.supportukraine-pic.com.

To support Ukrainian designers, designaustria would like to offer them free membership this year. If you are interested and eligible, please e-mail us at service@designaustria.at.

WAR POSTERS

All posters were created by Ukrainian illustrators after the full-scale war started. It's so terrible and painful to watch our country being destroyed and our people being killed by soldiers. Moreover, they are also destroying our hopes, our dreams, and our future. But Ukraine is standing strong, and people are united more than ever. Illustrators are using their art as a weapon – their art reflects our fears, our feelings, and our pain. Every poster is a statement supported by millions of Ukrainians.

We know that the entire world is uniting, and we feel this support. We are reaching out to people around the world to join us in this fight for peace, justice, and humanism. We believe art has the power of being the mediator, to encourage critical thinking and dialogue.

Pictoric

Pictoric Illustrators Club is a proactive community of Ukrainian illustrators, graphic designers, and artists founded in 2014 by *Olena Staranchuk, Oleh*

Gryshchenko and Anna Sarvira. Our members' works reflect current trends in graphic arts while being distinct for their unique vision and extraordinary artistic style. Pictoric views its mission in promotion of quality artworks and, precisely, of illustrations, able to represent Ukraine internationally. To achieve this, they organise exhibitions, master classes, and lectures and actively showcase works abroad by the Ukrainian illustrators, distinguished by their brilliant personality and style. Some of their collaborative exhibitions were presented at the *Tbilisi Book Days* (Georgia), *Plaster International Poster and Typography Design Festival* in Torun (Poland), *Frankfurt Book Fair* (Germany) and the *National Library for Children and Young Adults* (South Korea). Pictoric's artworks were acquired by the *Library of Congress of the United States* and by several private collectors all over the world. Among the most notable is a project entitled «Prominent Ukrainians» that describes Ukrainian history and culture through the stories of the most outstanding personalities and historical figures of the country.



Help by donating money to official Ukrainian volunteer funds: supportukraine-pic.com/howtosupport



A DESIGNER'S IMPRESSIONS VOLUNTEERING AT RO/UA BORDER POINT

I Report: Evija Kraukle

Location: Sighetu Marmatiei border point, Romania

I am a recent graduate from Latvia doing my internship in Vienna in collaboration with *High Performance Vienna* and *designaustria*. Hearing about war breaking out in Ukraine, I decided to join as a volunteer at the Romania–Ukraine border point for a week.

I arrived at the border point on a wintery night between February 28th to March 1st. It seemed quite calm. There was a restaurant building, a few tents with organisations offering transport, accommodation, food, and other necessities. Volunteers were hanging around, some policemen, and some refugees.

The next morning, I approached the staff and offered to apply as a volunteer. A friendly young man named Nassim told me to wait a bit, they would find a way for me to be useful. Nassim is a refugee from Ukraine himself. He was a foreign student in Kharkiv coming from Morocco. He had already formed his opinion about each of the organisations here and chose to assist this one, a charity organisation named Association We Are Their Voice (Suntem Vocea Lor). In his opinion, this was the organisation to get things done and actually help people. In the days to come, I understood why he thought like that.

Let me emphasise that every single person at the border point did their best to help refugees and did it from the bottom of their hearts. What was unpleasant to discover for me was the bureaucratic side of bigger organisations or, to be more precise, the fact that senior management wasn't present and volunteers were limited in their decision-making. Smaller, local organisations have fewer decision-makers, who are all present and are involved with the process at every step.

Imagine you are a refugee fleeing war, with all you own being a bag you can carry with you. You walk to the border point. First thing you face after crossing the border point is a media tent with a camera towards you. I could see the confusion in refugees' faces. Not only because of the media tent but also because of the lack of a clear and simple navigational set-up. What I also saw were the changes that happened during the week I was there. When I left, there already were visible signs

of navigation and information in multiple languages. An important thing that was lacking while I was there was clear communication and shared information between organisations acting at the border point.

It would take a proper designing process of integration of big organisations and smaller local organisations within one clear system to get them working for everyone's benefit. The question here is why they haven't figured this out years ago. There were many other, smaller things with room for improvement. Like considering the lifecycle of things and products.

For example, a blanket: Refugees are cold and use lots of blankets to keep themselves warm at the border points. Then some of them go to airports and choose not to take the blankets with them. Where do the blankets end up? What could be done to reintroduce them back to the border points?

Information design – that is actually a very important point. How to get it across clearly, even if there is a language barrier? How can one help a confused refugee remember all necessary information they receive?

One key takeaway from Maris Valpeters – another volunteer at the same border point – is that big organisations should create and make accessible systems and to-dos that are available for everyone and that can be implemented quickly on a local level to be later improved and taught. In most cases, locals will start with little know-how, which is where the big organisations' experience could benefit the most: not by branding their volunteers but by guiding them and overseeing improvements using the power of people's self-organisation and help them do it properly and efficiently.

Summing up my experience at the border point would be something like this: It's people who make things happen, not organisations. In other words, it is great to have organisations, big and small, working towards the cause, but in the end, the key to all help offered is each person that shows up and does the job. I witnessed tremendous kindness, unconditional help, and deepest gratitude.





© Tanya Yakunova

MAXIM AND OKSANA DESIGNERS WHO HAD TO FLEE FROM UKRAINE

I interviewed by
Evija Kraukle

Oksana and Maxim, what are your professions?

Oksana: I used to work in a jewellery firm as a model designer. I designed jewellery models with ArtCam and Rhinoceros. I made models for Ukraine and America. Also, I studied 3D Max software for the visualisation of interiors. Due to the outbreak of war in Ukraine, I did not manage to obtain a certificate. There was only one lecture left when the war started.

Maxim: In 2021, I graduated from the JavaScript course and got a job as a JavaScript/React developer at MaybeWorks. I had worked there for two months when the war started. Before I decided to train as a programmer, I worked in the energy industry.

What kind of job would you like to do here in Austria? Do you already have job opportunities?

Maxim: Here in Austria, I want to do JavaScript programming. In general, I do have a job in my company; it has gone online.

Oksana: I would like to make visualisations of interiors in 3D Max, but I haven't looked for a job yet.

How was the journey to Austria? How was it leaving your hometown Kharkiv?

On February 24, around five a.m., we woke up to explosions in the sky above the house; we realised this was war. First, we stayed in the basement of my

parents' house for five days. There were twelve of us, four children and eight adults. We put a stove in the basement, heated it with firewood and slept on foam plastic and mattresses. We decided to take the train to Lviv, since there was hope that passenger trains were not shelled on purpose. My father drove us to the train station by car, and we just started to walk into the underpass crossing at Southern Station while we heard two explosions every few minutes. It was later that we found out that these were rockets fired at the Regional Council of the city, which is on Liberty Square. We had passed by there about ten minutes before the explosion. There was chaos at the station, people were chaotically trying to leave the city. And we realised there was nothing to do and that we needed to keep going. We took a train to Rakhiv and drove for another eight hours. It was nice compared to when we went to Lviv, as it felt like we were relatively safe.

In Rakhiv, we stayed for three days and then decided to go on, because we had the feeling that they could start shooting any moment.

Volunteers gave us some things and took us to the border to Romania (Solotvino). Everything went pretty quickly at the border crossings. After a couple of hours of standing in line and processing, we were in Romania, where we were greeted unexpectedly well. They gave us food, water, mobile cards, and lodging for a few days in a



© Oleg Gryshchenko

Catholic church in the small border town of Sighetu Marmatiei. Our goal was to get to Germany. We talked to volunteers and tried to find people who would help us with information to go to Germany. This is how we got to know Maris. We wanted to go to Berlin but learned that the train there was full and there were no tickets. There were, however, tickets to Budapest for the next evening. So, we took the train to Budapest but did not reach our destination because I had no passport for travelling. On the way to Budapest, after another call with a friend, we decided to go to Vienna, because Maris's girlfriend Evija was staying there.

I would like to especially thank Maris. Since the day we met, Maris has become a mentor, an advisor, and quite simply a friend. Maris and Evija made us feel like we were not alone. Honestly, I've never encountered volunteers before, but these people's actions cannot be overstated.

How or why did you choose to stay in Austria?

After nearly two days of travelling, we found a soft bed in Evija's cozy apartment in Vienna. When we were somewhat rested, we started to think where to go next, but then we realised that Austria was not too bad an option itself. We walked around Vienna a bit and went to the refugee centre, where we got information about how they resettle refugees in Austria, so we decided not to go anywhere.

How are you fitting in?

We were placed in a two-room flat with a large hall and a beautiful view of the mountainous terrain with forests in the small town of Waldhausen im Strudengau.

We were warmly welcomed in Waldhausen, our apartment was furnished with new appliances and everything we needed. We were welcomed by the whole community. We had a lot of help with food and other things. Now locals help us all the time and take an interest in our affairs. The children have already started school and are learning German. Children feel great here, and everything is interesting and new for them. They are well received at school and get a lot of attention.

Do you have any plans for the future? Would you like to stay in Austria in the long term or go back to Ukraine when it's safe again?

At the moment, I can't say for sure if we will stay here or go back when everything is over. But we really want the war to end as soon as possible, as we have relatives and friends in Ukraine.

DESIGNAUSTRIA: ACTIVITIES & SERVICE

NEUE SERVICES FÜR DESIGNAUSTRIA-MITGLIEDER

Ab sofort stehen im geschützten Bereich unserer Website auch interaktiv ausfüllbare Vertragsmuster zur Verfügung. Als erster Schritt wurden nachstehende Verträge aktualisiert und aufbereitet:

- Auftrags- und Lizenzvertrag
- Vertrag zur Gestaltung von Apps und Websites
- Ferialpraktikum
- Volontariat

Model contracts for interactive completion are now available in the protected domain of our website.

BI27

BASISINFORMATION 27 ÜBERARBEITET

Die Basisinformation 27 »Ferialpraktikum und Volontariat« wurde überarbeitet und neu aufgelegt. Mit aktuellen Daten und neuen Vertragsmustern liegt sie dieser Ausgabe der »mitteilungen« bei.

INDUSTRIEDESIGNER-IN MIT GEWERBESCHEIN

Auf Betreiben des *ExpertsCluster Industrial Design*, der *EOOS Design GmbH*, vieler Mitglieder aus dem Bereich Produkt- und Industriedesign und mit Unterstützung der *Kreativwirtschaft Austria* gibt es nun seit März 2022 in der »Bundeseinheitlichen Liste der Freien Gewerbe« des *Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort* einen Gewerbeschein für Industriedesigner:innen mit der folgenden Bezeichnung: »Design/Industrial Design: Entwurf von Produkten, einschließlich gestalterischer Vorschläge von Materialien, Form, Farbe und Oberflächenbeschaffenheit von Produkten hinsichtlich ihrer Verwendung, ihres Werts und ihres Aussehens unter Berücksichtigung der Charakteristika und Bedürfnisse des Menschen, der Marktattraktivität und der Effizienz ohne konstruktive Planungstätigkeit und unter Ausschluss der den Ingenieurbüros (Beratende Ingenieure) vorbehaltenen Tätigkeiten.«

TRADE LICENCE FOR INDUSTRIAL DESIGNERS

The trade licence for industrial designers was launched in March 2022. It covers the following activities: design of products, including creative suggestions for the materials, shape, colour, and surface property of products regarding their use, value, and appearance considering human characteristics and needs, market appeal, and efficiency, excluding constructive planning and activities reserved for consulting engineers.

SCHRIFTART TERN BEI DESIGNAUSTRIA ERHÄLTICH

Ab sofort ist über unseren Webshop die Schrift *tern* mit all ihren Schnitten als Download käuflich erwerbbar. Die Schrift wird seit 2013 auf allen Verkehrszeichen in Österreich verwendet.

Die diesbezügliche Ausgabe der »Schriften österreichischer DesignerInnen« können Mitglieder kostenlos im geschützten Bereich der Website downloaden.

The tern font is available from designaustria online. It has been used on all traffic signs in Austria since 2013.

we
design
austria

we
design
austria

STEUERTIPPS ZU COVID-19

VERLÄNGERTER VERLUSTERSATZ

Noch bis **30. Juni 2022** können Unternehmen online einen Antrag für verlängerten Verlustersatz einbringen. Unternehmen, welche zwischen Juli und Dezember 2021 Umsatzausfälle von mindestens 50 Prozent hatten, sind antragsberechtigt. Weitere Informationen: <https://www.fixkostenzuschuss.at/verlustersatz-verlaengert/>

LOSS COMPENSATION EXTENDED

Businesses can now apply online for extended loss compensation until 30 June 2022. Business suffering losses in turnover of at least 50% between July and December 2021 are eligible to apply. Further information (in German): <https://www.fixkostenzuschuss.at/verlustersatz-verlaengert/>

AUSFALLBONUS III

Voraussetzung für einen Ausfallbonus III ist ein COVID-19-bedingter Umsatzausfall im März 2022 von mindestens 40 Prozent im Vergleich zum März 2019. Die Antragsfrist läuft noch bis zum 9. Juli 2022. Weitere Informationen: <https://www.fixkostenzuschuss.at/ausfallsbonus3/>

»AUSFALLBONUS III«

To apply for the »Ausfallbonus III«, applicants need to have a COVID-19-related loss in turnover in March 2022 of at least 40% compared to March 2019. The deadline for application is now 9 July 2022. Further information (in German): <https://www.fixkostenzuschuss.at/ausfallsbonus3/>

WE
DESIGN
AUSTRIA

NEUES AUS DEN EXPERTSCLUSTER

NEUE LEITUNG BEI INDUSTRIAL DESIGN

Der *ExpertsCluster Industrial Design* unter der Leitung von *Oskar Hanstein* lud im Rahmen der Ausstellung »Industrial Design Exhibition« des Studiengangs für Industrial Design der *FH Joanneum* im Februar 2022 zur Ausstellungsführung und zum digitalen Get-together.

Oskar Hanstein ist für Fragen, Anregungen und Neuigkeiten vom Cluster an der Mailadresse industrialdesign@designaustria.at erreichbar.

The *ExpertsCluster Industrial Design*, now headed by Oskar Hanstein, is available for questions, suggestions, and news via e-mail: industrialdesign@designaustria.at.

NEUE LEITUNG BEI ILLUSTRIA

Der *ExpertsCluster illustria* unter der neuen Leitung von *Jacqueline Kaulfersch* lädt zum Illu-Day am **24. Juni 2022** ins *designforum Wien* ein. Mehr Infos dazu findet ihr unter »Veranstaltungen«. Jacqueline Kaulfersch ist für Fragen, Anregungen und Neuigkeiten vom Cluster an der Mailadresse illustria@designaustria.at erreichbar.

The *ExpertsCluster illustria* has a new head as well: Jacqueline Kaulfersch is available for questions, suggestions, and news via e-mail: illustria@designaustria.at.

START DES EXPERTSCLUSTER FÜR MOTION-DESIGN

Motion-Design versetzt Grafik und Typografie, Film und Fotografie in erlebbare bewegte audiovisuelle Welten. Motion-Design findet heute Anwendung in Social Media, Fernsehgrafik und Filmtitelgestaltung, Ausstellungen, Messen und Events, Image und Industriefilm, Musikvideo, Werbung oder Kunst. Bewegte Grafiken fesseln, erregen Aufmerksamkeit und erzählen eine Geschichte. Motion-Designer:innen sind als interdisziplinär arbeitende und denkende Kreative immer gefragter für Gestaltungsaufträge im vielseitigen Bereich der Visualisierung.

Carolin Vedder, Motion-Designerin in Wien, lädt alle Mitglieder von designaustria zum Vernetzen ein. Geplant sind persönliche Treffen zum Erfahrungs- und Gedankenaustausch. Kontaktiere Carolin, um über kommende Aktivitäten am Laufenden zu bleiben: motiondesign@designaustria.at.

CALL FOR EXPERTS

Wir suchen designaustria-Mitglieder, die sich mit Design im Bereich der Wiederverwertung von glasfaserverstärkten Polymerverbundstoffen beschäftigen, und Beispiele aus Österreich aus dem Möbelsektor für die Outdoor-Nutzung (Public Furniture) und Büros. Bitte meldet euch bei severin.filek@designaustria.at.

CALL FOR EXPERTS

We are looking for members dealing with the recycling of fibre-glass-reinforced polymer compounds and Austrian exhibits in the fields of public and office furniture. Please reach out by e-mailing severin.filek@designaustria.at.



NEUE STUDIENGANGSLEITER·INNEN

OLIVIER ARCIOLI

Studiengangsleitung Grafik- und Informationsdesign an der NDU



Als Designer bin ich gleichzeitig Redakteur, Strategie, Analytiker, Unternehmensberater, Psychologe, Soziologe, Programmierer, Wahrsager, Zauberer und Träumer. Die Liste ließe sich weiterführen. Genau diese Vielfalt ist der Grund, warum ich meinen Beruf so liebe. Auf einen Begriff reduziert bin ich »Kommunikationsdesigner«. Das lässt sich auch durch meine Ausbildung an der Hochschule

Düsseldorf, an der Ecole Cantonal d'Art de Lausanne (ECAL) und an der Kunsthochschule für Medien Köln gut begründen und hat sich anschließend durch meine selbstständige Designpraxis seit 2005 bestätigt.

Genuss der Lehre

Seit 2008 bin ich in der Lehre, was eine nachhaltige Resonanz auf mein Tun zur Folge hat. Durch die Lehre hat sich mein persönliches Berufsbild um weitere Tätigkeitsfelder erweitert. Als Forscher, Pädagoge, Vermittler und Vertrauter bekam ich plötzlich die Möglichkeit, an diversen akademischen Einrichtungen wie der Universidad de los Andes Bogotá/Kolumbien und an der Universität zu Köln einen intensiven Einblick in die Bildungswelt zu erhalten. Seit Ende 2021 bin ich als Professor für Grafik- und

Informationsdesign an der New Design University tätig und leite dort den gleichnamigen Studiengang.

Rollenverständnis im Wandel

Der Bachelorstudiengang Grafik- und Informationsdesign legt hier ein elementares Fundament. Ich sehe diesen Studiengang als interdisziplinäres Lehrgebiet, das einen Wissensraum für die Vermittlung grundlegender Fragestellungen und technischer Umsetzungsmethoden mit Bild, Grafik und Typografie im Kontext der aktuellen Medien- und Informationslandschaft bietet. Das medienübergreifende Publizieren, die konzeptionelle Entwicklung von Bild- und Textbeziehungen sowie die Untersuchung von Dramaturgie, Narration und Inszenierung spielen eine zentrale Rolle und betreffen über die Form hinaus besonders den Inhalt. Ich biete den Studierenden die Möglichkeit, sich mit gesellschaftlich relevanten Fragen wie Klimawandel/Nachhaltigkeit, Demokratie/Freiheit oder Diversität/Diskriminierung kritisch und intensiv auseinanderzusetzen, um dadurch eigene gestalterische Haltungen zu entwickeln. Kommunikationsdesigner-innen von morgen sollten ihr Handwerk perfekt beherrschen, aber darüber hinaus auch als individuelle gestalterische Persönlichkeiten ihren eigenen Kopf behalten – eigensinnig, neugierig, kritisch, welt-offen, visionär, furchtlos und frei.



»Den Tellerrand haben wir schon längst erreicht, die Welt dahinter wartet darauf, entdeckt zu werden.«

Oliver Arcioli

ndu.ac.at

olivier.arcioli@ndu.ac.at

DANIEL FABRY

Institutsleitung Design & Kommunikation
FH JOANNEUM Graz

Als meine Ausbildung absolvierte ich den Diplomstudiengang Informationsdesign mit Fokus auf Interactive Media Design. Seit 2004 bin ich in der Lehre und Forschung tätig, insbesondere in den Bereichen Interaction Design, Interface Design und Responsive Environment Design. Seit 2018 leite ich den Masterstudiengang »Communication, Media, Sound and Interaction Design« an der FH Joanneum und seit 2021 das »Institut für Design & Kommunikation« sowie den Masterstudiengang »Ausstellungsdesign«.

Als selbstständiger Designer entwickle und gestalte ich seit über fünfzehn Jahren interaktive mediendidaktische Installationen und Hands-On-Objekte für Ausstellungen, Museen, Science Center.

»Context Hacking« betreibe ich als Mitglied des international agierenden Kunst-Theorie-Philosophie-Kollektivs »monochrom«.

Das Institut für Design & Kommunikation bietet eine sehr anwendungsorientierte Designausbildung in einem weiten Spektrum auf Bachelor- und Masterlevel an. Ziel ist es, die Studierenden so auszubilden, dass sie eine breite Basis in vielen Disziplinen, aber ein sehr tiefes Wissen in zumindest einer Teildisziplin wie Produkt- Sound- oder Kommunikationsdesign haben. Designer-innen als Universalist-innen, aber mit klaren Kernkompetenzen. Die Veränderungsdynamiken und transdisziplinären Settings in der Creative Industry erfordern das Design der Gestaltungsprozesse selbst, es geht also immer mehrum Prozessdesign.

BIRGIT BACHLER

Studiengangsleitung Informationsdesign
FH JOANNEUM Graz



Ich habe 2005 mein Studium an der FH JOANNEUM im Fachbereich Informationsdesign in Graz begonnen. Das Berufspraktikum im 6. Semester konnte ich beim *Kunstkollektiv Telcosystems* mit dem Focus auf audiovisuelle Arbeiten in Rotterdam absolvieren. Es folgten das Masterstudium Networked Media am *Piet Zwart Instituut* und anschließend erste Lehr-erfahrungen an der *Willem de Kooning Academie*. Im Jahr

2012 habe ich beschlossen, nach Wellington in Neuseeland auszuwandern. Dort habe ich neben der Lehre an der *Victoria University* meinen PhD gemacht und im Anschluss als Senior Lecturer Creative Technologies bei der *Massey University Wellington* gearbeitet. Nebenbei habe ich mich allerdings immer auch meiner künstlerischen Praxis, die im Bereich Medienkunst und Interaction Design angesiedelt ist, gewidmet. Im Jänner 2022 habe ich die Leitung des Studiengangs Informationsdesign in Graz begonnen.

Experimentieren mit Gestaltung

Ich leite nun einen Studiengang, in dem es darum geht, mit verschiedenen Formen der Gestaltung zu experimentieren und die spannenden Schnittstellen zwischen analogen und digitalen Medien zu erforschen. Teil davon ist auch, junge Designer-innen zu ermutigen, ihre persönlichen Visionen und Ideen umzusetzen und ihre eigenen Nischen in einem sehr komplexen und sich

schnell weiterentwickelnden Feld zu kreieren. Zeitgenössische Fragestellungen, auch rund um Gender und Diversität, soziales Engagement, respektvollen Umgang mit der Natur und schlichtweg das Stellen der richtigen Fragen, müssen für mich selbstverständlicher Teil der Designausbildung sein und werden.

Diversität und die Rolle von Designer-innen

Obwohl Technologie einen wichtigen Teil der kreativen Praxis ausmacht, liegt die Entwicklung von Hard- und Software-Tools auch heute noch größtenteils in den Händen einer recht homogenen Bevölkerungsschicht. Aber gerade die vielschichtigen Perspektiven in einem Design- oder Entwicklungsteam schaffen Räume, in denen sich unterschiedlichste Anwender-innen wiederfinden können. Die Zeiten, in denen ausschließlich privilegierte weiße Männer im Mittelpunkt von Entscheidungen standen, ist optimistisch gesagt vorüber. Allerdings gibt es weiterhin in Sachen Diversität viel Luft nach oben, Designer-innen übernehmen also beim Schaffen neuer Sichtweisen eine wichtige Aufgabe.

Mein Leben in Neuseeland hat mir gezeigt, dass Fragestellungen wie Nachhaltigkeit, Inklusivität oder Ethik – Themen, die auch die heutige Designwelt intensiv beschäftigen – in der Māori-Weltanschauung Te Ao Māori schon immer fest verankert waren. Diese Sichtweise hat mir geholfen, über den Tellerrand mancher zugegebenermaßen eurozentrischen Ansichten hinauszuschauen.

In meiner Funktion als Studiengangsleitung angeheender Informationsdesigner-innen hoffe ich, meine internationalen Erfahrungen in die Lehre und Forschung einbringen zu können. Gleichzeitig ist mir sehr wichtig, das (Selbst-) Bewusstsein junger Designer-innen zu schärfen und damit dem Gestalten eine neue, sozialere und inklusivere Richtung zu geben, bei der das Gemeinwohl automatisch mitgedacht wird.

fh-joanneum.at

birgit.bachler@fh-joanneum.at

Besonders beschäftige ich mich mit allen Aspekten des Interaktionsdesigns und des Physical Computings, von der Konzeption bis zur Umsetzung. Daneben arbeite ich hauptsächlich an curricularen Konzepten – sprich, an der Übersetzung von ästhetischen, technischen, kulturellen, gesellschaftlichen und ökonomischen Fragen in ein infrastrukturelles und institutionelles Rahmenwerk, das Lehre und Forschung ermöglicht und laufend verbessert. Ich sehe diese Arbeit als eine Art Meta-Design, welches ähnliche Denkweisen und Kooperationsformen benötigt wie ein komplexes Interaktionsdesign.

FH JOANNEUM
Institute of Design & Communication

fh-joanneum.at

daniel.fabry@fh-joanneum.at



STAATSPREIS DESIGN 2022

organisiert und durchgeführt von designaustria



© Valerie Eccli

↑ Die Jury des Staatspreises Design 2022: Sylvia Feichtinger, André Poulheim, Wolfgang Held, Gregor Eichinger, Elisabeth Petermann

Am 25. Mai 2022 wurden im *MuseumsQuartier* in Wien zum bereits 49. Mal die Gewinner:innen des *Staatspreises Design 2022* gefeiert. Der Preis wird im Zweijahresrhythmus vom österreichischen *Wirtschaftsministerium* ausgeschrieben. In den Kategorien Konsumgüter, Investitionsgüter und Produktgestaltung Interior wurde jeweils ein Projekt mit einem Staatspreis, der höchsten Auszeichnung der Republik für dreidimensionale Gestaltung, gewürdigt. Zudem kamen ein Sonderpreis im Bereich Spaces & Environment sowie drei von der *Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws)* gestiftete DesignImpact-Concepts-Sonderpreise für noch nicht umgesetzte Gestaltungslösungen und Designkonzepte zur Vergabe. Durch den Abend in der *Arena 21* führte ORF-Moderatorin *Nina Kraft*. Im Anschluss an die Preisverleihung wurde die Ausstellung der siegreichen Projekte unter dem Titel »Staatspreis Design 2022: Best of Austrian Design« im *designforum* Wien eröffnet.

Ziel des Staatspreises Design ist es, durch die Würdigung herausragender dreidimensionaler Gestaltung eine Hebung des Designbewusstseins

der österreichischen Wirtschaft und eine Stärkung des Wirtschaftsstandorts Österreich zu erreichen. Laut Jurymitglied *Sylvia Feichtinger*, Creative Lead bei *Peloton* (USA), ist dies 2022 gelungen: »Die Projekte beim diesjährigen österreichischen Staatspreis Design haben wieder gezeigt, dass das Designbewusstsein auch bei österreichischen Unternehmen immer mehr an Relevanz gewinnt, aber auch, dass die hohe Designqualität auf internationalem Niveau anstandslos mithalten kann.«

Insgesamt 205 Einreichungen von 171 Gestalter:innen lagen der Jury zur Bewertung vor. Auf die einzelnen Kategorien verteilen sich die Beiträge wie folgt: Konsumgüter: 46, Investitionsgüter: 19, Interior: 42, Spaces & Environment: 55, Design-Impact-Concepts: 43. In einem ersten Schritt begutachtete die Jury alle eingelangten Beiträge online, um eine Vorauswahl für den zweiten Bewertungsdurchgang zu treffen, der Anfang April 2022 vor den physischen Objekten und Projekten im *designforum* Wien stattfand: 84 Beiträge von 64 Teilnehmenden wurden im Zuge dieser Offline-Jurierung begutachtet und diskutiert. Die Juror:innen attestierten den Einreichungen der zweiten Runde ein durchwegs hohes Qualitätsniveau und setzten 28 Beiträge auf die Shortlist. In den drei Hauptkategorien wurden insgesamt drei Staatspreise und neun Nominierungen sowie sechs (von zwölf möglichen) Auszeichnungen vergeben. In der Sonderkategorie Spaces & Environment wurden ein Sonderpreis sowie sechs Auszeichnungen ausgewählt. In der Sonderkategorie DesignImpact-Concepts der aws für noch nicht verwirklichte Produkte und Gestaltungskonzepte kam ein Preisgeld von insgesamt 6.000 Euro zur Vergabe, das zu gleichen Teilen auf die drei ausgewählten Beiträge aufgeteilt wurde. Herzliche Gratulation den Gewinner:innen!



© Valerie Eccli



Der Katalog Staatspreis Design Prämiierte Projekte 2022 ist um EUR 15,40 bei designaustria erhältlich.

STAATSPREIS DESIGN PRÄMIERTE PROJEKTE



© ROLF - Roland Wolf GmbH

Konsumgüter | Staatspreis Design

ROLF - BOHNENBRILLE

Design: Johannes Wacker, Bernhard Wolf, Roland Wolf
Hersteller: ROLF - Roland Wolf GmbH

Die Brillen stehen ganz im Zeichen der Pflanzenkraft. Ausgangsbasis für die neue Kollektion ist ein Pulver, das aus dem sogenannten Wunderbaum gewonnen wird. Der Brillenrahmen wird in Österreich hergestellt, ist hoch belastbar und federleicht. Das patentierte Brillengelenk wird mittels 3D-Drucktechnologie mitgedruckt und kommt ohne Schrauben und Metallteile aus. Neben der hohen Funktionalität und ausgewogenen Formsprache profitieren Brillenträger:innen auch von der Flexibilität, Natürlichkeit und Hautverträglichkeit der Brillenfassungen auf Pflanzenbasis.

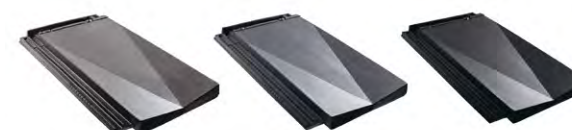


Investitionsgüter | Staatspreis Design

TONDACH V11 | TONDACHZIEGEL

Design: Studio F. A. Porsche
Hersteller: Wienerberger Österreich GmbH

Diese Dachziegel sind aus Ton, einem Werkstoff, der für Tradition und Hochwertigkeit steht und in diesem Modell eine moderne Formsprache beweist. Die Bemessung und Gestaltung der überlappenden Bereiche der Ziegel zueinander sind das funktions- und formbestimmende Element. Das Design zeigt Dreiecke auf einer rechteckigen Grundfläche, die dreidimensional verkippt sind, um so die bestmögliche Ableitung des Regenwassers zu gewährleisten. Auch gegen Stürme, Schneelast und starke Wetterbedingungen garantiert dieser Tondachziegel sicheren Halt und bleibt dabei stets in einem modernen, geometrischen Erscheinungsbild.



STAATSPREIS
DESIGN 22



© Studio F. A. Porsche, Wienerberger Österreich GmbH

Produktgestaltung Interior | Staatspreis Design

FRACTAL LIGHT SYSTEM | LICHTSYSTEM

Design: Thomas Feichtner
Hersteller: Preciosa Lighting

Das Fractal Light System ist von der geometrischen Struktur der Fraktale inspiriert. Die Verzweigung der Elemente, die wie ein nicht enden wollendes Stecksystem erweiterbar sind, erinnern an Wurzeln, Bäume und Äste und verstärken die natürliche Ästhetik. Die modularen Metallrohre verteilen die Lichtquellen besonders gut. Die Elemente enden in mundgeblasenen Kristallplatten und handgeschliffenen Strukturen und ermöglichen damit eine Vielzahl an Kombinationen, die an Kronleuchter erinnern und an das Prinzip des Fraktalen anschließen.



© Preciosa Lighting

DesignImpact-Concepts | Sonderpreis

GRAVEL | FUSSBALLSCHUH AUS GHANA

Design: Ruben Asuo
Ausbildungsstätte: FH Joanneum

Gravel ist ein Fußballschuh, der für die harschen Bedingungen auf Fußballplätzen Ghanas und anderswo erfunden und designt wurde. Er besteht aus einem Hanf-Textil-Oberschuh und einer auswechselbaren Außensohle aus Naturgummi. Durch das doppelte Schnürungssystem und Nähte im Zehen- und Fersenbereich ist die schwer beanspruchte Gummisohle einfach zu ersetzen. Der Schuh ist das Ergebnis einer fotodokumentarischen Reise durch Ghana.



© Ruben Asuo



© Monika Nguyen

Spaces & Environment | Sonderpreis

WEINMANUFAKTUR CLEMENS STROBL | WEINMANUFAKTUR

Design: destilat Design Studio GmbH
Auftraggeber: Weinmanufaktur Clemens Strobl

Bauklotzartige Kuben, Licht als zentrales Gestaltungsmittel, Grau in allen Nuancen und eine Ästhetik, die die Arbeit rund um den Wein in den Fokus stellt. Die gestalterische Klarheit der Gewölbekeller, des Verkostungsraumes, der Küche und des Büros bilden massive Raumkörper, die sich verzahnt in die Architekturhülle schieben. Die verwendeten Materialien ergeben ein einmaliges Design aus Sichtbeton, geschliffenem Estrich, grau lasierter Altholzlichte, anthrazitfarbenem Eternit und verzundertem Stahl. Der Charme der Räumlichkeiten liegt im Lichteinschlag und der Komposition der Farben.



DesignImpact-Concepts | Sonderpreis

KADAM | BEINPROTHESE FÜR DEN ALPINSPORT

Design: Yasmin Hashw
Ausbildungsstätte: FH Joanneum

Die psychosozialen Herausforderungen nach einer Amputation sind für jeden betroffenen Menschen ein enormer Kraftakt. Körperliche Aktivität und Alpinsport helfen bei der Vorbeugung solcher Erkrankungen. Durch die 3D-gedruckte Beinprothese KADAM können Betroffene mehr Kontrolle über ihr Leben erlangen und aktiv Bergsport betreiben. Da diese Produkte Körperteile ersetzen, ist es von großer Bedeutung, sie auch ansprechend und human zu gestalten. Hat die Prothese das Ende ihres Lebenszyklus erreicht, kann sie an die Herstellerfirma zurückgegeben werden, wo sie nach Material getrennt und für neue Prothesen recycelt wird.



© Yasmin Hash

DesignImpact-Concepts | Sonderpreis

3D-TUFTING | PRODUKTIONSMETHODE

Design: Bettina Löger
Ausbildungsstätte: Universität für angewandte Kunst

3D-Tufting beschreibt die Anwendung der Produktionsmethode Tufting mit einem Sechs-Achs-Roboter. Ziel ist es, dreidimensionale textile Oberflächen direkt auf dreidimensionalen Objekten zu erzeugen. Diese Methode könnte einen erheblichen Einfluss auf die Möbelindustrie haben, speziell in den Bereichen Polstermöbel- und Akustikindustrie. Tufting kommt aus der Teppichproduktion. Der Sechs-Achs-Roboter wird weiterhin optimiert, um die Produktionsprozesse langfristig zu verbessern.



© Bettina Löger

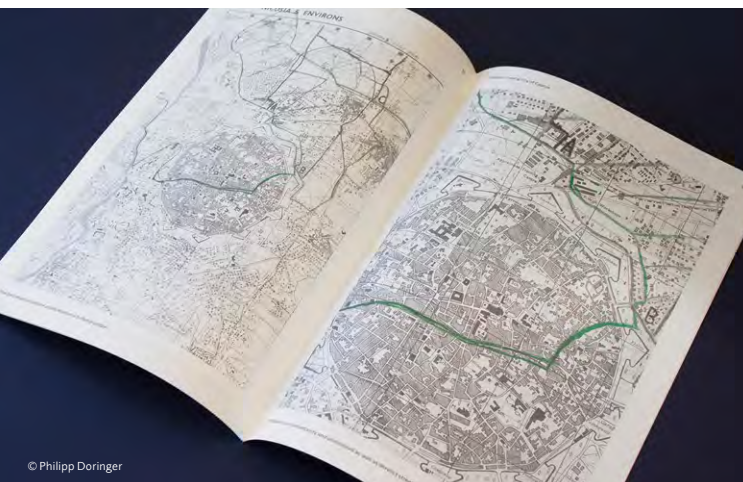
STATE PRIZE WINNERS

The winners of the 2022 Staatspreis Design, the Austrian Design State Prize, were celebrated on May 25th at the MuseumsQuartier in Vienna. The prize is awarded every other year by the Austrian Ministry of Economy and both organised and executed by designaustria. The aim of the Staatspreis Design is to raise awareness for the country's promising design potential among Austrian businesses and throughout the public and to strengthen Austria as a business location. This year, the jury examined a total of 205 applications by 171 designers.

There were main prizes in three categories. In Consumer Goods, ROLF – Roland Wolf GmbH won for a pair of sustainable glasses; in Investment Goods,

Studio F.A. Porsche/Wienerberger Österreich GmbH won for their clay roofing shingles; and in Product Design Interior, the prize went to Thomas Feichtner/Preciosa Lighting for their fractal light system. A special Spaces & Environment prize went to destilat Design Studio for their design of wine shop Weinmanufaktur Clemens Strobl. Three prizes in the special category DesignImpact Concepts for not yet implemented design solutions each included 2,000 euros of prize money donated by Austria Wirtschaftsservice. They went to the production method of 3D tufting, created by Bettina Löger, the Gravel football shoe from Ghana, designed by Ruben Asuo, and an aesthetically appealing prosthetic leg for alpine sport called KADAM, designed by Yasmin Hashw.

PHILIPP DORINGER IM WALLPAPER



Philipp Doring, Absolvent des Studiengangs Grafik- & Informationsdesign an der *NDU* hat in seiner Bachelorarbeit »Atlas of no direction home« alle relevanten Orte, welche für Bob Dylans Karriere wichtig waren, verewigt und mittels Karten, Listen und anderen Designformen dargestellt. Betreut wurde die Arbeit von *Enrico Bravi*. Das englischsprachige Magazin *Wallpaper* hat die Arbeit aufgegriffen und stellt sie auf ihrer Website vor. wallpaper.com

The website of *Wallpaper* magazine presents Philipp Doring's BA thesis »Atlas of no direction home«, in which he explores some places relevant to Bob Dylan's career.

← »The Imprecision in Precision«

LINDA WOLFSGRUBER ERHÄLT CHRISTINE-NÖSTLINGER-PREIS

Den heuer zum zweiten Mal vergebenen Christine-Nöstlinger-Preis für Kinder- und Jugendliteratur erhält die in Südtirol geborene und in Wien lebende Illustratorin und Texterin *Linda Wolfgruber*. Die Besonderheit ihrer Figuren ist, dass sie keine Superheld-innen entwirft, sondern Menschen und Tiere, die sympathisch und solidarisch handeln. Sie schafft es, sich auf Erzähltes einzustellen und immer neue Zugänge und Techniken zu finden, die sie mit liebevoller Sorgfalt umsetzt. Die Jury hat festgehalten, dass die Illustratorin einen Blick für feine Gefühlsnuancen und Stimmungen ebenso wie für die Kostbarkeit und Schönheit des vermeintlich Nebensächlichen besitzt. Ihre über 70 Bücher wurden bisher in 17 Sprachen übersetzt, und sie hat mit namhaften Autor-innen zusammengearbeitet.



Linda Wolfgruber is a writer and illustrator. Her characters are special in that they are not superheroes, but humans and animals that radiate empathy and solidarity. Linda has worked with renowned authors. She is the winner of the 2022 Christine Nöstlinger Prize for Children's and Young Adult Literature.

DESIGNAUSTRIA GEWINNT SILBER BEI ADC*E

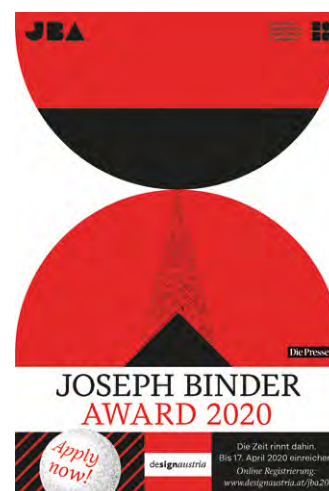
Bekannt als die »Champions League of Creativity«, sind die ADC*E Awards der einzige internationale Wettbewerb, der preisgekrönte Arbeiten aus den renommiertesten nationalen europäischen Wettbewerben zusammenträgt.

Wir freuen uns, dass *designaustria* mit der von der Agentur *Icarus* designten Kampagne für den »Joseph Binder Award 2020« die Silbermedaille im Bereich Design gewonnen hat.

Neben der inhaltlichen Ausrichtung des Wettbewerbs enthält das Konzept einen Bezug zu Joseph Binders Werk und seinem

ikonischen Grafikstil, seiner Arbeitsweise und Handschrift. Auch die prämierten Projekte wurden zu einem elementaren Bestandteil. Das Ergebnis ist ein praktisches Design, das trotz COVID-19 mit über tausend Einsendungen einen neuen Rekord aufstellte.

ADC*E Awards is the only international competition that gathers prize-winning works from the most renowned national competitions in Europe. We are happy to report that *designaustria* won the silver medal in the design category with our campaign for the Joseph Binder Award, designed by the *Icarus* agency.



DESIGNAUSTRIA GEWINNT ALPHA AWARD JBA-KAMPAGNE AUSGEZEICHNET



Im *März 2022* wurden die Gewinner-innen des alpha awards Grand Prix 2021 im Rahmen der Fachtagung »alpha awards Online Forum 2021« prämiert. Der »Award für Awards« richtet sich an Veranstalter-innen, denen es besonders gut gelungen ist, strategische Ziele zu erreichen und Menschen in Bewegung zu bringen.

In zehn Kategorien konnten Unternehmen und Organisationen mit Sitz in der DACH-Region ihre Wettbewerbe einreichen. Neu als Kategorien dazugekommen sind »Beste Kommunikationsmaßnahmen eines Awards«, »Beste Award-Preisverleihung live«, »Beste Award-Preisverleihung hybrid« und »Beste Award-Preisverleihung virtuell«.

»Gerade in diesen schwierigen Zeiten werden Menschen und Unternehmen nur Erfolg haben, wenn sie sich laufend weiterentwickeln und über sich hinauswachsen«, sagt *Stefan Böck*, CEO alpha awards und Veranstalter des alpha awards Grand Prix 2021. »Jede-r, der oder die an einem Wettbewerb teilnimmt, will gewinnen. Auch jede-r Veranstalter-in einer Awardverleihung will gewinnen. Deshalb entwickelt alpha awards Lösungen, mit denen Veranstalter-innen aus Menschen Gewinner-innen machen und dabei selbst gewinnen.«

designaustria hat in der Kategorie »Beste Kommunikationsmaßnahmen eines Awards« mit ihrem Joseph Binder Award 2020 gewonnen. Die Jury befand: »Ein schlüssiges Designkonzept mit kreativen Adaptionen auf die unterschiedlichen Werbemittel und Anwendungen. Das Design erfüllt vor allem auch die hohen Ansprüche an einen Award für Print- und Digitalkommunikation. Das Thema Design sehr schön und ansprechend in der gesamten Kommunikation gespielt.«

Auch weitere österreichische Unternehmen waren bei den Awards erfolgreich: Gleich zwei Preise erhielt das Unternehmen *EY Österreich*. Es erhielt die Auszeichnung »Bester Award eines Unternehmens« mit »Entrepreneur of the Year«. Mit »Mut leben und Mut machen: Das EY Entrepreneur of the Year Winner Dinner 2020 in Österreich« gewann das Unternehmen auch noch den Preis »Beste Award-Preisverleihung live«.

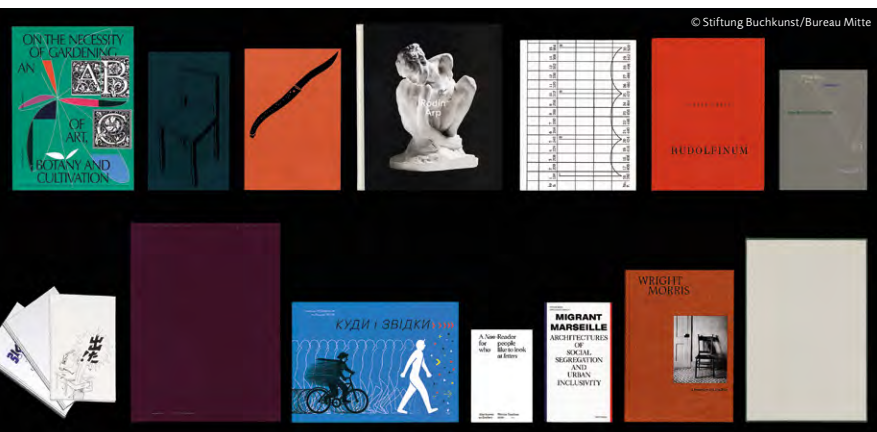
Der Award für die beste Innovationsförderung ging an die *Erste Bank der Oesterreichischen Sparkassen AG* mit der »#glaubandich CHALLENGE«.

The alpha awards are directed at organisers who have been particularly successful in achieving strategic goals and moving people. In ten categories, businesses and organisations based in Germany, Austria, or Switzerland were invited to submit their competitions for the 2021 alpha awards Grand Prix.

designaustria won the award for »Best Strategies of Communication for an Award« with the 2020 Joseph Binder Award. The jury praised our coherent design concept with creative adaptations to a variety of promotional tools and applications.

Other Austrian businesses were also successful in this competition. The company *EY Österreich* even received two prizes: the »Best Award by a Company« award for »Entrepreneur of the Year« and the »Best Live Award Ceremony« award for »Mut leben und Mut machen: Das EY Entrepreneur Of The Year Winner Dinner 2020 in Österreich«. The prize for best innovation support went to *Erste Bank der Oesterreichischen Sparkassen AG* and their »#glaubandich CHALLENGE«.

BEST BOOK DESIGN FROM ALL OVER THE WORLD 2022



Seit 1963 findet in Leipzig der weltweit einzigartige internationale Buchgestaltungswettbewerb »Best Book Design from all over the World/Schönste Bücher aus aller Welt« statt.

Insgesamt reichten 24 verschiedene Länder beim Best Book Design ein. Die Goldene Letter geht in diesem Jahr an die Publikation »On the Necessity of Gardening. An ABC of Art, Botany and Cultivation« aus den Niederlanden. Gestaltet wurde das Buch von *Bart de Baets*. Österreich erhielt eine Bronze-medaille für das Buch »alles oder nichts wortet« von *Gerhild Steinbuch, Sandro D. Huber, Sabine Konrath, Greta Pichler, Felicitas Prokopetz und Tizian Natale Rupp*. Das Design des Buches stammt von *studio VIE*. Ein Ehrendiplom erhielt *David Einwallner* für seine Publikation »A Non-Reader for people who like to look at letters«, die er auch selbst gestaltet hat und die vom Verlag *The Designers Foundry* veröffentlicht wurde.

Auf die Shortlist von »Best Book Design from all over the World« hat es *Marianne Dobner* mit ihrer Publikation »Andy Warhol Exhibits«, gestaltet von *studio VIE*, geschafft. Ein weiteres österreichisches Buch auf der Shortlist ist »Youth/Girls, Luo Yang Selected Works« von der *Oberösterreichischen Landes-Kultur GmbH, Alfred Weidinger und Gabriele Spindler*, das von *Studio ES* gestaltet wurde.

The international book design competition »Best Book Design from all over the World«, first held in Leipzig in 1963, is the only one of its kind in the world. This year, Austria received a bronze medal for the book »alles oder nichts wortet« by Gerhild Steinbuch, Sandro D. Huber, Sabine Konrath, Greta Pichler, Felicitas Prokopetz, and Tizian Natale Rupp. The book was designed studio VIE. An honorary diploma was awarded to David Einwallner for his publication »A Non-Reader for people who like to look at letters«, which he also designed himself and published with The Designers Foundry. Shortlisted Austrian competitors include Marianne Dobner with her publication »Andy Warhol Exhibits«, designed by studio VIE, and »Youth/Girls, Luo Yang Selected Works« by Oberösterreichische Landes-Kultur GmbH, Alfred Weidinger, and Gabriele Spindler, designed by Studio ES.

CREATIVE BUSINESS AWARD



Bereits zum vierten Mal wurden an der New Design University in St. Pölten die Creative Business Awards vergeben. Gemeinsam hatten *riz up*, die Gründer:innenagentur des Landes Niederösterreich, sowie die NDU die kreativsten Ideen und Projekte in zwei Kategorien gesucht: Creative Student und Creative Business. Kreativität und Kund:innennutzen standen dabei im Fokus der Jury. Aus den knapp 80

Einreichungen wurden schließlich die Top 14 zur Preisverleihung eingeladen. Gleich zwei Projekte mit NDU-Bezug konnten die Jury beeindrucken: Das Projekt »Mindful Design Filterset« von *Petra Wieser* und Kaffeeröster *Felix Teiretzbacher*

wurde in der Kategorie Creative Business ausgezeichnet, und das Projekt »Diversity in Art« von den NDU-Studentinnen *Hannah Dittrich* und *Sarah Passian* sicherte sich in der Kategorie Creative Student den 1. Platz.

The Creative Business Awards go to the most creative ideas and projects in two categories, Creative Student and Creative Business. This year, the project entitled »Mindful Design Filterset« by Petra Wieser and coffee roaster Felix Teiretzbacher received the prize in the Creative Business category while »Diversity in Art« by NDU students Hannah Dittrich and Sarah Passian emerged victorious in the Creative Student category.

X-LIBRIS.REVISITED. KUNST DER SAMMLUNG SCHEFFER NEU PRÄSENTIERT



Text: Heinrich R. Scheffer

Mit anderen Worten bedeutet der Titel der Ausstellung, dass man die grafischen Blätter nochmals besuchte, aufgesucht und gesehen hatte, wobei das Wiedersehen eine Erinnerung an die kleinen Grafiken wachrufen könnte, denen man schon einmal irgendwo begegnet ist. Aber X-libris? Dies ruft Neugierde hervor, ist doch dieser Ausdruck, diese Bezeichnung im Bereich der Grafik bis dato unbekannt gewesen, schleierhaft, rätselhaft; fehlt da vielleicht ein E? Und tatsächlich: In Verbindung mit dem Gesehenen kommt eine-r zum Schluss, es handelt sich um Exlibris, Bucheigner:innenzeichen, in dieser Ausstellung in ungewöhnlicher und kompakter Form präsentiert.

Der Aufbau der Präsentation war geradezu futuristisch, in vier Rondeaux von der Decke hängend, wie landende Ufos, die die Fracht der

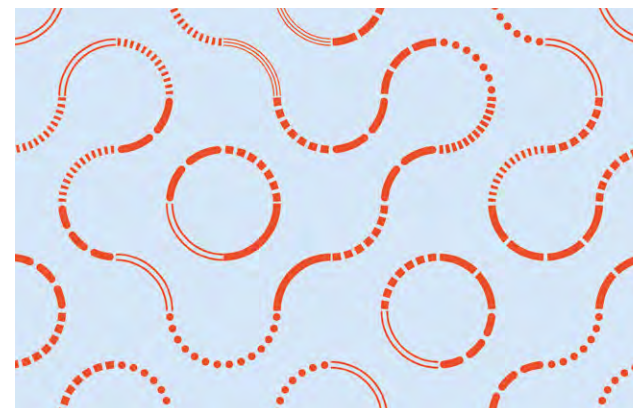
42+1 ausgewählten Exlibris zu unserem Planeten Erde brachten. Die Zahl 42 stellt nach *Douglas Adams'* Kultroman »Per Anhalter durch die Galaxis« die Verbindung zu den fernen, unbekannten Galaxien her und gibt der Ausstellung nach dem Motto »Weniger ist mehr« Struktur: Exlibris berühmter Eigner:innen und Künstler:innen, Exlibris von Frauen für Frauen, Exlibris in verschiedenen Drucktechniken und das 43. Blatt, das Exlibris von der türkischen Künstlerin *Nurgül Arikan*, das sie für *designaustria* voriges Jahr geschaffen hat, als Ankerpunkt.

Bei der Auswahl ist auf die Exlibris-Sammlung Scheffer zurückgegriffen worden, die ja bei *designaustria* ihre Bleibe gefunden hat. Es waren Ikonen der Exlibris-Kunst zu sehen, wie das von *Gustav Klimt* geschaffene Exlibris von 1898 für die *Wiener Secession* oder das Exlibris für den Finanzier der *Wiener Werkstätte, Fritz Waerndorfer*, das von *Koloman Moser* entworfen wurde und 1903 entstand. Seltenheitswert hat das Exlibris für *Alma Schindler*, verheiratete Alma Mahler, Gropius, Werfel, die bewunderte und skandalumwitterte Dame der Wiener Gesellschaft. Künstlerinnen wie *Marianne Steinberger-Hitschmann* oder *Sascha Kronburg* waren vertreten, von den zeitgenössischen unter anderen *Karoline Riha*, aber auch der Altmeister des Kupferstichs, *Alfred Cossmann*, mit einer feinen Arbeit. Vielen ist der Lyriker *Christian Morgenstern* bekannt, der vom Grafiker *Emil Orlik* 1898 ein »redendes« Exlibris gewidmet bekam: Ein Schalk steigt über die Silhouette einer Stadt und schultert einen Morgenstern.

Die Ausstellung »X-libris« war von April – Mai 2022 im *designforum* Wien zu sehen. sammlungscheffer.info

KREISLAUF KULTURFEST

Anfang Juni fand das erste *Kreislauf Kulturfest* im Rahmen des europaweiten *New European Bauhaus Festivals* im *MuseumsQuartier* statt. Ausgerichtet vom *Institute of Design Research Vienna* und *designaustria* lud es dazu ein, Kreislaufwirtschaft als eines der wichtigsten Zukunftsthemen der europäischen Initiative und des *Bundesministeriums für Klimaschutz* zu zelebrieren. Die nächste Gelegenheit, mit uns zu feiern, bietet die *Vienna Design Week* im September.





»AUSTRIAN BRAND STORIES« IM DESIGNFORUM STEIERMARK REFLEXION ÜBER DEN SINN VON AUSSTELLUNGEN IN ZEITEN VON KRIEG UND ZERSTÖRUNG

Text: Christian Thomas

Als wir unsere Ausstellung in Graz aufbauen, ist Russland gerade in der Ukraine einmarschiert. Meine Frau ist mit einer jungen Ukrainerin in Kontakt. Olesya hat fünf Jahre in Wien gelebt. Letzten Sommer ist sie in ihre Heimat zurück und mit ihrem Freund Volodya in eine kleine Wohnung in Kiev gezogen. Volodya ist Polizist. Sie kennt ihn seit ihrer Kindheit am Land.

Ihre ersten Nachrichten am 24. Februar sind verstörend. Sie hat Angst zu sterben, sie weiß nicht, wie es weitergeht, sie möchte weg, aber nicht ohne Volodya. Am nächsten Tag schaffen sie es mit dem Auto in das kleine Dorf in der Nähe von Lwiw, wo Volodyas Eltern leben. Aber Volodya muss zurück, um seine Stadt zu verteidigen. Von der Rettung bekommt Olesya eine Beruhigungsspritze. Ihr Onkel und ihre Großmutter haben wenig Verständnis für sie, Volodyas Eltern schon. Sie sorgen sich um ihren Sohn.

Seitdem sind Wochen vergangen. Volodya meldet sich, er ernährt sich von Wasser und Süßigkeiten. Die Versorgung in Kiev ist schwierig. Aber er lebt.

Das alles erfahre ich, während wir die Ausstellung aufbauen, und frage mich: Ist das, was wir hier machen, denn überhaupt wichtig? Ist es für irgendwen relevant, wie eine Senftube aussieht, eine Kräuterlimonade? Der aktuelle Alpinski, die Flasche Mineralwasser?

In einem Kommentar lese ich, Ziel eines solchen Krieges sei immer auch die Vernichtung der kulturellen Identität eines Landes. Und ich merke: Woran wir an der Ausstellung arbeiten, ist die Dokumentation eines kleinen Teils unserer eigenen kulturellen Identität. Diese Dinge gehören zu uns, begleiten uns Tag für Tag, mehr, als uns bewusst ist.

AUSTRIAN BRAND STORIES

kulturforum Zagreb

im Nikola Tesla Museum
5. Mai bis 15. Juni 2022

designforum Vorarlberg

September 2022

Sie haben Geschichte und erzählen Geschichten, sind Teil unseres Lebens und unserer Erinnerungen. Jedes Land hat diese Dinge, diese Ankerpunkte, die uns vielleicht erst bewusst werden, wenn sie verschwinden oder bedroht werden. Sie sind es wert, gezeigt zu werden.

Die Ausstellung ist nach Wien, Graz und Zagreb ab September im *designforum Vorarlberg* in Dornbirn zu sehen.

While we were setting up our exhibition in Graz, Russia invaded Ukraine. My wife is in touch with a young Ukrainian woman, Olesya, who used to live in Vienna for five years. She went back home last summer. Her first messages on February 24th were disturbing. She feared she had to die, she didn't know what was going on, she wanted to leave, but not without her boyfriend. All this made me ask myself: Is what we do here important at all? Is it relevant for anybody how a mustard tube or some lemonade? This brand-new pair of skis or this bottle of mineral water? I then read an article about how a war like this always aims at annihilating a country's cultural identity. And I realised: What we do by creating this exhibition is document a small part of our own cultural identity. Each country has those little anchors that we often don't even notice before they are gone or in danger. They are worth showing.

VIELFALT (IM) BILDERBUCH 22 POSITIONEN ÖSTERREICHISCHER KÜNSTLER*INNEN



22 österreichische Künstler*innen, von erfahrenen bis hin zur jungen Generation, zeigten in der Ausstellung »Vielfalt (im) Bilderbuch« jeweils zwei bis drei ihrer Originalillustrationen für Kinderbücher, die aktuelle künstlerische Herangehensweisen präsentieren. Die Veranstaltung wurde von *Sabine Fuchs, Brigitte Kovacs und Michaela Reitbauer* vom *KiJuLit Zentrum für Forschung und Didaktik der Kinder- und Jugendliteratur* an der *PH Steiermark* mit finanzieller Unterstützung von der *Stadt Graz Kultur* und *Land Steiermark Kultur, Europa, Sport* kuratiert und organisiert.

Die Podiumsdiskussion mit der Künstlerin *Clara Frühwirth*, dem Künstler *Willy Puchner*, der Verlegerin *Katrin Feiner* (Tyrolia) und dem *designaustria*-Geschäftsführer *Severin Filek* über

die aktuelle Kunst der Illustration und deren ökonomischen Rahmenbedingungen beendete die Ausstellung.

»'Vielfalt (im) Bilderbuch' war eine Begegnung auf mehreren Ebenen. Das zweitägige Symposium an der PH Steiermark in Graz brachte es mit seinem vielschichtigen Programm auf den Punkt: Bilderbücher verbinden in ihrer Diversität und Einzigartigkeit. Als Grazerin freut es mich besonders, als Baustein mitgewirkt und inmitten der Stadt ein Zentrum für Kinder und Jugendliteratur zu haben. An dieser Stelle: Vielen Dank für die Möglichkeit!«, so Clara Frühwirth. Die Aufzeichnung der Diskussion ist in Kürze auf www.kijulit.phst.at zu sehen. Der Katalog »Vielfalt Bilderbuch« ist über das KiJuLit Zentrum an der PHSt zum Druckkostenbeitrag erhältlich.

At the »Vielfalt (im) Bilderbuch« exhibition, 22 Austrian artists, some experienced, some from the young generation, presented two to three of their original illustrations of children's books, thus showcasing current approaches in the field. The exciting exhibition was concluded by a public talk with artists Clara Frühwirth and Willy Puchner, publisher Katrin Feiner (Tyrolia), and designaustria manager Severin Filek about contemporary illustration art and its economic conditions.

BEST OF – HTL-ABSCHLUSSARBEITEN

Auf Best-of.at zeigen seit dem Frühjahr 2022 HTL und Fachschulen für Kunst, Design und Medien ausgezeichnete Abschluss- und Diplomprojekte. Die Initiative für mehr Sichtbarkeit von Design in und aus Österreich stammt von *designaustria* und der *ARGE kunst | design | medien*, einer Kooperation österreichischer Ausbildungsinstitutionen in den Bereichen Kunst, Design und Medien, die vom Bundesministerium für Bildung und Forschung initiiert wurde und unterstützt wird.

Zu sehen sind unter anderem Arbeiten von: *HTL Bau und Design Innsbruck, Höhere Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt, Landes Fachschule Keramik Stoob, HTL Mödling, HTL Imst, HTL Graz-Ortwein-*

schule, HTL Spengergasse, HTL Dornbirn, Fachschule für Kunsthandwerk und Design Elbigenalp, HTBLA 1 Linz Goethestraße, HTBLVA Villach, HTBLVA Innsbruck Trenkwallerstraße. www.best-of.at

Starting in spring of 2022, technical, art, design, and media schools in Austria present excellent diploma and graduation projects on the website best-of.at. This project to increase the visibility of design from and in Austria was initiated by designaustria and ARGE kunst | design | medien, a co-operation of related educational facilities in Austria initiated and supported by the Ministry of Education and Research.

TRANSFORUM DESIGN EIN SYMPOSIUM ZUM THEMA NACHHALTIGKEIT



Nachhaltigkeit ist zum zentralen Begriff geworden, wenn es um zukünftige Herausforderungen geht. Dies betrifft auch das (Medien-) Design und das grafische Gewerbe. Auszuloten sind hier alle wesentlichen Aspekte der Realisierung medialer Kommunikationsprozesse. Dabei geht es um die Innovationskraft von Design im Rahmen kreislaufwirtschaftlicher Konzepte ebenso wie um die nachhaltige Umsetzung medialer Kommunikation selbst.

Auf Initiative von *Dr. Harald Begusch*, Abteilungsvorstand Grafik und Kommunikationsdesign der *Höheren Graphischen Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt in Wien* und Leiter des *ExpertsCluster Ausbildung*, wurden im April 2022 *Karin Huber Heim*, Leiterin des von *designaustria* mitgegründeten *Circular Economy Forum Austria*, *Clemens Dus*, Leiter des *designaustria-ExpertsClusters Sustainable Design* sowie zahlreiche Expert:innen und Designer:innen auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit gebeten, auf der Graphischen im Rahmen des Symposiums »Transforum Design« Konzepte und Projekte vorzustellen und über derzeit stattfindende Transformationsprozesse zu diskutieren.

Nachhaltigkeit braucht Kreativität und junge, kreative Expert:innen, die nicht nur über breites Wissen in ihren Fachbereichen verfügen, sondern auch verstehen, wie man dieses Wissen in nachhaltiges Design, nachhaltige Technologien und nachhaltige Medien implementiert. Kreativität von heute eröffnet Wege für morgen, transformiert somit das scheinbar Unmögliche in das Alltägliche und gilt dabei als eine der größten Treiberinnen von Veränderungen.

graphische.net

As part of the »Transforum Design« symposium, experts and designers in the field of sustainability were invited to present policies and projects and discuss current transformation processes at the Graphische school in Vienna in April 2022. Sustainability requires creativity and young, creative experts who not only have comprehensive knowledge in their fields but also understand how to implement it when creating sustainable design, technologies, and media.

»OCCUPY YOUR UNIVERSITY!« PARTIZIPATIV UND KOOPERATIV



In Kooperation mit zwei österreichischen Privatuniversitäten, der *Central European University (CEU)* Wien und der *New Design University (NDU)* St. Pölten, begleitete die internationale Büromöbelfirma *Bene* ein Projekt von Studierenden, bei dem moderne, produktive und innovative Lern- und Studierumgebungen entwickelt wurden. Der Entwurf, der alle Anforderungen individuellen und gemeinschaftlichen Lernens in sich vereint, ist das Möbel Modesk (© *Hannah Pichler, Lea Steineder*) – ein Steh-Sitz-Liege-Möbel, das von Bene hergestellt und nun als Testobjekt mit großer Begeisterung von den Studierenden der CEU genutzt wird. »Hervorzuheben ist die äußerst produktive Zusammenarbeit zwischen zwei Privatuniversitäten und einem spezialisierten Unternehmen. Das sozialwissenschaftlich geprägte, partizipative Co-Design ist gelungen, die Fülle an Ideen für innovative Lern-

umgebungen, die seitens der NDU-Masterclass produziert wurden, war beeindruckend, die Risikobereitschaft von Bene ebenso. Die Social-Shaping-of-Technology-Fans unter uns hat das gefreut – so sollte nutzer:innenbasierte Gestaltung sein«, resümiert *Dr. Ulrike Plettenbacher*, Direktorin des Office for Austrian Affairs an der CEU die Zusammenarbeit mit Bene und der NDU.

In co-operation with two Austrian private universities – the Central European University (CEU) in Vienna and the New Design University (NDU) in St. Pölten – international office furniture company Bene supervised a student project for modern, productive, and innovative learning environments. The design, called Modesk (created by *Hannah Pichler* and *Lea Steineder*) meets all the requirements of both individual and social learning. This piece of furniture to stand, sit, and lie on has been manufactured by Bene and is now enthusiastically used as a test object by CEU students.

BIENNALE DER ILLUSTRATIONEN BRATISLAVA 2021



Kinderbuchillustrator:innen aus aller Welt geben sich jedes zweite Jahr ein Stelldichein in Bratislava zur großen Biennale der Illustrationen (BIB), die 2021 zum 28. Mal stattfand. Mitte Oktober verlaublich die internationale Expert:innenjury, besetzt mit *Brenda Dales* (USA), *Victoria Fomina* (Russland), *Renáta Fučíková* (Tschechien), *Orna Granot* (Israel), *Manuela Vladić Maštruko* (Kroatien), *Michiko Matsukata* (Japan), *Luboslav Palo* (Slowakei), *Emese Révész* (Ungarn), *Javier Zabala* (Spanien) und *Mingzhou Zhang* (China), die Preisträger:innen.

Der Grand Prix der BIB 2021 ging an *Elena Odriozola* (Spanien) für das Buch »Mixed Feelings«. Den sogenannten Golden Apple gewonnen haben *Myung Ae Lee* (Südkorea), *Amanda Mijangos*, *Armando Fonseca*, *Juan Palomino* (Mexiko), *Sylvie Bello* (Frankreich), *Anna und Varvara Kendel* (Russland), *Chao Zhang* (China). Auszeichnungen in Form von Plaketten gingen an *Ghazal Fatollahi* (Iran), *Mamiko Shiotani* (Japan), *Mohammad Barangi Fashtami* (Iran), *Dale Blankenaar* (Südafrika), *Armando Fonseca* (Mexiko).

designaustria war als Partner der BIB eingeladen, 15 Kinderbuchillustrator:innen aus Österreich zu nominieren, die mit ihren Projekten dann auch in der Ausstellung des internationalen Wettbewerbs vertreten waren: *Lisa Althaus*, *Judith Auer*, das Team *Cornelia Bredschneider/Katharina Guntzer*, *Clara Frühwirth*, *Renate Habinger*, *Nadine Kappacher*, *Raoul Krischanitz*, *Stefanie Pichler*, *Lili Richter*,

Christoph Rodler, *Michael Roher*, *Raffaela Schöbitz*, *Romy Schwingenschuh*, *Nini Spagl*, *Michaela Weiss*. Die Ausstellung zur BIB war bis Ende Februar 2022 in der Burg Bratislava zu sehen. www.bibiana.sk

Every other year, illustrators of children's book meet in Bratislava for a big Biennial of Illustrations (BIB). In 2021, the BIB took place for the 28th time. The 2021 Grand Prix went to Spanish illustrator Elena Odriozola for her book »Mixed Feelings«.

The Golden Apple Award went to Myung Ae Lee (Republic of Korea), Amanda Mijangos, Armando Fonseca, Juan Palomino (Mexico), Sylvie Bello (France), Anna and Varvara Kendel (Russia), and Chao Zhang (China). Further prizes in the form of badges were awarded to Ghazal Fatollahi (Iran), Mamiko Shiotani (Japan), Mohammad Barangi Fashtami (Iran), Dale Blankenaar (South Africa), and Armando Fonseca (Mexico). *designaustria* was invited as a BIB partner to nominate 15 illustrators from Austria, who went on to be represented in the exhibition accompanying the international competition.

DESIGNS FROM EUROPE CRAFTS FROM ANATOLIA



Unter diesem Motto steht das von der EU geförderte Projekt des *Turkish Design Council* mit den Projektpartnern *Brumen Foundation* (Slowenien) und *Traditional Arts Association* (Türkei). Ziel ist, anatolische Handwerkskunst mit europäischen Design zu verbinden. *designaustria* ist zusammen mit weiteren europäischen Designorganisationen Kommunikationspartner und hat den Open Call, der kreative Köpfe aus Europa zusammenbringt, in seinem Netzwerk verbreitet.

Anfang November 2021 fand das erste Meeting dazu in Istanbul statt. Der Open Call war bis 31. Jänner offen, und es kamen 124 Einreichungen aus

20 europäischen Ländern. Das ist ein tolles Zeichen künstlerischer Kreativität in Europa. Die *designaustria*-Mitglieder *Michael Schwab* (IN PRETTY GOOD SHAPE), *Louis Funke*, *Michael Hofbauer* (DO:IT Solutions), *Evija Kraukle* und *Werner Van Hoeydonck* haben ihre Ideen eingereicht und sind damit unter den 13 Einreichungen aus Österreich.

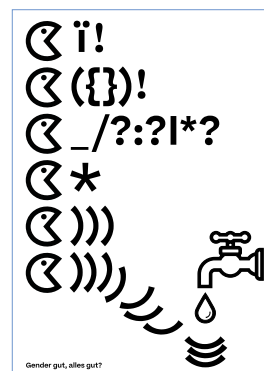
Ende Februar 2022 hat die Jury zehn Projekte ausgewählt, die ihre Designvorschläge gemeinsam mit den Handwerker:innen in der Türkei umsetzen. Im Rahmen einer Ausstellung in Istanbul werden die in Einzelarbeit angefertigten Stücke Ende Mai präsentiert.

<https://turkiyetasarimvakfi.org/en/projects/>

WIR HABEN DAS ZITAT – DU DIE GESTALTUNG?

Für die kommenden zwei »mitteilungen« suchen wir Gestalter:innen, die ein von der Redaktion ausgewähltes Zitat auf der Rückseite gestalten wollen. Ob Typografie, Handlettering, Collage, Illustration oder von allem ein wenig – wir lassen uns überraschen!

Bei Interesse schick ein Mail mit ein paar Referenzen an:
redaktion@designaustria.at



ERINNERUNGEN DIGITALISIEREN STATT VERLIEREN



Für Erinnerungen, die bleiben.

Alte Filme und Fotos in Profi-Glanz
erstrahlen lassen und Grafik-
designdaten in die Gegenwart und
Zukunft retten

Schlummern noch analoge Schätze oder alte Grafik-
daten in Archiven, die es wert sind, ins digitale Zeit-
alter transferiert und unvergesslich gemacht zu
werden?

Was tun, wenn das eigene Grafikdaten-, Film-,
Dia- und Fotoarchiv so gar nicht für die Ewigkeit
geschaffen ist, weil es für die alten Aufnahmen
keine Abspielgeräte oder die geeignete Software
nicht mehr gibt? Was tun gegen den drohenden
Verfall von CDs, DVDs, Filmrollen, Videokassetten
oder Dias?

Es gibt einige Herausforderungen, damit die alten
Erinnerungsschätze nicht verloren gehen: Das
analoge Medium zerstört sich mit der Zeit selbst,
durch falsche Lagerung, oftmaliges Abspielen usw.,
dann kann es nicht mehr abgespielt werden. Oder
benötigte Abspielgeräte wie Filmprojektor,
Diaprojektor, Tonbandgerät, VHS-Player oder DVD-
Laufwerk sind nicht mehr vorhanden.

Sieben Gründe für das Digitalisieren von Filmen,
Fotos, Dias und Negativen:

- Alte Abspielgeräte funktionieren nicht mehr.
- Analoge Datenträger verblassen, verkleben,
verschimmeln usw.

- Die Qualität leidet unter nicht professionellem
Überspielen und Scannen.
- Erinnerungen werden ohne Datenträgerverlust
sicher und digital aufbewahrt.
- Analoge Originale, die jeder Abspielvorgang
weiter abnutzt, werden geschont.
- Fotobücher, Präsentationen, Jubiläumfilme sind
leichter herzustellen.
- Weniger Stauraum ist nötig, die Langzeit-
archivierung wird datensicher.

Forvideo hilft dabei, Arbeiten in höchster Profi-
Qualität digital zu archivieren. Designschätze
können online oder in einem Jubiläumsfilm, einer
Fotoshow oder der eigenen Mediathek betrachtet
und für weitere Kommunikation in den zeitgemäßen
Grafikprogrammen digital bearbeitet werden.
Grafikdaten, Film- und Fotos werden in professio-
nellem Dateiformat und bei Bedarf auch einen
Online-Datentresor »digiSAFE« für die Langzeit-
sicherung gespeichert.

Die Digitalisierung des Film- und Fotoarchivs gilt
auch als betriebliche Digitalisierungsmaßnahme
und wird daher gefördert, etwa mit der Förderung
»KMU.Digital 2.0« – <https://www.kmudigital.at>.

Mitglieder von *designaustria* erhalten einen Rabatt
von -10 % auf alle Digitalisierungsdienstleistungen!

Bei Interesse einfach ein E-Mail an: info@forvideo.at.



MEMBERS@WORK

MAUSER CABS KENNT KEINEN STILLSTAND

Anlässlich des 60-jährigen Firmenjubiläums
entschloss sich die *Walter Mauser GmbH*, internatio-
nale Keyplayerin in der Produktion von Fahrer:in-
nenkabinen, zu einem umfangreichen Corporate
Redesign mit der Grafikdesignerin *Evelyn Junghanns*,
die das Unternehmen seit einigen Jahren betreut.
Das Corporate Design sollte visuell die Tradition des
Unternehmens fortführen und gleichzeitig dyna-
misch und zukunftsgerichtet wirken. Es soll zeigen:
Diese Firma kennt keinen Stillstand.

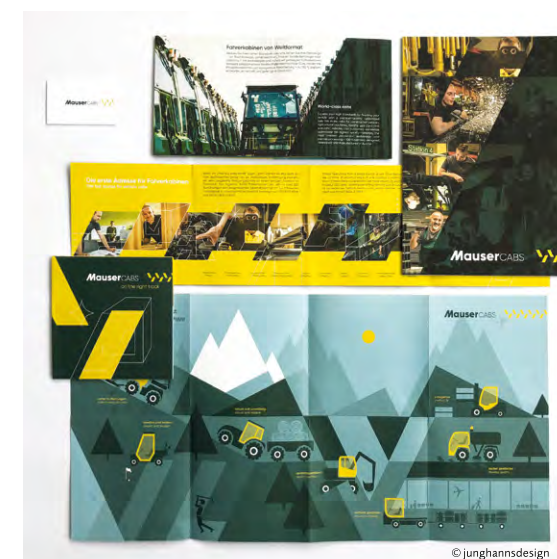
Die Gestaltung des neuen MauserCABS-Designs
basiert auf den Kriterien von Internationalität,
Technik und Konstruktion. Evelyn Junghanns ent-
wickelte den Firmennamen weiter: aus »Walter Mauser
Fahrerkabinen« wurde »MauserCABS«, eine interna-
tional verständliche Marke ganz im Sinne der Markt-
position. Die alte Wortbildmarke wurde zur Wort-
marke. Sekundäres Stilelement ist eine stilisierte
Reifenspur. Sie symbolisiert die großen Profilreifen
der Fahrzeuge, auf denen MauserCABS-Fahrer:in-
nenkabinen montiert werden, und passt gleichzeitig
zum neu entwickelten Slogan des Unternehmens:
»On the right track«. Die Spur ist Symbol für

Mobilität und ein Zeichen für
den Ursprung des Unterneh-
mens, dessen Erfolg mit der
Produktion von Wetterverde-
cken für Traktoren begonnen
hatte. Die Rhombenform
dient als Vorlage für Hinter-
grundflächen, Icons oder die
Illustration, ein Hauptsujet,
das in Zusammenarbeit mit
Monika Fauler entstand.

Corporate Type und Corpo-
rate Color wurden moderni-
siert. Die Farben Rot, Gelb
und Grün wurden auf Grün
und Gelb reduziert, das Jäger-
grün durch einen technisch
anmutenden Grünton ersetzt.

Das neue Design kommt viel aufgeräumter daher als
das alte. Unnötige Elemente sind entfernt. Dadurch
wirkt der Firmenauftritt nun deutlich prägnanter.
www.junghannsdesign.at

↑ Neues Corporate
Design von Evelyn
Junghanns



ZU SCHÖN FÜR DIE KÜCHE

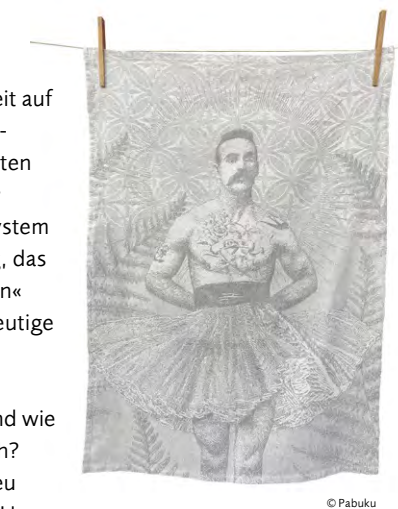
Wenn das Gestaltungsduo *PABUKU* in den Textilbe-
reich einsteigt, kommt eine Intervention für den
Alltag heraus!

Was ursprünglich mit Grußkarten begann, ist mittler-
weile zum Gestaltungsstudio PABUKU gewachsen,
bekannt für unverwechselbare Collagekunst, die
viktorianische Illustrationen in einen zeitgenös-
sischen Kontext setzt, mit subtilem Humor spielt,
divers ist und Storytelling als universelle Sprache
verwendet.

Collagen für textile Gestaltung zu übersetzen, war
eine der jüngsten Herausforderungen für das
Gestaltungsduo *Ulla Klopff* und *Ute Baurecker*.
Die Anforderungen waren: höchste Qualität, idea-
lerweise gewebt und in Österreich produzierbar.
Fündig wurden sie in Oberösterreich rund um das
Textile Zentrum Haslach. Mit *Pfleger Luxury Weaving*
fand PABUKU den perfekten GOTS-zertifizierten
Produktionspartner mit Expertise im Bereich
Jacquardwebung in Bioqualität.

Digital collagierte Motive aus der Buchdruckzeit auf
modernen computergesteuerten Jacquardweb-
stühlen umzusetzen, hat auch einen interessanten
Background. War es doch das von *Joseph-Marie
Jacquard* bereits 1804 patentierte Lochkartensystem
zur Steuerung der Fadenhebung und -senkung, das
diesen Webstuhl zur ersten »programmierbaren«
Maschine und damit zum Grundstein für die heutige
Automatisierung machte.

Warum aber ausgerechnet ein Alltagsgegenstand wie
ein Geschirrtuch als Einstieg in den Textilbereich?
Das Format habe sozusagen danach gerufen, neu
gestaltet zu werden, meinen die beiden PABUKUs.
Sie wollten ein Motiv umsetzen, das nicht unbedingt
für das Produkt erwartbar wäre, und dabei höchste
Qualität in Halbleinen sicherstellen. Wie bei den
Grußkarten des Studios lässt die Gestaltung großen
Interpretationsspielraum von »Männer an den Herd«
bis »Die Küche ist zum Tanzen da«. Auf jeden Fall ein
echter Hingucker für alle mit Sinn für Schönes!
pabuku.com



© Pabuku

DESIGN FÜR DIE SCHWEIZ – ASHWAGANDHA-BIOKAPSELN



Die Verpackungsdesignagentur *derpfeil* betreut seit vielen Jahren erfolgreich viele namhafte österreichische Marken. Dennoch ist es der Agentur stets ein Anliegen, auch kleinere Kund:innen und Start-ups bei der Designentwicklung zu unterstützen. Mit der neuen Marke Smile of Nature und der Produkteinführung von Ashwagandha-Biokapseln für das Schweizer Unternehmen *Good Company* beweist das Team von *derpfeil* Feingefühl im E-Commerce-Bereich.

»Wir freuen uns natürlich sehr, auch für internationale Kund:innen tätig zu sein. Darüber hinaus ist es immer wieder extrem spannend, neuen Marken ein Gesicht zu geben. Gerade im Start-up-Bereich sind wir ja häufig bereits in den Entwicklungsprozess eingebunden und können so viel mehr ganzheitliche Lösungen anbieten«, meint *Peter Pfeil*, Geschäftsführer der Verpackungsdesignagentur.

Von der Materialauswahl bis zur Form setzte die Agentur auf nachhaltige Lösungen. Parallel zur Beratung bei der Produktion wurden auch alle Fotos im hauseigenen Studio erstellt und der Markenname entwickelt.

Der Auftraggeber, *Michael Lackner* von Good Company, zeigt sich mit dem Ergebnis mehr als zufrieden: »Mit unserer neuen Marke Smile of Nature richten wir uns an Personen, denen Gesundheit und Umweltbewusstsein besonders am Herzen liegen. *derpfeil* hat das mit ihren Ideen, ihrer Beratung und der Umsetzung unserer Werte mehr als greifbar gemacht.« Denn das Thema Wohlfühlen hat nicht nur bei den Produkten einen wesentlichen Stellenwert, sondern ist dem Schweizer Start-up-Unternehmen auch in der Zusammenarbeit besonders wichtig. Und wie man sieht, sorgt ein harmonisches Teamwork zwischen Agentur und Kund:innen für ein perfektes Wohlfühl.

CORPORATE IDENTITY FÜR DAS SOCIAL BUSINESS SINDBAD



Mit der Vision einer Gesellschaft, in der junge Menschen ihr Leben selbst in die Hand nehmen können, begann im Jahr 2016 der Weg des Social Business *Sindbad*. Seine Arbeit besteht darin, Menschen aus den unterschiedlichsten Lebenswelten miteinander in Verbindung zu bringen und gemeinsam Chancen zu

ergreifen, unabhängig von der sozialen Herkunft. Aufbauend auf einem 1:1-Mentoring-Programm, in dem junge Menschen aus unterschiedlichen Lebenswelten über einen Zeitraum von acht bis

zwölf Monaten zusammenarbeiten, soll die Zahl der Schulabgänger:innen verringert werden, um den Jugendlichen Zukunftsperspektiven und -möglichkeiten aufzuzeigen.

Gemeinsam mit *Emanuel Jochum* hat *Andrea Zehetner* basierend auf der von den beiden gemeinsam erarbeiteten Corporate Identity für das Social Business Sindbad das Konzept, die Gestaltung, Fotos und Illustrationen seines Jahresberichts 2020 kreiert.

Der Jahresbericht zeigt auf eine spielerische und dennoch klare und seriöse Weise die Entwicklungen und Erfolge von Sindbad im Jahre 2020 auf und legt auch einen Fokus auf die Zukunftsvisionen des Unternehmens.

andrazehetner.com ejochum.com

DIE FREUDE AM TUN

In den 15 Jahren ihrer Selbstständigkeit als Grafikerin durfte *Christina Pritz* bereits zahlreiche Projekte im Bereich Print, Webdesign, Verpackungs- und Textildruckdesign für ihre nationalen und internationalen Kund:innen realisieren. Die Zusammenarbeit mit *Isabella Pfenning*, die mit viel Herzblut ihr Unternehmen Gartengestaltung *Libelle* betreibt, blieb ihr dabei in besonders positiver Erinnerung: »Das war ein wirklich schöner Auftrag. Isabella Pfenning ist nicht nur eine leidenschaftliche Gartengestalterin, sondern auch passionierte Landschaftsfotografin. Auf ihren Gartenreisen sammelt sie neue Inspirationen für ihre Gartengestaltungen und fotografiert dabei liebevoll angelegte Gärten und eindrucksvolle Landschaften. Diese Fotos geben der Website eine sehr persönliche Note und haben natürlich meinen Gestaltungsprozess maßgeblich beeinflusst«, erzählt Christina Pritz.

Diese Leidenschaft für Gärten und Natur im Website-Redesign zielgruppengerecht umzusetzen, gelang durch ein klares Briefing von Kundinnen-seite, die ästhetischen Fotos und die kreativen handgezeichneten Gartenpläne von Frau Pfenning im Zusammenspiel mit einer erfahrenen Gestalterin. Vor allem durch den gegenseitig wertschätzenden Umgang der beiden Projektpartnerinnen mitei-



© Gartenfotos: Isabella Pfenning
Stockfoto Devices: istock

ander entwickelte sich bei beiden rasch eine Freude am Tun, die man der fertigen Website anmerkt. Diese Freude sowohl der Kundin als auch der Gestalterin über das gelungene Redesign wird durch das positive Feedback aus der erreichten Zielgruppe noch verstärkt und ist gleichzeitig Inspiration für kommende Projekte!

www.pritz-design.at

www.gartengestaltung-libelle.at

HONIGKUCHENPFERD UND DAS SCHÖNE



»If we drop beauty, what have we got?« fragte John Cage 1961 in »Silence: Lectures and Writings«. In ihrer Werkstatt für grafische Gestaltung in einem der ältesten Häuser der Linzer Altstadt begibt sich *Andrea Ettinger* auf die Suche nach der Schönheit. In ihren Arbeiten spannt sie den Bogen von Kunst und Kultur über regionale Unternehmer:innen hin zu Regional- und Stadtteilentwicklung und sozialem Engagement. Im Fokus hat sie dabei stets das »Schöne«, die Werterhaltung dahinter, den Kern der Sache, dem sie gemeinsam mit den Auftraggeber:innen in intensiven Prozessbegleitungen auf die Spur kommt und Ausdruck verleiht. »Es gibt viel Gutes auf dieser Welt«, ist die Grafikdesignerin überzeugt. Sichtbarkeit und sorgfältige Gestaltung sind nie bloß »oberflächlich«, sie sind essenziell, denn sie vermögen unseren Blickwinkel zu verändern und unseren Horizont zu erweitern. Das Magazin der gfk OÖ (Gesellschaft für Kulturpolitik Oberösterreich), das sich zweimal jährlich mit Essays, Gesprächen, Veranstaltungen und künstlerischen Positionen intensiv einem Jahresthema widmet (2022: Erschöpfung), ist dabei eines jener (Lieblings-) Projekte, die viel Freiraum für konzeptionelles Tun bieten und die dem so bedeutenden Weißraum ebenso wie der typografischen Verspieltheit ausreichend Raum zugestehen. Das Gestalten von Inhalten ist auch für die Gestaltende selbst immer ein Wachsen und ein Entdecken.

www.honigkuchenpferd.at



↗ Dreh- und Angelpunkt der neuen Standortmarke: der Tirol-Schriftzug von Arthur Zelger, in kleinen Details optimiert und ohne Rahmen wieder frei stehend



TIROL VERÄNDERT SICH. AUCH VISUELL

Text: Designstudio himmel

Das Designstudio »himmel« aus Innsbruck wurde mit dem Redesign des visuellen Erscheinungsbildes der bekannten Marke Tirol betraut. Mit dem vom Rahmen befreiten Logo, einer neuen Typografie und freieren Gestaltungsprinzipien öffnet sich die Marke und kommuniziert so den Wandel von der Tourismus- hin zur Standortmarke.

Tirol verändert sich. Zwischen den Ursprüngen als touristischer Sehnsuchtsort und dem Heute hat sich einiges getan. Neben dem Tourismus als nach wie vor wichtigem Standbein entwickelten sich weitere Stärken: Ob als Hochschul- und Bildungsstandort, als hochmoderner Industrie- und Gewerbestandort, mit Spitzenleistungen im medizinischen Bereich, in der Wertigkeit der Erzeugnisse der Tiroler Berglandwirtschaft oder einer überaus lebendigen Kultur- und Kreativszene – all das prägt das Land in der

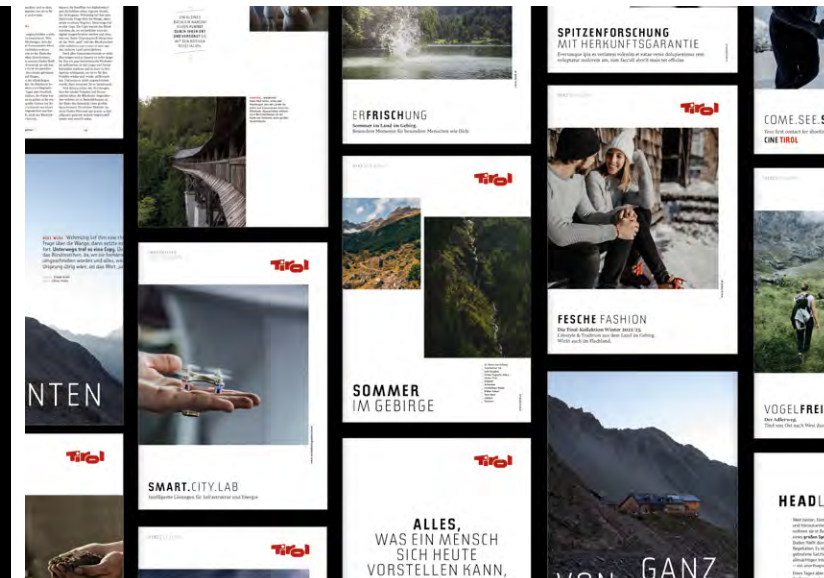
Gegenwart als Lebens- und Wirtschaftsraum. Um diesen Veränderungsprozess auch visuell zum Ausdruck zu bringen, wurde das über Jahrzehnte vom Tourismus geprägte Markenbild Tirols, in dessen Zentrum der bekannte Tirol-Schriftzug von Arthur Zelger steht, einer grundlegenden grafischen Neuinterpretation unterzogen. Betraut wurde damit – erstmals seit Jahrzehnten – ein heimisches Gestaltungsbüro, das von Kurt Höretzeder und Thomas Schrott geführte *himmel. Studio für Design und Kommunikation* aus Innsbruck, deren Ansatz sich nach einem stark besetzten internationalen Wettbewerb schlussendlich eindeutig durchsetzen konnte.

Das Redesign der Marke, die von der neu geschaffenen *Lebensraum Tirol Holding* gemeinsam mit ihren Tochterunternehmen geführt wird, begann mit einem genauen Blick auf das, was diesem Land schon bisher seine visuelle Identität verlieh: das ikonenhafte Logo Arthur Zelters; die besondere typografische Kultur; charakteristische Formen und Kontraste; die um Authentizität bemühte Bildsprache – hier wurden schon in den zurückliegenden visuellen Erscheinungsbildern Maßstäbe gesetzt. Diese bestehenden Stärken wurden im Prozess des Redesigns aufgegriffen und mit einigen wenigen, gezielten Maßnahmen im Bereich der grafischen Grundlagen neu ausformuliert.

Die wohl augenfälligste Veränderung im neuen Erscheinungsbild: Die Marke öffnet sich auch visuell. Der Tirol-Schriftzug verlässt wie in den Anfangszeiten seinen Rahmen und steht wieder frei. Er grenzt sich dadurch weniger ab, rückt »näher« und kann auf diese Weise – etwa auf Plakaten – wieder unmittelbarer Teil visueller Botschaften werden. Der Schriftzug wurde in minimalen Details korrigiert – Verbesserungen bei den Rundungen und leicht vergrößerte

Josef Hoffman
Koloman Moser
Józef Mehoffer
Günther Behnisch
Hermann Bahr
Peter Behrens
Walter Gropius

↑ Eine charakteristische Displaytype für Tirol – die gemeinsam mit dem Schriftlabor entwickelte Tirol Sans



↑ Entwurfstemplates für den Printbereich

Zwischenräume für eine bessere Darstellung im digitalen Bereich – und zeigt diese Marke nun wieder ähnlich, wie es sich dessen Schöpfer ursprünglich gedacht hatte. Sie steht im Zentrum einer Markenarchitektur, die zahlreiche Unternehmensbereiche sowie aktuelle wie mögliche zukünftige Submarken umfasst, die in ein einfaches, seriell erweiterbares Gesamtsystem gebracht wurden.

Unter der Federführung von Joana Correia und Rainer Scheichelbauer von *Schriftlabor* wurde die 2011 von Wolfgang Scheppe entworfene *TW Character Sans* einer umfassenden Überarbeitung unterzogen: Sämtliche Buchstaben dieser Display-schrift wurden optisch korrigiert und harmonisiert und um zahlreiche Schnitte erweitert, so dass die nun mit *Tirol Sans* neu benannte Schriftfamilie auch für längere Leadtexte verwendet werden kann und durch die von Extraleicht bis Extrabold reichende Palette ein abwechslungsreiches, charakteristisches typografisches Spiel ermöglicht.

Das Ziel des neuen Corporate Design für die Standortmarke Tirol besteht darin, im Zusammenspiel ihrer Einzelelemente einen erweiterten visuellen Spielraum bereitzustellen, der im Vergleich zu früheren Gestaltungsrichtlinien ein deutlich höheres Maß an Freiheit und Lebendigkeit zulässt. Es geht nicht mehr in erster Linie um vorkonfigurierte grafische Lösungen, die über alle Medien und Anwendungsfälle hinweg eine uniforme Visualität etablieren: »Ein zeitgemäßes Corporate Design, so wie wir es verstehen, ist kein dogmatischer Kodex starrer Regeln, sondern ein Grundkanon visueller Zutaten, der zum eigenen Weiterdenken und -gestalten anregt«, so Kurt Höretzeder von *himmel*. »Wir hoffen, dass unser Konzept einer Auffassung von visueller Kommunikation gerecht wird, das sich mehr am Thema individueller 'Verantwortung' und



an Leitgedanken wie Reduktion und Nachhaltigkeit orientiert als an groß angelegten Fantasien der 'Inszenierung' und 'Steuerung' von Marken. Wir wünschen uns, dass die 'Marke Tirol' zukünftig von Menschen mit einem 'mutigen', will heißen wachen, kritischen und positiven Denken geprägt wird, von ihrer Offenheit, ihrem handwerklichen Können, ihrem Sinn für Schönheit und ihrer Fähigkeit zur Selbstironie.«

↑ Entwürfe für die Geschäftsausstattung

HIMMEL. STUDIO FÜR DESIGN UND KOMMUNIKATION

Die Arbeitsschwerpunkte des Gestaltungsbüros aus Tirol mit zwei Standorten in Innsbruck und Scheffau am Wilden Kaiser sind breit gefächert: von Corporate Design und Markenführung, Web- und Social Media-Design und Fotografie über Packaging, Editorial bis hin zu Buch- und Ausstellungsgestaltung. Gemeinsam mit ihrem Team von derzeit 8 Spezialist*innen werden vorwiegend mittelständische Unternehmen in Österreich, Deutschland und Südtirol betreut. Egal ob groß oder klein: Wesentlich ist stets der Wunsch, gute Ideen mit hoher Designqualität und anspruchsvoller Kommunikation zu verbinden. www.himmel.co.at



↓ Entwurfstemplates für Plakate

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

16. – 25. September 2022 // Wien-Mariahilf

VIENNA DESIGN WEEK

Österreichs größtes kuratiertes Designfestival, die *Vienna Design Week* zieht es heuer in den sechsten Bezirk. Neben der Festivalzentrale wird es in Mariahilf auch besonders viele Programmpunkte geben, die sich mit für den Bezirk relevanten Themen beschäftigen. Bekannte Formate wie Stadtarbeit und Urban Food & Design sind ebenso dabei wie neue Initiativen und thematische Schwerpunkte. Wieder Teil des Programms sind die »Passionswege«, bei denen im ergebnisoffenen Dialog zwischen Design und Handwerk nachhaltige Geschäftsmodelle entwickelt werden. Im Format »Debüt« sind 2022 zwei ungewöhnliche Ausbildungsstätten zu Gast: Die Akademie der bildenden Künste Wien experimentiert mit frischen Konzepten in der Vermittlung, und *fjum forum journalismus und medien* arbeitet an neuen Schnittstellen von Journalismus und Designkritik. viennadesignweek.at

16-25 Sept, 2022
16-25 Sept, 2022
16-25 Sept, 2022
16-25 Sept, 2022
16-25 Sept, 2022

This year, Austria's largest curated design festival, the Vienna Design Week, will be all about the city's 6th district, Mariahilf. Not only will the festival centre be located there, many events will deal with topics relevant for the district. Established formats such as city work, urban food and urban design will feature alongside new initiatives and central themes.



bis 24. September 2022 //
Werkraumhaus Bregenzerwald

AUSSTELLUNG »HANDWERK DER ZEIT«

Die Ausstellung »Handwerk der Zeit« ist eine Ausstellung über das Handwerk im Bregenzerwald basierend auf dem Leben und Werk des aus Andelsbuch stammenden Architekten *Alfons Fritz* (1900–1933). Um das Wirken des vor fast 100 Jahren verstorbenen Architekten mit dem Schaffen des heutigen Handwerks in Bezug zu setzen, kreierte Mitgliedsbetriebe des *Werkraum Bregenzerwald* an Fritz angelehnte Exponate. Bei einigen der Beiträge erhielten die Mitglieder Unterstützung von acht Studierenden des *Advanced Studio Upcycling* der Universität Liechtenstein.

Am **24. Juni 2022 von 16.30 bis 18.30 Uhr** und am **12. August 2022 von 16.30 bis 18.30 Uhr** gibt es eine Führung und einen Rundgang mit Kuratorin *Valerie Keiper-Knorr* und *Anton Wirth*, dem ehemaligen Bürgermeister von Andelsbuch und Obmann der *REGIO Bregenzerwald* bis 2015.

Auch am **23. Juli 2022 von 14.00 bis 15.00 Uhr** führt Kuratorin *Valerie Keiper-Knorr* durch die Ausstellung. Anmeldung unter info@werkraum.at.

<https://www.werkraum.at/zur-zeit/ausstellungen/das-handwerk-der-zeit>

The exhibition »Handwerk der Zeit« (Crafts of Time) showcases the craft in Vorarlberg's region of Bregenzerwald based on the life and work of Andelsbuch-born architect *Alfons Fritz* (1900–1933).



DESIGNAUSTRIA-FORTBILDUNGSPROGRAMM

designaustria bietet laufend Fortbildungs- und Veranstaltungsprogramme für Mitglieder und Interessierte an. In unserem Programm, das österreichweit an Designorten auf- und unseren »mitteilungen« zweimal im Jahr beiliegt, sind alle Ausstellungen, Workshops, Exkursionen und Vorträge zu finden. designaustria.at/programm/

THE DESIGNAUSTRIA UPSKILLS PROGRAMME

Being a knowledge centre, *designaustria* regularly offers a programme including workshops and lectures for members and anybody with an interest in design. Some events are in English. Detailed information is provided online.

Freitag, 24. Juni 2022 | 10:00–16:00 Uhr

ILLU-DAY IM DESIGNFORUM WIEN

Du bist Illustrator:in und möchtest dich vernetzen und austauschen? Wir laden alle Illustrator:innen mit und ohne *designaustria*-Mitgliedschaft zum Illu-Day 2022 nach Wien!

Der Tag steht im Zeichen von:

- gegenseitigem Wiedersehen und Kennenlernen
- österreichweiter Vernetzung
- Konkretisieren von Bedarf und Bedürfnissen an den ExpertsCluster *illustria*
- Skizzieren von Entwicklungspotenzialen

Gemeinsam wollen wir die Zukunft von *illustria* weiterspinnen, damit ihr vom Cluster mehr profitieren könnt und wir gemeinsam die Profession der Illustration stärken können. Wir freuen uns, uns wieder im Realen zu treffen und alle motivierten Köpfe zusammenzubringen.

Anmeldung bitte bis Montag, **20. Juni 2022** an *Jacqueline Kaulfersch*: illustria@designaustria.at. Die Teilnahme ist kostenfrei!

bis 26. Juni 2022 // designforum Wien

STAATSPREIS DESIGN 2022 – AUSSTELLUNG UND DOKUMENTATION



Die Ausstellung »Best of Austrian Design« läuft noch bis **26. Juni** im *designforum Wien* im *MuseumsQuartier* und präsentiert die ausgewählten Beiträge aus den Staatspreis-Kategorien Konsumgüter, Investitionsgüter, Produktgestaltung Interior, Spaces & Environment und DesignImpact-Concepts. Im Anschluss ist die Ausstellung im Herbst im *designforum Steiermark* in Graz sowie im *WEI SRAUM designforum Tirol* in Innsbruck zu sehen. Weitere Stationen sind geplant.

Zur Ausstellung erscheint eine Broschüre, die alle Projekte in Wort und Bild dokumentiert, die Auswahl der Jury begründet und deren Mitglieder vorstellt.

The »Best of Austrian Design« exhibition is on at designform Wien, MuseumsQuartier until June 26th. It presents award-winning contributions from the Staatspreis Design categories Consumer Goods, Investment Goods, Product Design, Spaces & Environment, and DesignImpact Concepts.



Illustrators with or without *designaustria* memberships are invited to Vienna for Illu-Day 2022! Let's create the future of the *illustria* ExpertsCluster together, so you can all benefit from it and we can join forces to strengthen the profession of illustrating.

👁 Juli – September 2022 // designforum Wien

THE ART OF EVERYDAY LIFE ILLUSTRATIONEN AUS NORDKOREA

Nie zuvor gesehenes Nordkorea – ein seltener Einblick in das Land hinter der Politik und die Kreativität hinter der Propaganda. Diese unglaubliche Sammlung von Drucken aus den 1950er Jahren bis ins 21. Jahrhundert ist die einzige ihrer Art in oder außerhalb Nordkoreas. Sie zeigt den Alltag der Zugbegleiter-innen, Stahlarbeiter-innen, Weber-innen, Landwirt-innen, Wissenschaftler-innen und Fischer-innen des Landes. Die einzigartigen Linol- und Holzschnitte sind eine faszinierende Möglichkeit, die Kultur dieses noch nahezu unbekannten Landes zu erkunden. Zusammen sind sie ein beispielloser Beweis für das Talent der nordkoreanischen Künstler-innen und die einzigartigen sozialen, kulturellen und politischen Bedingungen, unter denen sie arbeiten.

North Korea like you haven't seen it before – a rare glimpse into the country behind the politics and the creativity behind the propaganda. This incredible collection of prints dating from the 1950s to the 21st century is the only one of its kind in or outside North Korea depicting the lives of the country's train conductors, steel workers, weavers,



farmers, scientists, and fisherman. These unique linocut and wood-block prints are a fascinating way to explore the culture of this still virtually unknown country. Together, they are an unparalleled testament to the talent of North Korea's artists and the unique social, cultural, and political conditions in which they work.

DTA

DESIGN INTELLIGENCE AWARD

2022 Design Intelligence Award

中国设计智造大奖

Submission Period 投稿时间

2022.4.9-7.8

Submission Website 报名网站

www.di-award.org

QR CODE

QR CODE

CALL FOR ENTRY 作品征集

Product Group 产品组

Design Group 设计组

Service Group 服务组

Architecture Group 建筑组

Industrial Design Group 工业设计组

Visual Communication Group 视觉传达组

Graphic Design Group 平面设计组

Photography Group 摄影组

Video Group 视频组

Sound Design Group 声音设计组

Game Design Group 游戏设计组

UX/UI Design Group UX/UI设计组

Interaction Design Group 交互设计组

Information Design Group 信息设计组

Service Design Group 服务设计组

Business Design Group 商业设计组

Management Design Group 管理设计组

Marketing Design Group 营销设计组

Advertising Design Group 广告设计组

Public Design Group 公共设计组

Environmental Design Group 环境设计组

Urban Design Group 城市设计组

Transportation Design Group 交通设计组

Healthcare Design Group 医疗健康设计组

Education Design Group 教育设计组

Government Design Group 政府设计组

Non-Profit Design Group 非营利设计组

Other Design Group 其他设计组

Gold Award 金奖

¥1,000,000

Total Bonus 总奖金

¥5,000,000

DESIGN INTELLIGENCE AWARD 22

Anfang April startete der 7. Design Intelligence Award (DIA) und somit die weltweite Ausschreibung herausragender Designarbeiten. Bis zum **8. Juli 2022** können Designunternehmen und Designer-innen ihre Beiträge über die Website www.di-award.org einreichen. Das Preisgeld beträgt insgesamt fünf Millionen chinesische Yuan (etwa 720.000 Euro), und jede-r Gewinner-in des Gold Award wird mit einer Million CNY (etwa 144.000 Euro) belohnt.

Unterstützt von der *Volksregierung der Provinz Zhejiang*, wird DIA von der *China Academy of Art* veranstaltet und von der *China Industrial Design Association* und dem *Steering Sub-committee on the Teaching of Industrial Design in Higher Education Institutions* unter dem Bildungsministerium mitorganisiert. Als Chinas größter internationaler Preis für Industriedesign ist der DIA bei einer Reihe weltweit führender Designer-innen wegen seiner internationalen Standards und seiner akademischen Perspektive anerkannt und

Wang Yun, Generalsekretär des DIA-Ausschusses, arbeitet heuer im Rahmen des DIA mit Organisationen des öffentlichen Dienstes zusammen. Mit den drei Themenfeldern »DIA Scientific and Technological Innovation«, »DIA Digital« und »DIA Public Welfare« sollen Branchen vertikal zusammenarbeiten, um gemeinsam eine positive Entwicklung in wirtschaftlicher, sozialer und humanistischer Hinsicht zu erreichen.

Early April saw the beginning of the 7th Design Intelligence Award (DIA) with a worldwide call for excellent design work. Designer businesses and individuals are invited to submit their contributions on the website www.di-award.org before 8 July 2022. The DIA is China's most international award for industrial design and thus highly recognised by a number of leading designers in the world for its international standards and academic perspective, attracting thousands of competitors from all the world every year.

EMPFEHLUNGEN

CCA-JAHRBUCH 2021: »BEYOND CATEGORY«

»Beyond Category« lautet der Claim der Kampagne des Jahres 2021. Unter diesem Motto steht auch das Jahrbuch des *Creativ Club Austria*, welches heimische Bestleistungen aus den Jahren 2020 und 2021 zeigt. Konzipiert und gestaltet wurde es von der Agentur *101*.

Das 43. Jahrbuch ist von zwei Seiten lesbar und umfasst einen »Category-Part« und einen »Beyond-Part«. »Category« präsentiert die Arbeiten klassisch in den von ihnen gewonnenen Kategorien der CCA-Venus 2021. Umgedreht offenbart das Buch auf 117 Seiten den Blick über den Tellerrand: »Beyond« zeigt abermals alle ausgezeichneten Werke, allerdings komplett neu sortiert.

Period.at-Herausgeberin *Therese Kaiser* verfasste analytische wie kritische Texte zu den Kategorien »Pandemic«, »Green« , »Present Future«, »Bodies«, »Aesthetics« und »Realities«. So deckt das Buch Arbeiten, die sich mit der COVID-19-Krise befassen, genauso ab wie die Verschiebung der Kommunikation in den digitalen Bereich, aber auch Arbeiten, die sich mit Minderheiten und anderen Perspektiven beschäftigen und die Betrachter-innen in andere Welten einladen.

Das Sammelwerk heimischer Bestleistungen ist ab sofort beim *Creativ Club Austria* oder über den *Falter Verlag* für EUR 39,90 erhältlich.

Texte: *Therese Kaiser*, Verlag: *Falter*

geraumt

PODCAST FÜR DESIGN IM RAUM

PODCAST-TIPP

Im Frühling 2019 entstand der Podcast »geraumt« der Tiroler Service- und Informationsdesigner *Christian Lunger* und *Markus Scheiber*. In informativen Gesprächen geben sie Einblick in die Welt der räumlichen Orientierung von Menschen in Gebäuden, Orten und im Naturraum. Beleuchtet werden Aspekte wie Architektur, Landschaftsplanung, Informations- und Servicedesign, Wahrnehmungspsychologie und kulturelle Blickpunkte. Die beiden Hosts betreiben die Agentur *motas*. Diese Design- und Beratungsagentur unterstützt Menschen dabei, Räume, in denen sie sich bewegen, besser zu verstehen. Im April erschien ein spannender Beitrag zum Festival für experimentelle Kunst »Medienfrische« von 25. Mai bis 26. Juni 2022 im Tiroler Bschlabertal. Am besten gleich Reinhören: <https://www.geraumt.com>



APP-TIPP

Typografie findet sich in unserer unmittelbaren Lebensumgebung. Im Alltag sehen wir diesen Schatz an Schriften häufig nicht. Doch genau diese unscheinbaren typografischen Zeichen machen einen Ort für uns zum Identifikationsraum.

WEI SRAUM Designforum Tirol beschäftigt sich schon lange mit dem Thema Schrift im Stadtraum. Seit Jahren gibt es das Format *TYPOWALKS*. Das sind typografische Stadtpaziergänge, bei denen der Innsbrucker Gestalter und Schriftliebhaber *Markus Weithas* ausgewählte Themen der städtischen Schriftkultur und -geschichte beleuchtet.

Aus dem »Best-of« dieser Stadttouren entwickelte sich die App »Typowalks Innsbruck«, die auf fünf thematischen Routen zu 27 Stationen führt und Geschichten hinter den Schriftzügen an Innsbrucks Häuserfassaden erzählt. Auf eigene Faust können Interessierte typografische Kostbarkeiten aus verschiedenen Epochen erkunden und die Rolle von Stadtschriften in ihrem kulturellen, politischen und wirtschaftlichen Kontext erforschen.

Die fünf Thementouren tragen die Titel »Schrift und Macht«, »Die Tiroler Moderne«, »Auf Arthur Zelgers Spuren«, »Läden und ihre Schriften« und »Neonlicht in Innsbruck«. Die App ist steht ab sofort allen Fans von Typografie im Stadtraum zur kostenlosen Nutzung zur Verfügung. Sie ist eine Kooperation von WEI SRAUM Designforum Tirol, *wir sind plural* und *motasdesign* und wurde durch die finanzielle Unterstützung des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport ermöglicht.

<https://www.typowalks.weissraum.at>

Diese Hülle wurde aus Polyethylen ohne Verwendung von Zusätzen und mit Druckfarben, die keine toxischen Schwermetalle wie Blei, Cadmium oder Quecksilber enthalten hergestellt. Sie verhält sich auf Mülldeponien grundwasserneutral, ist in Müllverbrennungsanlagen schadlos zu entsorgen, ist voll recyclingfähig und deshalb umweltverträglich.

IMPRESSUM

Mediengesetzdaten: OFFENLEGUNG LT. § 25 MEDIENGESETZ

Verlegerin: 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 designaffine 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 Informationen erfolgt im Bemühen um größtmögliche Objektivität, schließt jedoch eine kritische Stellungnahme nicht aus.

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 Fößleitner, Michael Hofbauer, Christian Thomas, Barbara Weingartshofer

Geschäftsstelle: designaustria im designforum Wien, MQ, Museumsplatz 1, Hof 7, 1070 Wien, +43 (0)1 524 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), Fei Lang (Internship), Katharina Lorenz (Project Management), Heidi Resch (Project Management), Sibel Sermet (Web Management), Severin Steirer (Web Management)

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: antalis / Cyclus Offset PLUS, Cover: 250 g/m², Kern: 120 g/m² zur Verfügung gestellt von Antalis Austria GmbH, Businesspark Marximum, Modecenterstraße 17/Objekt 2, 1110 Wien, www.antalis.at

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.

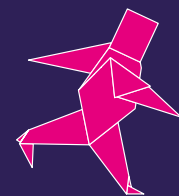
Mit Unterstützung von:  Bundesministerium Kunst, Kultur, öffentlicher Dienst und Sport



Ihr Partner für Papier, Verpackung & Nachhaltigkeit

Antalis hat ein umweltfreundliches Produktangebot entwickelt, das heute zu den breitesten auf dem Markt gehört und nicht nur für alle Arten von Druck- und Veredelungstechniken geeignet ist, sondern auch strenge Umweltauforderungen erfüllt. Neben dem Fokus auf Produkte mit starker Umweltleistung achtet Antalis auch auf die Umweltfreundlichkeit der gesamten Lieferkette. Antalis ist der erste Großhändler, der eine FSC®- und PEFC-Multi-Site-Zertifizierung erhielt, um uneingeschränkte Nachverfolgbarkeit und Transparenz der gesamten Lieferkette zu gewährleisten.

Sie wollen mehr Informationen zu nachhaltigen Produkten?
Schreiben Sie uns unter marketingAT@antalis.com



www.antalis.at

Papier ist wiederverwertbar und unterstützt eine nachhaltige Forstwirtschaft.
Papier ist weiterhin das meistgenutzte Kommunikationsmittel der Welt.

antalis 
Just ask Antalis

© ü!

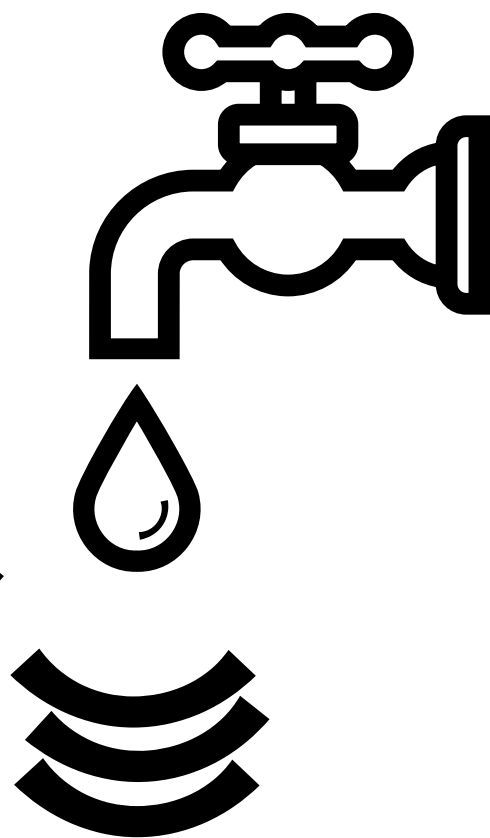
© ({})!

© _/?:?!*?

© *

©)))

©))))



Gender gut, alles gut?