designaustria®

AUSGABE
02 2023

mitteilungen

MAGAZIN VON UND ÜBER DESIGN

Zitat: Ferdinand Alexander Porsche, Design: Flora Leeb

INHALT

04 PRODUKTDESIGN

04 Neugierde ist mehrdimensional
06 Good Design must be honest
07 Produkt Design – Aktuelle Trends und Herausforderungen

09 DESIGNAUSTRIA–STUDIOPORTRÄT

09 Rolf Spectacles

12 DESIGNAUSTRIA – ACTIVITIES & SERVICES

12 Generalversammlung 2023
14 Unser neuer Vorstand
16 PaperPoint im designforum Wien
17 Fühlt sich gut an! – Bedruckstoffe von gugler* DruckSinn bei designaustria
18 Young ExpertsCluster Redesign Praktika
20 ExpertsCluster init_cd
21 »ÖSV« wird zu »Ski Austria«
21 Urheberrechts-Novelle 2021 – Teil III

23 IN GEDENKEN AN

23 Emanuela Delignon

24 ERFOLGE

24 100 beste Plakate Deutschland/Österreich/Schweiz
26 Der iF DESIGN AWARD 2023 ist entschieden
29 Best Book Design from all over the World 2023

30 RÜCKSCHAU

30 Designmonat Graz
32 The Chairman
32 Schräge Striche – Bilderbuchkunst aus Österreich

34 MEMBERS@WORK

34 Natascha Safarik | Tintenfuchs Kalligraphie
34 Bernd Tiefenbrunner | mind-id
35 Jenny Gebler | kunkori
35 Monika Prast | GRAFISCHES – Büro für grafische Gestaltung
36 Aleka Zichy | Atelier Zichy
36 Catarina Tost | Studio Nordlicht
37 Andrea Zapanta Scharf | Illustration
37 Beate & Celina von Harten | von Harten Textilatelier

38 AUSSTELLUNGEN UND VERANSTALTUNGEN

38 DesignDays – 50 jähriges Jubiläum Industrial Design Linz
38 Illustre Gesellschaft
39 Designgespräche auf Schloss Hollenegg
40 Schönste Bücher Österreichs x Tolerance Poster Show
40 James Dyson Award
41 Join the Design Intelligence Award

41 EMPFEHLUNGEN

41 Wien-Geschichten
41 Teaching Graphic Design
42 Edition Emil – Der springende Punkt

42

42 Papiersponsor
42 Impressum

Liebe Leser·innen!

Leben und Lebendigkeit brauchen eine gute Mischung aus Verändern und Bewahren. Nicht nur in der Welt, in der Digitalisierung, im Produktdesign oder bei den zahlreichen Berufsbildern innerhalb der Designbranche, sondern auch bei *designaustria* gibt es Veränderung: Ein neuer Vorstand wurde von euch gewählt. Wir freuen uns über den frischen Wind, der über den Boden von 95+ Jahren designaustria wehen und in den kommenden Jahren die Entwicklungen begleiten und beeinflussen wird. An dieser Stelle auch ein herzliches Danke an unseren »alten« Vorstand für das Engagement und die Bereitschaft, sich für Designschaffende in Österreich einzusetzen.

Im beigelegten Tätigkeitsbericht könnt ihr die Fülle an Aktivitäten (nach)lesen! Wir freuen uns auch über die jüngste Publikation »Frauen zählen«, die zur Reflexion und Veränderung der Geschlechtergerechtigkeit im Kontext Design einlädt.

Über eure Rückmeldungen und Impulse freuen wir uns:
redaktion@designaustria.at

Mögen die Balance und die Spannung zwischen Neuem und Vertrautem eurer Kreativität Nährboden sein!

Katharina und Marie-Theres im Namen des Redaktionsteams

↓ iF-Jury bei der Begutachtung der Einreichungen, Details S. 26–28

© iF International Forum Design

© Sara Sára

Liebe Kolleg·innen,

das Schaffen und der Erfolg von Menschen sind eng mit ihrem sozialen Umfeld verbunden, da sie von diesem maßgebend beeinflusst werden. Auch Genies sind in ihrem Schaffen und ihren Errungenschaften stark von der Gruppe und der Gesellschaft geprägt, in denen sie leben. Im Design ist Kollaboration eine wichtige Grundlage für die Arbeitsweise und wird nicht von einzelnen Genies dominiert. Inter-, transdisziplinäre, interkulturelle und hierarchieübergreifende Teams sind eine Selbstverständlichkeit und werden als Bereicherung und Erfolgsfaktor in Designprozessen gesehen. Design ist eine postheroische Praxis. Ich freue mich auf die Vorstandstätigkeiten und auf viele Kollaborationen.

Sigrid Bürstmayr
Vorstandsmitglied von designaustria

Für euch beigelegt haben wir diesmal:
- designaustria-Programm Juli – Dezember 2023
- Original vs. Plagiat
- Frauen zählen
- Schriften österreichischer Designer·innen
- Einladung Design Days

Follow us on and

NEUGIERDE IST MEHRDIMENSIONAL

↑ Firmengründer Gerald Kiska

Gerald Kiska über die Zukunft des Produktdesigns, perfekte Zusammenarbeit und die Herausforderungen künftiger Gestalter·innen

Wohin entwickelt sich Produktdesign – oder vielmehr: Gibt es reines Produktdesign überhaupt noch?
Es gibt kaum noch ein Produkt, das nicht interagiert, sei es per App oder direkt mit seinen Nutzer·innen. User-Experience nehmen wir sehr ernst, sie hat sich über die letzten Jahrzehnte entwickelt und ist schließlich nahtlos ins Produktdesign eingeflossen. Folglich verbinden unsere Teams Spezialist·innen unterschiedlichster Provenienz für das optimale Produkterlebnis.

Was sind augenblicklich die größten Herausforderungen für Designteams?
Dazu muss zwischen Herausforderungen im eigenen Kontrollfeld und denjenigen, die von außen vorgegeben werden, unterschieden werden. Design wird immer komplexer. Einer unserer Kernwerte ist Neugier. Das sollte nichts Eindimensionales sein, Neugier reicht in jede Richtung und ist eine Herausforderung. Es geht darum, Neues zu erlernen, besonders darum, andere Sichtweisen kennenzulernen. Schon im Entwurfsprozess geben wir daher Raum für andere Meinungen, Herangehensweisen und Sichtweisen. Neugierde ist mehrdimensional. Sie stellt eine Bereicherung für unsere Teams dar, die immer aus mehreren Personen bestehen und ständig wechseln. Es gibt keine Standardbesetzung, Teams arbeiten immer aufgabenspezifisch. Das macht ja auch den Reiz aus, sich mit anderen auseinanderzusetzen. Menschen, die stark eingespielt sind und einander lange kennen, tun einander vielleicht nicht mehr weh.

Gutes Design braucht also Reibung?
Auf jeden Fall. Es geht um eine Challenge. Und Austausch mit den Auftraggeber·innen: Wie groß ist der Mut auf Auftraggeber·innenseite, die selbstgesteckten Grenzen zu vergessen und den sicheren Pfad zu verlassen? Wie groß ist die Fähigkeit, über das gelernte Verhalten und erlernte Korridore hinauszugehen? Teilen sie unsere Neugier oder müssen wir Überzeugungsarbeit leisten? Gibt es ein spezielles Know-how, das wir uns aneignen müssen, um uns wirklich auf Augenhöhe über das gemeinsame Thema zu unterhalten? Das sind Themen, die wir immer im Blick haben müssen. Auch Unternehmen haben einen Tipping-Point, das Gefühl, es gibt mehr zu verlieren als zu gewinnen. Unter solchen Rahmenbedingungen wird Innovation schwierig.

Daher loten Sie gemeinsam mit den Auftraggeber·innen die jeweiligen Umschlagpunkte aus, um zu wirklich innovativen Lösungen für die Zukunft zu gelangen?
Innovation bedingt immer eine Art »Angreifermentalität«, keine Verteidigungsposition. Dabei ist Design das entscheidende Element, um Lust auf Neues zu wecken und zu sagen: Diesen Themen müssen wir uns stellen. Wir müssen Alternativen aufzeigen und vor allem eine Argumentation aufbauen. Das gelingt uns, indem wir im Vorfeld gemeinsam mit Auftraggeber·innen die Beurteilungsparameter abstecken und besprechen, wie der Beurteilungsprozess aussieht. Erst dann können wir sicher sein, dass wir als Designer·innen die richtige Entscheidung für ein Design fällen.

Vermissen Sie manchmal die alten Tage, als es in erster Linie um analoge Produkte ging?
Naja, so leicht haben wir uns die Aufgabe nie gemacht, weil wir immer schon davon ausgingen, dass Produkte Markenkommunikatoren sind. Insofern ging es nie um Solitäre, sondern sie standen immer im Kontext – also mit dem Blick nicht nur auf Benutzer·innen, sondern auch auf Absender·innen, was damals noch nicht Standard war. Der Wurm muss schließlich dem Fisch schmecken und nicht den Angler·innen. Was also brauchen Konsument·innen? Und welche Erwartungshaltung haben sie? Und wie entstehen starke Marken? Design ist in letzter Konsequenz natürlich ein Weg, etwas in Menschen zum Schwingen zu bringen. Aber reine Emotion können wir uns in Zeiten von Nachhaltigkeit und digitaler Disruption nicht erlauben. Es geht um eine neue Denkkultur durch Design.

GERALD KISKA
Gründer von KISKA
office@kiska.com
kiska.com
Standorte in Salzburg, Deutschland, China und Amerika

↓ Eingangsbereich bei KISKA HQ in Anif-Salzburg

↓ Zusammenarbeit von KISKA und Adidas

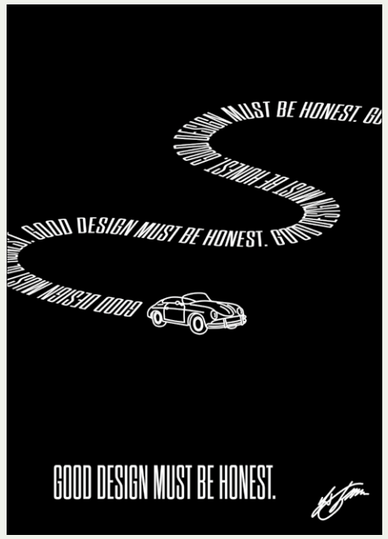
↑ Engineering-Modell des Husqvarna E-Bikes MC6

↑ Sunbeam-Yachts arbeitete mit KISKA an der SUNBEAM 32.1

Die Anforderungen steigen. Produkte und Dienstleistungen werden komplexer. Andererseits gibt es neue Werkzeuge, etwa künstliche Intelligenz.
Wir werden uns diesen Technologien nicht widersetzen können, sondern müssen uns möglichst frühzeitig damit auseinandersetzen. Designer·innen werden zu Design-Direktor·innen, die nicht immer alles selbst entwerfen müssen, sondern große Richtungen vorgeben. Sie werden aus einer Unzahl von Möglichkeiten und Varianten die richtigen Entscheidungen und Ableitungen treffen müssen. Es beginnt also mit einem ausführlichen Briefing, der entsprechenden Beurteilung und schließlich der richtigen Argumentation. Darin liegt eine künftige Herausforderung für Designer·innen, sich argumentativ wesentlich besser vorzubereiten als in der Vergangenheit. Darüber hinaus müssen wir das Kund·innenerlebnis ganzheitlich betrachten: von der Erfassung von Informationen über die Untersuchung relevanter Auslöser bis hin zur optimalen Nutzung.

Wie wird die Arbeit der Produktdesigner·innen in Zukunft aussehen, womit werden sie es zu tun haben – mit Blick auf eine globalisierte Welt und europäische Werte?
Wir leben in einer gestalteten Welt. Alles um uns herum ist gestaltet – oder doch zumindest zu 90 Prozent. Da muss sich Europa schon ins Zeug legen, denn ohne Wertschöpfung in der Produktion wird es auch keine Wertschöpfung in der Produktentwicklung und damit in der Produktgestaltung geben. China beispielsweise ist das Zentrum der Elektromobilität. Dort sehen sie Krisen zugleich als Chancen. Und so sollten wir es auch sehen, weil jede Konstellation ganz spezifische Möglichkeiten und Chancen für Designer·innen hervorbringt, die sich nicht davor scheuen, sich mit Marken, Menschen und Technologien auseinanderzusetzen und ihre Ideen argumentativ nach vorne zu bringen. Darin sehe ich die Chance künftiger Gestalter·innen, nicht in Fragen, wie sie zu künstlicher Intelligenz stehen oder welche Werkzeuge sie einsetzen.

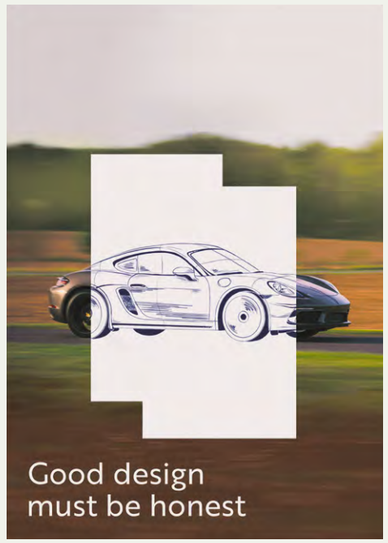
Würden Sie heute nochmals *KISKA* gründen? Was würden Sie anders machen?
Ach, es ist immer die Gretchenfrage. Wir mussten dreimal Anlauf nehmen, um die magische Hürde von 100 Mitarbeiter·innen zu nehmen. So gesehen hätte ich mir einige Umwege ersparen können. Aber ich möchte diese Erfahrungen gar nicht missen, weil sie zu Erkenntnissen führten, die ich sonst nicht gehabt hätte. Eines ist sicher in einer Welt der Umbrüche und Unsicherheiten: 2023 ist kein schlechtes Jahr für eine Design-Unternehmensgründung und kein schlechtes Jahr für Design. Denn wir brauchen in Zukunft viel mehr davon, wollen wir die großen Herausforderungen meistern.



↑ Christina Blantz

↑ Nina Leonhartsberger

↑ Nadine Grininger



↑ Hannah Ganglberger

↑ Sabine Kornhuber

↑ Elisa Socher

»GOOD DESIGN MUST BE HONEST«
DIE HTL1 FÜR BAU UND DESIGN IN LINZ UND DAS COVER

Wenn es in der Schule um reale Projekte geht, die wirklich gedruckt und von vielen Menschen gesehen werden, dann ist die Motivation gleich viel größer als bei reinen Übungsaufgaben. Wir, die 3GB der *HTL1 für Bau und Design in Linz*/Abteilung für Kommunikationsdesign, haben uns also der Herausforderung gestellt, das Cover dieses Magazins mit dem Zitat »Good design must be honest« von *Ferdinand Alexander Porsche*, einem der bedeutendsten Autokonstrukteure, zu designen.

Die Schüler·innen tauchten in den Diskurs rund um die folgenden Fragen ein: Was ist gutes Design? Wie kann ich meine Meinung visuell darstellen? Was genau ist Kommunikationsdesign?

Aus allen Arbeiten wählten die Schüler·innen ihre fünf favorisierten Entwürfe. Die Redaktion hatte bei allen 26 übermittelten Gestaltungsideen der Klasse 3GB zwei Favoriten, daraus wurde das Cover der aktuellen Ausgabe ausgewählt.

Wir haben uns für das Design von *Flora Leeb* entschieden, da es das Zitat von Ferdinand Porsche in unterschiedlichen Tonalitäten sowohl hinterfragt (good design must be honest?) als auch plakativ als Anspruch voranstellt (good design must be honest!) – Good Design stellt sich davor, dahinter und bewegt sich in den Zwischenräumen unserer Ansprüche und Fragen um Authentizität und Ehrlichkeit im kreativen Designprozess.

↑ Flora Leeb

»GOOD DESIGN MUST BE HONEST«

Class 3GB of the Linz Construction and Design Polytechnic's department of communication design was commissioned to create the cover of this magazine based on a quote by Ferdinand Porsche, one of history's most important carmakers, who said that »good design must be honest.« The students discussed a number of questions: What is good design? How can I depict my opinion visually? What exactly is communication design? The editors chose Flora Leeb's design among a number of submissions.

DESIGN – AKTUELLE TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN

ZWISCHEN DISRUPTIVEM LUXUS, INKLUSIVER GEMEINSCHAFT, KÜNSTLICHER INTELLIGENZ UND PERSONALISIERTEM HAUSVERSTAND

Text: **Florian Nimmervoll**

Die Spielwiese industrieller Produktgestaltung sieht heute zwar völlig anders aus als noch vor zehn Jahren, manche Dinge ändern sich jedoch nicht so schnell. Sag ich mal so.

Herausragende Funktion und eine klare Erscheinung fallen meist nicht negativ auf.
Design ist immer noch auf der Suche nach Botschaft, nach Identität und letztendlich nach Verbesserung. So ist er, der Wandel, ein ewiges Für und Wider. Design macht Dinge zugänglich und fördert das Gemeinsame. Design grenzt ab und privilegiert. Auch »gute« Produkte verbrauchen Ressourcen, bringen aber einen Mehrwert. Doch was macht das wirklich Gute aus? Wie entsteht dieser Hauch an Genialität? Etwa die pointierte Botschaft hinter ein paar einfachen Strichen Illustration. Die klare Stringenz, die ein Corporate Design auf allen Ebenen durchzieht und bestimmte Marken immer wieder ins Gedächtnis ruft. Oder die ausgewogenen Proportionen und die unerwartete Linienführung, die einem Produkt schlichte Eleganz verleihen? →

Trend 1: Künstliche Intelligenz (KI) – no na!
Keine Frage, für vieles im Tagesgeschäft wird ein wohl gewähltes KI-Resultat in Zukunft ausreichend sein. In Illustration, Grafik, Corporate Design und auch dreidimensional im Produktdesign. Aber das ist langweilig!

Jedoch kann KI auch dem eigenen gestalterischen Denken den notwendigen Zündstoff liefern. Es gibt viele Arten von Ideen. Besonders spannend sind jene, welche sich aus glücklichen Zufällen gepaart mit offengeistigem Hirn ergeben. Bleiben wir locker – so passiert Serendipität. So passieren diese glücklichen Entdeckungen aus Neugierde, Offenheit und Zufall. Das passiert in der Wissenschaft, das passiert in der Produktentwicklung, das passiert im Design. KI zwingt einem diese gewissen Zufälle förmlich auf, sofern man die passenden Fragen stellt.

Oder anders gefragt: Was haben wir mit der künstlichen Intelligenz im Schaffensprozess gemeinsam? Wir bedienen uns bestehender pauschaler Muster, Schemen, Anordnungen oder auch Klischees, sonst wird es uns ohnehin gleich zu viel. Und wir lassen die Einflüsse in uns wirken, rekombinieren und mutieren sie. Das kann KI auch, und so wird sie zu einem allgegenwärtigen Sparringspartner.

Trend 2: Framing – der personalisierte Trend!
Fertigungsstraßen werden immer flexibler, Losgrößen sind verhandelbar. Material, Farbe, Produktgrafik definieren, Produktfeatures auswählen oder einfach Möbellayouts in Mixed Reality anpassen – Konfigurieren gehört zum Kauferlebnis und passiert im Rahmen der vordefinierten Erlebniswelt einer Marke. Noch immer liefern starke Marken einen garantierten Rahmen des qualitativen Gebrauchs. Dabei sind Nutzbarkeit, Erweiterbarkeit, Schnittstellen zu anderen Plattformen und eine gestalterische Linie wichtige Attribute, die den Rahmen der Produktindividualisierung darlegen.

Trend 3: Jobs-to-be-done?
Kauft man noch eine Kamera oder kauft man die Fähigkeit, tolle Fotos zu machen? Oder kauft man das Erlebnis, von anderen als tolle·r Fotograf·in wahrgenommen zu werden?

Unsere Designwelt ist durchzogen von Minimalismus und spielerischen Interaktionen. Denn Digitalisierung ist allgegenwärtig, fast schon eine Prämisse für ein zukunftsweisendes industrielles Produkt. Natürlich sprechen auch Artefakte Menschen auf emotionaler Ebene an. Das fängt plakativ beim aggressiven Auto an und endet abends auf der freundlichen Couchlandschaft. Wenn nun Charakter und Intelligenz mit ins Spiel genommen werden, wird es hochspannend. Intelligenz lässt sich äußerlich oft nur vermuten und zeigt sich am Produkt, etwa durch die Ermächtigung der Nutzer·innen komplexe System intuitiv respektive souverän zu bedienen. So könnten wir sagen, intelligente Multifunktionalität eröffnet die wesentliche Anwendung und lässt Nebensächlichkeiten im Hintergrund. Das könnte von Charakter zeugen.

Klar, umweltfreundlichere Materialien und Prozesse zu verwenden, die auf lange Sicht weniger Ressourcen verbrauchen, das ist ein Ziel. Doch welche Produkte benötigen wir tatsächlich? Welche Jobs-to-be-done sind wesentlich für eine glorreiche Zukunft?

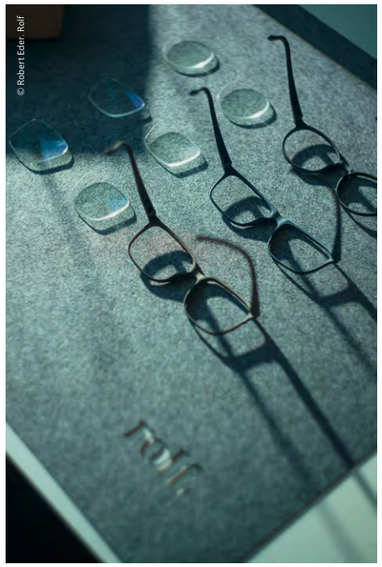
Design erzeugt, zugegeben nicht besonders vorhersagbar, Trends. Emotionen und Begierde schaffen mitunter Bewusstsein und lassen manchen Menschen nachdenken – über Modelle der Kreislaufwirtschaft, über das »Ich« und das »Wir«, über sich wandelnde Lebensstile, schlussendlich über Ziele im Leben. Erfahren, erkennen, erklären – so werden wir älter.

CURRENT TRENDS AND CHALLENGES IN DESIGN

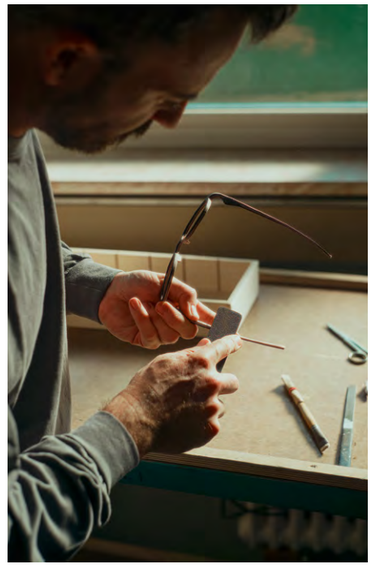
The playing field of industrial product design may look completely different from what it looked like ten years ago, but some things don't change quite so fast.
Design is still out looking for a message, an identity, and eventually improvement. Our design-verse is full of minimalism and playful interactions. Digital transformation is everywhere, almost a requirement for a future-oriented industrial product. Of course, artefacts do, too, speak to people on an emotional level. Take the aggressive car and the friendly landscaped interior. Now add character and intelligence and things get interesting. Intelligence is something we can only assume exists from the outside; it shows in the product, for example, by empowering users to master complex systems by intuition. One could say smart multi-functionality makes for the most essential use; this could be a sign of character. Design generates trends, albeit not particularly predictable ones. Emotion and craving sometimes create consciousness and make people think – about circular economies, about the I and the We, about changing lifestyles and eventually also about lifegoals.

ROLF BRILLEN

DIE ROLF-FAMILIE. EIN DREIGESPANN AUS DER NATUR: HOLZ. STEIN. BOHNE.



↑ Unterschiedliche Formen der Bohnenbrille



↑ Produktion einer Holzbrille

↑ Steinbrille

Rolf steht für Qualität und Innovation jenseits des Öko-Hypes. Wir produzieren hochwertige Brillen aus pflanzlichen Materialien. Auf dem Planeten Rolf entstehen Brillen, die besser aussehen. Brillen, die innovativer sind und Persönlichkeiten unterstreichen.

Die Natur lieferte die Vorlage. In Materialien, die fein und stark zugleich sind. In Rohstoffen, die lange halten und dennoch flexibel bleiben. Am Anfang standen eine umgebaute Melkmaschine und eine Brille aus Holz, quasi der Großvater vom Stein und von der Bohne. Nachdem wir Holz gebändigt hatten, wagten wir uns ans Gestein. Nicht das erste Mal erklärte man uns für nicht ganz dicht. Nicht das erste Mal bewiesen wir, dass es doch geht. Willst du, kannst du. Verrückt hin oder her. Das Ergebnis: eine Brille mit individueller Textur und seltsamer Biegsamkeit. Rauer Stein in seiner weichsten Form. Der Form einer Brille. Aus Schiefer, sanft herausgearbeitet von echten Steinbändigern. Aus hart mach zart. Der jüngste Spross der Rolf-Familie besteht aus Bohnen. Ganz was anderes, aber mindestens so neu wie einst Holz und Stein. Die Bohne wächst am Wunderbaum: superschnell, haushoch und mit wenig Wasser. Genial nachhaltig also.

Etabliertes und manchmal sogar die gesamte Branche zu überdenken, liegt in unserer DNA. Als Upcycling noch nicht im Duden stand, bauten wir die ersten Rolf-Brillen auf einer umgebauten Melkmaschine. Diese steht heute noch bei uns.

Die Natur und ihr Schutz waren Rolf schon immer wichtig. So wichtig, dass Regionalität und Nachhaltigkeit von Anfang an ganz oben standen. Nachhaltig ist eine Brille erst, wenn sie nicht nur umweltschonend produziert wird, sondern auch lange hält. Und das tut sie.

Eine Brille von Rolf ist mehr als ein Augenglas. Sie ist Begleiterin im Alltag. Verlässlich. Robust. Schlicht, aber mit Ausdruck. Ein Statement. Und eine Investition in die Zukunft unseres Planeten.

Design beginnt im Bauch. Geht durch den Kopf. Berührt das Herz. Im Mittelpunkt steht die Ästhetik. Und die Technik. Die Technologie und die Produktion. Aus kompliziert wird einfach. Aus der Maschine. In die Hand. Auf die Nase. Die Essenz: das Understatement. Für ein Design, das funktioniert. Und deshalb besonders ist. Und trotzdem wunderschön. →

rolf.

ROLF.PRODUKTIONS GMBH
Mühlbachweg 6
6671 Weißenbach
rolf-spectacles.com

↑ Fertigung einer Holzbrille

Und funktional. Vor allem aber innovativ. Gepackt mit Know-how. Und dabei einfach natürlich. Woran erkennt man eine Brille von Rolf? Jedenfalls nicht an einem auffälligen Logo an den Bügeln! Die Marke steht für Understatement. Die harmonische und ausgeglichene Formensprache der Fassungen ist ein wichtiges Charakteristikum unserer Design-DNA. Besonders ist unser Design, weil wir nicht nur behaupten, dass es funktioniert – es funktioniert! Funktionales Design kann durchaus schön sein, siehe unsere Brillen! Vor allem aber steckt sehr viel technisch-innovatives Know-how in den Fassungen.

Kollektion Substance aus Bohnen.
Für unsere Kollektion Substance verwenden wir dieschnell wachsende Rizinusbohne. Die Basis der Bohnenbrille ist ein Pulver. Einer Bohne, der man beim Wachsen zusehen kann. Die nur wenig Wasser braucht, um zu wachsen. Und die unseren Nutz- und Nahrungspflanzen keine Konkurrenz macht. Eine feine Bohne! Dachten wir uns und begannen, aus der Bohne in Pulverform Brillen zu drucken. In 3D, versteht sich. Dazu das Flexlock-Gelenk. Ein patentiertes Scharnier mit einem O-Ring, der alles zusammenhält. Und schnell ausgetauscht ist. Bohnenpulver und Flexlock-Gelenk ergeben eine Brille, die anders ist. So leicht. So robust. Und liegt so angenehm auf der Nase. Fast, als wäre sie nicht da. Ein Leichtgewicht, das mit Stärke punktet. Langlebig. Strapazierbar. Und damit in jeder Hinsicht nachhaltig. Eine Brille, die zu einem Symbol wird. Für unsere Idee von Ästhetik, Funktionalität und Nachhaltigkeit. Von der Essenz von Rolf.

Staatspreis Design 2022 für die Bohnenbrille
Die Brillen stehen ganz im Zeichen von Pflanzenkraft. Basis der neuen 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 deswegen ohne Schrauben und Metallteile aus. Neben der hohen Funktionalität und der ausgewogenen Formensprache profitieren Brillenträger·innen auch von der Flexibilität, Natürlichkeit und Hautverträglichkeit der Brillenfassungen auf Pflanzenbasis.

Jurybegründung: Die generische Formensprache der RolfBrille wird durch die feingliedrigen Scharniere nicht abgebogen, sondern verstärkt: funktional, detailbewusst, ausgewogen, dezent. Und alles für die Circular Economy, die vom Anbau der Pflanze bis zur Nutzung des Materials reicht. Entwickelt man ein Produkt mit dem Gedanken, es stetig weiterzuentwickeln, hat man es schon vollendet, weil es keinen Endpunkt gibt. Die RolfBrille ermöglicht einen nachhaltigen, umweltfreundlichen Blick in die Zukunft.
Design: Johannes Wacker, Bernhard Wolf, Roland Wolf
Auftraggeberin & Herstellerin: ROLF – Roland Wolf GmbH, rolf-spectacles.com

Die Rolf-Werte.
1: Unser Planet.
Ein wesentlicher Teil unserer Philosophie ist es, einen besseren Planeten zu hinterlassen als den, den wir vorfanden.

2: Neu denken.
Etabliertes zu überdenken, liegt in unserer DNA. Manchmal überdenken wir sogar unsere ganze Branche.

3: Pflanzlich.
Der Öko-Hype juckt uns nicht. Wir produzieren hochwertige Brillen aus nachwachsenden Rohstoffen.

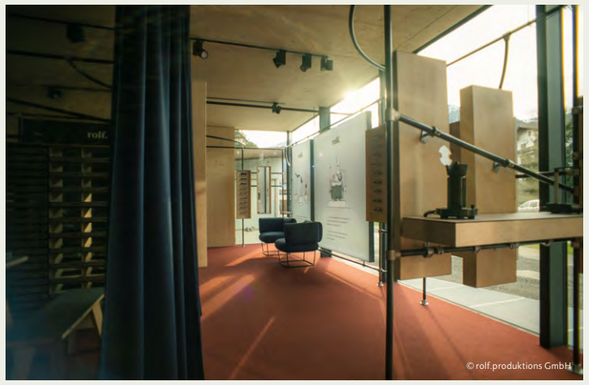
4: Nachhaltig.
Nachhaltig heißt hochwertig. Hochwertig heißt langlebig. Langlebig heißt nachhaltig. So schließt sich der Kreis.

Neuer Markenauftritt
Rolf hat gemeinsam mit der Innsbrucker Agentur *Rabensteiner* einen erfolgreichen Rebrandingprozess durchlaufen und präsentiert sich nun mit neuem Markenauftritt. Die Gestaltung reflektiert digital und analog die Natürlichkeit, den nachhaltigen Ansatz und den einzigartigen Charakter der Marke Rolf. Die Image-Kampagne der Firma Rolf wurde vom Fotografen *Robert Eder* aus Berwang umgesetzt. Der Einsatz spezieller Vintage-Objektive mit einem besonderen Charakter und das bewusste Vermeiden von künstlichem Licht geben den Bildern eine spezielle und natürliche Ästhetik.

↓ Leicht, robust und nachhaltig – eine Brille aus Bohnen

ROLF SPECTACLES – A TROIKA FROM NATURE

Rolf stands for quality and innovation beyond the eco-hype. It is part of our DNA to question what is established, sometimes even the entire industry. We produce high-quality glasses from herbal materials. We made our first glasses out of wood, then we ventured on rock. It was not the first time we were told we were crazy. The result were weirdly flexible glasses with a distinct texture. Rough stone in its softest shape: the shape of a pair of glasses. The latest addition to the Rolf family is made of beans and even had a guest appearance on children's television. It's yet completely different, but at least as new as wood and rock were at the time. The bean grows on the castor oil plant, which is superfast, supertall, and supersustainable in that it doesn't need a lot of water. A pair of glasses is only sustainable if it is not only produced in an eco-friendly manner but also durable. We received the Austrian State Prize for Design in 2022 for the bean glasses.
How does one recognise Rolf spectacles, seeing as the brand stands for understatement? The harmonious use of forms in our frames is a crucial feature of our design DNA. Functional design may well look nice, but most importantly, there is a lot of technical innovation and know-how in our frames.



Flagshipstores
In den beiden Flagshipstores der Firma Rolf in Wien und Reutte werden Brillenfassungen aus Naturmaterialien aus eigener Produktion angeboten.

Rolf Shop Wien
Franziskanerplatz 3
1010 Wien

Rolf Shop Reutte
Lindenstraße 3
6600 Reutte

© Valerie Eccli

ACTIVITIES & SERVICES

GENERALVERSAMMLUNG 2023

we design austria

Am Freitag, dem *14. April 2023* fand nach Pandemie der vergangenen Jahre die Generalversammlung mit mehr als 60 Kolleg·innen wieder vor Ort statt. Vertreter·innen des Teams, der Geschäftsführer sowie Vorstandskolleg·innen waren ebenso im *designforum Wien* anwesend wie auch weitere Kolleg·innen vor ihren Bildschirmen, zumal die Veranstaltung auch gestreamt wurde.

Auf die Begrüßung durch *Martin Fößleitner*, Sprecher des Vorstands, folgte der Tätigkeitsbericht von Geschäftsführer *Severin Filek*. Es wurde betont, dass *designaustria* neben seiner Funktion als Berufsvertretung und Serviceorganisation für die Designschaffenden die Interessen der gesamten Designbranche unter dem Gesichtspunkt vertritt, dass Design als essenzieller Wirtschafts- und Wettbewerbsfaktor zu werten ist. Dies dokumentierten die zahlreichen Erhebungen und Studien, die im Berichtszeitraum vorgenommen wurden – die letzte davon »Frauen zählen« wurde kurz durch die Initiatorin *Barbara Weingartshofer* – herzlichen Dank dafür – präsentiert.

Gemäß den drei Säulen der Organisation, designaustria als Verein, der designaustria service gmbh und dem designforum, wurden die Ziele laut Konstitution weiter vorangetrieben: Professionalisierung und Wissen, Designbewusstsein und Präsenz sowie die Kommunikation darüber. In diesem Sinn konnte in den vergangenen Jahren trotz Corona einiges bewirkt werden, wie der ausführliche Tätigkeitsbericht für den Zeitraum 2020–2023 unter Beweis stellt: Publikationsreihen wurden fortgeführt und erweitert, Wettbewerbe wie der Joseph Binder Award und Staatspreis Design sowie die beiden EU-Projekte fibrEUse (2017–2021) und DigiPrime (2020–2024) durchgeführt, Kooperationen ausgebaut und Ausstellungen organisiert. Auch im Bereich Öffentlichkeitsarbeit konnte erneut ein Zuwachs an Follower·innen und Likes im Bereich Social Media vorgelegt werden, allen voran der Relaunch der Website samt Einrichtung eines Webshops. Dem Team, allen acht Mitarbeiter·innen sowie den zahlreichen engagierten Kolleg·innen und der nach wie vor wachsenden Zahl von Mitgliedern (aktuell: 1.368) wurde ein spezieller Dank ausgesprochen. Ein besonderes Danke und Anerkennung gilt an dieser Stelle unserer langjährigen, topprofessionellen Mitarbeiterin *Heidi Resch*, die uns mit 30. April 2023 zu unser aller Bedauern verlassen hat.

Im Anschluss an den Tätigkeitsbericht wurde seitens des Geschäftsführers der Kassen- und Finanzbericht per 31. Dezember 2020, 2021 bzw. 2022 vorgetragen. An die Rekordergebnisse aus den Jahren 2016 und 2017 konnte wieder angeschlossen werden – die Jahre 2021 und 2022 übertrafen mit einem Gesamtumsatz von EUR 900.561,61 bzw. EUR 974.057,97 alle Jahre davor. Der Geschäftsführer konnte somit über die erfolgreiche Entwicklung der neben dem Verein aktiven designaustria service gmbh, die 2015 aus steuerrechtlichen und betriebswirtschaftlichen Gründen ins Leben gerufen wurde, berichten.
Im Jahr 2021 wurde der höchste jemals erzielte Eingang an Mitgliedsbeiträgen, im Jahr 2022 jener an eingegangenen Förderungen (EU-Projekte) und Subventionen in einer Höhe von insgesamt EUR 604.485,52 verzeichnet. Das Gesamtergebnis nach Steuern wies im Verein bei einer im Jahr 2022 unversteuerten dotierten Rücklage von EUR 100.000,00 einen Jahresüberschuss EUR 949,98 (2021) bzw. EUR 10.686,18 (2022) auf. In Wahrnehmung der kaufmännischen Sorgfalt und in Anbetracht der Tatsachen, dass seit 13 Jahren keine Beitragsanpassung erfolgte und das Jahr 2022 mit 8,6 % eine äußerst hohe Inflation aufwies, wurden bei einer Enthaltung die Jahresbeiträge im Basistarif um EUR 20,00 (und in den anderen Kategorien aliquot) angehoben.
Exakte Zahlen, Aufstellungen und Statistiken werden wie gewohnt im Detail im Tätigkeitsbericht veröffentlicht. Da die widmungsgemäße Verwendung der zur Verfügung stehenden Mittel nachgewiesen werden konnte und keinerlei Beanstandungen durch Kassenprüferin *Irene Persché* und Kassenprüfer *Clemens Heider* vorlagen, wurden Tätigkeits- und Kassenbericht einstimmig angenommen und wurde die Entlastung des Vorstands beschlossen. Beide Prüfer·innen erklärten ihre Bereitschaft, ihre Funktion auch in der neuen Periode weiterzuführen, und wurden darin sowie in der Rolle des Schiedsgerichts einstimmig bestätigt. Ebenfalls einstimmig wurden Anträge zur Ergänzung der Konstitution bzw. der »Allgemeinen Auftragsbedingungen DA« angenommen.
Severin Filek präsentierte den Antrag auf Ehrenpräsidentschaft für unseren Vorsitzenden der Jahre 1999–2004, *Mag. Barry Hewson* (*1945), der die *New Design University* ins Leben rief und während seiner Amtszeit die Streitbeilegung mit der *Wirtschaftskammer Österreich* erreichte. Dieser sowie weitere fünf Anträge um Ehrenmitgliedschaft wurden einstimmig angenommen. Es sind dies: *Emanuela Delignon* (1930–2023), postum an *Johanna (»Hansi«) Lehner-Rosner* (1903–1993), die bereits 1929 als erste Frau auch Funktionärin in unserer Vorgängerorganisation *BÖG* war, sowie *Frizzi Weidner* (1937–1995) und die beiden *AGI*-Mitglieder *Walter Bohatsch* (*1949) und *Reinhard Gassner* (*1959), letzterer auch Mitentwickler der Lehrpläne der *FH Vorarlberg*.

Als Vorstandskandidat·innen gingen *Sigrid Bürstmayr*, *Thomas Feichtner*, *David Jablonski*, *Bettina Steindl* und *Alice Stori Liechtenstein* aus der Online-Vorwahl mit den meisten Stimmen hervor. Diese wurden mit ihren Vorhaben und Tätigkeitsbereichen vorgestellt und einstimmig für die Periode 2023 bis 2026 gewählt.
Als nächste Schritte wurden das Vorantreiben eines digitalen Designarchivs und Datenbankarbeiten mit laufenden Erhebungen erwähnt.

2023 GENERAL ASSEMBLY

Friday, April 14th, 2023 saw designaustria's first in-person general assembly after the pandemic with about 60 colleagues attending. In their speeches, Martin Fößleitner and Severin Filek stressed how designaustria, in addition to it's functions as trade association and service organisation, represents the interests of the entire design industry under the aspect that design is an essential economic factor. The following goals according to our constitution were pushed by all three pillars, the designaustria association, designaustria service gmbh, and designforum: professionalisation/knowledge, design awareness/presence, and communication. A lot was achieved in the past years in spite of covid, as evidenced by the activity report for the 2020–2023 period (which is included in this magazine for members). Sigrid Bürstmayr, Thomas Feichtner, David Jablonski, Bettina Steindl, and Alice Stori Liechtenstein, who had gathered the most votes in the preliminary online election, were presented with their plans and areas of activity and unanimously elected for the period 2023 through 2026. The creation of a digital design archive and database work in connection with current surveys were mentioned as next steps.

UNSER NEUER VORSTAND

we design austria

↑ Unser neuer designaustria-Vorstand: David Jablonski, Sigrid Bürstmeyer, Thomas Feichtner, Bettina Steindl und Alice Liechtenstein

Alice Liechtenstein
Kuratorin mit Schwerpunkt auf zeitgenössischem Design. Im Jahr 2015 hat sie das *Schloss Hollenegg for Design* in der Steiermark gegründet und leitet seitdem das internationale Programm zur Förderung der Designkultur in Österreich.

»Ich bezeichne mich als Designaktivistin: Die Vermittlung von Design und die Vernetzung der Designszene national und international sind Schwerpunkte in meiner Arbeit. Diese Kompetenzen möchte ich in Zukunft für designaustria und alle Mitglieder zur Verfügung stellen.
Eine gut informierte und stärker vernetzte Gemeinschaft der österreichischen Designer·innen, eine starke Vertretung der österreichischen Designszene auf der internationalen Bühne und neue Kooperationen mit verwandten Institutionen national und international sind mir wichtig.«

Thomas Feichtner
Selbstständiger Produktdesigner in Wien und Leiter des Instituts Industrial Design an der *FH JOANNEUM* in Graz. Aufgrund dieser beiden Funktionen möchte er im Vorstand sowohl die Perspektive der freischaffenden Designer·innen als auch die der Designausbildungen einnehmen.

»Ich möchte eine aktive Rolle in der Weiterentwicklung von designaustria übernehmen und mich in inhaltliche und strukturelle Entscheidungen im Sinne der Mitglieder einbringen. Ich möchte einen Beitrag leisten, designaustria als souveräne Vertretung aller Designer·innen und als erste Anlaufstelle für Design in Österreich zu stärken.
Es ist mir ein besonderes Anliegen, designaustria zukunftsfitter, attraktiver, agiler und vor allem transparenter zu machen. Gerade eine Designorganisation und Interessenvertretung soll einen offenen Designdiskurs über unseren gesellschaftlichen und strukturellen Wandel im Sinne unserer Mitglieder anregen. Ich verstehe designaustria als zentrale Anlaufstelle für Designer·innen mit einem unmittelbaren Mehrwert für jedes Mitglied.«

David Jablonski
Selbstständiger Designer und Programmierer in Wien. Mitglied *Young ExpertsCluster* und Mitgründer von *Klimadashboard.at*, Organisator von Events wie *RAMS Filmpremiere* im *Gartenbaukino* und *Klimaforum*.

»Ich bin bei designaustria, weil die Arbeit als Designer·in die Verantwortung mit sich bringt, Wissen und Ressourcen zu teilen. Das habe ich vor sechs Jahren so formuliert und finde, das stimmt noch immer: Gemeinsam sind wir stärker als jede·r für sich. Wie bisher als aktives Mitglied möchte ich auch weiterhin unseren Verein mitgestalten und insbesondere eine junge Designgeneration im Vorstand vertreten.
designaustria öffnen! Regelmäßiger Austausch zwischen Vorstand und Mitgliedern, Veranstaltungen, die uns in Kontakt kommen lassen – untereinander und mit anderen Disziplinen sind mir ein Anliegen. Designer·innen sollen Verantwortungsbewusstsein für die Rolle von Design und Kommunikation im Zeitalter der Klimakrise entwickeln. Wenn Design unsere Umwelt gestaltet, müssen wir uns kritisch damit auseinandersetzen, was wir angerichtet haben. Die Diversität der Designbranche gilt es zu stärken und auch in Führungsebenen zu repräsentieren. Denn nur mit vielfältigen Perspektiven finden wir geeignete Antworten auf die schwierigen Fragen unserer Zeit. Mit dem Zusammenbringen unterschiedlicher Disziplinen innerhalb des Designs und insbesondere auch darüber hinaus, mit NGOs, Wirtschaft und Politik möchte ich mich in den Vorstand einbringen. Mit viel Erfahrung in der digitalen Kommunikation und wenig Erfahrung im Business-as-usual.«

Bettina Steindl
Geschäftsführerin des *Creative Institute Vorarlberg* und mitverantwortlich für das *designforum Vorarlberg*. Kulturmanagerin und Designexpertin, von 2015–2019 Leiterin des *designforum Wien*.

»Ich vertrete den Westen Österreichs im designaustria-Vorstand und bringe ein starkes Netzwerk und die Anliegen und Bedürfnisse von Gestalter·innen im ländlichen Raum in die inhaltliche und praktische Arbeit von designaustria ein. Durch professionelle (junge, weibliche!) Vertretung nach außen (Politik, Institutionen, Öffentlichkeit) und aktive Vernetzung nach innen muss die Sichtbarkeit von Gestalter·innen in Gesellschaft und Wirtschaft deutlich gestärkt werden. Kreativschaffende sind der Rohstoff der Zukunft. Mit Aktivitäten und Haltungen der Vergangenheit kann eine funktionierende Zukunft kaum gelingen. Ich bin davon überzeugt, dass Professionalität, Expertise und spartenübergeifende Kooperationen Werkzeuge für eine zeitgenössische Ausrichtung von designaustria sind. Die Stärkung von jungen und weiblichen Vertreter·innen für designaustria ist ein weiterer wesentlicher Aspekt. Mutig, mit internationaler und disziplinübergreifender Erfahrung möchte ich unterstützt von meinem Netzwerk im Vorstand meine Ideen verwirklichen.«

Sigrid Bürstmeyer
Ausstellungsgestalterin und Dozentin am Institut für Design und Kommunikation, FH JOANNEUM Graz. Weitere Lehraufträge hat sie an der *Alpen-Adria-Universität Klagenfurt* und an internationalen Partneruniversitäten. Ihre Erkenntnisse aus Forschung und Lehre präsentierte sie bereits auf mehreren Konferenzen, zuletzt auf dem Ars Electronica Festival in Linz, dem Istanbul Design Summit/Türkei, dem Detroit Socio Design Symposium/USA, dem World Design Summit Montreal/Kanada oder auch in Graz beim TEDx Lend.

Egal, wohin ich gehe, Gestalter·innen diskutieren die gleiche Frage: Wie können wir die Welt verändern? Meine beruflichen Erfahrungen, selbstständigen Projekte und Auslandsaufenthalte haben mir die Reichweite, die Wichtigkeit und die Verantwortung jeder einzelnen Person gegenüber der Welt gezeigt. Nachhaltige Lösungen erfordern Kreativität, um alternative Prozesse zu entwickeln und Gesellschaft und Umwelt positiv zu beeinflussen. Besser geht das natürlich in einem Team, in einem nationalen und internationalen Netzwerk, in einem Verein, wie designaustria einer ist. Das Ausbauen von Netzwerken, das Erarbeiten von gemeinsamen Ideen, das Umsetzen von Projekten und die Verantwortung als Designerin gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt sind die Motivation für meine Vorstandstätigkeit.
Durch designaustria soll noch mehr Bewusstsein für den Fachbereich Design generiert werden. Design steht nicht für Oberflächenverschönerung, sondern wird als Werkzeug, als wissenschaftliche Problemlösung zu Verbesserung der Welt eingesetzt.
designaustria soll sich noch mehr den Themen wie Servicedesign, Circular Design, Universal Design, soziales Design, ökologisches Design und dergleichen öffnen. Designlösungen erfordern ethisch-moralische Werte – das Gemeinwohl steht im Vordergrund.«

Anzeige

ENTDECKEN SIE DAS NEUE OLIN DESIGN

OLIN
by ANTALIS

Olin wurde entwickelt, um die Bedürfnisse aller anspruchsvollen Markeninhaber·innen, Kreativen und Drucker·innen zu erfüllen und konzentriert sich seit jeher darauf, eine perfekte Druckwiedergabe zu bieten, während die Papiere gleichzeitig eine warme, natürliche Haptik haben, die Eleganz und Premiumqualität vermittelt.
Olin Ultimate White mit einem CIE-Weißegrad von 170 ersetzt jetzt Olin Absolute White (CIE 165). Es ist weiterhin in den drei Ausführungen Regular, Smooth und Rough und von 50 bis 400 g erhältlich. Wenn Sie ein neutraleres Weiß suchen oder das bisherige Olin High White ersetzen möchten, können Sie jetzt Olin Bright White verwenden, dessen Weißegrad 151 CIE beträgt (gegenüber 143 für das vorherige High White).
Da sich cremefarbene Papiere von Standardfarbtönen abheben und einem Druck- oder Verpackungsprojekt ein hochwertigeres Erscheinungsbild verleihen können, ersetzt Olin Soft White mit einem CIE-Weißgrad von 74 jetzt Olin Natural White (CIE 80). Wenn Sie nach einem cremigeren oder elfenbeinfarbenen Farbton suchen, können Sie sich für Olin Warm White (CIE 65) entscheiden.
Im Laufe des Frühlings wurde das Pop'Set-Sortiment in Olin integriert und das Angebot somit um farbige Artikel erweitert.
Olin Design soll auch zukünftig für alle Druckanwendungen zur Verfügung stehen, daher ist Olin Design Regular Digital auf Anfrage jetzt in zwei neuen Formaten erhältlich: 330*483 und 530*750. Diese extragroßen Formate sind für Trockentoner und HP Indigo zertifiziert und bieten zusätzliche Zentimeter, um die Digitaldruckmaschinen optimal zu nutzen und die Produktivität der Drucker bei Druck- oder Verpackungsprojekten zu verbessern.
Von 120 bis 350 g ist Olin Design Regular Digital im Farbton Ultimate White erhältlich.
Wenden Sie sich unter marketingAT@antalis.at an das Antalis-Team, um mehr über das Olin-Design-Sortiment zu erfahren und Muster oder technischen Support zu erhalten. Demnächst ist außerdem das neue Olin-Design-Tool erhältlich, in dem die drei Ausführungen und vier Farben des Sortiments neu entdeckt werden können. Die Oberflächen Rough, Regular und Smooth haben sich kaum verändert, aber wir haben ihre Farben leicht angepasst.
antalis.at

CREATIVITY
+
PAPER

© Lupi Spuma

PaperPoint im designforum Wien
Einmalig in Österreich bietet *designaustria* im PaperPoint ein breites Spektrum des in Österreich erhältlichen Papiersortiments aller bedeutenden österreichischen Anbieter·innen an einem Ort. Papier zum Anschauen, Angreifen, zum Mitnehmen und Ausprobieren von weit mehr als 400 Papiersorten in verschiedenen Grammaturen, Farben und Strukturen – speziell für Grafiker·innen und Illustrator·innen, Designer·innen und Producer·innen, aber auch für deren Auftraggeber·innen. designaustria-Mitglieder können A4-Muster kostenlos entnehmen. Sie werden persönlich betreut, daher wird um Terminvereinbarung via Mail an *caspar.russo@designaustria.at* gebeten.

we design austria

FÜHLT SICH GUT AN!
BEDRUCKSTOFFE VON GUGLER* DRUCKSINN BEI DESIGNAUSTRIA

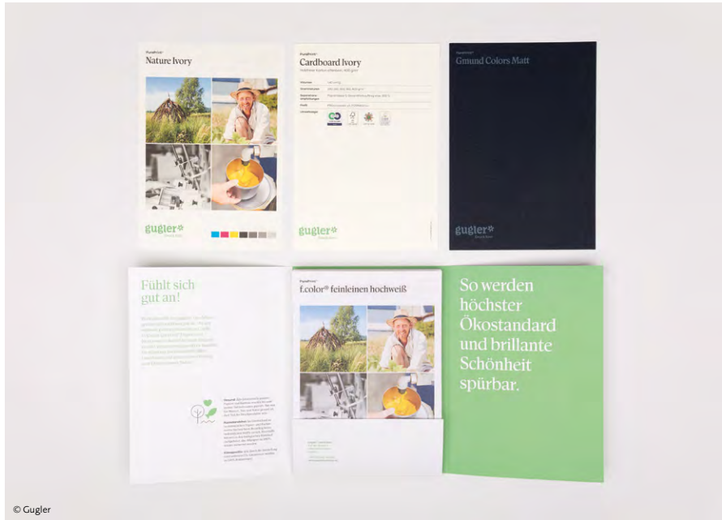
Jetzt neu im *Paperpoint*: Die Bedruckstoffe von *gugler* DruckSinn* vereinen brillante Schönheit und höchsten Ökostandard dank Cradle-to-Cradle-Zertifizierung – für verantwortungsvollen Druck.

Ab sofort liegen im Paperpoint die Bedruckstoffmustermappen von gugler* DruckSinn aus, befüllt mit der weltweit größten Auswahl an Papier- und Kartonsorten mit dem Label »Cradle to Cradle Certified®«. 25 verschiedene Bedruckstoffe der Marke PurePrint® gibt es zum Befühlen, Inspizieren und Mitnehmen: von Coated bis Colored, von Cardboard bis Paperboard, von recycled bis Gmund. Sie sind alle Cradle-to-Cradle-SILBER- oder -GOLD-zertifiziert. Das ist der höchste Ökostandard weltweit, grüner geht's derzeit nicht. Denn Cradle-to-Cradle-zertifizierte Papiere und Kartone sind die Königsdisziplin in Sachen verantwortungsvolles Handeln. Sie sind gesund, rückstandsfrei recycelbar und klimapositiv hergestellt.

Der Begriff »Cradle to Cradle« bedeutet »von der Wiege bis zur Wiege« und ist ein Prinzip der Circular Economy. Die eingesetzten Ressourcen werden in geschlossenen Kreisläufen geführt. So werden weder Ressourcen verschwendet noch Abfälle erzeugt.

Bei den gugler* PurePrint®-Sorten werden nur Inhaltsstoffe verwendet, die Menschen, Tiere und Umwelt keinen Schaden zufügen. Diese werden bis zu den letzten Sublieferant:innen von einem unabhängigen Institut ökotoxikologisch geprüft. »Damit wissen wir zu hundert Prozent, was in unseren Produkten enthalten ist, und dank unserer Cradle-to-Cradle-SILBER- oder -GOLD-Zertifizierung auch, dass sie zu hundert Prozent unschädlich sind«, erklärt *Roswitha Sandwieser*, Leiterin Cradle-to-Cradle-Produktentwicklung bei gugler*, denn erst ab Stufe SILBER sind garantiert keine krebserregenden, fortpflanzungsgefährdenden und umweltschädigenden Stoffe mehr enthalten.

Und nachdem bei der Produktion nur gesunde Inhaltsstoffe verwendet werden, sind Cradle-to-Cradle-Papiere auch zu hundert Prozent rückstandsfrei wiederverwertbar, weil die beim Recycling entstehenden Reststoffe unschädlich sind und deshalb in den biologischen Kreislauf rückgeführt werden können.



© Gugler

↑ Die neuen Bedruckstoffmuster-Mappen von gugler* DruckSinn enthalten die weltweit größte Auswahl an Papier- und Kartonsorten mit dem Label »Cradle to Cradle Certified®«. 25 verschiedene Bedruckstoffe der Marke PurePrint® gibt es ab sofort im Papierpoint zum Befühlen und Mitnehmen.

gugler* DruckSinn war 2011 die erste Druckerei weltweit, die Cradle-to-Cradle-zertifizierte Materialien anbieten konnte. Heute ist sie mit ihren Partnerdruckereien die einzige Druckerei, die mit Cradle-to-Cradle-GOLD-zertifiziertem Material druckt und davon auch über das größte Spektrum verfügt. Das zeigen die neuen Bedruckstoffmustermappen im Paperpoint. Sie fühlen sich richtig gut an, in zweifacher Hinsicht.

Mitglieder können die Muster kostenlos entnehmen, Nicht-Mitglieder gegen eine gegen eine Schutzgebühr von fünf Euro.

PRINTING SUBSTRATES BY GUGLER* DRUCKSINN AT DESIGNAUSTRIA

There's a new product at the Paperpoint: The substrates by gugler* DruckSinn combine brilliant beauty and the highest ecological standards thanks to a Cradle to Cradle certification for responsible printing. Come in to feel, inspect, and buy 25 different substrates by PurePrint®, all boasting a Cradle to Cradle SILVER or GOLD certification: from Coated to Colored, from Cardboard to Paperboard, from recycled to Gmund.

YOUNG EXPERTSCLUSTER

REDESIGN PRAKTIKA

PRAKTIKA IN DER DESIGNBRANCHE – EIN STATUSBERICHT

»Alles gut, nur die Bezahlung leider nicht«

– Praktikantin in Niederösterreich

Praktika sind für junge Designschaffende ein essenzieller Schritt zwischen Ausbildung und Berufseinstieg. Sie ermöglichen, erlerntes Wissen in praktischen Kontexten anzuwenden und mit neuen professionellen Kompetenzen zu ergänzen. Doch wie sieht ein faires Praktikum aus? Welche Vergütung ist angemessen, und in welchem rechtlichen Rahmen befinden sich Praktikant·innen eigentlich?

Über 80 Praktikant·innen aus allen neun Bundesländern haben im Rahmen der Umfrage »redesign praktika« des *Young ExpertsCluster* ihre Erfahrungen geteilt und Einblicke in Vertragsbedingungen und Bezahlung gegeben. Die höchst unterschiedlichen Praktikumsumfelder weisen jedoch auch einige Gemeinsamkeiten auf: Praktika sind quasi alternativlos im Lebenslauf, was den Druck auf Praktikant·innen erhöht. Viele arbeiten in verantwortungsvollen Vollzeitpositionen, die oft nicht entsprechend entlohnt werden. Das bringt junge Menschen in prekäre finanzielle Situationen. Bei 60 % der befragten Praktikant·innen war die Bezahlung nicht ausreichend, um die Lebenshaltungskosten zum Zeitpunkt des Praktikums zu decken.

Die Gründe für die schlechte Bezahlung sind vielfältig: Neben der bereits erwähnten Notwendigkeit, ein Praktikum zu absolvieren – oft auch verpflichtend im Rahmen der Ausbildung –, sind Praktika von vielen Kollektivverträgen ausgenommen und ist das Bewusstsein für angemessene Bezahlung, Vertragswerk und Beratungsstellen kaum vorhanden. Schließlich führt das dazu, dass Praktikant·innen auf externe finanzielle Unterstützung angewiesen sind. Wenn diese nicht durch die Familie oder ein rares Stipendium gegeben ist, droht das vorzeitige Ende einer Designkarriere. Das verstärkt elitäre Strukturen in der gesamten Branche und führt zu einem Teufelskreis: Ohne Geld kein Praktikum, ohne Praktikum kein Job, ohne Job kein Geld.

»Die ganze Praktikums-Industrie ist ein furchtbarer Teufelskreis und führt auch dazu, dass ausgebildete Gestaltende nicht angemessen bezahlt werden, weil es ja Praktikant·innen gibt, die es günstiger machen und Büros oft nur ausführende Gestaltende wollen.«

– Praktikant in Deutschland

Der Young ExpertsCluster setzt deswegen in den kommenden Monaten einen Schwerpunkt auf faire Arbeitsbedingungen für Praktikant·innen. Gehälter müssen hoch genug sein, um zumindest die Lebenshaltungskosten am Praktikumsort zu decken. Verantwortungsvolle Positionen, die nicht die Ausbildung im Vordergrund haben, sind als solche zu deklarieren, um keine Konkurrenz zwischen Praktikant·innen und Juniordesigner·innen zu provozieren. Rechte und Pflichten der Praktikant·innen wie auch der Arbeitgeber·innen müssen klar definiert, Gehaltsstrukturen transparenter und Jobausschreibungen realistischer werden.

INTERNSHIPS IN THE DESIGN INDUSTRY

For young designers, internships are an essential step between school and career. More than 80 interns from all nine Austrian provinces shared their experiences in a survey by designaustria's Young ExpertsCluster entitled «redesign praktika», giving valuable insights into contractual terms and payment. The survey reveals that internships are virtually a must in a young designer's CV, which increases the pressure enormously. Many interns work in full-time positions of responsibility, which often does not reflect in their payment. 60 % of the interns in the survey replied that their payment was not sufficient to meet their living expenses at the time of their internship. As a result, the Young ExpertsCluster will focus on fair working conditions for interns in the months to come. In addition to the analysis of our survey, which is available on praktika.youngexperts.at, we are working on hand-outs and collective contractual terms that reflect interns' real living conditions while at the same time taking into account employers' capabilities. If you are interested in co-operating with us on this project, please feel free to reach out to us via team@youngexperts.at

Redesign Praktika

Neben den Auswertungen unserer Umfrage, die unter praktika.youngexperts.at bereitstehen, sind deswegen Handouts ebenso in Arbeit wie kollektive vertragliche Rahmenbedingungen, die den Lebensrealitäten von Praktikant·innen gerecht werden und gleichzeitig die Möglichkeiten der Arbeitgeber·innen berücksichtigen. Du hast Interesse, mitzuarbeiten? Wir freuen uns über dein Signal an *team@youngexperts.at*. Weitere Informationen zum Young ExpertsCluster, zu Events und Mitgliedern finden sich auf youngexperts.at.

EXPERTSCLUSTER INIT_CD
INITIATIVE CORPORATE DESIGN

ÖSV wird zu Ski Austria
Die Analyse zur Neugestaltung des *ÖSV*-Logos spiegelt die Einschätzung von *Clemens Heider* und *Evelyn Junghanns* wider, die im designaustria-Experts-Cluster *init_cd* aktiv sind.

Zur Strategie:
Die Neugestaltung des ÖSV-Logos ist begrüßenswert. Eine mutige Entscheidung. Grundsätzlich erzeugt die Neugestaltung einer bekannten Marke in der Öffentlichkeit Unsicherheit und meist Ablehnung »des Unbekannten«. Eine klare und nachvollziehbare Strategie sollte kommuniziert werden, vor allem dann, wenn es zusätzlich zu einer Umbenennung kommt. Dazu gehören auch die Nennung der ausführenden Agentur *Scholz & Friends* und die Benennung der Werte, um die Gestaltung nachvollziehbar zu machen. Das neue ÖSV-Logo ist nun mit weitreichender Kritik konfrontiert. Zu Recht!

Zur Neugestaltung und Umbenennung in »Ski Austria«:

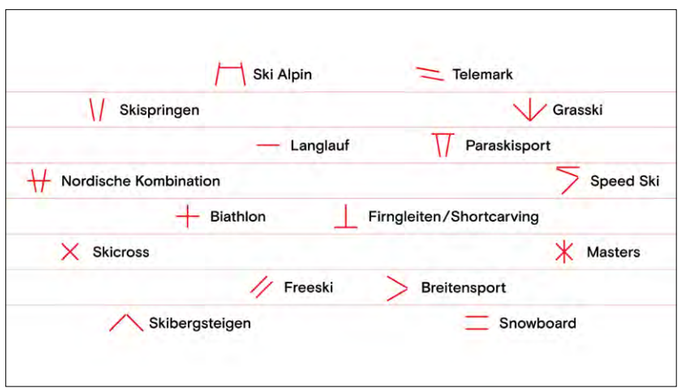
Leitbild / Werte:
Das Leitbild und die Werte sind schlüssig.

Namensgebung:
Warum wird mit Ski Austria eine englische Begrifflichkeit verwendet? Im Leitbild ist Internationalität nicht verankert!

Logo:
Das Logo muss als Ski Austria gelernt werden, das Signet ist nicht selbsterklärend. Die Typografie der Wortbildmarke ist beiläufig, es fehlt an Charakter und Eigenständigkeit. Dadurch entstehen Probleme bei den Sublogos mit der Zugehörigkeit zur Dachmarke. Die Farbe Rot wird neben der österreichischen Nationalfarbe und »Dynamik« gleichzeitig mit »Gefahr«, »Stopp«, »Achtung« assoziiert. Dem sollte gestalterisch entgegengewirkt werden. Die Anordnung der Balken suggerieren ein »Stopp, nicht weiter!«, wirkt ablehnend und abgrenzend, im Gegenteil zu den Werten des Leitbildes, »gemeinsam«, »mutig«, »selbstbewusst«.

Das Logo wirkt wie rotes Klebeband über einer Verletzung. Es bringt ein provisorisches, notdürftiges Verkleben bzw. Zusammenhalten zum Ausdruck. Entwurfskriterien für einen landesweit agierenden Verband, wie »Professionalität« und »Höchstleistung«, sind nicht erkennbar. Die Anwendung des Logos auf blauem Hintergrund ist schwierig, da die Bildwelt zum Teil aus Landschaftsbildern und blauem Himmel besteht.

Sublogos:
Die Sublogos sind zu abstrakt und nicht annähernd selbsterklärend. Daher werden sie eher als Icons oder sekundäre Stilelemente verstanden. Die Positionierung von Bereichsbezeichnungen und Sublogos zueinander ist scheinbar beliebig. Die Sublogos funktionieren nicht ohne das Dachlogo (besonders bei der Untergruppe Langlauf). Sie müssen auf das Dachlogo verweisen und haben so keinen Wiedererkennungswert.
Wir sind gespannt, wie das Logo im Corporate Design angewendet wird, wie es akzeptiert wird und wie es sich weiterentwickeln darf.



ÖSV BECOMES SKI AUSTRIA

The redesign of the ÖSV logo is generally welcome. When a well-known brand is redesigned, the public will always react with insecurity and rejection of the unknown. Therefore, a clear strategy should be communicated, especially when the redesign is accompanied by a renaming: The logo must be learned to represent «Ski Austria», the signet is not self-explanatory. The typography of the composite mark is casual, it lacks character and distinctiveness, causing problems for the sub-logos' association with the main brand. The logo looks like adhesive tape on an injury (see the photo of a skier in a Ski Austria outfit). It creates the image of something just provisionally kept from falling apart. We are curious to see how the logo will be included in the corporate design, how it will be accepted and allowed to develop.

URHEBERRECHTS-NOVELLE 2021
NEUE REGELN ZUR ANGEMESSENEN VERGÜTUNG UND VERTRAGSANPASSUNG

Im dritten Teil der Beitragsreihe zur Urheberrechts-Novelle 2021 erläutern die IP-Specialists Rechtsanwalt *Philip Jakober* und Rechtsanwältin *Julie Vinazzer* den seit 1. Jänner 2022 geltenden Grundsatz der angemessenen Vergütung und bringen näher, wie dieser gemeinsam mit dem gesetzlichen Vertragsanpassungsmechanismus dazu beiträgt, eine faire Honorierung der Kreativleistungen von Designer·innen und Grafiker·innen sicherzustellen.

Grundsatz der angemessenen Vergütung
Mit der UrhG-Novelle 2021 wurde der urheberrechtliche Grundsatz der angemessenen Vergütung in § 37b UrhG gesetzlich verankert. Nach diesem Grundsatz soll jede·r Urheber·in für die Überlassung von Nutzungsrechten an Werken angemessen und verhältnismäßig vergütet werden.

Wann genau gilt dieser Grundsatz?
Klar zu unterscheiden ist zwischen 1.) der Vergütung für den Aufwand/die Arbeit, um die Design-/Grafikleistung zu erstellen; und 2.) der Vergütung für die überlassenen Nutzungsrechte an dem fertigen Werk. Letzteres (2.) wird häufig vergessen oder pauschal in die Aufwandsvergütung (1.) inkludiert, was den·die Urheber·in um wesentliche Einnahmen bringen kann. Da die Vergütung für eingeräumte Nutzungsrechte (2.) regelmäßig unter den Tisch fällt, wurde der Grundsatz der angemessenen Vergütung zur Stärkung der Urheber·innen eingeführt.

Bei der Bemessung der Vergütung für Nutzungsrechte (2.) ist zu beachten, dass eine Orientierung am (zeitlichen, finanziellen) »Design- und Grafikaufwand« mitunter nicht zielführend ist, weil dieser nicht immer in einem proportionalen Verhältnis zum kulturellen bzw. wirtschaftlichen Wert eines Werkes steht.[1]

Wann ist eine Vergütung angemessen?
Angemessen ist eine Vergütung für die Einräumung von Nutzungsrechten dann, wenn sie im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses dem Marktüblichen entspricht. Relevant ist zunächst insbesondere, ob zeitlich, inhaltlich und/oder territorial beschränkte oder unbeschränkte Nutzungsrechte übertragen werden. Auch Branchenüblichkeiten (vgl. etwa den Honorarrechner der *designaustria*) oder ggf. der konkrete Beitrag der Urheber·innen zu einem Gesamtwerk können maßgeblich sein.

Pauschale Einmalvergütungen als Ausnahme
Die häufig in der Praxis angewendete pauschale Einmalvergütung für die Einräumung von Nutzungsrechten kann – nach den ausdrücklichen europarechtlichen Vorgaben, auf denen die UrhG-Novelle 2021 basiert – nur ausnahmsweise angemessen sein, wenn dabei neben dem tatsächlichen insbesondere auch der potenzielle wirtschaftliche Wert der eingeräumten Rechte berücksichtigt wird. Dazu müssen aktuelle Nutzungsmöglichkeiten des Werks bewertet, aber auch Prognosen über absehbare, künftig weitergehende Nutzungen angestellt werden. Da sich vorab oft kaum abschätzen lässt, welchen wirtschaftlichen Wert Nutzungsrechte entwickeln werden, sollten pauschale Vergütungen die Ausnahme bilden.[2] In der Praxis ist diese für Urheber·innen positive gesetzliche Vorgabe natürlich schwierig umzusetzen, weil Auftraggeber·innen pauschale Einmalzahlungen zumeist bevorzugen.

Folgen einer unangemessenen Vergütung
Die Vereinbarung einer unangemessenen Vergütung kann unterschiedliche Folgen haben. Ein Rücktrittsrecht vom Vertrag steht nur bei einem sehr krassen Missverhältnis zwischen dem Wert der Nutzungsrechte und der tatsächlichen Vergütung zu. Nur in Ausnahmefällen wird gar von einer Unwirksamkeit des Vertrags auszugehen sein. In aller Regel kommt daher Designer·innen und Grafiker·innen vielmehr das Recht zu, die Differenz zur tatsächlich angemessenen Vergütung zu fordern.[3]

Beispiel: Ein Grafikstudent entwirft für ein Unternehmen ein neues Logo. Da ihm die Gestaltung leicht von der Hand ging und der zeitliche Aufwand gering war, verrechnet er – neben der geringen Stundenvergütung für den Arbeitsaufwand – für die Einräumung unbeschränkter Nutzungs- und Bearbeitungsrechte lediglich eine Vergütung von € 400,00. In einem späteren Gespräch mit Kolleginnen erfährt der Student, dass auf dem Markt für unbeschränkte (u. a. weltweite) Nutzungs- und Bearbeitungsrechte an Firmenlogos für derartige Auftraggebende (Unternehmensgröße etc.) branchenübliche Vergütungen in mittlerer vierstelliger Höhe verlangt werden.

Bei einem derart krassen Missverhältnis von Leistung und Gegenleistung kommt dem Studenten nach allgemeinem Zivilrecht das Recht zu, vom Vertrag zurückzutreten. Nach dem Urheberrecht ist

WE DESIGN AUSTRIA

es ihm aber alternativ auch möglich – und für ihn wohl auch zielführender –, neuerlich an die Auftraggebenden heranzutreten und die Aufzahlung bzw. Nachvergütung auf die branchenüblich angemessene Vergütung nach § 37b UrhG zu verlangen.

Nachträgliche Vertragsanpassung
In vielen Fällen stellt sich erst nachträglich heraus, dass der wirtschaftliche Erfolg einer Design- oder Grafikleistung wesentlich höher ist, als ursprünglich absehbar war, und deshalb die ursprünglich vereinbarte Vergütung zu gering bemessen war. Im normalen Vertragsrecht hieße das für die Kreativen: Pech gehabt, du hättest mehr verlangen sollen!

Anspruch auf nachträgliche, zusätzliche Vergütung
Doch seit der UrhG-Novelle 2021 haben Kreative insbesondere in solchen Fällen nach § 37c UrhG einen Nachvergütungsanspruch, welcher auch nach Jahren und bei verbindlich geschlossenen Verträgen (selbst bei Angestelltenverträgen) verlangt werden kann. Denn vor allem bei langen Nutzungs- bzw. Vertragslaufzeiten ist oft nicht vorhersehbar, wie sich die Nutzung eines Werks und Einnahmen daraus entwickeln werden. Wurde daher bei Abschluss des Vertrags z. B. ein übliches Pauschalhonorar für die Nutzungsrechte vereinbart, das sich nachträglich als unangemessen herausstellt, gewährt § 37c UrhG einen Anspruch auf eine zusätzliche angemessene und faire Vergütung. Dieser Anspruch besteht immer dann, wenn sich die ursprünglich vereinbarte Vergütung im Vergleich zu sämtlichen späteren einschlägigen Einnahmen aus der Verwertung des Werks als eindeutig unverhältnismäßig niedrig erweist.

Wann liegt eine »eindeutig unverhältnismäßig niedrige« Vergütung vor?
Für die Beantwortung dieser Frage sind alle relevanten Umstände des Einzelfalls maßgeblich. Sämtliche in Zusammenhang mit dem Werk generierten Einnahmen, etwa auch aus Merchandising, Werbung, Online-Nutzungen etc., sind hierbei zu berücksichtigen.

Um herauszufinden, welche Einnahmen die Auftraggebenden mit dem betreffenden Werk (Kreativleistung) generiert haben, kommt den Urheber·innen ein gesonderter Auskunftsanspruch nach § 37d UrhG zu. Diesen Auskunftsanspruch haben die Autor·innen des vorliegenden Beitrags bereits im II. Teil dieser Beitragsreihe (siehe »mitteilungen« 1|23, Seite 16) näher behandelt. Auf Basis der erteilten Auskünfte über die erzielten Einnahmen kann sodann errechnet werden, ob sich die ursprünglich vereinbarte Vergütung nachträglich als eindeutig unverhältnismäßig niedrig erweist.

Ansprechpartner·innen bei Rechtsnachfolge
Wurden die eingeräumten Nutzungsrechte von den ursprünglichen Auftraggeber·innen zwischenzeitlich an Dritte, z. B. an eine·n Rechtsnachfolger·in, übertragen, so kann sich der·die Designer·in bzw. Grafiker·in direkt an diese·n wenden, um eine Vertragsanpassung zu begehren und eine zusätzliche angemessene Vergütung zu verlangen.

Beispiel: Für einen regionalen Fußballverein entwirft eine Designerin ein neues Maskottchen. Die Nutzungsrechte an der Figur überträgt sie gegen eine pauschale Vergütung. Als der Verein in den folgenden Jahren große Erfolge erzielt, gewinnt auch das Maskottchen an Popularität und ist sogar als Schlüsselanhänger und Autoaufkleber erhältlich. Der Fußballverein hat die Vermarktung des Maskottchens mittlerweile in eine eigene Tochtergesellschaft ausgelagert, die mit den Merchandise-Artikeln hohe Einnahmen erzielt. Das ursprünglich bezahlte Honorar ist im Hinblick darauf eindeutig nicht mehr angemessen.

Die Designerin hat ein Recht auf eine nachträgliche zusätzliche Vergütung. Um auch künftig eine faire Vergütung sicherzustellen, würde sich z. B. eine prozentuale Beteiligung an Einnahmen aus Merchandise-Artikeln anbieten. Mit Ihrem Anspruch auf zusätzliche Vergütung kann sie sich direkt an die vermarktende Tochtergesellschaft wenden.

Fazit
Durch die UrhG-Novelle 2021, bei der sich die Verwertungsgesellschaft *Bildrecht* in Kooperation mit der Kanzlei *Jakober Rechtsanwälte* insbesondere für Grafik und Design wesentlich und erfolgreich eingesetzt hat, wurden unter anderem diese beiden vorgestellten Rechte, welche für Kreativschaffende in der Praxis von wesentlicher Relevanz sein werden, seit dem 1. Jänner 2022 neu ins UrhG eingeführt.

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

[1] Handig, Urheberrechts-Novelle 2021 – Vertragsrecht, ÖBl 2022/17, 59 (61).

[2] Erläuternde Bemerkungen zum Ministerialentwurf, 143/ME, XXVII. GP 14; siehe als Grundlage für den österreichischen Gesetzgeber auch Erwägungsgrund 73 der Richtlinie (EU) 2019/790 (sog. »DSM-Richtlinie«).

[3] Handig, Urheberrechts-Novelle 2021 – Vertragsrecht, ÖBl 2022/17, 59 (61).

BEEINDRUCKENDE PERSÖNLICHKEIT UND HERAUSRAGENDE ILLUSTRATORIN **EMANUELA DELIGNON**

© Kim Traill

Emanuela Delignon (geb. Wallenta) wurde 1930 in Graz geboren, schon bald zog die Familie aber nach Wien, wo Emanuela den Großteil ihres Lebens verbringen sollte. Eine künstlerische Begabung begann sich bereits früh abzuzeichnen: Kaum, dass sie einen Stift halten konnte, fing sie schon an zu zeichnen. 1949 bewarb sie sich an der *Graphischen Lehr- und Versuchsanstalt*, wurde aufgenommen und avancierte binnen kürzester Zeit zum Star im Naturzeichnen in ihrer Klasse. Nach dem Schulabschluss wagte sie schon bald den Schritt in die Selbstständigkeit und war als Gebrauchsgrafikerin, aber hauptsächlich als Kinderbuchillustratorin tätig.

1960 heiratete Emanuela Wallenta den aus Frankreich stammenden *Jean Delignon*, ihr liebstes Zeichenmodell, Tochter *Françoise* komplettierte zwei Jahre später die junge Familie.

1955 illustrierte Emanuela Delignon erstmals für den Verlag *Jugend & Volk* ein Kinderbuch; viele weitere Aufträge für diesen Verlag, für den *Heide-Verlag*, den *Buchklub der Jugend* und für den *Österreichischen Bundesverlag* sollten folgen. Jahrzehntelang gestaltete sie verschiedenste Kinder- und Jugendbücher, Märchenserien und -bücher, Kinderbilderbücher und Schulbücher.

In der Arbeit mit Schulbüchern sah sie eine besondere Herausforderung, da bei diesem Typ Buch die Illustration einen ganz besonderen Stellenwert hat. Anders als bei einer »gewöhnlichen« Illustration müssen hier zum Beispiel auch grammatikalische Inhalte vermittelt und verständlich gemacht werden.

Im Laufe ihrer Karriere erhielt Emanuela Delignon einige Auszeichnungen für ihre Illustrationen, darunter 1961 den Staatspreis für Illustration für das »Erste große Märchenbuch«, 1967 zwei Auszeichnungen für »Der Hanselmann« und 1976 den Illustrationspreis der Stadt Wien für »Thomas und Billy oder Katzen springen anders«. Auch in der Gebrauchsgrafik konnte sie einige Erfolge verbuchen: So erhielt sie im Jahr 1956 für die von ihr gestaltete *Smart*-Zigarettenpackung in Paris den internationalen Preis *Euro Star*. Diese Arbeit war einerseits ihre bekannteste, andererseits wussten die wenigsten, dass sie die Urheberin war. Schlecht bezahlt und nicht am Erfolg beteiligt, wurde Emanuela Wallenta nicht einmal über die internationale Auszeichnung informiert. 2019 erhielt sie das Goldene Verdienstzeichen des Landes Wien, 2023 wurde ihr die Ehrenmitgliedschaft von *designaustria* verliehen.

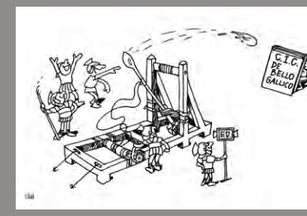
Mit 72 Jahren kaufte sich die Illustratorin ihren ersten *Apple*-Computer – ein Spielzeug und Arbeitsgerät, mit dem sich Träume verwirklichen ließen. Nun konnte sie endlich mit ihren Originalen spielen, sie verbessern oder verändern – ohne sie dabei kaputt zu machen.

Emanuela Delignon widmete ihr Leben dem Zeichnen – jederzeit und überall. Ihr Werkverzeichnis umfasst unzählige Buchillustrationen, Einbände, Karikaturen und auch persönliche Arbeiten, die alle von ihr mit viel Liebe und großem Talent angefertigt wurden. Ihr Beruf war auch immer ihr persönliches Vergnügen, schätzte sie doch Zeichnungen, die mit wenig auskamen – nur ein paar Striche, aber die mussten sitzen.

Besonders von Bewegungen war sie fasziniert. Die machen auch das Charakteristische ihrer Illustrationen aus. Ihr großes Ziel beim Zeichnen war es, den körperlichen Ausdruck eines Gefühls zu finden, Bewegung darstellen.

Emanuela Delignon war eine exzellente Illustratorin, eine starke eigenwillige Frau, eine beeindruckende Persönlichkeit. Auf ihrer Parte steht: »Was ich gedacht, gesagt, getan habe – etwas möge bleiben.« Und das wird es auf jeden Fall.

design|er|leben #7: Emanuela Delignon
»Mit selbstbewusstem Strich illustriert«
erhältlich bei designaustria



↑ Beispiele aus den Lateinbüchern, 1985–95

↑ Der Hanselmann, 1967

↑ Ausgeführte Verpackungen für die Austria Tabak-Regie, um 1955 Smart Export, überarbeitete Smart-Verpackung von Haimo Lauth, 1961

EMANUELA DELIGNON (1930–2023)

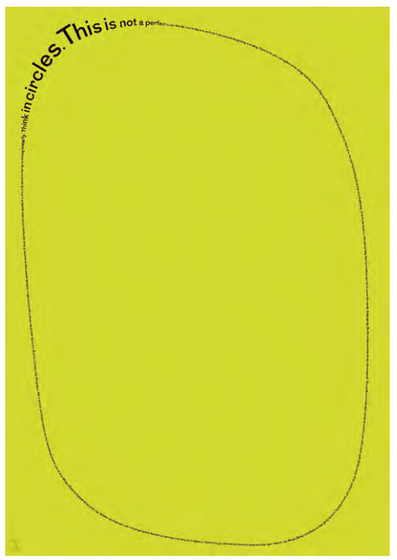
Emanuela Delignon (née Wallenta) was born in Graz in 1930. She exhibited artistic talent at an early stage, beginning to draw as soon as they gave her a pencil. Later in her career, she would receive numerous accolades for her illustrations and also achieve great success in advertising art. Her work with textbooks posed a particular challenge, since illustration in this kind of book has more than just a decorative function. Emanuela Delignon was an excellent illustrator, a headstrong woman, an impressive personality. Her obituary reads, »What I thought, said, did – may something remain.« Something certainly will.

ERFOLGE

↑ Pauline Louise Noémi Jocher

↑ EXEX – Christian Schlager, Vanessa Eck, Elsa Kubik

↑ Franz Frommann



↑ Laura Besler

↑ Alexandra Möllner

↑ Alexandra Möllner und Sophia Kray

100 BESTE PLAKATE

Die 100 besten Plakate in Deutschland, Österreich und der Schweiz 2022 stehen fest. Nach Ländern gliedern sich die prämierten Plakate und Plakatserien wie folgt: 48 × Deutschland, 43 × Schweiz und 9 × Österreich. Am Wettbewerb hatten sich 663 Einreicher·innen mit insgesamt 2.298 Plakaten beteiligt. Die Jury traf zunächst eine Online-Vorauswahl. Zur finalen Jurysitzung unter dem Vorsitz von *Barbara Kotte* lagen 383 Plakate von 239 Einreicher·innen vor. Die Eröffnung der Auftaktausstellung im Kulturforum, *Staatliche Museen zu Berlin*, findet am 15. Juni 2023 statt. Es schließt sich eine Tournee mit Ausstellungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie in Korea und an weiteren Orten an. Zur Ausstellung erscheint das Jahrbuch »100 beste Plakate 22« in Zusammenarbeit mit dem *Verlag Kettler*, gestaltet vom *studio lindhorst-emme+hinrichs*, mit allen siegreichen Motiven.

Diese neun österreichischen Plakate wurden heuer unter die Top 100 gewählt:

Pauline Louise Noémi Jocher gestaltete in der Kategorie Studierende das Plakat »WIDOW & ORPHAN« für die *Filmakademie Wien (Dominic Spitaler)*.
Auch ein Plakat des *Tanzquartier Wien* schaffte es wieder unter die Besten. Gestaltet wurde es von *EXEX – Christian Schlager*, *Vanessa Eck*, *Elsa Kubik* zusammen mit *Anouk Rehorek*, *Erli Grünzweil* (Foto), *Herwig Scherabon* (Digital Art), *Joshua Alena Mallek* (Digital Art Assistance), *Ilija Hvala* (Styling).

»Killing You Softly« nannte *Franz Frommann* sein Projekt für die Klasse für Ideen in Grafik und Werbung der *Universität für angewandte Kunst Wien* unter der Betreuung von *designaustria*-Mitglied *Sven Ingmar Thies* in der Kategorie Studierende.

Ein weiteres Plakat aus der Betreuung durch Sven Ingmar Thies wurde von *Laura Besler* gestaltet und heißt »Think in Circles«.
Alexandra Möllner, Mitglied von designaustria, designte »Throwing Gestures. Protest, Economy and the Imperceptible« für die *Universität für angewandte Kunst Wien* in der Kategorie Werbemittel. Ein weiteres ihrer Plakate, das sie gemeinsam mit *Sophia Krayc* für die *Kunstuniversität Linz* entwickelte, ist »Best OFF 22 – Jahresausstellung der Kunstuniversität Linz«.

Das »Konzertplakat für Buntspecht« in der Arena Wien für die *Spoon Agency GmbH* wurde von *Florian Röthel*, ebenfalls Teil von designaustria, als Auftragsarbeit gemeinsam mit *Florentin Scheicher* entwickelt.

Auch das Plakat von designaustria-Mitglied *Verena Panholzer* vom *Studio Es* für »AGI« (*Alliance Graphique Internationale*) wurde unter die Top 100 gewählt.

↑ Florian Röthel und Florentin Scheicher

↑ Verena Panholzer

↑ Benjamin Buchegger

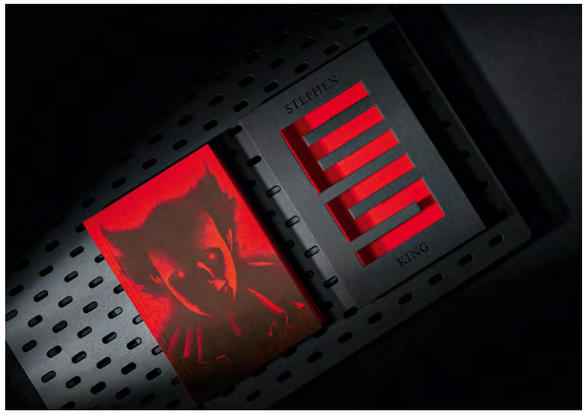
Die ebenfalls ausgezeichnete Plakatserie »Klima Aktion Oktober« designte *Benjamin Buchegger* von *Beton* für die *Akademie der bildenden Künste Wien*.

Wir freuen uns für alle österreichischen Gewinner·innen und im Besonderen für unsere designaustria-Mitglieder!

100 BEST POSTERS

The winners of the 2022 100 Best Posters competition for Germany, Austria, and Switzerland have been selected. 48 of them are from Germany, 43 from Switzerland, and nine from Austria. The inaugural exhibition of all the posters will open on June 15th, 2023 at Kulturforum, Staatliche Museen zu Berlin. It will be followed by a tour of Germany, Austria, and Switzerland as well as Korea and other places. The nine Austrian winners included some designaustria members, which, of course, makes us very proud!

↑ Hochwertige Handwerkskunst von LIGRE



↑ Sonderedition des Horror-Meisterwerks »Es«

DER IF DESIGN AWARD 2023 IST ENTSCHIEDEN

↑ Elegante und einfache Fernbedienung von ruwido austria

Eine internationale, unabhängige, divers besetzte Jury vergibt den iF Design Award 2023. Rund 11.000 Einreichungen aus 56 Nationen gingen ins Rennen. Insgesamt können sich 2.104 Teilnehmer·innen aus 47 Ländern über diese wertvolle Auszeichnung freuen. Der iF Design Award 2023 Gold – die höchste Auszeichnung – ging zudem am 15. Mai in Berlin an die 75 über alle Disziplinen hinweg besten Arbeiten. Zum iF Design Award 2023 konnten Produkte und Projekte in neun unterschiedlichen Disziplinen eingereicht werden: Produkt-, Kommunikations-, Verpackungs- und Service-Design, Architektur und Innenarchitektur, User Experience (UX), User Interface (UI) und Professional Concept. Die Juror·innen aus 20 Nationen sind anhand der klar definierten Bewertungskriterien Idee, Form, Funktion, Differenzierung und Auswirkung bei der Jurierung vorgegangen. Wir freuen uns über die österreichischen Gewinner·innen!

Mit gleich drei Produkten (r577 v28 – remote control, amulet – remote control, r507 H2O – remote control) konnte *ruwido austria GmbH* aus Neumarkt am Wallersee einen Design Award 2023 mit nach Hause nehmen. Mit der neuen Fernbedienung r507 H20 hat Ruwido einen Gold Award gewonnen, da sie einfach, aber elegant, intuitiv und dennoch hochfunktional und dank integriertem Solarmodul batterielos ist.

Ein weiterer Gold Award ging an die *LIGRE GmbH & Co KG* für ihren Portafiler. Diese Espressomaschine besticht durch hochwertige Handwerkskunst und die maßgeschneiderte Materialauswahl in jedem Detail.

bFRIENDS – Nachhaltige Design-Accessoires schaffen im Handumdrehen Ordnung und verleihen jeder Umgebung eine inspirierende Atmosphäre. bFRIENDS wurde von *Bene GmbH* in Zusammenarbeit mit dem Designteam von *Pearson Lloyd* entworfen und repräsentiert eine innovative Reihe von Accessoires, die speziell für Wohn- und Arbeitsräume entwickelt wurden.

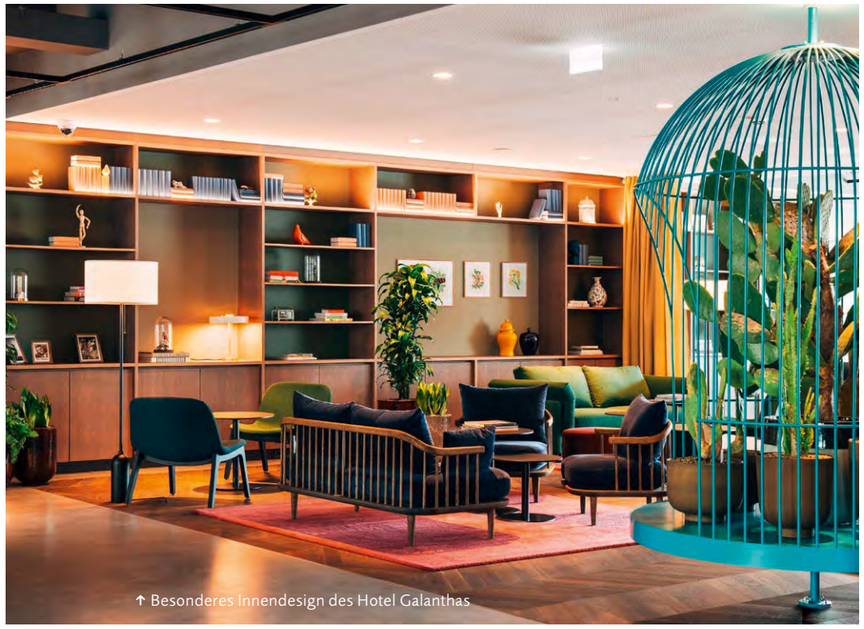
Solid & Bold aus Salzburg designte die Sonderedition des Horror-Meisterwerks »Es« zum 75. Geburtstag von *Stephen King* für die *Penguin Random House Verlagsgruppe GmbH München*. Das Gestaltungskonzept verbindet nostalgische und zeitgenössische Elemente zu einem zeitgeistigen und außergewöhnlichen Buch: ein Fest für Liebhaber·innen des Analogen.

BMW Architekture & Design und *Vital Immobilien GmbH* wurden für das farbenfrohe und lebendige Innendesign des *Hotel Galantha* in Eisenstadt mit einem Design Award ausgezeichnet.

Julius Blums Schrankliftsystem AVENTOS HF top, HS top, HL top überzeugte die Jury mit seiner geringen Größe und geradlinigem Design. Die neueste Generation der Klappensysteme ist auch leichter aufzubauen: mit vormontierten Systemschrauben für OEM und integriertem Positioniersystem für Schreiner·innen.

Ein Buch von *Atelier Walter Oczlon* aus St. Johann, genauer gesagt ein 31 Meter langes Leporello-Buch, wird zum Ausstellungsraum und zum Museum für die »bedeckenden« Bilder. Durch die Materialwahl, die spezielle Druck- und Falztechnik und die aufwändige Handbindung wird das Buch selbst zum »hüllenden« Objekt.

Eine besonders schlanke Stromschiene ist MOVE IT 10 von der *XAL GmbH* aus Graz. Die dimmbare Niedervolt-Stromschiene, erhältlich als Einbau-, Anbau-, Pendel- oder Mastvariante, besticht durch

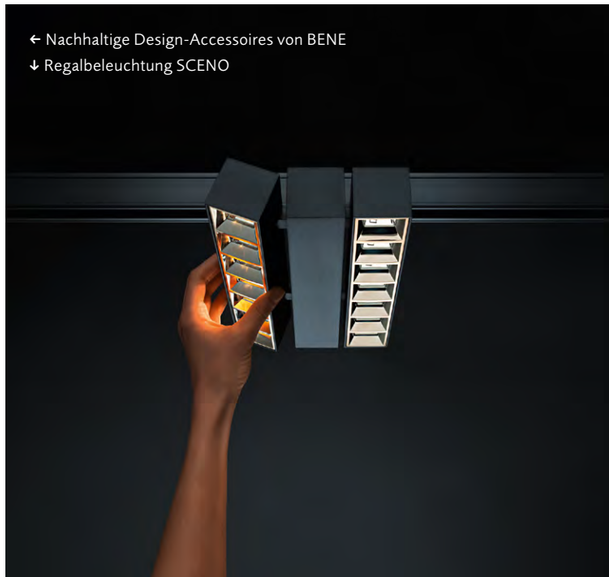


↑ Besonderes Innendesign des Hotel Galanthas

↑ Leporello-Buch

↑ Gewinnerbrille von Silhouette
← AVENTOS Schrankliftsystem

← Nachhaltige Design-Accessoires von BENE
↓ Regalbeleuchtung SCENO



↑ AUGENWEIDE in der Wiener Innenstadt

↑ Screenagers and the incredible machine

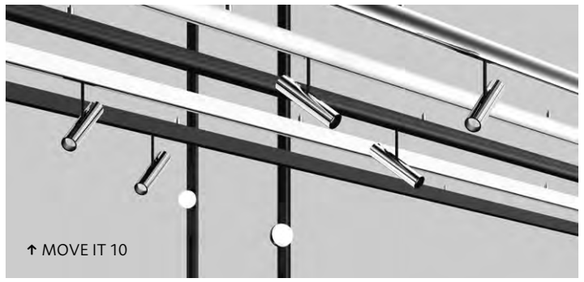
ihren schlanken Querschnitt: Sowohl ihre runde als auch ihre eckige Form weisen einen Freiraum von nur zehn Millimetern auf. Das minimalistische Design setzt sich in den Adaptern fort, die vollständig in den Schienen verschwinden.

Die Momentum-Aurum-Familie setzt *Silhouettes* Weg präzise gefertigter, innovativer Brillen aus Titan und SPX fort. Das neueste Mitglied der Kollektion verfügt über ein intelligentes, schraubenloses und wartungsfreies Scharnier und nun auch über einen Design Award 2023.

Mit raffinierten Akzenten zur Regalbeleuchtung und zurückhaltenden Licht-Schatten-Kontrasten fesselte SCENO von *Zumtobel Lighting* die Aufmerksamkeit

2023 IF-DESIGN AWARD

An international, independent, diverse jury has selected the winners of the 2023 iF-Design Award among about 11,000 submissions from 56 nations. A total of 2,104 contestants from 47 countries received Design Awards. The 75 best designs were even handed a Gold Award during a ceremony in Berlin on May 15th. Products and projects were submitted in the following nine categories: product design, communication design, packaging design, service design, architecture, interior architecture, user experience (UX), user interface (UI), and professional concept. The jurors from 20 nations based their selection on clearly defined criteria such as idea, shape, function, distinction, and impact. We are excited for the Austrian winners!



↑ MOVE IT 10

↑ »Composition in Crystal«,

der Kund·innen und auch der Jury. Das Produkt eignet sich ideal für Verkaufsflächen, da es äußerst vielseitig für unterschiedliche Räume und Verwendungen eingesetzt werden kann.

Ein leeres Restaurant in der Wiener Innenstadt – und eine Idee: am Wiener Donaukanal eine grüne Oase zu schaffen, die AUGENWEIDE. Mit der Gestaltung dieses außergewöhnlichen Restaurants durch *Dr. Puschnegg GmbH* wurde ein neuer Szene-Hotspot im Herzen Wiens geschaffen, der seit seiner Eröffnung ein urbanes und gemischtes Publikum begeistert.

»Composition in Crystal«, designt von *Vasku & Klug* aus Wien, ist eine interaktive Installation, die Musik und Licht auf spielerische Weise verbindet. Besucher·innen sind eingeladen, die Kristallskulptur zu betreten und ein verborgenes Orchester zu entdecken.

Screenagers and the incredible machine bauten eine Website, die sich deutlich von den üblichen Designstandards abhebt und ein einzigartiges neues Erlebnis bietet. Dafür gab es einen Design Award 2023. Der gestalterische Ansatz soll bewusst irritieren und erinnert mit eindringlichem Sound und animierten Übergängen an eine mystische orientalische Zirkuswelt.

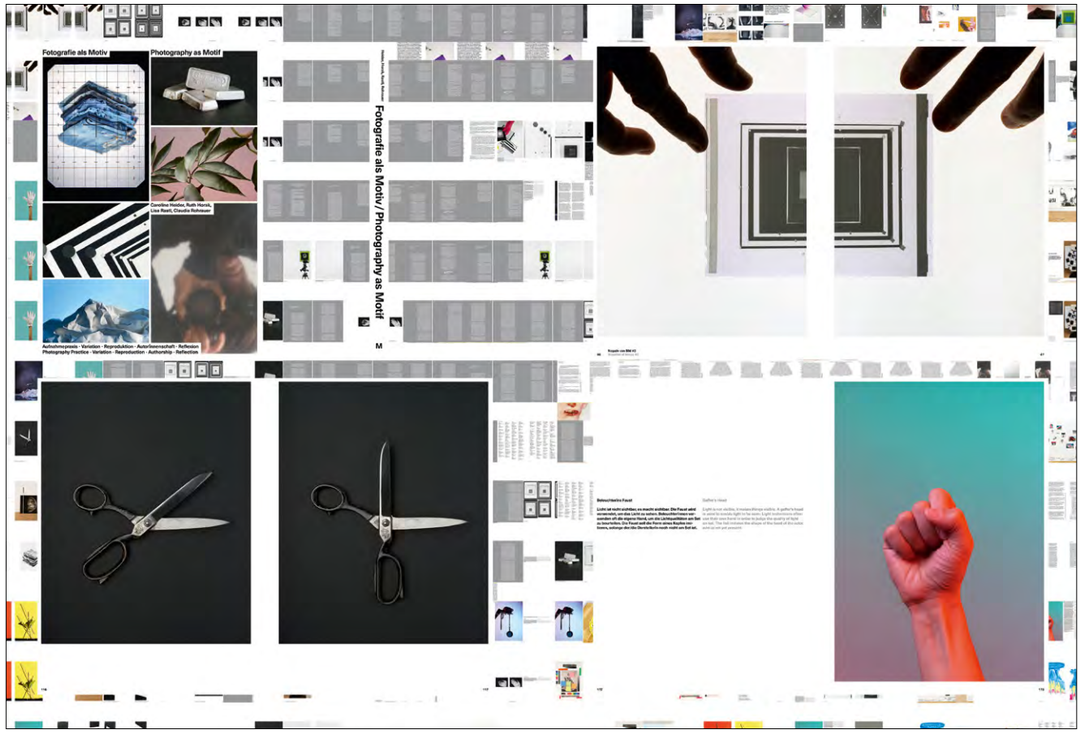
BEST BOOK DESIGN
FROM ALL OVER THE WORLD 2023

Die Prämierten des internationalen Gestaltungswettbewerbs »Best Book Design from all over the World« (»Schönste Bücher aus aller Welt«) 2023 stehen fest.
Die GOLDENE LETTER, die von der Jury als höchste Auszeichnung vergeben wird, geht 2023 an die Publikation »Susi + Ueli Berger. Kunst am Bau und im öffentlichen Raum 1968–2008« aus der Schweiz (erschienen bei Scheidegger & Spiess, Zürich). Gestaltet wurde das Buch von Dan Solbach, Fabian Harb und Maria Peskina.
Dreizehn weitere Auszeichnungen – eine Goldmedaille, zwei Silbermedaillen, fünf Bronzemedaillen und fünf Ehrendiplome – gingen an Bücher aus Dänemark, Deutschland, Finnland, Griechenland, den Niederlanden, Österreich, Polen, der Schweiz und Südkorea.
Österreich holte heuer eine Goldmedaille mit »Fotografie als Motiv / Photography as Motif« von Caroline Heider, Ruth Horal, Lisa Rastl und Claudia Rohrauer. Designt hat das Buch Astrid Seme, gedruckt wurde es bei Gerin Druck, Wolkersdorf und publiziert von Mark Pezinger Books.
Die Auszeichnungen sind undotiert und sollen verstärkt den internationalen Dialog in der Buchgestaltungsszene anregen. Alle eingereichten Bücher waren zuvor bereits in nationalen Wettbewerben ihrer Herkunftsländer ausgezeichnet worden.
Im Rahmen der Leipziger Buchmesse 2023 erschien auch die Publikation zu »Best Book Design from all over the World 2023«, gestaltet von Christian Lange (COCCU Studio).

BEST BOOK DESIGN FROM ALL OVER THE WORLD 2023

The winners of the 2023 international design competition Best Book Design from all over the World have been announced. This year's GOLDEN LETTER, the jury's highest honour, goes to the Swiss publication «Susi + Ueli Berger. Kunst am Bau und im öffentlichen Raum 1968–2008». Austrians Caroline Heider, Ruth Horal, Lisa Rastl, and Claudia Rohrauer won a gold medal for «Fotografie als Motiv / Photography as Motif». The book was designed by Astrid Seme, printed by Gerin Druck, Wolkersdorf and published by Mark Penzinger Books.

↓ »Fotografie als Motiv / Photography as Motif« gewinnt die Goldmedaille



RÜCKSCHAU

DESIGNMONAT GRAZ 2023 – REVOLUTION

© SHEYN

Mit dem Programmfokus »Revolution« und einem dichten Programm ging der 14. Designmonat Graz von 6. Mai bis 4. Juni 2023 über die Bühne. In 30 Tagen fanden über 130 Programmpunkte statt – von Ausstellungen über Workshops bis hin zu Vorträgen und Präsentationen. Über 110 Programm- und Projektpartner·innen und Teilnehmer·innen aus über zehn Nationen machten das breite Spektrum von Design und die Internationalität des Netzwerks erlebbar.

Eröffnet wurde der Designmonat mit acht Revolutionsreden an acht Orten im Zentrum von Graz. Es ging um die »Artificial Intelligence Revolution«, die Revolution des (Nicht-)Bauens, die »Queer Revolution« und die »Food Revolution«. »The Revolution Symposium« untersuchte im Rahmen von Breakout-Sessions mit internationalen Expert·innen vier besonders brisante Themenbereiche: unsere gebaute Umwelt, die Bedeutung der Kreislaufwirtschaft, aktuelle Entwicklungen im Bereich der Nahrungsmittel und die Rolle von Design und Handwerk in der Gesellschaft.

Die Ausstellungen »Kreislaufkultur« und »Wood Craft Design« nahmen sich unter dem Übertitel »Circular what?« im *Designforum Steiermark* der Kreislaufwirtschaft an. Kuratiert von *Harald Gründl* beschäftigte sich »Kreislaufkultur« mit den zehn Rs der Kreislaufwirtschaftsstrategie des *Bundesministeriums für Klimaschutz* und machte die klimapolitischen Ziele konkret sichtbar. So wurde passend zum Schlagwort »Repurpose« etwa eine Autotür ausgestellt, die ein zweites Leben als Schneeschaufel erfährt. In der Ausstellung »Wood Craft Design« haben neun Designer·innen aus dem Netzwerk der *Creative Industries Styria* mit Tischlereibetrieben aus dem Netzwerk des *Holzcluster Steiermark* zusammengearbeitet. Das Restmaterial aus der Holzverarbeitung wurde zum Ausgangspunkt, um gemeinsam marktfähige Produkte zu kreieren. So entstanden unter anderem Leuchten aus Schleifpapier und ein Hocker aus Brennholz, der auch als Basis für ein Lagerfeuer verwendet werden kann.

© GEOPHO

© Miriam Raneburger

In der Design-Clinic boten Expert·innen kostenlose Diagnose und Erstberatung bei ästhetischen und auch funktionellen Problemzonen, also Design-„Notfällen". Für die Design-Clinic und die 2023 neu hinzugekommene Digital-Clinic, die Spezialklinik für Digitalisierung, wurde eine neue Website gelauncht – www.design-clinic.net. Sie gibt einen Überblick über das Leistungsspektrum und ermöglicht eine direkte Kontaktaufnahme und Terminvereinbarung für eine Erstberatung. Die Design-Clinic war 2023 erstmals international unterwegs und auf der Berlin Design Week vertreten. Das Angebot der Beratungen besteht das ganze Jahr, also auch über den Designmonat hinaus, in den folgenden Bereichen: Digitalisierung, Interior, Produktgestaltung, Möbel, Grafik, Identität & Marke, Mediendesign und Interaction Design, öffentlicher Raum, Wayfinding, Grünraumgestaltung und Strategie & Coaching.

Bei »Design in the City« präsentierten 30 designaffine Geschäfte Produkte, die es normalerweise nicht dort zu kaufen gibt. Die nationalen und internationalen Designer·innen stellten dabei verstärkt ethische und ressourcenschonende Produktionsmethoden in den Fokus. Ob Designerstücke aus dem 3D-Drucker von *Sheyn*, Taschen und Bags aus Apfel-Leder von *HEIST* oder dekorative Statuen von Vulven von *Vulvarium*: Es war dies Design zum Anfassen, Anprobieren und Kaufen.

Der Designmonat Graz sorgte erneut über die Grenzen der Stadt hinaus für einen beachtlichen Auftritt der steirischen Hauptstadt als City of Design. Bei einem Spaziergang durch das Bergdorf Trahütten mit dem Titel »almfrische« stießen Designinteressierte auf ungewöhnliche Kunst- und Kulturerlebnisse. In Weiz fanden auch heuer drei Design-Picknicks statt, und im *Schloss Hollenegg for Design* widmete sich die Ausstellung »Ashes & Sand« dem Thema Glas und der Vielfalt der damit verbundenen Techniken und Erzeugnisse. Im Hofladen von Design ab Hof im oststeirischen Pöllau werden seit Mai ausgewählte Produkte aus dem landwirtschaftlichen Bereich mit besonderem Designschwerpunkt angeboten.

DESIGNMONAT GRAZ 2023 – REVOLUTION

«Revolution» was the motto of the 14th Designmonat Graz with a tight schedule of more than a 130 events on 30 days, from exhibitions to workshops to lectures to presentations. More than 110 programme and project partners and guests from 10+ nations showed the wide range of design and the international character of its network. In the Design-Clinic, experts offered free diagnoses and initial advice for aesthetic or functional problem zones, so called design emergencies. In «Design in the City», 30 shops offered design-related products you don't usually get to buy there.
This Design Month showed how Austrian and international designers rely increasingly on ethical, sustainable production methods. It gave Graz yet another chance to present itself to the world in a dazzling way as the City of Design that it is.

THE CHAIRMAN

Der Architekt und Designer *Martin Mostböck* entwirft Möbel, Häuser, Geschäftseinrichtungen, Interieurs, Dinge des Alltags und ist ein Grenzgänger zwischen den Disziplinen. Er zeigte in der Ausstellung »The Chairman« auf 400 Quadratmetern sein weitläufiges Œuvre von Design bis Architektur. Dabei spannte er einen weiten Bogen von Alltagsobjekten zu Gebäuden, von Ideen zu Skizzen und realisierten Projekten. Ferner präsentiert er spannende Zusammenhänge, die für Verbraucher·innen oft im Verborgenen bleiben.

↑ Der Katalog von Martin Mostböck kann über den designaustria-Webshop bestellt werden.

In der Ausstellung »The Chairman« zeigte Mostböck nun in der *Landesgalerie Burgenland* in Eisenstadt viele Entwürfe aus mehreren Jahrzehnten seines Schaffens. Dabei sind Sessel, Möbel, Häuser und Interieurs zu sehen, die im Spannungsfeld zwischen Kunst- und Serienprodukt aufgespannt sind. Präsentiert werden unter anderem seine ausgezeichneten Museumstücke, darunter Objekte aus dem *Museum of Arts and Design* in New York, dem *Design Museum Holon* in Tel-Aviv oder dem *Museum für angewandte Kunst* in Wien.

Zudem zeigte die Schau unter anderem seine wunderbare Architektur »Room with a View« auf einem Hügel, die auch in den Hills von Hollywood bella figura machen würde. Das 120 Quadratmeter große Holzhaus im burgenländischen Forchtenstein macht spätestens auf den zweiten Blick sichtbar, dass es Mostböck in seiner Arbeit um den Einklang von vielen Faktoren geht. Mostböck mischt Erfahrung und Ästhetik mit Zeitgemäßem. Sein Zugang scheint entspannt, lebensnah und doch auf das Projekt fokussiert.

THE CHAIRMAN

Architect–designer Martin Mostböck designs furniture, buildings, shops, interiors, and objects of every-day life. He walks the lines between the genres, from design to architecture. In his exhibition «The Chairman», Mostböck presented his vast oeuvre on 400 square metres in Eisenstadt, including sketches as well as finished projects and interesting connections that often remain hidden to the eye of the common user.

SCHRÄGE STRICHE

BILDERBUCHKUNST AUS ÖSTERREICH

Die digitale Illustrationsschau »Schräge Striche« mit sechzig Arbeiten von acht zeitgenössischen österreichischen Künstler·innen verdeutlichte, wie vielfältig und qualitativ hochwertig die heimische Bilderbuchillustration ist. Als inhaltliche Klammer diente das Thema Humor: Bei manchen Bildern erschließt sich der Witz sofort, bei anderen bedarf es einer genaueren Betrachtung und eines zweiten Blicks.

Arbeiten von *Linda Wolfsgruber*, *Willy Puchner* und *Leonora Leitl* spielen lustvoll mit Klischees und unterwandern Erwartungshaltungen, *Verena Hochleitner* und *Helga Bansch* präsentieren detailreichen Bildwitz und überraschende Einfälle, *Michael Rohers* Werk spannt einen Bogen über verschiedene Techniken und illustrative Erzählstimmungen, *Julie Völks* Arbeiten zeigen leise Töne des visuellen Erzählens, *Renate Habinger* expressivere.

Die digitale Ausstellung steht seit April 2023, mit weiterführenden Informationen versehen, auf der Website des Instituts für Jugendliteratur, jugendliteratur.at, zur Verfügung. Als analoges Begleitmaterial gibt es dort und im Webshop von *designaustria* einen Katalog zum Preis von zwölf Euro und Postkarten zu erwerben.

PICTURE BOOK ART FROM AUSTRIA

The digital illustration show «Schräge Striche» shows 60 works by eight contemporary Austrian artists, illustrating the diversity and high quality of domestic picture-book art. The pieces are united by the overarching topic of humour. The digital exhibition, with additional information, is available on the website of the Institute of Youth Literature: jugendliteratur.at

MEMBERS@WORK

POST VOM STANGLWIRT

© mind-id Werbeagentur

Das Bio- und Wellnessresort *Stanglwirt* versendet jährlich ein Sommer-Mailing an ca. 12.000 Personen. Im Jahr 2021 ging es um das »Aufblühen« nach den coronabedingten Einschränkungen der vergangenen Zeit. Das Mailing beinhaltet ein persönliches Anschreiben, die aktuelle Preisliste mit Spezialangeboten und ein Samenpapier-Herz, aus dem Wiesenblumen erblühen, sobald es bewässert wird.

Die »Verpackung« selbst wurde aus Gmund-Bio-Cycle-Stroh-Papier gefertigt und mit Heißfolienprägung versehen, das Anschreiben sowie die Preisliste auf Munken Pure gedruckt.
Für die Auswahl des Mailing-Papiers wurden mehrere Dummys aus unterschiedlichen Papieren gebaut, um der Kundschaft das Anfassen zu ermöglichen. Das Papier von *Gmund* passt besonders gut zum Bio- und Wellnessresort Stanglwirt, da es sich nicht nur gut anfühlt und sehr gut verarbeiten lässt, sondern auch zu hundert Prozent nachhaltig ist und lokal produziert wird. Trotz der relativ hohen Auflage ist es gelungen, ein qualitativ hochwertiges Mailing zu entwickeln, das sowohl optisch als auch haptisch sehr ansprechend ist. Die Salzburger Druckerei *Offset 5020* war für Produktion, Konfektionierung und Versand die perfekte Partnerin.
mind-id.com

KALLIGRAFIE ALS KUND·INNENMAGNET

© Moët & Chandon

Die Kalligrafie hat in den letzten Jahren ein wahres Revival erlebt. *Natascha Safarik* alias *Tintenfuchs* personalisiert seit bald einem Jahrzehnt Einladungen, Menükarten, Urkunden und vieles mehr und bietet zusätzlich zu Kursen auch Live-Kalligrafie an. Dabei kann ihr über die Schulter geschaut und die alte Kunst des Schönschreibens hautnah miterlebt werden. So ein gemeinsames Erlebnis wurde auch bei einem Event von *Moët & Chandon* geschaffen. Hier wurden die Kartonverpackungen für den luxuriösen Champagner live vor Ort mit dem gewünschten Namen der jeweiligen Person beschriftet. Der verspielte goldene Schriftzug mit weißen Highlights passt dabei perfekt zur Marke und wertet das Produkt zusätzlich auf. So wird aus einer Flasche Moët ein außergewöhnliches Geschenk. Perfekt im Eingangsbereich neben den Cocktails platziert war diese Live-Kalligrafie-Station ein wahrer Kund·innenmagnet, der für Aufsehen sorgte und zum Verweilen einlud. Kalligrafie ist als Handwerk mehr als nur ein fertiger Schriftzug. Sie kann faszinieren, hypnotisieren und vor allem immer ganz individuell an jeden Kund·innenwunsch angepasst werden, sei es durch Stil oder Farbe. So lassen nicht nur Papiere, sondern Produkte aller Art individualisieren. Außerdem ist gerade Natascha Safariks drittes Buch mit dem Titel »Handlettering und moderne Kalligrafie« im *mitp-Verlag* erschienen.
tintenfuchs.net | Instagram: @tintenfuchs

MASCOT-DESIGN UND BRAND-ILLUSTRATIONEN FÜR MACAROOM

Ein durch und durch süßes Projekt mit dem Ziel, die kunterbunten Macarons von *macaroom* mit grafischen und dennoch verspielten Illustrationen visuell zu komplementieren und zugleich die Alleinstellungsmerkmale der Marke in Szene zu setzen. Das sich bewusst vom romantischen, französisch inspirierten Branding anderer Macaron-Konditoreien absetzende, geradlinige Corporate Design sollte sich dementsprechend auch in den Darstellungen widerspiegeln. Herzstück der Illustrationsreihe ist das Maskottchen Mishi. Das fleißige, kecke Eichhörnchen mit einer Vorliebe für die in Macarons verarbeiteten Mandeln repräsentiert die Eigentümerin von macaroom, die jede einzelne Leckerei in liebevoller Handarbeit selbst anfertigt. Die Illustrationen bereichern nicht nur den Online-Auftritt, sondern finden sich auch auf dem Ladenschild sowie als Beklebungen im Verkaufslokal auf der Landstraßer Hauptstraße in Wien. Die nächste Vision von *Jenny Gebler*: Mishi zum Leben zu erwecken!
kunkori.com | macaroom.at

KEEP GOING – LINIE FÜR LINIE

Das klassische Konzept eines Stehkalenders für das Terminmanagement findet nur mehr wenig Beachtung. Digitale Kalender am Smartphone und Co. lassen das Jahr überall und zu jederzeit planen. Vom also einst unverzichtbaren Büronützling sind zwischenzeitlich Kalender zu einer Art Kleinkunstobjekt mutiert. Der heurige Kalender von *GRAFISCHES* soll nicht nur hübsch anzusehen sein, sondern auch die Kreativität zwischendurch wecken und ein Lächeln entlocken. Kein Tag und kein Monat gleichen den anderen. Jedes Monatsblatt ziert ein zum Monat thematisch und farblich passendes Muster. Die Tagesziffern sind je nach Monat unterschiedlich positioniert, sprich: Tag eins lässt sich mal oben, mal rechts, mal unten links finden. Durch das tägliche Verbinden der jeweils gestrigen und heutigen Tageszahlen mit einer Linie formen sich die einzelnen Ziffern am Monatsende zu einem Zahlenbild. Bereits am Monatsbeginn beginnt der kreative Rätselspaß: Was sich wohl diesen Monat daraus formen wird?
Die limitierte Auflage des Kalenders »Hold the line, please« folgt dem Motto »Keep going, Tag für Tag« und soll dem oft grauen Schreibtischalltag mehr Farbe verleihen.
In Zeiten von Klimaerwärmung und Ressourcenschonung will die Entscheidung über Druckproduktionen wohl überlegt sein. Das CO2-neutrale Naturpapier Pergraphica bietet dank der anmutenden Weiße eine hohe Farbtreue und Brillanz im Druckergebnis. Die angenehme Haptik des Papiers ist perfekte Begleiterin für den Holzsockel aus Weißahorn.
GRAFISCHES | Büro für grafische Gestaltung wurde vor gut 20 Jahren von *Monika Prast* in Götzens (Tirol) gegründet. Ihr Fokus liegt auf Editorial Design, Corporate Design und Illustrationen.
monikaprast.at

© Jenny Gebler / kunkori

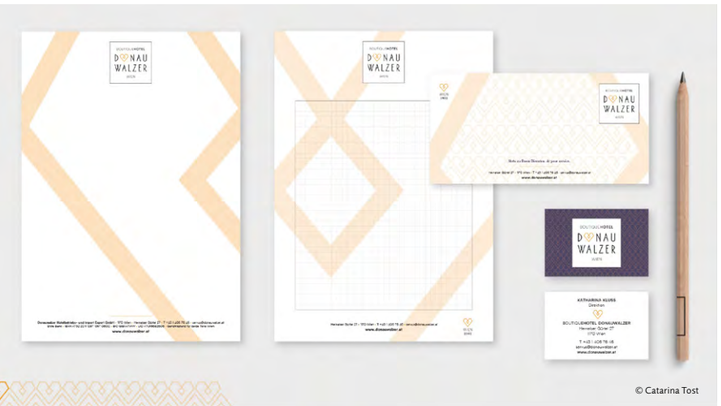
BRANDAKTUELLE THEMEN, ZEITGEMÄSS VISUALISIERT

atelierzichy

»Mein Ziel ist es, in die Vorstellungen der Kund·innen, aber auch der Konsument·innen wie in einen gut passenden Handschuh zu schlüpfen, das überzeugende Design für mich selbst erlebbar und spürbar zu machen«, so die Wiener Designerin *Aleka Zichy*. »Meine Logos sollen als Codes funktionieren: Sie sollen die Tonalität einer eigenen Gedankenwelt bei den Betrachter·innen zum Klingen bringen.«
Das gelingt beim Logo und dem Auftritt des Österreichischen IT-und Beratertags – dem Branchenevent des Fachverbandes *UBIT* der *Wirtschaftskammer Wien* – ebenso wie beim Logo für den *Wechselweise* Meno-Day, den ersten Event rund um die Wechseljahre. Für Letzteren gestaltete Zichy auch das Corporate Design. Hier lag die besondere Herausforderung darin, ein tabuisiertes Thema abseits gängiger Klischees umzusetzen und für bislang Unsichtbares eine Bildsprache zu entwickeln.

Aleka Zichy hatte die Artdirektion verschiedener Zeitschriften in Österreich und den USA inne. Zuletzt zeichnete sie 2009 für den Relaunch des Modemagazins »DIVA« verantwortlich. In den letzten Jahren hat sie sich auf Corporate Designs spezialisiert, wobei ihre Bandbreite von medizinischen Einrichtungen über technische Start-ups bis hin zu Kulturprojekten reicht.
atelierzichy.at

EINE LIEBESGESCHICHTE IM CORPORATE DESIGN



Catarina Tost kehrt in ihren Projekten das Herz und den Kern der Unternehmen nach außen. Eines der aktuellen Projekte ist die komplette Neuausrichtung des Corporate Designs des *Wiener Boutique Hotel Donauwalzer* – von der Innenraumgestaltung bis hin zum Printauftritt, inklusive sämtlicher Inhouse-Kommunikationstools wie Kaffeehauskarten, Briefpapier, Drucksorten sowie die Fassadenbanner bei den Stadtbahnbögen und Autobeklebungen. Besonders wichtig ist ihr, dass die umgesetzten Ideen auch praxistauglich und die Materialien für den Verwendungszweck sinnvoll sind – im Fall des Hotels etwa in Bezug auf die Beanspruchung, die Reinigung oder die generelle Strapazierintensität durch die zahlreichen Kund·innen. Das Boutique Hotel Donauwalzer wurde als Hochzeitsgeschenk errichtet, eine wahre Liebesgeschichte seit 1901. Was liegt da näher, als genau diese positiven Emotionen in das Logo in Form eines Herzens einzubauen? Auch die Anspielung an die Errichtungsperiode, den Wiener Jugendstil, ist in allem spür- und sichtbar. Im Claim »wienerleben« merkt man, wie sehr sich Catarina Tost und Ihr Studio Nordlicht mit der Identität des Hotels auseinandergesetzt haben.
nordlicht.cc

Nordlicht graphic design + interior design steht branchenübergreifend für ganzheitliches Design – von der Erstkonzeption basierend auf der strategischen Ausrichtung bis hin zum fertigen Produkt. Von Raum- und Farbkonzepten bis zu klassischen Drucksorten oder Webdesign, Corporate Design – *Catarina Tost* ist der Mastermind hinter den immer wieder neuen Ideen.

PORNOGRAFIEKOMPETENZ-POSTER FÜR DIE FACHSTELLE FÜR BURSCHENARBEIT

Heutzutage werden Jugendliche häufiger mit pornografischen Inhalten konfrontiert. Dadurch können Erwartungen entstehen, die Druck machen und manche Jugendliche mit vielen unbeantworteten Fragen zurücklassen. Aus diesem Grund hat die *Fachstelle für Burschenarbeit* ein Projekt zur Pornografiekompetenz ins Leben gerufen. Gemeinsam mit Illustratorin *Andrea Zapanta Scharf* wurde ein Plakat entwickelt, das zentrale Aspekte von Pornografie anspricht. Der Fokus liegt auf elf Grafiken, die Unsicherheiten, Mythen, Erwartungen und andere wichtige Aspekte rund um das Thema Pornografie und Sexualität adressieren und auf künstlerische Art aufbereiten.
Die Illustratorin war für die Visualisierung der elf Schlüsselkonzepte von der Gestaltung bis zur Umsetzung des Plakats zuständig. Ziel war es, die Konzepte auf eine verspielte Art und Weise visuell umzusetzen, um die Themen mit Jugendlichen leichter besprechbar zu machen. Das Plakat soll die Neugier der Jugendlichen wecken, sich kritisch mit dem Thema Pornografie auseinanderzusetzen und einen verantwortungsvollen Umgang damit zu entwickeln.
andreazscharf.com

TAPISSERIE FÜR INDIVIDUELLEN RAUM

Das *Textilatelier Beate von Harten & Celina von Harten* designte 2018 eine Tapisserie für ein privates Haus in Wien, dessen Architektur durch die Hanglage eine interessante hohe Wand ergibt, die sich durch die edle Innenarchitektur zieht. Diese freie Fläche von mehr als zehn Quadratmetern ist prädestiniert für ein künstlerisches Werk. Die offen gestalteten Halbstöcke ergeben sechs Ebenen, die verschiedene Blickpunkte auf die lange Wand bieten. Der Entwurfsprozess gemeinsam mit den Auftraggeber·innen ist eine wichtige und spannende Phase. Das Ziel ist, deren Visionen künstlerisch in die Architektur zu integrieren.

Das Textil ist am Hochwebstuhl im Wiener Atelier entstanden und wurde mit hochwertigen Materialien gewebt. Der weiche Farbverlauf beginnt mit weißer Seide, um der Umgebung Raum zu geben. Langsam entwickeln sich die Farben ins Grün, weiter über ein zartes Krapp, bis hin zu hellem Gelb ins Oberlicht. Die verschiedenen Perspektiven auf die Tapisserie lassen die Farbverläufe unterschiedlich wirken. Die nachhaltigen Materialien wie Seide und Leinen geben dem Raum Wärme und verbinden sich mit der umgebenden Ästhetik. Das Werk strahlt bewusst Ruhe aus und wirkt mit seiner modernen Präsenz.
beatevonharten.at

we design austria

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

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

designforum Wien | 13. Juni bis 16. Juli 2023

DESIGNDAYS – 50-JÄHRIGES JUBILÄUM INDUSTRIAL DESIGN LINZ

Wie entsteht innovatives Design? Wie löst Design Probleme und unterstützt nachhaltig Mensch und Gesellschaft? Welche Prozesse, Methoden und Technologien kommen im Design zur Anwendung? Antworten und Einblicke liefert die Ausstellung der Studienrichtung Industrial Design der *Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz*. Ob experimentell oder konzeptionell, nachhaltig oder inspirierend, als Modell oder virtuell präsentiert – hinter jedem der unterschiedlichsten Bachelor-, Master- und Kooperationsprojekte findet sich ein Designtalent. Anlässlich des 50-jährigen Jubiläums von Industrial Design Linz stellt die Ausstellung dabei keine Retrospektive, sondern vielmehr einen Blick in die Zukunft des Designs dar.

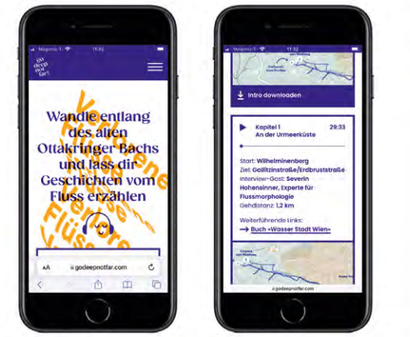
How is innovative design created? How does design solve problems and sustainably support people and society? What processes, methods, and technologies are used in design? Answers and insights are provided by the exhibition of the Linz University of Art and Industrial Design's industrial design department. Whether experimental or conceptual, sustainable or inspiring, presented as a model or virtually – behind each of the most diverse bachelor's, master's and cooperation projects there is a design talent. This exhibition on the occasion of the 50th anniversary of Industrial Design Linz is not a retrospective, but rather a look ahead into the future of design.

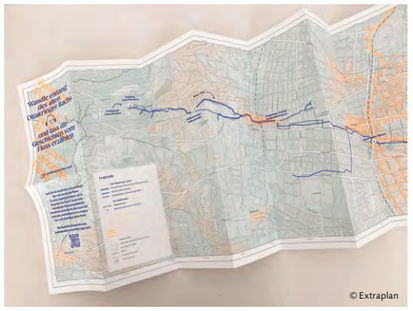
Kunstverein Baden | bis 18. Juni 2023

ILLUSTRE GESELLSCHAFT

In der Galerie des Kunstvereins Baden findet sich noch bis zum 18. Juni 2023 eine illustre Gesellschaft ein.
Die Künstler·innen *Julie Völk*, *Michaela Weiss*, *Linda Wolfsgruber* und *Willy Puchner* zeigen bei einer Gemeinschaftsausstellung Arbeiten aus ihrem illustratorischen Schaffen. Unter anderem werden Werke aus Willy Puchners »ABC der fabelhaften Prinzessinnen« und Linda Wolfsgrubers »Als der Elsternkönig sein Weiß verlor« zu sehen sein, sowie diverse Illustrationen von Michaela Weiss (darunter auch einige unveröffentlichte) und Arbeiten von Julie Völk, welche im Schaffensprozess ihrer Buchprojekte entstanden sind, aber als solche nicht in Büchern abgedruckt wurden.

Visit the current joint exhibition of artists Julie Völk, Michaela Weiss, Linda Wolfsgruber, and Willy Puchner at Kunstverein Baden, where they are presenting samples of their illustrational oeuvre.





Schloss Hollenegg | 5. und 6. Juli 2023

DESIGNGESPRÄCHE AUF SCHLOSS HOLLENEGG
HISTORISCHE MAUERN, DIE IN DIE ZUKUNFT WEISEN

Ein Schloss wird zum Schauplatz für zukunftstragende Ideen. Die Österreichischen Designgespräche auf *Schloss Hollenegg* zeigen, wie viel wir aus der Symbiose zwischen klassischer Wirtschaft und Design gewinnen können.
Die wunderschönen alten Gemäuer des Schlosses verbinden den künstlerischen Zeitgeist von damals mit baulichem Handwerk. Sie sind ein Sinnbild für die Zusammenarbeit zwischen unterschiedlichen Branchen. Damit ist der edle Bau der perfekte Austragungsort für die österreichischen Designgespräche. Dort steht nämlich auch eine erfolgversprechende Symbiose im Mittelpunkt: jene aus klassischer Wirtschaft und Design. Inmitten des Schlosses im südsteirischen Schilcherland dreht sich für zwei Tage alles um Erfolgsgeschichten aus der Praxis. Speaker·innen aus Design–Wirtschaft-Kooperationen stellen ihre Innovationen vor und zeigen, wie beide Seiten davon profitieren.

Kaffee, Sessel und Rihanna
Schnell kommt bei den Gesprächen auch heraus, dass Kooperationen innovative Lösungen für Zukunftsfragen bringen. Das modulare Wohnsystem Kiubo erfüllt etwa in 25-Quadratmeter-Schritten von Büroraum bis Familienhaus jeden Wunsch. Um die perfekte Mischung dreht sich alles bei Industriedesigner *Florian Seidl* und *Valerio Vaccarono*, Engineering Manager des Kaffeespezialisten *Lavazza*. Sie kombinieren Form, Funktion und Usability bei neuen Lavazza-Produkten. Designer *Thomas Feichtner* entwickelte gemeinsam mit *bene* den Studio Chair, der sich an jede Umgebung anpasst. Zu den meisten Sesseln gehört ein Tisch, und so serviert auch Tisch zwölf, eine Initiative des *Biohotel Schwanen* im Bregenzerwald und der *Plattform V*, passend dazu das Essen der Zukunft: gesund, regional und nachhaltig. Dass mit den Partnerschaften nicht nur wirtschaftlicher Erfolg, sondern auch kleine Gemeinsamkeiten mit Popstars entstehen können, beweist die Beachwear-Kollektion Sol e Mar, die Badefrottee modisch neu entdeckt. *Vossen*, der Traditionsbetrieb für hochwertiges Kuschelfrottee, hat dank dieser Kooperation mit der Brillen-Edelmarke *Andy Wolf* nun auch Verbindungen zu *Rihanna*. Der Popstar trug Andy Wolf bei den Filmfestspielen in Cannes.

Pfad in die Zukunft
Diese Best-Practice-Beispiele beweisen, dass beide Seiten von Partnerschaften profitieren und das Zusammenspiel von Wirtschaft und Design immer mehr an Bedeutung gewinnt. Im Schloss Hollenegg entsteht also der Pfad in eine vielversprechende Zukunft voller Visionen und Innovationen – und das inmitten historischer Renaissancegemäuer.

The Austrian design talks at Schloss Hollenegg go to show how much we are to gain from the promising symbiosis between old-school business and design. For two days, everything between the walls of this beautiful castle in the south of Styria was about best-practice success stories. Speakers from design–business co-operations presented their innovative concepts and the benefits both sides get out of the partnership.

designforum Wien | 25. Juli – 10. September 2023

SCHÖNSTE BÜCHER ÖSTERREICHS X TOLERANCE POSTER SHOW

Die schönsten Bücher Österreichs

© Michael Goldgruber

Was kann Design zum Thema Toleranz beitragen? Wie können Bilder überdauern? Welche Sprache der Toleranz kann Design sprechen, zeigen, zeichnen, darstellen und erlebbar machen? Die von dem New Yorker Designer Mirko Ilić initiierte Sammlung »Tolerance Poster Show« reiste in unterschiedlichen Zusammenstellungen um die halbe Welt, von den USA nach Montenegro, von Spanien nach Serbien. Die Tolerance Posters wurden von internationalen Designgrößen gestaltet – für das designforum Wien hat Ulrike Pötschke (NDU) zusammen mit Helene Breuer (NDU-Studentin Grafik- und Informationsdesign) eine Auswahl von über 200 Plakaten kuratiert, die parallel zu den »Schönsten Büchern Österreichs« erstmals in Wien gezeigt werden.

Das Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (BMKÖS) und der Hauptverband des österreichischen Buchhandels prämierten auch heuer wieder die »Die schönsten Bücher Österreichs«, ausgewählt und bewertet von einer Fachjury. Die eingereichten Bücher stammen aus den Kategorien allgemeine Literatur: Belletristik und Gedichtbände, allgemeine Sachbücher, Kochbücher und Ratgeber, regionale und historische Bildbände, Kinder- und Jugendbücher, Graphic Novels, zeitgenössische Kunstbände, Fotokunst, Architektur, Ausstellungskataloge, wissenschaftliche Publikationen, Lehr- und Schulbücher und Sonderproduktionen.

Die Gewinner·innen werden am 19. Juni ausgezeichnet. Ab 25. Juli können die schönsten Bücher Österreichs aus den Jahren 2021 und 2022 im designforum Wien in Kombination mit der »Tolerance Poster Show« angesehen werden.

The winners of the 2022 contest to choose Austria's most beautiful books will receive their awards on June 19th. From July 25th, the winning books from the years 2021 and 2022 will be on display at designforum Wien in combination with the «Tolerance Poster Show».

Online-Bewerbungsformular | bis 19. Juli 2023

JAMES DYSON AWARD

Weltverändernde Ideen brauchen eine Plattform, die *James Dyson* gerne bietet. Daher sucht Dyson wieder nach Visionär·innen, die Lösungen für globale Probleme angehen wollen. Bis zum *19. Juli* können sich Innovator·innen für den James Dyson Award bewerben und ihre Projekte einreichen. Die Gewinner·innen erhalten ein Preisgeld, öffentliche Aufmerksamkeit sowie ein starkes Netzwerk – essenzielle Faktoren, um ihre Projekte zum Geschäftsmodell zu entwickeln. Seit 2005 fordert der Wettbewerb innovativ denkende Studierende und Absolvent·innen von Ingenieurstudiengängen auf, globale Probleme anzugehen, die von Umweltfragen bis zur Verbesserung der Gesundheitsversorgung reichen können. Entwickle etwas, das ein Problem löst. Dabei kann es sich um ein frustrierendes Alltagsproblem oder um ein globales Problem handeln. Wichtig ist, dass die Lösung effektiv ist und von profundem Designdenken zeugt. Bewerbung und weitere Informationen unter jamesdysonaward.org

Life-changing ideas need a platform – a platform James Dyson is happy to provide. Dyson is yet again looking for visionaries willing to tackle global problems with ingenious solutions. Innovators can now submit their projects for the James Dyson Award until July 19th on jamesdysonaward.org

Sign up by June 30th, 2023

JOIN THE DESIGN INTELLIGENCE AWARD

Join the *Design Intelligence Award* (DIA), a prestigious industrial design competition in China that promotes contemporary design with a focus on human values. Over the past seven years, the DIA has received 43,000 design works from 70 countries, establishing a global network of design colleges, industry associations, and design weeks. Open to all independent designers, companies, and teams, the 2023 competition offers a bonus pool of EUR 660.000,00, with winners potentially receiving up to EUR 130.000,00.

This year's theme, Design Evolution, explores the evolution of design from handicraft to AI, emphasising the values and concept of design. The DIA aims to connect global designers and explore new design patterns in this era of rapid social change. Sign up on en.di-award.org

Der Code für *designaustria*-Mitglieder: AT2023-VHAYKR8

EMPFEHLUNGEN

WIEN-GESCHICHTEN

GEZEICHNET, ILLUSTRIERT UND ERZÄHLT VON SANDRA MOSCH

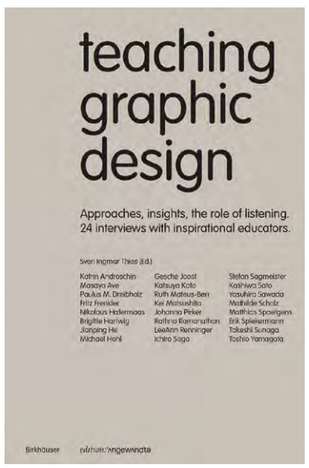
Sandra Mosch lebt als Industriedesignerin und Grafikerin mit ihrer Familie in Wien. Sie ist leidenschaftliche Radfahrerin. Mit Bleistift und Skizzenbuch ausgestattet fährt sie durch die Stadt und zeichnet ihre Lieblingsplätze. Sie recherchiert die Geschichten hinter der Geschichte. Im Eigenverlag ist jetzt ein Buch erschienen, in dem sie uns Einblick in ihre Skizzen gewährt. Liebevolle Details, spannende Geschichten und witzige Bilder laden uns zu einer Runde durch die Wiener Innenstadt ein. Dieses Wienbuch ist insofern etwas Besonderes, als dass es von A bis Z aus der Hand von Sandra Mosch stammt. Die Kurzgeschichten werden lebendig und laden zu einem Spaziergang ein. Mehr auf www.moschdesign.com – das Buch ist erhältlich über amazon.de

TEACHING GRAPHIC DESIGN

WIE DESIGNSTUDIERENDE NACHHALTIG LERNEN

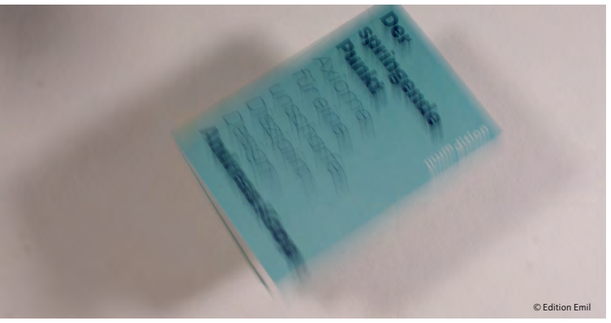
Wie unterrichte ich Design? Warum ist das Zuhören so wichtig? Was können wir aus anderen Fachgebieten und Kulturkreisen und voneinander lernen?

Antworten und Anregungen bieten *Sven Ingmar Thies* und seine 24 Interviewpartner·innen, die alle ein Wille eint: Ihre Studierenden sollen experimentieren, erfahren und sich selbst weiterentwickeln. Zu Wort kommen Lehrende aus Grafikdesign, Designtheorie, Gameentwicklung, Industriedesign und Verhaltensforschung aus China, Deutschland, Großbritannien, Japan, Österreich und den USA. Die Buchpräsentation findet am 20. Juni 2023 in der Universität für angewandte Kunst Wien statt.



»Teaching Graphic Design, Approaches, Insights, the Role of Listening and 24 Interviews with Inspirational Educators«, Sven Ingmar Thies, Englisch, ISBN: 978-3-0356-2600-1, Preis EUR 42,00, erhältlich im designforum Wien oder über den designaustria-Webshop.

EDITION EMIL – DER SPRINGENDE PUNKT



↑ »Der springende Punkt – Axiome für eine unscharfe Disziplin: Design«, ISBN: 978-3-9825243-0-6, Preis EUR 10,00. Ab sofort bei der Edition Emil und bei *designaustria* erhältlich.

Die *Edition Emil* ist ein kleiner Kleinverlag mit Sitz in Marktoberdorf und Wien, initiiert und gestartet 2023 von *Andreas Koop* und *Katrin Beste*. Ziel ist die Publizierung nicht publizierbarer Themen – weil speziell, unkommerziell … und deshalb wieder so reizvoll. Auslöser für die Gründung war einerseits die Erkenntnis, dass Verlage und Zeitschriften ihr Portfolio so ausrichten, dass es potenziell auch Absatz findet. Etwas zu publizieren, das zwar allegelesen haben sollten, aber eigentlich niemand lesen bzw. hören will, ist kommerziell schwer abzudecken.

Gibt es beim Design so etwas wie ein »gesichertes Wissen«? Bei den beiden Büchern »NSCI« und »Die Macht der Schrift«, mit ihrem direkten Bezug zur Designforschung als visueller und gestaltender Disziplin, kamen immer wieder Fragen und Zweifel auf. Die Historiker·innen bedienen sich des Wortes, das Bild gründlich ignorierend – dabei kann die Art einer Gestaltung ja bereits Inhalt sein. Diese Gedanken weiterführend war die nächste Frage die nach Axiomen. Also nach Grundsätzen, fundamentalen Rahmenbedingungen.

In »Der springende Punkt – Axiome für eine unscharfe Disziplin: Design« geht es darum, einen ersten Ansatz zu formulieren, was solche beinhalten könnten. Ein Anfang, was man thematisieren und generalisieren könnte und dürfte. Etwas durchaus Grundlegendes also zum Start der Edition Emil. Und wieder ein Angebot, ein Versuch, daraus einen Diskurs beginnen zu lassen, der im Sinne des Philosophen *Karl Popper* durch ständige Falsifikation ein besseres Ergebnis erreicht. Womit auch schon ein wenig der Wunsch und die Hoffnung von Andreas Koop mitschwingt, dass die Designforschung (so sie denn überhaupt in Schwung kommt) in eine geisteswissenschaftliche Richtung gedacht wird – und nicht als naturwissenschaftliche Innovationstreiberin mit schnell möglicher (und gegebenenfalls abgesehen vom Umsatz auch sinnfreier) Anwendbarkeit.

Impressum

Herausgeberin: designaustria, da, gegründet 1927, ist die Berufs- und Interessenvertretung sowie das Informations- und Wissenszentrum für Design und engagiert sich für Österreich als Designnation. designaustria vertritt nationale Interessen in internationalen Organisationen und ist Mitglied des International Council of Design (ico-D), der World Design Organization (WDO) und des Bureau of European Design Associations (BEDA).
Redaktion: Katharina Rath und Marie-Theres Zirm, cardamom, Severin Filek, Olivia Scarr. Für den Inhalt verantwortlich ist die Redaktion oder die namentlich gekennzeichneten Autor·innen.
Lektorat: Martin Thomas Pesl, martinthomaspesl.com
Gestaltung: Valerie Eccli – Design & Fotografie
Fotos: Die Rechte liegen bei den beitragenden Designer·innen, Autor·innen, Institutionen, Veranstalter·innen, Verlagen usw. bzw. bei den Fotograf·innen.

Papier: Umschlag: G-Snow, 250 g/m², Kern: G-Snow 115 g/m², zur Verfügung gestellt von Arctic Paper Papierhandels GmbH, Hainburgerstraße 34a, 1030 Wien, Österreich, arcticpaper.com
Belichtung, Druck und Endfertigung: Bösmüller Print Management GmbH & Co KG, Obere Augartenstraße 32, 1020 Wien, Josef-Sandhofer-Straße 3, 2000 Stockerau, www.boesmueller.at

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

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

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

/druckwerkkrems

Get social!

P.b.b. Verlagspostamt 1070 Wien
PTA-Zulassungsnummer 02Z032526M

Labelicious®

Gönne deinen Etiketten ein Upgrade.
Mit unseren schönsten Papieren & Veredelungen.

DRUCKWERKKREMS.AT

02732 854 22 75