

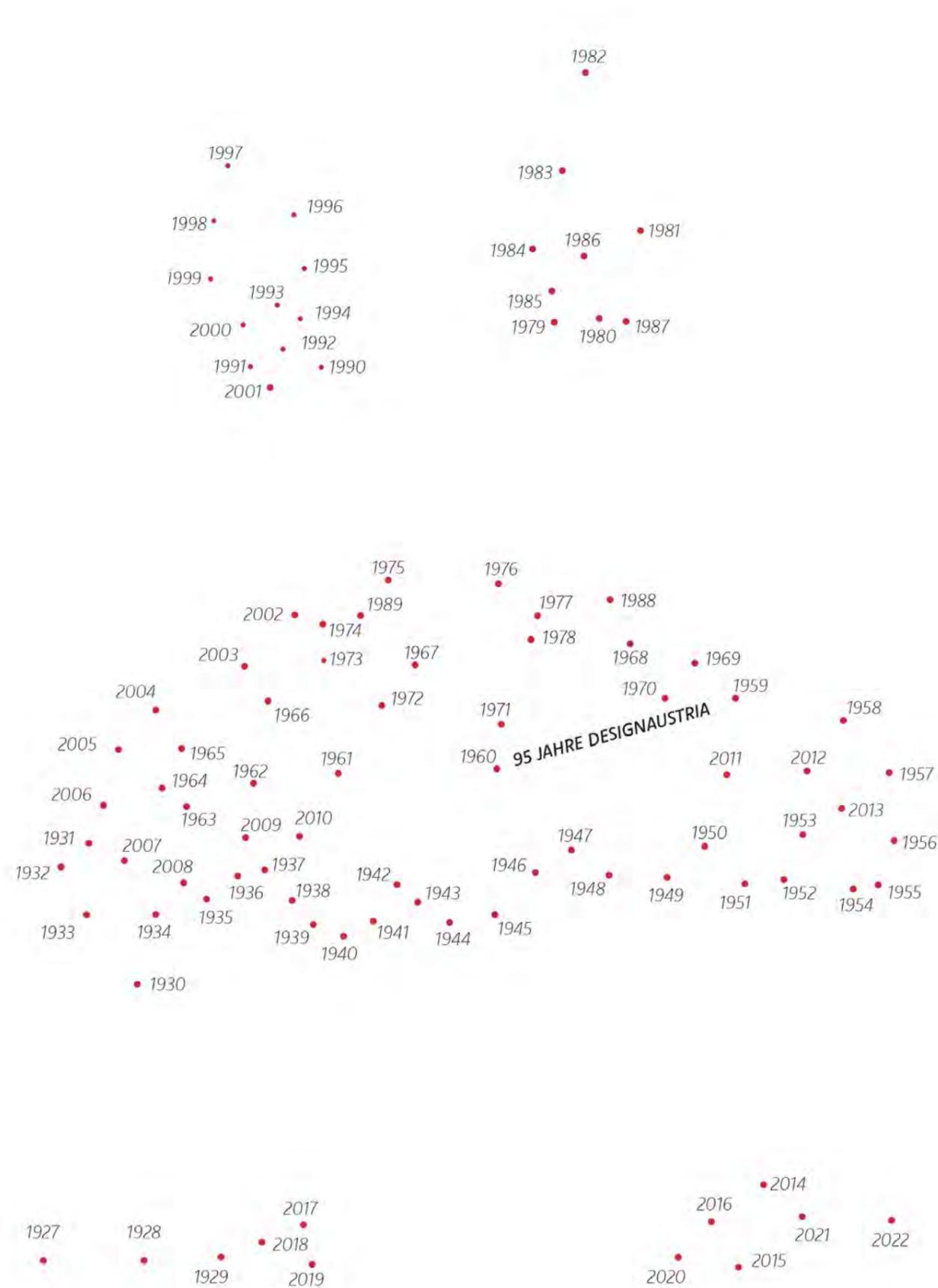
MAGAZIN VON UND ÜBER DESIGN

mitteilungen



we
design
austria

95 Jahre
DESIGN AUSTRIA



Liebe Leser:innen!

Wieder geht ein Designjahr dem Ende zu – und damit unser Jubiläumsjahr »95 Jahre designaustria«. Der Jahreswechsel lädt ein, innezuhalten, das eigene Tun zu reflektieren und die wichtigsten Erkenntnisse zu bündeln, um sie dann in die nächste Entwicklungsphase mitzunehmen. Von Ausgabe zu Ausgabe dürfen wir aus der Fülle eurer Aktivitäten einen Strauß an Texten und Bildern binden.

Die weltweit und auch in Österreich wirksam werdenden Rahmenbedingungen sind nach wie vor herausfordernd, und auch Gestalter:innen sind gefordert, sich immer wieder neu zu erden, um für Kund:innen und die Gesellschaft agieren zu können. Wir wünschen euch Mut und Zuversicht, damit wir gemeinsam das Mögliche beitragen können.

Einen Jahreskreis designaustria-»mitteilungen« durften wir euch schon begleiten, nun freuen wir uns auf die ersten Ausgaben im kommenden Jahr. Danke für eure Rückmeldungen, Beiträge und Impulse. Lasst uns gemeinsam die Kraft von Design entfalten!

Wir wünschen euch beruflich wie privat einen gelungenen Zeitenwechsel!
Katharina und Marie-Theres im Namen des Redaktionsteams

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



Für euch beigelegt haben wir diesmal:

- Strategische Ansätze zum Einsatz von Design – Folder
- Bildrecht-Wahrnehmungsvertrag
- Ausschreibung 100 Beste Plakate

← Hier seht ihr eines der von NDU-Studierenden gestalteten Plakate zum Thema 95 Jahre designaustria. Details S. 8–11

95 Jahre designaustria

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

we
design
austria

INHALT

06 DIE KRAFT VON DESIGN

- 06 Design – eine strategische Entscheidung
- 07 Auch wir Designer:innen tragen ein Stück Verantwortung!



08 95 JAHRE DESIGNAUSTRIA

- 08 Studierende der NDU gestalten da-Jubiläumsplakate

12 DESIGNAUSTRIA-STUDIOPORTRÄT

- 12 OYA



14 DESIGNAUSTRIA: ACTIVITIES & SERVICES

- 14 Urheberrechts-Novelle 2021
- 16 Generalversammlung
- 18 Google Fonts – Abmahnungswelle
- 18 We <3 Illustration

19 IN GEDENKEN AN

- 19 Felicitas Kuhn



20 ERFOLGE

- 20 Joseph Binder Award
- 27 Joseph Binder Symposium
- 28 Red Dot Award
- 32 100 beste Plakate 2021

34 RÜCKSCHAU

- 34 Fernab der Deadlines
- 36 Gabriele Lenz – ex libris
- 37 Stanislaus Book Basics
- 37 Initiative Design Kreis will Designcommunity in Österreich stärken
- 38 Tom Koch – Finding Forte
- 40 Kunst der Verführung

42 MEMBERS@WORK

- 42 Erwin Franz | Gen Z as Boomer
- 42 Christian Feuerstein | Super BfG Call
- 43 Michael Zinganel | Blinder Fleck
- 43 Juliane Fink | Von der Kugel zur Vase
- 42 Laura Karasinski | Atelier Karasinski
- 42 Manfred H. Bauch | sinnieren im Weinviertel
- 43 Anja Grohmann | Mut zur Farbe an der Wand
- 43 Bernhard Buchegger | Gruppe am Park



46 AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

- 46 Romulus-Candea-Preis
- 46 Bilderbuchkunst
- 46 Corporate Design, warum und wie?
- 48 Herbert und Joella Bayer
- 49 IIID AWARDS 2023

49 EMPFEHLUNGEN

- 49 CCA Jahrbuch 2022
- 49 JBA Buch
- 50 G-Print – Great ideas start with great paper

51 Impressum

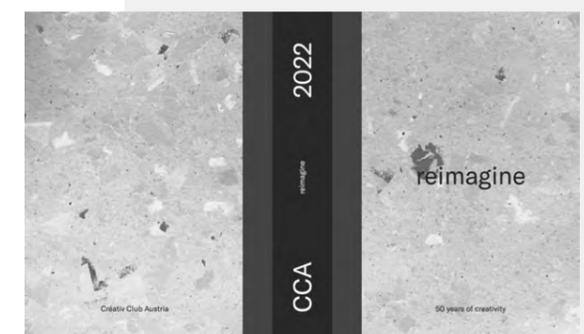
we
design
austria*Liebe Kollegin, lieber Kollege,*

wie sieht dein *designaustria* der Zukunft aus? Brauchen wir mehr Solidarität oder mehr Individualismus? Welche Antworten gibt es auf den technischen Fortschritt? Wie sollen wir mit unseren Ressourcen umgehen? Wie wollen wir arbeiten?

Damit dein Bild Realität wird: Komm in den Vorstand! Ermutige Menschen zu einer Kandidatur, von denen du dich gern vertreten lassen möchtest. Such dir bei der kommenden Wahl jene Kandidat:innen aus, die dein Bild am besten spiegeln.

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

Bärbl Weingartshofer



DESIGN – EINE STRATEGISCHE ENTSCHEIDUNG



designaustria wendet sich mit der *Creative Industries Styria*, der *Creative Region Linz & Upper Austria*, dem *designforum Vorarlberg*, der *Kreativwirtschaft Austria* und dem *WEI SRAUM*. *Designforum Tirol* gemeinsam an alle Bürgermeister:innen in Österreich, mit dem Ziel, im Geiste des Neuen Europäischen Bauhaus Ästhetik, Inklusion und Nachhaltigkeit bei öffentlichen Aufträgen mitzudenken und Designer:innen zu beauftragen.

Die Kraft von Design zur Umsetzung nachhaltiger Lösungen

Design hat die Kraft, unsere Gesellschaft in sozialer, ökologischer und ökonomischer Hinsicht weiterzubringen. Sie steht damit für kluge Innovation zugunsten der Menschheit.

Design ist vielmehr als »schön«

Von der Höhe der Trottoirs bis zum Winkel der Sitzschale der Bänke in Bushaltestellen, vom Kaffeebecher bis zum Mobiltelefon, vom Luftfilter bis zum Gewinde der Deckel von Glaswasserflaschen: Alles wurde gestaltet. Für alles gab es eine Idee. Und für alles gibt es ein Design. Mit Design werden Lösungen für Probleme gefunden, werden Funktionalität und Aussehen fusioniert. Design ist die Umsetzung von Vorhaben: der Schaffensprozess, in dem materielle, räumliche, visuelle und durch Wahrnehmung erlebbare Environments in einer Welt entstehen, die durch den technischen Fortschritt und neue Materialien immer formbarer, aber aufgrund der Auswirkungen ungezügelter globaler Entwicklungen auch immer verletzbarer wird.

ÖKOLOGIE DESIGN |

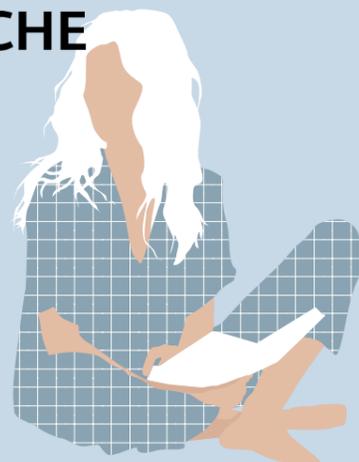
Design kann's nachhaltig

Design ist ein Mittel zur Umsetzung von nachhaltigen Lösungen. Ziel ist ein klimaneutrales Europa mit Kreislaufwirtschaft. Die Entscheidung über die Ökologiekosten eines Produkts fällt während der Designphase. Design bestimmt maßgeblich die Materialauswahl, die Handelsmodalitäten und das Nutzungsverhalten. Einsatzmöglichkeiten für Design – als Motor für Zirkularität – lassen sich von neuen Geschäftsmodellen und Produktionen bis hin zu energieeffizienten digitalen Lösungen und dem Sharing-Gedanken vielfach finden.

TECHNOLOGIE DESIGN |

Design kann's digital

Design fügt Technologie einen Mehrwert hinzu. Durch die Einbeziehung der Perspektive und Schnittstelle Mensch samt individuell gestalteter



Interaktion stellt Design eine Verbindung zwischen Technologie und menschlichen Bedürfnissen her. Digitalisierung bildet den Kern eines industriellen Wandels, der sich in allen Bereichen unseres Lebens manifestiert. Diese technologischen Weiterentwicklungen führen zur Gestaltung sinnvoller, neuartiger Nutzungserlebnisse. Es stellen sich die damit verbundenen Fragen nach den rechtlichen Rahmenbedingungen und der ethisch unbedenklichen Verwendung von Daten.

ETHOS DESIGN | Design kann's für alle

Design macht Städte intelligent und Veränderung leichter. Es ermöglicht allen gesellschaftlichen Gruppen, Veränderungen anzunehmen; denn Design fördert Resilienz und minimiert Risiken, es begünstigt Ausbau und Wachstum und eine höhere Lebensqualität für alle. Aufgrund seines kollaborativen Ansatzes kann Design Brücken zwischen Öffentlichkeit, Politik, deren Dienstleistungen sowie Bürger:innenbedürfnissen bauen. Es kann helfen, den öffentlichen Sektor zu transformieren, indem Bürger:innen dazu ermächtigt werden, öffentliche Entscheidungen und politische Maßnahmen mitzugestalten und mitzutragen.

ÖKONOMIE UND RESILIENZ | Design kann's

Der private und der öffentliche Sektor sollten in der Lage sein, auf Veränderungen in der Weltwirtschaft zu reagieren und dabei lebenslanges Lernen, Chancengleichheit und Resilienz zu fördern. Designkompetenzen wie Empathie, Nutzungserlebnis, Kreativität, Visualisierung und Programmierung sollten in eine neue Qualifikationsagenda integriert werden, um künftige Generationen entsprechend vorzubereiten.



basierend auf der Next Generation Design Policy vom *Bureau of European Design Associations*

AUCH WIR DESIGNER·INNEN TRAGEN EIN STÜCK VERANTWORTUNG! VOM VERSCHNAPPEN ZUR CIRCULAR ECONOMY

Text **Adam Wehsely-Swiczinsky**

»Flush« und »reduced« waren zwei wichtige Schlagworte der letzten Gestaltungsjahrzehnte. So haben viele Industriedesigner:innen in den letzten Jahrzehnten etwa Schraubdomen in Elektrogeräten verschwinden lassen, um ebene, nicht durchbrochene Oberflächen und Materialübergänge zu erzielen. Die Folge daraus war, dass Produktentwickler:innen zur Umsetzung der Entwürfe die Gehäuseteile etwa von Elektrogeräten verschnappt, verschweißt oder verklebt haben. Damit machten die Industriedesigner:innen das Leben der Service- und Reparaturbetriebe weiter kompliziert, und Reparaturen wurden aufwändig, sichtbar und in vielen Fällen auch unrentabel.

Jetzt sind viele von uns als Designer:innen vorne mit dabei und wollen wieder in die Circular Economy, aber wie machen wir das?

Der Hebel Designstrategieberatung

Leider haben wir Designer:innen als Dienstleister:innen bei unseren Kund:innen in der Industrie oft nicht den größten Hebel, die Logistik so umzustellen, dass eine Kreislaufwirtschaft möglich wird. Produzent:innen wollen produzieren und verkaufen. Um einen höheren Profit als im Vorjahr zu erzielen, werden Prozesse oft verkompliziert. Das macht die Überzeugungsarbeit in Richtung Kreislaufwirtschaft schwieriger. Einer der längeren Hebel, den Designer:innen neben der konzeptionellen Designstrategieberatung haben, ist es, neue, moderne Entwürfe zu liefern, die so weit durchdacht sind, dass sie von den Ingenieur:innen langlebig, leicht zu servicieren, vielleicht auch modular und wieder voll demontierbar umgesetzt werden können.

Gesetzgebung gefordert

Meiner Ansicht nach wird es jedoch ohne legislativen Druck nicht möglich sein, einen großen Schritt weiter in Richtung Kreislaufwirtschaft zu gehen. Die Industrie braucht in unserer sozialen Marktwirtschaft neue Normen, Verordnungen oder Gesetze, die Finanzmarkt, Überproduktion, Reparierbarkeit, Demontage, Rücknahme und Aufbereitung von Wertstoffen verordnen und regeln. Alle Teilnehmer:innen am europäischen Markt, Importeur:innen eingeschlossen, müssen sich dann an diese neuen Regeln halten.

Langsam kommen wir voran

Die neue europäische USB-C-Verordnung, das europäische »Recht auf Reparatur« oder das österreichische Plastikflaschen- und Dosenpfand ab 2025 sind erste kleine Tendenzen in die richtige Richtung. Vielleicht ist auch an unserer derzeitigen Energiekrise nicht alles nur schlecht? Vielleicht hilft uns dieser schreckliche Auslöser, die Diskussion über den Ressourcenverbrauch anzukurbeln, und wir kommen dem Kreislauf noch ein Stückchen näher.

awsdesign.at

WE DESIGNERS BEAR SOME RESPONSIBILITY

Unfortunately, as service providers, we don't have the best leverage to make our customers reorganise their logistics in favour of the circular economy. Producers want to produce and sell to earn more profit than the year before, making it even harder to convince them. In my opinion, we will need some legal pressure to make a big step towards the circular economy. The industry needs new standards, regulations, or laws that regulate things like the capital market, overproduction, reparability, disassembly, redemption, and materials processing. The new European USB-C regulation, the European »Right to Repair«, or Austria's plastic bottle and can deposit that will be active from 2025 are small tendencies towards the right direction.



95 JAHRE DESIGNAUSTRIA

ZUKÜNFTIGE DESIGNER·INNEN GESTALTEN JUBILÄUMSPLAKATE



Kritik und gegenseitiger Unterstützung. Die Gruppe entschied gemeinsam über den jeweils »besten« Entwurf pro Person, der zu einem letzten Termin in einigen Varianten vorliegen sollte, sodass ein abschließendes Coaching und ein letzter Feinschliff getätigt werden konnte.

Die nun vorliegenden zehn Entwürfe wurden vom ganzen Team gemeinsam ausgesucht – ein besonders schwieriger Teil des Projekts. Danke für diese spannende Aufgabe!

Helene Breuer – unsere Covergestalterin



Die vielen unterschiedlichen Fingerabdrücke repräsentieren die diversen analogen und digitalen Fähigkeiten aller designaustria-Mitglieder, aber auch der Menschen, die dahinterstecken. Die Abdrücke bilden 95 Luftballons zur Feier der 95 Jahre von designaustria. Mit zwei roten Luftballons soll an das Ö für Österreich erinnert werden.

Warum dieses Cover? Der Redaktion ist die Entscheidung keineswegs leichtgefallen. Wichtig war, dass das Cover ohne Erklärung und ausschließlich mit der Vorderseite eine Wirkung entfalten kann und das Thema 95 Jahre designaustria klar kommuniziert. Das Zusammenspiel der persönlichen, menschlichen Fingerprints in Kombination mit dem klaren Gestaltungsrahmen des vorgegeben Covers, das Gefühl des Ausbrechens, Aus-dem-Rahmen-Fliegens hat uns gut gefallen. Ein Bündel voller Luftballons in Händen zu halten, einmal Luftballonverkäufer in

↑ Studierende der NDU bei der Zusammenarbeit

Text **Ulrike Pötschke**

Zum Ende des Sommersemesters 2022 wurde das spannende Projekt »Cover und Poster zum Thema 95 Jahre designaustria« an die *New Design University St. Pölten* herangetragen. Wir waren uns sofort einig, dass diese Aufgabe sich hervorragend für ein sogenanntes »futurelab« eignen würde – dies sind Projekte, die neben dem regulären Curriculum in Zusammenarbeit mit externen Auftraggeber:innen zustande kommen.

Im Juni luden Studiengangsleiter *Professor Olivier Arcioli* und Dozentin *Ulrike Pötschke* in Summe zehn Student:innen, gemischt aus dem zweiten und dritten Jahrgang, zu diesem Projekt ein. Alle sagten sofort zu und waren gespannt auf die Aufgabenstellung.

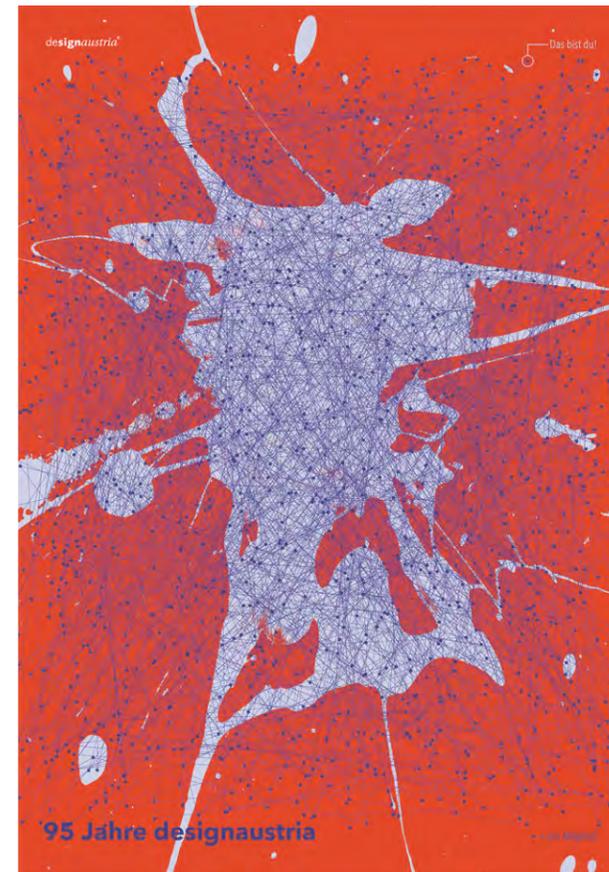
Beim Kick-off Ende September hielt Ulrike Pötschke zwei Vorträge: einen über die Entstehung des Berufsfeldes und wichtige Strömungen im Allgemeinen und einen über bekannte Vertreter:innen der österreichischen Designlandschaft im Besonderen – basierend auf *Anita Kerns* Buch »Grafikdesign in Österreich im 20. Jahrhundert«, herausgegeben von designaustria.

Im Anschluss erarbeitete die Gruppe zusammen mit Professor Arcioli anhand von Kreativitätstechniken und einem ausführlichen Brainstorming zahlreiche »Ideen-Sprungbretter«.

Es folgten daraufhin drei gemeinsame Arbeitstage voll von wertschätzendem Feedback, hilfreicher



NEW DESIGN
UNIVERSITY
PRIVATUNIVERSITÄT ST. PÖLTEN



↑ Carmen Alber

sein, aber alle für sich behalten zu dürfen ... ein Traum vieler wird in dieser Gestaltung ein stückweit realisiert, ein Geburtstagsglücksgefühl erlebbar.

Carmen Alber

Auf diesem Cover-Artwork werden zum 95-Jahre-Jubiläum die Mitglieder von designaustria gefeiert. Jeder Punkt stellt ein Mitglied dar, das im Austausch mit anderen Punkten Teil dieser vernetzten Einheit wird. Im Hintergrund befindet sich ein Farblecks, eine lebendige und energetische Form, die designaustria als solches widerspiegeln soll. Im Entstehungsprozess wurde sowohl analog wie auch digital gearbeitet. Der Farblecks ist Acryl auf Leinwand, und die Vernetzung wurde mit der Programmiersprache Processing entwickelt. Das Zusammenspiel dieser beiden Welten soll die Entwicklung der letzten 95 Jahre abbilden und feiern.

Nicole Arthaber

Ein Jubiläum muss mit Kuchen gefeiert werden – so auch das 95-jährige Jubiläum von designaustria. Die Illustration zeigt vier typisch österreichische Kuchenspezialitäten: einen Wiener Guglhupf, eine Linzer Torte, eine Sachertorte und zwei Punschkrapfen, die in einer abstrakten Form die Ziffern »9« und »5« darstellen. Zugleich kann die Kuchenanordnung der »5« auch als ein »Ö« für Österreich interpretiert werden. Der klare Wortlaut »95 Jahre« kann hier nicht sofort erkannt werden, was dazu führt, dass die



↑ Nicole Arthaber

Leser:innen sich länger mit dem Sujet befassen müssen, um die Mehrdeutigkeit zu verstehen.

Carina Eglhofer

Die Covergestaltung soll die Verbundenheit zwischen designaustria und den Designer:innen darstellen. Hierzu wurden einige bekannte Werke österreichischer Künstler:innen nachillustriert und in einfache Übersetzungen verwandelt.

Als Schrift wurde die Futura verwendet, da sie einerseits 1927, im Gründungsjahr von designaustria, veröffentlicht worden ist und andererseits durch ihre klare Anmutung den Bildern die Aufmerksamkeit nicht stiehlt.

Naomi Luisa Hinkelmann

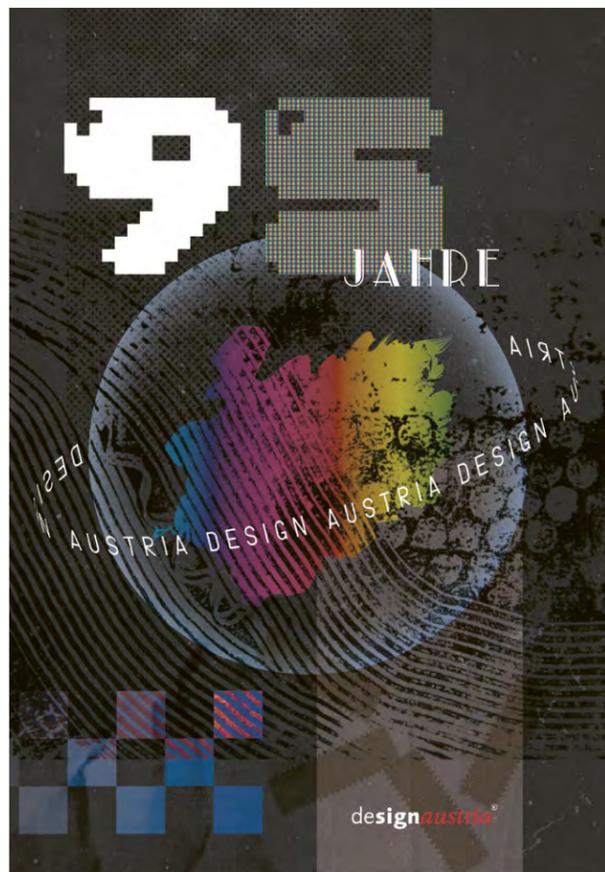
Das Cover ist ein Zahlen-verbinden-Rätsel, bestehend aus 95 Punkten. Beschriftet sind diese Punkte anlässlich des 95-jährigen Jubiläums von designaustria mit den Jahreszahlen, startend mit dem Gründungsjahr 1927 bis heute im Jahr 2022. Da die Gestaltung des Covers noch nicht vollständig abgeschlossen ist und die Leser:innen die Grafik selbst fertigstellen sollen, wird die Rolle des analogen Arbeitens im allgemeinen Designprozess deutlich. Zugleich visualisiert die Arbeit aber auch die Relevanz des Dabeiseins und Mitmachens jedes einzelnen Mitglieds im Verein.



↑ Helena Jamöck



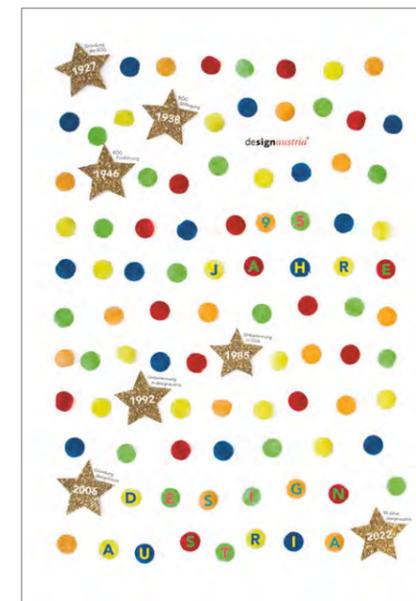
↑ Carina Eglhofer



↑ Kayla-Mariell Reyes



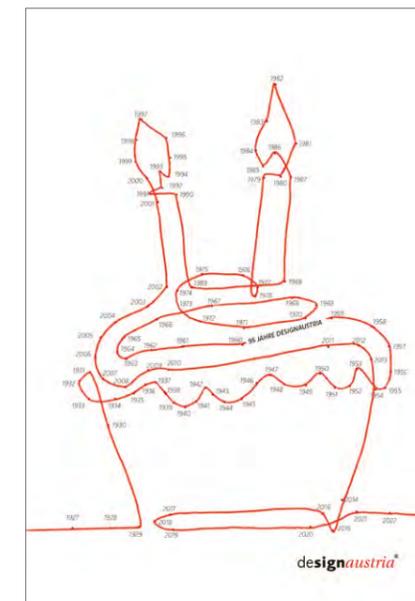
↑ Hannah Scheuringer



↑ Elina Resch



↑ Lidia Matijevic



↑ Naomi Luisa Hinkelmann

Helena Jamöck

Die Idee hinter diesem Design ist, dass durch das Wegreißen des Papiers die darunter liegenden Schichten zum Vorschein kommen und somit eine Entwicklung vom Anfang bis in die Gegenwart erkennbar wird. Die überlagernden Seiten symbolisieren nicht nur Wachstum, sondern auch, dass alles aufeinander aufbaut. Erfahrungen und Erkenntnisse der vergangenen Jahre dienen als Basis für das Design von morgen.

Lidia Matijevic

Die Idee hinter dem Entwurf war es, den Wortlaut »95 Jahre designaustria« in ein 4x5-Raster aufzuteilen und für jeden Buchstaben eine andere Schrift nachzuempfinden, jeweils gestaltet von österreichischen Schriftgestalter:innen. Der Gedanke hierbei war, die Vergangenheit und die Gegenwart der österreichischen Schriftgestaltung und die Vielzahl der Mitglieder von designaustria widerzuspiegeln. Zudem ist das Design in verschiedenen warmen Farben gestaltet worden, um eine Anmutung des positiven, vielfältigen Angebots von designaustria zu geben.

Elina Resch

Was macht ein Jubiläum einzigartig und erinnerungswürdig? Eine richtig gute Party natürlich! Und auf einer richtig guten Party dürfen natürlich auch keine Konfetti fehlen!

Für den Entwurf des Jubiläumscovers der designaustria-»mitteilungen« stand zu Beginn die Überlegung, auf welche Weise die Zahl 95 dargestellt werden kann. Das Sujet bildet 88 Konfetti und 7 goldene Sterne ab, gemeinsam also 95 Formen, die für 95 Jahre designaustria stehen. Die Sterne sind

stellvertretend für jene Jahre platziert, in denen designaustria einige Meilensteine erreicht hat. Der Entwurf soll die Energie und Lebensfreude widerspiegeln, die designaustria versprüht, und eine feierliche Stimmung bei den Leser:innen erwecken.

Kayla-Mariell Reyes

Im vorliegenden Visual geht es um einen Rückblick auf die Vergangenheit und die Zukunft von Design. Es wurden Schriftarten verwendet, die für das moderne Zeitalter – »95« –, für das Gründungsjahr – »Jahre« – und für das Land Österreich steht – »designaustria«. Der Kreis/Planet im Zentrum mit dem amorphen Farblecks steht für das Zuhause von Kreativität, den Verein selbst, und wird daher von »designaustria« umarmt. Die verschiedenen Texturen, die in der Gestaltung zu finden sind, repräsentieren sowohl verschiedene Medien, die in der Kreativbranche verwendet werden, als auch Techniken, wie das Stempeln, das Drucken, das Malen mit Acrylfarben, das Kratzen und das Bekleben.

Hannah Scheuringer

Anlässlich des 95-jährigen Jubiläums von designaustria wurden 95 Icons gestaltet, die den Verband und seine Geschichte darstellen. Die Icons verbildlichen, was designaustria (aus)macht, und zeigen die vielfältigen Facetten des Verbandes – von verschiedenen Designwerkzeugen, die sich in den letzten 95 Jahren stark verändert haben, über seine Werte und Aufgaben bis hin zu den vielen feierlichen Anlässen.

Die Farbe Rot sowie einige Icons sollen den Bezug zu Österreich verdeutlichen und in Hinsicht auf die internationalen Tätigkeiten und Verbindungen zeigen, wo die Wurzeln des Verbandes liegen.



© Thomas Gobauer

OYA STUDIO FÜR MARKENERLEBNISSE



© HALMEN PHOTO DESIGN/Helmut Rasinger

eine bessere Version von sich selbst zu werden, innere Werte auf den Punkt zu bringen und mit bemerkenswerter Gestaltungskraft nach außen zu tragen. Wir übersetzen die Identität und Persönlichkeit einer Marke und prägen Ausdruck und Image. Sicht-, spür- und erlebbar an allen Touchpoints.

Marken, so wie wir sie verstehen, stehen für definierte Werte, haben eine starke Haltung und unumstößliche Prinzipien, die Tag und Nacht ihre Gültigkeit haben. Wir sehen es als unsere Aufgabe, designstarke Markenpersönlichkeiten zu entwickeln und Profile nachhaltig zu schärfen.

Egal, ob analog oder digital, visuell oder textlich, konzeptionell und technisch: Unser Qualitätsanspruch zeichnet uns in allen Disziplinen aus.

FinAPU

Being sure. Für *FinAPU* wurde ein innovatives Brand Design mit dem Claim »Being sure.« entwickelt. Es veranschaulicht, dass Unternehmen, Staaten oder Banken ihre Counterparts kennen und verstehen müssen, um optimale und nachhaltige Handlungsaktivitäten abzuleiten. Herausforderung war, ein hochkomplexes Thema simpel und verständlich für eine heterogene Zielgruppe via

Hey, wir sind *oya!*

Wir schaffen herausragende Ideen, Produkte und Erlebnisse und verbinden die Herzen von Marken direkt mit den Herzen von Menschen. Wir sind genauso analog wie digital. Und vor allem sind wir neugierig.

Ästhetik und Anspruch, Spaß und Schwung, Marketing und Mehrwert: *oya* ist ein mehrfach ausgezeichnetes Designstudio und steht für alles, was Sichtbarkeit verlangt. Wir helfen Marken,

↑ Finapu

OYA

oya.at

facebook.com/oyacollective

instagram.com/oya_brandcollective

oya_brandcollective

Info-Website, aber auch für Anwender:innen im intuitiven Risiko- und Portfoliomanagement-Tool abzubilden.

finapu.com

Konzept & Text Barbara Feurer

Brand Design Mick Gapp

UX Design Hubert Wedel

Fotografie Helmut Rasinger

Web Johann Zettel

Partsch

Bewegende Zukunft. Das *Autohaus Partsch* in Wiener Neustadt ist in Multibrand-Unternehmen mit den Geschäftsbereichen Autohaus, Werkstatt und Busunternehmen. 2022 gaben wir interdisziplinär Vollgas. Mit einem neuen Branding räumten wir den Herstellermarken genug Spielraum in der Angebotskommunikation ein, gleichzeitig schufen wir eine visuelle Klammer als Wiedererkennung für das Unternehmen. Der Roll-out geht in den nächsten Jahren weiter.

partsch.at

Konzept & Text Barbara Feurer, Elisabeth Zenz, Hubert Wedel

Brand Design Mick Gapp

Fotografie Thomas Gobauer, Helmut Rasinger

Web Johann Zettel

Mono Zwei

Perfekt balancierter Wohnraum für alle Generationen bietet die Projektentwicklungs-GmbH Mono Zwei mit einem außergewöhnlichen Reihenhausprojekt. Ästhetik und Technik optimal miteinander in Proportion zu setzen, war bei der Kreierung des Markenauftritts maßgeblich. Es entstand ein klares und unverwechselbares Erscheinungsbild, um das Motto der Siedlung »Zusammen wohnen« perfekt in Szene zu setzen.

mono2.at

Konzept & Text Eva Perthen

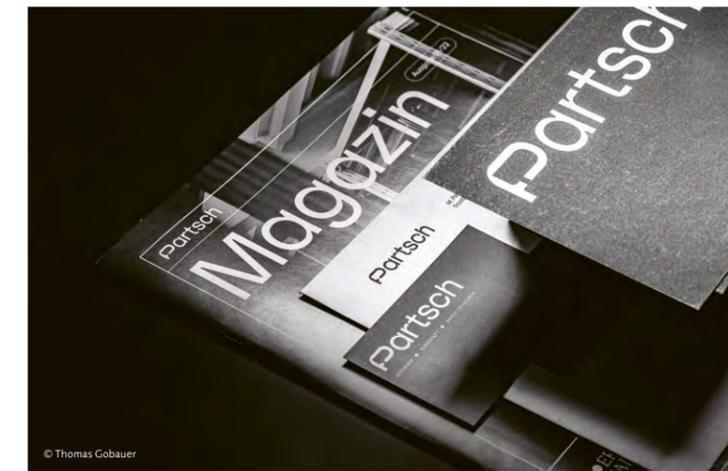
Brand Design Mick Gapp

Web Johann Zettel

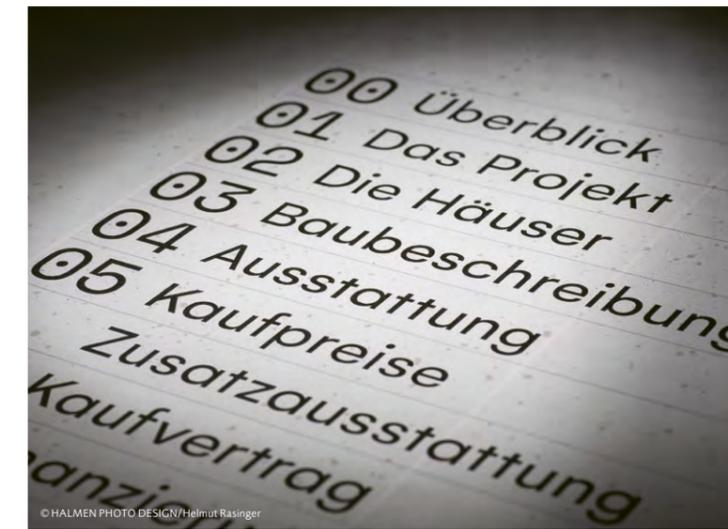
OYA

We create outstanding ideas, products, and experiences, connecting the hearts of brands directly to the hearts of people. We are equally analogue and digital. Most importantly, we are curious. Aesthetics and aspiration, playfulness and pizzazz, advertising and added value: *oya* is a multiple-award-winning design studio representing everything that calls for visibility. We help brands to become better versions of themselves, to identify their inner values, and to express them with remarkable creative power. We translate a brand's identity and personality into expression and image, making it visible, tangible, and alive at all touchpoints. Brands as we see them stand for defined values. They have a strong morale and indefatigable principles that unfold their significance day and night. We believe it is our job to design a brand's personality and sustainably sharpen its profile.

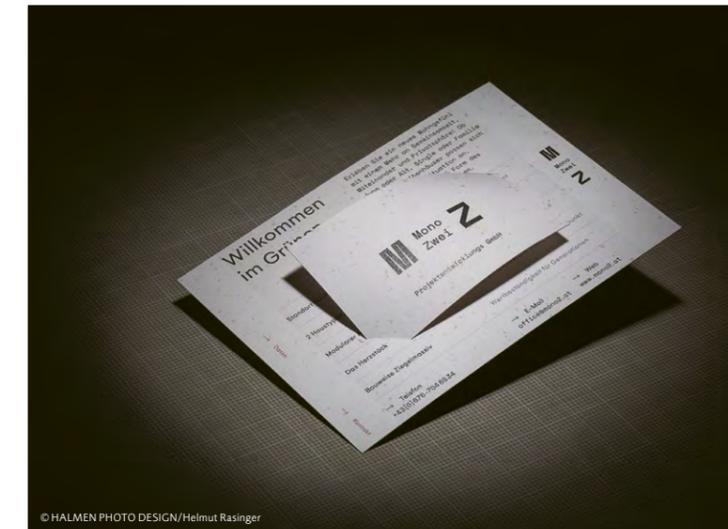
↓ Partsch



© Thomas Gobauer



© HALMEN PHOTO DESIGN/Helmut Rasinger



© HALMEN PHOTO DESIGN/Helmut Rasinger

↑ Mono Zwei

ACTIVITIES & SERVICES

URHEBERRECHTS-NOVELLE 2021 MODERNISIERUNG DES URHEBER- VERTRAGSRECHTS – TEIL I

Im vorliegenden ersten Teil der Beitragsreihe zur Urheberrechts-Novelle 2021 von Rechtsanwalt *Philip Jakob* und Rechtsanwältin *Julie Vinazzer* erfahren Sie, wie die am 1. Jänner 2022 in Kraft getretene Gesetzesnovelle in Österreich die Verhandlungsposition von Kreativschaffenden, insbesondere Designer:innen/Grafiker:innen, gegenüber ihren jeweiligen Vertragspartner:innen stärkt.

Zweckübertragungsgrundsatz

Durch diese Urheberrechts-Novelle wurde der Zweckübertragungsgrundsatz ins österreichische Urheberrechtsgesetz neu eingeführt.

»Was bedeutet dieser Grundsatz?«

Die Rechtsprechung leitet aus der bisherigen Rechtslage diesen Grundsatz ab und definiert diesen so: dass ein/e Designer:in/Grafiker:in im Zweifel stets **nur so viele Rechte überträgt**, wie es »für den **praktischen Zweck** der ins Auge gefassten Werknutzung erforderlich ist.«

»Was bringt diese neue Normierung den Designer:innen/Grafiker:innen?«

Regelmäßig wird in der Praxis für auftragsmäßig erstellte Designs/Grafiken ein pauschales oder auch ein zeitbasiertes Honorar vereinbart, ohne eine Regelung über die Nutzungsrechte an diesen Kreativleistungen zu treffen. Oft sind Nutzungsrechte zwar im Angebot und/oder in der Rechnung erwähnt, aber nicht näher konkretisiert.

Der neue § 24c Abs 1 UrhG hilft Designer:innen und Grafiker:innen in einer solchen Situation: Denn der Zweckübertragungsgrundsatz kommt nicht wie bisher nur in Zweifelsfällen zur Anwendung, sondern bereits dann, wenn im Vertrag die **Verwertungs- und Nutzungsarten nicht ausdrücklich einzeln bezeichnet** sind. Ist also nicht genau festgelegt, auf welche Art das Design bzw. die Grafik genutzt werden darf, so ist wegen § 24c Abs. 1 UrhG der Vertrag eher einschränkend auszulegen, was sehr positiv für die Vertragsposition der Designer:innen bzw. Grafiker:innen ist.

Beispiel: Für den Auftrag zur Gestaltung eines Printplakats für eine einmalige Veranstaltung wurde mit den Kunden nur über die Gestaltung der Printplakate gesprochen. Auf der betreffenden Rechnung sind die Nutzungsrechte lediglich im Pauschalhonorar inkludiert. Darf die Gestaltung des Printplakats von den Kund:innen dauerhaft auf dessen Website oder drei Jahre später für eine andere Veranstaltung genutzt werden?

Antwort: Nein – also nicht ohne, dass die Kund:innen die notwendigen Nutzungsrechte (für die Website-Nutzung und die weitere Veranstaltung) sich gesondert von den Designer:innen bzw. Grafiker:innen einräumen lässt. Diese Rechte-einräumung kann verweigert oder z. B. an eine weitere Vergütung geknüpft werden.

In diesem Beispielfall sind die Arten und der Umfang der Nutzung nicht ausdrücklich benannt, somit sind die eingeräumten Rechte auf den praktischen Zweck der geplanten Werknutzung beschränkt, also auf die Nutzung des Printplakats für die einmal stattfindende Veranstaltung. Kam in dem Auftrag die dauerhafte Nutzung im Internet oder für zukünftige Veranstaltungen nicht zur Sprache, so sind solche Verwertungen nicht Vertragsinhalt geworden und nach dem Zweckübertragungsgrundsatz die betreffenden Nutzungsrechte nicht übertragen worden. Durch diesen neuen § 24c Abs 1 UrhG hat der/die Designer:in/Grafiker:in in diesem Beispielfall die Möglichkeit, sich die weitergehenden Nutzungsrechte gesondert vergüten zu lassen oder diese Nutzungen zu untersagen.

Empfehlung der Rechtsanwälte für die tägliche Praxis: Im Idealfall sollte bereits vor Beginn des Auftrags schriftlich festgehalten werden, für welche Nutzung (Art und Umfang) die Kund:innen die Kreativleistung benötigen. Selbst ein kurzes E-Mail kann im Zweifels-/Streitfall äußerst hilfreich sein. Wurde vorab und während des Auftrags nichts festgehalten, sollte spätestens in der Rechnung notiert werden, welche Nutzungen vereinbart wurden. So ist es rechtlich und wirtschaftlich sehr empfehlenswert, wenn der Auftrag zumindest in der Rechnung möglichst exakt umrissen wird.

Beispiel für einen hilfreichen Rahmen der Konkretisierung:

Rechnung

zum Auftrag bzgl. der Gestaltung von _____ bestehend aus _____ für die Nutzung zu/zur/zum _____ im Umfang von _____ für die Zeitdauer von _____ für das Territorium _____.

Eine weitere Möglichkeit ist, die Nutzungsrechte möglichst genau in der Rechnung zu beschreiben.

Beispiel für eine mögliche Rechte-Konkretisierung:

.....

„Die Nutzungsrechte an dem/der beauftragten Design/Grafik werden zeitlich für die Dauer von _____ Jahren (alternativ: zeitlich unbegrenzt) zur österreichweiten (alternativ: europaweiten/weltweiten) Nutzung im Rahmen des Produkts/Projekts „_____“ eingeräumt. (Online-)Nutzungen dürfen nur im Zusammenhang mit dem Produkt/Projekt „_____“ und nur auf eigenen Social-Media-Accounts und nur auf eigener Website unter den URLs _____ erfolgen. Bearbeitungen bedürfen einer gesonderten Zustimmung.“

Unbekannte Verwertungsarten

Die Legislative hat durch die Urheberrechts-Novelle 2021 außerdem für den Fall vorgesorgt, dass neue Nutzungs-/Verwertungsmöglichkeiten für urheberrechtlich geschützte Werke, insbesondere Designs und Grafiken, eröffnet werden. So können zwar Verträge über unbekannte Verwertungsarten geschlossen werden, doch muss dies gemäß dem neuen § 24c Abs. 2 UrhG schriftlich und ausdrücklich im Vertrag mit dem/der Grafiker:in/Designer:in geschehen. Möchten die Vertragspartner:innen die Kreativleistung später dann auf eine neue Verwertungsart nutzen, so hat er zu diesem Zeitpunkt eine gesonderte Mitteilung über die beabsichtigte neue Verwertung an den/die Grafiker:in/Designer:in zu senden. Der neue § 24c Abs. 2 UrhG räumt dem/der Grafiker:in/Designer:in sodann das Recht ein, **innerhalb von drei Monaten** dieser mitgeteilten neuen, beabsichtigten Nutzung **zu widersprechen** bzw. die einst hierfür übertragenen Rechte **zu widerrufen**.

Durch diese neue Regelung des § 24c Abs. 2 UrhG wird die Position der Grafiker:in/Designer:in deutlich gestärkt. Man denke nur z. B. an künftige Nutzungen eines Designs/einer Grafik im Rahmen künstlicher Intelligenz (KI) oder das dezentrale Hinterlegen von Designs/Grafiken in einer Blockchain, was jeweils wohl als neue, unbekannte Verwertungsart angesehen werden könnte.

»Wann liegt eine 'unbekannte Verwertungsart' vor?« Ob eine Nutzungsart bekannt ist, bestimmt sich nach den wirtschaftlich-technischen Gestaltungsmöglichkeiten eines Werkes. Eine Nutzungsart ist daher nicht schon dann bekannt, wenn nur die technischen Möglichkeiten für sie bestehen, sondern erst, wenn sie auch wirtschaftlich verwertbar geworden ist. Besondere Relevanz könnten in diesem Rahmen auch Verwertungen von Designs und Grafiken im Metaverse oder einer anderen Virtual Reality bekommen.

Beispiel: Ein Design, das im Jahr 2022 beauftragt, erstellt und bezahlt wurde, wird im Jahr 2025 zusätzlich zu der auftragsgemäßen Nutzung auch im Metaverse zu Werbezwecken eingesetzt.

Variante 1:

Wurden im ursprünglichen Auftrag die Rechte für unbekannte Verwertungsarten nicht eingeräumt, läge durch die Nutzung im Metaverse eine Urheberrechtsverletzung vor. Der/Die Designer:in könnte die Nutzung untersagen oder diese Nutzung nachträglich genehmigen und hierfür eine weitere Vergütung verlangen.

Variante 2:

Wurden schriftlich im Rahmen des Auftrags die Rechte an der Kreativleistung auch für unbekannte Verwertungs-/Nutzungsarten eingeräumt, so kann der/die Designer:in nach der (gesetzlich verpflichtenden) Mitteilung der damaligen Auftraggeber:innen, dass diese die damals beauftragte Kreativleistung nunmehr im Metaverse zu Werbezwecken einsetzen möchten, widerrufen bzw. eine entsprechende Erlaubnis von einer weiteren Vergütung abhängig machen.

Nach dem neuen § 24c Abs 2 UrhG gilt also: Zwar kann über neue, unbekannte Verwertungsarten vorab eine Rechteeinräumung erfolgen, jedoch muss dies ausdrücklich und schriftlich geschehen. Zudem hat der/die Grafiker:in/Designer:in, noch bevor die konkrete neue Verwertungsart umgesetzt wird, ein Widerrufsrecht, was dem/der Grafiker:in/Designer:in zur gegebenen Zeit neuerlich eine gute Verhandlungsposition verschafft.

we
design
austria

WE
DESIGN
AUSTRIA

Fazit

Der Zweckübertragungsgrundsatz und die Regelung über unbekannte Verwertungsarten stärken die Position der Urheber-innen in Österreich. Diese Bestimmungen beruhen – gemäß den Erläuterungen des Gesetzgebers – auf dem »das österreichische Urheberrecht beherrschenden Leitgedanken einer möglichst weitgehenden Beteiligung des Urhebers an der wirtschaftlichen Verwertung seines Werkes und dient dem Schutz des Urhebers als der regelmäßig schwächeren Vertragspartei. Eine übermäßige Vergabe von Verwertungsrechten durch pauschale Rechteerläuterungen an den Verwerter soll damit verhindert werden.«

In diesem Sinne werden die Interessen von Designer-innen und Grafiker-innen in Österreich von der staatlich legitimierten und nicht auf Gewinn ausgerichteten Verwertungsgesellschaft Bildrecht GmbH vertreten. Diese verfolgt den staatlichen Auftrag zur Wahrnehmung und Stärkung der Bildschaffenden, insbesondere von Designer-innen und Grafiker-innen, und war wesentlich an der Entstehung und Umsetzung der Urheberrechts-Novelle 2021 im Interesse der Bildschaffenden in Österreich beteiligt. Die Kanzlei Jakober Rechtsanwälte hat die Bildrecht hierbei tatkräftig unterstützt und steht für Designer-innen und Grafiker-innen mit ihrem Wissen und ihrer langjährigen Erfahrung gerne zur Verfügung.



DIE BILDRECHT – KOLLEKTIVE VERGÜTUNGS- ANSPRÜCHE FÜR DESIGNER-INNEN, GRAFIKER-INNEN UND ILLUSTRATOR-INNEN!

Das Urheberrechtsgesetz erlaubt bestimmte Nutzungen Ihrer Werke aus Design, Grafik und Illustration, ohne dass Ihre Zustimmung eingeholt werden muss. Allerdings sind für diese Nutzungen pauschale Vergütungen an die zuständige Verwertungsgesellschaft *Bildrecht* zu zahlen. Damit Sie Ihren Anteil daran erhalten können, ist eine Mitgliedschaft (kostenlos) bei der Bildrecht notwendig (Wahrnehmungsvertrag Berufsgruppe 2 | bildrecht.at/bildurheberinnen/mitglied-werden/ bzw. via QR-Code). Künftig wird es auch Zahlungen der großen Online-Plattformen für private Postings von urheberrechtlich geschützten Werken in Social Media geben.



Wichtig für Sie als Designer-innen, Grafiker-innen und Illustrator-innen: Auch mit dieser Bildrecht-Mitgliedschaft regeln Sie weiterhin die Nutzungen Ihrer Werke (via Honorarvereinbarungen o. ä.) uneingeschränkt und selbst.

[1] RIS-Justiz RS0077666.

[2] Die neue Rechtslage gilt für Verträge, die nach dem 31.12.2021 abgeschlossen wurden.

[3] 143/ME XXVII. GP – Ministerialentwurf – Erläuterungen zur Urheberrechts-Novelle 2021, S. 13 zu § 24c Abs. 2 UrhG

we
design
austria

EIN NEUER VORSTAND FÜR DESIGNAUSTRIA

Bewerbt euch als Vorstandsmitglied und vor allem: Wählen wir gemeinsam unseren neuen designaustria-Vorstand!

Zwei Jahre vergehen schnell, und wir (die Mitglieder von designaustria) sind wieder aufgerufen zu wählen, wer uns und unsere Interessen in der Öffentlichkeit vertreten soll. Damit wir jemanden wählen können, müssen sich einige von uns bereiterklären, sich für die Gemeinschaft der Design Ausübenden und der Design Nutzenden einzusetzen, sich außerordentlich, nämlich als Vorstand, zu engagieren. Ihr wisst ja, designaustria heißt »Engagement für Österreich als Design-Nation.« In unserem Online-Wahlsystem hat jedes Mitglied die Möglichkeit, fünf Personen eine Stimme zu geben.

Daher habe ich zwei Aufrufe zu machen:

Bewerbt euch!

Frauen und Männer, meldet euch, wenn ihr eure Ideale für die Design-Gemeinschaft einsetzen und unsere Organisation würdig vertreten wollt! Für alle, die sich dafür interessieren, veranstalten wir am Mittwoch, den 11. Jänner 2023 um ca. 17 Uhr eine Informationsveranstaltung, bei der wir über die Vorstandstätigkeit berichten, nochmals den genauen Wahlvorgang erklären und eure Fragen dazu beantworten.

- Infoveranstaltung: **11. Jänner 2023**, ca. 17 Uhr
- Bewerbung: **1. Dezember 2022** bis **31. Jänner 2023**
- Bekanntgabe der Kandidat-innen: **15. Februar 2023**
- Online-Vorwahl: **16. Februar 2023** bis **28. Februar 2023**
- Generalversammlung: **14. April 2023**

Werdet aktiv!

Wenn wir eine demokratiewillige Gemeinschaft sind, dann engagieren wir uns in dieser Sache. Wir (A) prüfen, ob wir die Aufgaben eines Vorstandes übernehmen können, (B) bewerben uns, wenn ja, für diese Position, mindestens aber (C) beteiligen wir uns an der (Vor-)Wahl (man muss dazu gar nicht das Haus verlassen, es ist ja online).

Für unsere Organisation, unsere Gemeinschaft der Kreativschaffenden wünsche ich mir, dass nicht nur groß von Demokratie und Gleichberechtigung schwadroniert wird, sondern dass wir auch danach handeln, also wählen und uns aktiv (freilich immer im Rahmen der eigenen Möglichkeiten) engagieren – Personen aller Geschlechter sollen diese Rolle ausüben, damit wir möglichst divers vertreten werden.

Schön bei designaustria zu sein. *Rudolf T. A. Greger*
designaustria.at/wahl



you communicate::
:::we connect:::.....

Bilderrätsel 2A1222-2C:

Bei korrekter Lösung an raetsel@akis.at erlassen wir die Setupgebühren für neue DSL-PRO Standleitungen! (vorbehaltlich Herstellbarkeit)

\ :-)
AKIS

GOOGLE FONTS – ABMAHNUNGSWELLE

Nach den Aufregungen aufgrund der Abmahnungswelle bezüglich rechtswidriger Verwendung der Google-Schriften ist es umso wichtiger, die eigene Website und Kund:innen-Websites auf die Einbettung der Schriften zu prüfen:

1. Quelltext: Öffnen Sie den Quelltext Ihrer Website im Browser – wenn Sie unter »Quellen« die Zeilen »fonts.googleapis.com« oder »fonts.gstatic.com« sehen, dann heißt das, dass die jeweiligen Schriften von Google-Servern geladen werden. Eine Lösung wäre, die Schrift auf dem eigenen Webserver zu speichern.
2. Fonts Checker: Es gibt mittlerweile zahlreiche Tools im Web, die überprüfen, von wo die Schrift der Website geladen wird:
sicher3.de/google-fonts-checker/fonts-check.de

In the aftermath of some turmoil due to a cease-and-desist wave regarding the illegal use of Google's fonts, it is now important to check your own websites and those of your customers for embedded fonts. Open the source code of your website in your browser. When you see the lines «fonts.googleapis.com» or «fonts.gstatic.com» under «Sources», this means that the respective fonts were loaded from Google servers. You could then save the font on your own web server.

**WE <3 ILLUSTRATION**

Ausgehend von der gleichnamigen Ausstellung im Jahr 2021 in Graz hat die Creative Industrie Styria die digitale Plattform »We <3 Illustration« ins Leben gerufen, um mehr Sichtbarkeit für Illustrator:innen zu schaffen. Das Finden und Vernetzen von Illustrator:innen mit der Wirtschaft

soll vereinfacht werden. Auf der Plattform findet sich eine vielfältige Sammlung des künstlerischen Handwerks, von Print über Digital bis zum Textilbereich und zur Animation. Dort sind auch zahlreiche Illustrator:innen aus unserem Cluster *illustria* zu finden! cis.at/service/we-love-illustration

The «We <3 Illustration» platform gathers a diverse selection of this artistic craft from print to digital and from textiles to animation in order to create more visibility for illustrators and facilitate networking with other businesses.



← Clusterleitung: Jacqueline Kaulfersch

Noch nicht beim Expert Cluster? Werde Mitglied, wir freuen uns auf dich! illustria@designaustria.at

NO WAR

Als Unterstützerin der JAGDA – Japan Graphic Design Association präsentiert designaustria hier das aktuelle Hiroshima-Gedenkplakat.

**NO NUKES NO WAR**

by Kashiwa Sato, CEO of SAMURAI:

The poster boldly features just typography, with the message «NO NUKES NO WAR HIROSHIMA APPEALS 2022» forming the main visuals in a design featuring dynamic letters and numerals. The letter «O» and the number «0» on this poster have been stylised as yellow circles. The circular shape is described as «wa» in Japanese, which is also the same pronunciation as the Japanese word meaning peace, or harmony. As both of these words are pronounced the same way, the «wa» in this design holds a dual significance in its message to the world. It symbolises a ray of hope for the future that we can attain peace and overcome these dark and difficult times.

The Hiroshima Appeals poster was started in 1983 as a project that transcends words to broadly raise awareness of «Hiroshima's spirit» both inside and outside Japan. Currently, it is organised by Hiroshima International Cultural Foundation, Hiroshima Peace Creation Fund, and Japan Graphic Design Association Inc. The posters are created by JAGDA member designers as a pro bono work. Up until last year, 25 posters had been created, and in addition to being donated to Hiroshima City, they are also sold to the general public.

Hiroshima Appeals

This 2022 edition is the 26th poster in the series.

<https://www.jagda.or.jp/en/news/6599/>

KINDERBUCHILLUSTRATORIN FELICITAS KUHN (1926–2022)



gewissen Attributen wie überproportionierten Köpfen, großen Augen, rötlichen Backen oder Stupsnasen kreierte die Künstlerin gewinnende Charaktere.

Von Kritiker:innen wurde Kuhns Stil oft als »naiver Realismus« bezeichnet, der bestimmte Schemata und Vorstellungen von Idealen aufrechterhält. Bis ins hohe Alter zeichnete sie weiter, wenn auch nur für sich.

Felicitas Kuhn hat für die Illustration gelebt, und ihr Werk wird die Erinnerung an eine beeindruckende Illustratorin weiterleben lassen.

Die außergewöhnliche österreichische Illustratorin Felicitas Kuhn, geboren 1926 in Wien, ist am 4. Oktober 2022 mit 96 Jahren verstorben.

In ihrem Leben illustrierte Felicitas Kuhn weit über 100 Kinder- und Märchenbücher, einige davon mit einer Auflage von über 900.000 Exemplaren. Außerdem illustrierte sie Kinderspielkarten, Spardosen, Adventskalender und Ansichtskarten, vorwiegend mit Feder und Aquarell. Kuhn gehörte zu den Künstler:innen der renommierten Kinder- und Jugendzeitschrift »Wunderwelt«.

Werdegang

Felicitas Kuhns künstlerisches Talent war schon früh erkennbar, so verbrachte sie bereits als Kind viele Stunden damit ihre Kinderbücher nach ihrem eigenen Geschmack neu zu illustrieren. Ihre Mutter sorgte dafür, dass Felicitas Kuhn von 1940 bis 1947 die *Graphische Lehr- und Versuchsanstalt* in Wien besuchen konnte. Felicitas Kuhn bezeichnete das Kunstverständnis ihrer alleinerziehenden Mutter als etwas für die damalige Zeit sehr Besonderes und verstand es als großes Glück, gefördert worden zu sein. Nach ihrer Ausbildung hatte sie die Möglichkeit, alle zwei Wochen mehrere Illustrationen für die »Wunderwelt« zu produzieren, eine österreichische Kinder- und Jugendzeitschrift mit einer Auflage von 100.000 Stück, die auch in Deutschland gelesen wurde. Dieses Engagement hielt zehn Jahre an und fungierte als Sprungbrett für Kuhns weitere Karriere.

Arbeitsweise und Stil

Als Ehefrau und Mutter eines Sohnes war Felicitas Kuhn, der damaligen Zeit entsprechend, herausgefordert, Beruf und Kind unter einen Hut zu bringen. Der Stil der Illustratorin zeichnet sich durch eine klare Formgebung und kräftige Farbigkeit aus. Der Fokus liegt auf den Gesichtern der Figuren. Mit

**FELICITAS KUHN (1926–2022)**

Felicitas Kuhn was an exceptional Austrian illustrator. She was born in Vienna in 1926 and died on October 4th, 2022. She illustrated way more than 100 children's and story books, some of them with editions of more than 900,000 copies. She also illustrated children's playing cards, penny banks, Advent calendars, mainly using quill and watercolour. Her style was characterised by clear shapes, strong colours, and a focus on faces. Kuhn made her characters endearing by giving them certain attributes such as oversized heads, large eyes, ruddy cheeks, or button noses. Felicitas Kuhn lived for illustration. Her work will keep her memory alive

ERFOLGE



JOSEPH BINDER AWARD

JBA
22

Bereits zum 16. Mal führte *designaustria* heuer den international ausgeschriebenen *Joseph Binder Award* (JBA22) für Grafikdesign und Illustration durch. Die grafische Gestaltung des Wettbewerbs kommt vom Wiener Studio *HammerAlbrecht*. Unter dem Leitsatz »Let's celebrate the creative process« holen sie die Bildsprache *Joseph Binders* ins neue digitale Zeitalter! Die diesjährige Ausgabe begibt sich auf die Suche nach den Geheimnissen des kreativen Prozesses. Ungewöhnliche Perspektiven, Kompositionen, Formen und überzeugende Farbverläufe wecken unsere Neugier:

Welche kreativen Lösungen können wir erwarten?

Die Einreichungen wurden von einer internationalen Jury bestehend aus *Barbara und Gerd Baumann*, *AnnaFahrmaier* und *Michael Hochleitner*, *Steven Heller*, *Mirko Ilić*, *Jiří Karásek*, *Réka Király*, *Torsten Meyer-Bogya*, *Lena Pianovska*, *Camille Sauthier*, *Claudia Siebenweber*, *Marlies Visser* und *Jesper von Wieding* in dreizehn Kategorien begutachtet: Corporate Design, Kommunikationsdesign, Informationsdesign, Schriftgestaltung, Plakatgestaltung, Editionsdesign, Verpackungsgestaltung, Screen Design, Buchillustration, Medienillustration, Werbeillustration, Illustration in anderen Anwendungen und Design Fiction (das sind auftragsunabhängige Projekte, Studienprojekte und Konzepte).

Die Gewinnerinnen der Trophäen in Gold, Silber und Bronze wurden am 17. November 2022 im *Museumsquartier Wien* bekannt gegeben – hier wurden auch der Katalog und die Ausstellung präsentiert.

Wir freuen uns mit den Gewinnerinnen und präsentieren hier auch Auszüge aus den Jurybegründungen.

JOSEPH BINDER AWARD

For the 16th time, *designaustria* organised the international *Joseph Binder Award* (JBA22) for graphic design and illustration. The graphic design for the competition itself was done by the *HammerAlbrecht* studio in Vienna. Its motto was »Let's celebrate the creative process«, and its aim was to welcome *Joseph Binder's* visual language into the digital age! This year's issue searched for the secrets of the creative process. Unusual perspectives, compositions, shapes, and colour gradients sparked our curiosity.

The winners of the gold, silver, and bronze trophies were announced at Vienna's *Museumsquartier* on November 17th, 2022, when the catalogue and the exhibition were also officially presented.

CORPORATE DESIGN

Planet Lem

Zentrum für Literatur und Sprache *Gabriela Baka*, bakagabriela.com & *Eukasz Podolak*, weirdgentlemen.com (PL)
Es ist eine Herausforderung, dem visionären literarischen Werk des Autors *Stanislaw Lem* mit seinen unzähligen Bezügen und utopischen Entwürfen in optischer Hinsicht gerecht zu werden. Dieses Projekt hat das geschafft, sowohl in der Form als auch im Inhalt. Das Design wirkt atmosphärisch und ist dabei doch unmissverständlich und prägnant.

KOMMUNIKATIONSDESIGN

VinziRast gets you back on your feet!

Kampagne für eine Einrichtung für obdachlose Menschen
Heimat Wien – HMT Marketing GmbH, heimat.wien (AT)
Die Darstellung entzieht sich jedweder konventionellen Bildkommunikation, die wir von Billboards, Plakaten oder Anzeigen kennen. Es ist eine großartige Idee, aus den Hütten der Obdachlosen, in denen sie ja meistens schlafen, diese Skulpturen im Maßstab eins zu eins – in extrem hoher künstlerischer Qualität – zu errichten. Ein berührendes Ereignis!

INFORMATIONSDSIGN

Visualizing Complexity – Modular Information Design Handbook

Handbuch für Informationsgestaltung
Superdot Studio, superdot.studio (CH)
Dieses unheimlich kluge Handbuch, das aus mehreren Jahrzehnten Arbeitserfahrung entstanden ist, zeigt sehr anschaulich und einfach, wie Komplexität lesbar gemacht werden kann. Die Dichte des Handbuchs, die Aspekte, die unterschiedlichen Perspektiven, die Unlesbarkeit – gerade, weil es so gut visualisiert ist – überzeugen auf jeder Seite. Gold. Ganz klar.

SCHRIFTGESTALTUNG

Margit

Schriftfamilie
Schriftlabor GmbH, schriftlabor.at (AT)
Hier kommt vieles zusammen, was eine Schrift braucht: Lesbarkeit, Ordnung, Bestimmtheit, Klarheit, Sanftheit, aber eben auch Sichtbarkeit

und Deutlichkeit. In dieser Hinsicht kommuniziert *Margit* mit einer starken Stimme. Man kann die Buchstaben sogar dehnen, ohne dass sie dabei an Glanz verlieren.

PLAKATGESTALTUNG

72. Berlinale

Plakatserie
Claudia Schramke, claudiaschramke.de (DE)
Dieses Plakat ist sehr einfach, sehr stark, sehr erinnerungswürdig. Es arbeitet gut und eingliedernd in und mit der Stadt. Binnen Sekunden wissen die Betrachterinnen, worum es hier geht, um wen hier geworben wird. Kein unnötiges Zuviel, kein Überfluss in der Farbgestaltung, sondern Eindruck und Botschaft.

EDITIONSDESIGN

Daydream

Ausstellungskatalog
Hesign International GmbH, hesign.com (DE)
Es stehen nicht nur Illustrationen auf den Seiten, sondern auch die Seiten an sich sind Illustrationen. Doppelte Kunst, könnten wir behaupten. Typografie höchster Güteklasse, die Zeit in Anspruch nimmt, und eine Zusammenstellung von Arbeiten, die schon für sich genommen herausragen. Klug, bewegend, singulär, bedeutsam.

SCREEN DESIGN

Stadtmacherei Nürnberg

Museumsinstallation und virtuelle Ausstellung
dform Büro für Design, dform.at (AT)
Komplexe Netzwerke werden hier greifbar gemacht, sowohl großflächig im begehbaren Raum als auch online. So funktioniert Interaktion! Denkend und gestaltend: Eine Kreativszene, die solche Projekte hervorbringt, hat Zukunft.

BUCHILLUSTRATION

Klimawandel

Illustrationen für einen Sammelband
Studio Gralingen, gralingen.de (DE)
Der Klimawandel! Dieses Buch ist Wissenschaft und Anschauungswelt in einem. Das liegt an der hochintelligenten Illustration eines der komplexesten Themen nicht nur unserer Gegenwart, sondern unserer gesamten Existenzgeschichte und

-grundlage. Hier ist es sachkundig und materialdicht komprimiert, klug und notwendig illustriert. Danke!

BUCHILLUSTRATION

Kyiv

Illustriertes Kiew
Grafprom Studio, grafprom.com.ua (UA)
Eine Geschichte, die durch Strich und Farbe funktioniert. Hier sind drei oder vier Skizzen schon eine ganze Welt. Die Betrachtungsweise des Erzählers ist der cineastische Streifzug, der an Kreuzungen, vor Unbekannten, an scheinbar Unbedeutendem vorbeigeht und alles erzählbar macht.

(MEDIENILLUSTRATION)

The Plan

Magazinillustrationen
Anna Sarvira, annasarvira.com (UA)
Von großer, zentraler Bedeutung ist es, die Bildlichkeit zu nutzen, um aufzuzeigen, was Menschen denken. *Anna Sarvira* macht hier einen ersten Schritt, einen pazifistischen noch dazu. In alltäglichen Zeichnungen, Skizzen, Bildern werden Geschichten des Alltags erzählt. Eine Realität, die wir nicht übersehen dürfen.

WERBEILLUSTRATION

Danger within danger

Illustrationen für eine Pharma-Kampagne
Illustration tw, illustration-tw.com (DE)
Kraftvoll! Sichtbar! Unsichtbar! Hier sehen wir, wofür Grafikdesign gemacht wurde. Einfach und klar. Es ist eine konsistente und perfekte Idee, Impfungen mehrschichtig sichtbar zu machen.

ILLUSTRATION IN ANDEREN ANWENDUNGEN

365 Days Taiwanese Foods Calendar

Bentobox-Kalender
Goyen Chen, facebook.com/chichiiris07 (TW)
Diese Arbeit ist nicht einfach nur ein Kalender. In ihrer äußeren Form und in der Stilistik der Illustrationen ist sie zugleich ein Sinnbild für östliche Kultur und Küche. Ein gelungenes Objekt, das viele Funktionen in sich vereint und uns jeden Tag begleiten kann.



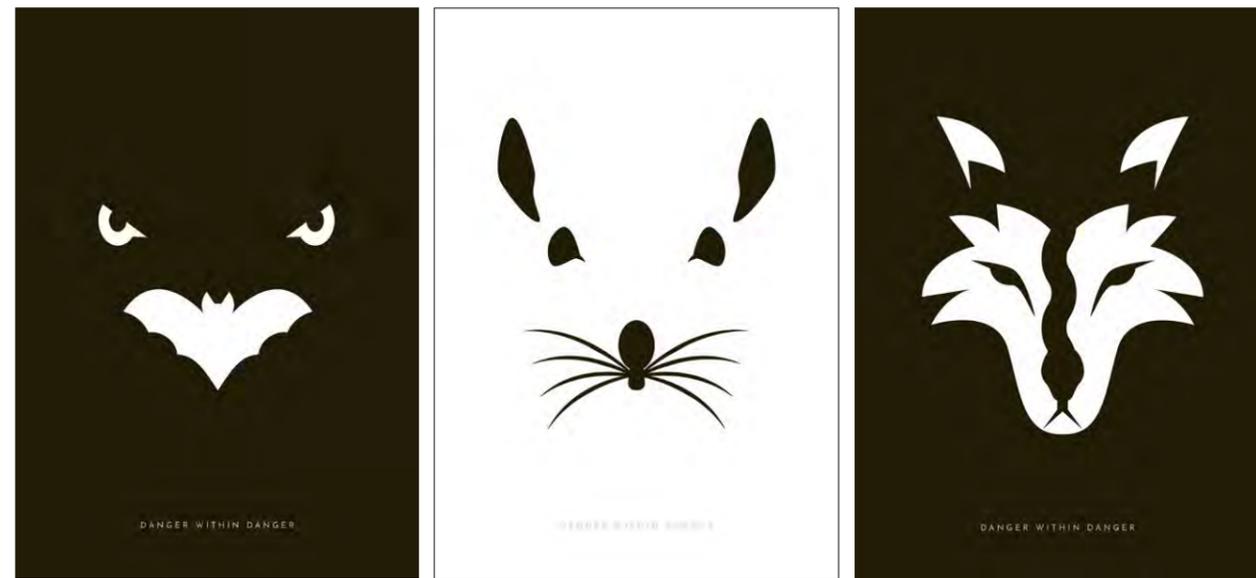
↑ VinziRast gets you back on your feet!



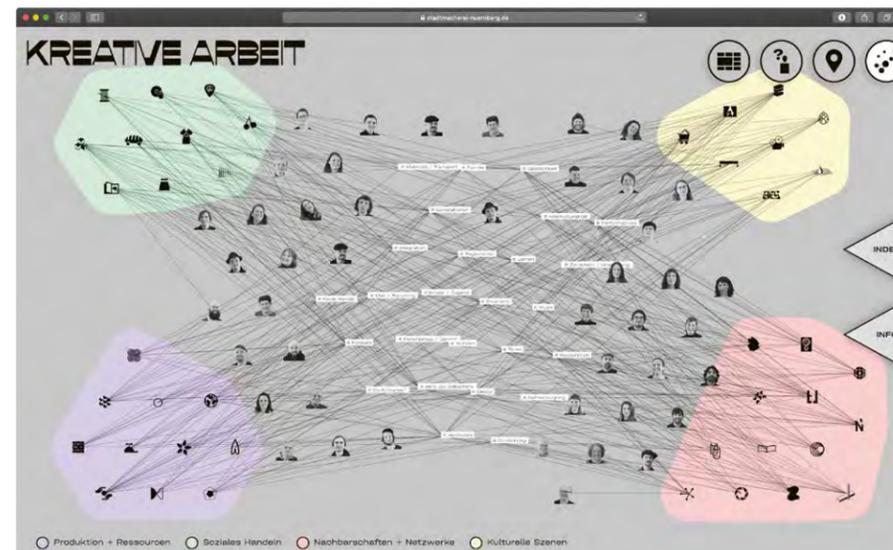
↑ Planet Lem



↑ Margit



↑ Danger within danger

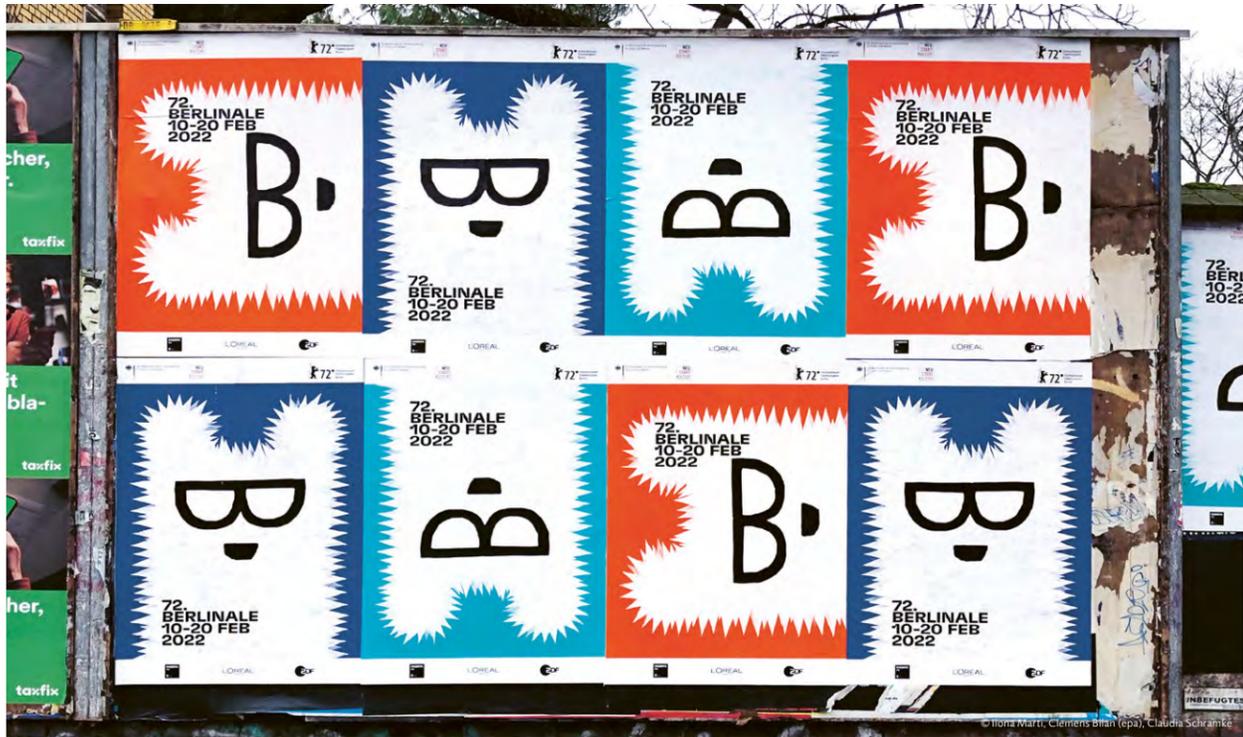


← Stadtmacherei Nürnberg



© Sergiy Maidukov, ist publishing

↑ Kyiv



© Ilona Warr, Clemens Bittl (opa), Claudia Schramke

↑ 72. Berlinale



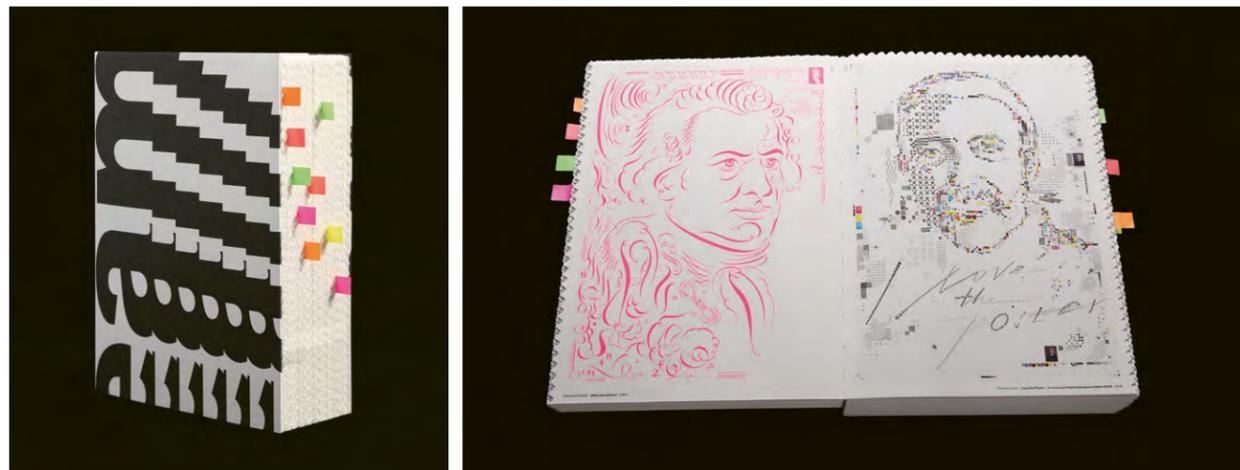
↑ The Plan

→ Klimawandel





↑ Visualizing Complexity



↑ Daydream



← 365 days taiwanese

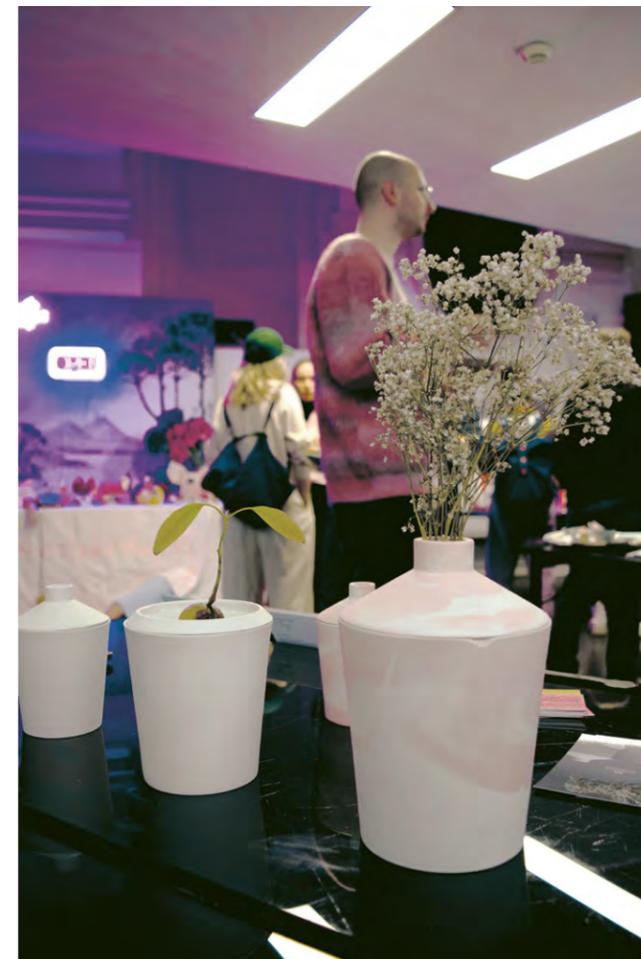
JOSEPH BINDER SYMPOSIUM

Am Netzwerken Interessierte nahmen am dies-jährigen Symposium des Joseph Binder Awards teil. Hier startete eine Austauschmöglichkeit sondergleichen: kreativ, sozial, geschäftlich, nachdenklich und durchaus auch berauschend. Denn es wurde Fingerfood gereicht, und die Besucher:innen konnten durch die inspirierende Ausstellung wandern. Ein guter Ort zum Nachdenken und um Chancen der Zusammenarbeit für selbständige Grafiker:innen, Illustrator:innen und Designerinnen zu nutzen.

Vielen Dank an *Giulia Hartz* und *Maresch & Sturm* für die spannenden Talks.

JOSEPH BINDER SYMPOSIUM

This year's Joseph Binder Symposium saw some exciting talks by Réka Király, Giulia Hartz, and Maresch & Sturm, as well as inspiring networking activity.



© Katharina Lorenz

RED DOT AWARD PRODUCT DESIGN 2022



Wie jedes Jahr wurden auch 2022 die besten Produkte mit dem Red Dot Award: Product Design ausgezeichnet. Egal, ob smart, innovativ oder funktional, die ausgezeichneten Produkte vereint hohe Designqualität. Auch unsere designaustria-Mitglieder konnten mit ihren Produkten beim Wettbewerb punkten.

Fotos: [red-dot.org](https://www.red-dot.org)



DA-MEMBER WOOM GMBH

NOW

Der in den Aluminiumrahmen integrierte Frontgepäckträger des Urban Bikes NOW ermöglicht eine Zuladung von zehn Kilogramm. In Kombination mit dem kleinen Vorderrad hat der Gepäckträger einen tiefen Schwerpunkt, der das Handling des Fahrrads auch bei Beladung erleichtert.

Begründung der Jury: »Die robuste und ausgewogene Formensprache von NOW spricht vor allem Städter:innen an, die Wert auf praktische Einfachheit und eine gute Performance legen.«

[woom.com](https://www.woom.com)



DA-MEMBER SILHOUETTE

SILHOUETTE FISHER ISLAND

Charakterisiert ist diese Sonnenbrille durch ihren Minimalismus, ihre materielle Leichtigkeit und eine Butterfly-Form. Ihre ungewöhnliche Anmutung ist zusätzlich geprägt durch ausdrucksstarke Oversize-Gläser mit farbigem Akzent.

Begründung der Jury: »Die Sonnenbrille Silhouette Fisher Island begeistert durch ihren ausdrucksstarken Minimalismus. Sie ist hinsichtlich ihrer anspruchsvollen Rahmenkonstruktion aus Titan perfekt ausgeführt, wobei deren Elemente eine funktionale wie auch dekorative Bedeutung haben. Die Brille ist ausgesprochen leicht und ihre randlose Gestaltung mit Oversize-Gläsern verleiht ihr Stil. Zugleich bietet sie einen sehr hohen Tragekomfort.«



DA-MEMBER RIESS KELOMAT |
DESIGN: DA-MEMBER DOTTINGS

SERVE + STORE

Diese schlicht gestalteten Vorratsbehälter aus Emaille können vielseitig auch als Serviertablett, Backofenform oder Butterdose genutzt werden. Sie sind platzsparend stapelbar. Das Design kommt von einem designaustria-Mitglied: dottings Industrial Design, Vienna, Austria.

Begründung der Jury: »Dank ihrer Materialeigenschaften und Variabilität überzeugen Serve + Store als vielseitige Lebensmittelbehälter, die ein ansprechendes Gesamtbild erreichen.«

[riess.at](https://www.riess.at) | [dottings.com](https://www.dottings.com)

DA-MEMBER MOLTO LUCE | ON3D KLAUS NOLTING

PILLE

Diese Leuchterserie wurde als blendfreies Up- und Downlight konzipiert, wobei kapselförmige Gläser für stimmungsvolle Lichteffekte sorgen. Die Leuchtenkörper bestehen aus mundgeblasenem Kristallglas und setzen sich aus zwei farblich harmonisch aufeinander abgestimmten Teilen zusammen. Verbindendes Element ist ein horizontal platzierter Ring, aus dem die Glaskapseln entspringen und der gleichzeitig die LED trägt. Die Stehleuchten sind mit einem Standfuß aus Stein versehen.

Begründung der Jury: »Ihre skulpturale Eleganz verdankt Pille der stringenten Umsetzung einer eigenständigen Formensprache, die harmonische Konturen entstehen lässt.«

[moltoluca.com](https://www.moltoluca.com) | [klausnolting.de](https://www.klausnolting.de)



DA-MEMBER SILHOUETTE

SILHOUETTE FUTURA DOT

Das starke, grafische Erscheinungsbild der Silhouette Futura Dot basiert auf einem gestalterischen Erbe. Die Form der leichten und wegen der großen Gläser besonders ausdrucksstarken Sonnenbrille orientiert sich an dem 1974 entworfenen Ursprungsmodell, einem bis heute begehrten Sammlerstück.

Begründung der Jury: »Die Silhouette Futura Dot ist eine inspirierende Neuinterpretation des ikonischen Vorbilds und so auf die Zielgruppe der selbst- und modebewussten Avantgardisten gekonnt zugeschnitten.«



DA-MEMBER SILHOUETTE

EVIL EYE – ELATE.O PRO

Diese multifunktionale Sportbrille eignet sich für die ganzjährige Verwendung bei verschiedenen Outdoor-Sportarten. Auf der Basis des leichten Halbrahmens lässt sich bei rauen Wetterbedingungen ein weiches Facefoam-Pad anbringen, das für eine geschlossene Passform sorgt. Wer Schutz vor UV-Strahlen sucht – beispielsweise im Hochgebirge – kann eine zusätzliche Nasenabdeckung an die individuell verstellbaren Nasenpads anbringen.

Begründung der Jury: »Die unkomplizierte Handhabung und die Vielseitigkeit der evil eye – elate.o pro begeistert Sportenthusiast:innen, die Wert darauf legen, dass sich modische und funktionale Aspekte ergänzen.«



DA-MEMBER SILHOUETTE

SILHOUETTE – NEW YORK SKY

Unverkennbar ist die Sonnenbrille New York Sky von der pulsierenden US-Metropole inspiriert. Der urban-luxuriöse Look spricht für sich selbst. Nicht auf den ersten Blick erkennen lässt sich, dass in dem randlosen und leichten Modell mehrere innovative Technologien kombiniert werden.

Begründung der Jury: »Die raffiniert konstruierte und stylisch gestaltete Sonnenbrille wartet mit einem besonderen Highlight auf: Dank des integrierten Lichtmanagements sind die Gläser für bestimmte Farbtöne durchlässiger und heben so die Stimmung des Trägers.«

[silhouette.com](https://www.silhouette.com)



DA-MEMBER ROLF SPECTACLES

PLANT BASED GLASSES

Diese markant gemusterten Brillen bestehen aus einem innovativen und nachhaltigen Werkstoff, einem Pulver, das aus dem sogenannten »Wunderbaum« gewonnen wird. Im 3D-Druckverfahren werden sie aus dem nachwachsenden Rohstoff hergestellt, der von diversen nachhaltigen und funktionalen Eigenschaften geprägt ist. Unter anderem ist er flexibel, natürlich und hautfreundlich. Ebenfalls innovativ ist das schraubenlose Brillengelenk, das sich mithilfe von 3D-Technologie einfach mitdrücken lässt und somit die Zahl der Zulieferfirmen minimiert.

Begründung der Jury: »Die auffällige Oberflächenstruktur der Brillen auf Pflanzenbasis ist ein ebenso individuelles Alleinstellungsmerkmal wie das aufsehenerregende Material, aus dem sie hergestellt werden.«

[rolf-spectacles.com](https://www.rolf-spectacles.com)



ARTWEGER GMBH. & CO. KG |
DESIGN: **DA-MEMBER** GP DESIGNPARTNERS GMBH

ARTWEGER MOVE

Die Gleittür-Serie Artweger MOVE vereint eine nahezu schwebende Anmutung mit einem hohen Bedienkomfort. Nur oben mit einem visuell dezenten Führungsprofil befestigt, besteht sie ansonsten aus Glas und transparenten Dichtungen. Für das reduzierte Erscheinungsbild ist designaustria-Mitglied gp designpartners GmbH, Vienna, verantwortlich.

Begründung der Jury: »Basierend auf einem überzeugend umgesetzten Konzept bietet diese puristische Gleittür-Serie ein beeindruckend transparentes Gesamtbild.«
artweger.de | gp.co.at



HEAD SPORT GMBH – TYROLIA | DESIGN: **DA-MEMBER**
ADAM WEHSELY-SWICZINSKY, AWS DESIGNTEAM

PROTECTOR

Speziell, um die bei Rückwärtsdrehstürzen entstehende Belastung auf die Knie und den Bänderapparat von Skifahrer:innen zu reduzieren, wurde die Skibindung Protector entwickelt. Die neue, in die Bindung integrierte Full-Heel-Release-Technologie (FHR) ergänzt die bisher eingeschränkte, ausschließlich vertikale Auslösefunktion der Bindungsferse um eine horizontale Komponente.

Begründung der Jury: »Dank einer ausgeklügelten, mit sportwissenschaftlicher Unterstützung entwickelten Technologie ermöglicht Protector sicheres und unbeschwertes Fahrvergnügen auf der Skipiste.«
tyrolia.com | awsdesign.at

SUNBEAM WATERSPORTS GMBH |
DESIGN: **DA-MEMBER** KISKA GMBH

BEST
OF THE
BEST

SUNBEAM 32.1

Die Segelyacht SUNBEAM 32.1 wurde unter dem Aspekt entwickelt, dass sie als Freizeitgefährt eine hohe Aufenthaltsqualität bieten sollte – bei Wind ebenso wie bei Windstille und für aktiv Segelnde ebenso wie für Besucher:innen. Markantes Merkmal der SUNBEAM 32.1 ist der seitlich und über den Bug hinausragende Deckbereich. Dadurch entstand eine größere, auch während des Segelns nutzbare Fläche auf dem Vorschiff, die Platz zum Entspannen und Sonnenbaden bietet.

Begründung der Jury: »Die Segelyacht SUNBEAM 32.1 kommuniziert mit ihrem Exterior Design – und hier vor allem mit dem verbreiterten Bugbereich – auf den ersten Blick ihre Innovationskraft und Modernität. Durch das Hinterfragen traditioneller Segelboot-Layouts löst sie sich von gewohnten Mustern, sodass ein kompromissloser Tagessegler entstanden ist, der im Inneren wie im Äußeren sehr zeitgemäß wirkt, in funktionaler Hinsicht optimiert ist und vor allem die Aufenthaltsqualität an Bord maßgeblich verbessert.«
sunbeam-yachts.com | kiska.com



THERMALTAKE TECHNOLOGY CO. |
DESIGN: **DA-MEMBER** STUDIO F. A. PORSCHE

ARGENT E700

Der Gaming-Stuhl ARGENT E700 zeichnet sich durch einen Echtlederbezug über dem gesamten Sitz sowie der Kopfstütze aus und bietet damit ein langlebiges, natürliches Material, das sich einfach pflegen lässt. Die von einem Rennwagen inspirierten seitlich integrierten Griffe dienen zum Kippen und Anheben des Sitzes, um die bequemste Position einzustellen.

Begründung der Jury: »ARGENT E700 begeistert als Echtleder-Gaming-Stuhl, der Ergonomie und Ästhetik auf hohem Niveau kombiniert und damit einen vielfältigen Nutzen bietet.«
thermaltakecorp.com | studiofaporsche.com



THERMALTAKE TECHNOLOGY CO. |
DESIGN: **DA-MEMBER** STUDIO F. A. PORSCHE

ARGENT K6

Die Gaming-Tastatur ARGENT K6 RGB mit Cherry-MX-Low-Profile-RGB-Red-Tasten verfügt über eine Aluminiumplatte im stromlinienförmigen Titandesign, die mit einem 360-Grad-RGB-Unterlicht kombiniert ist, das 14 verschiedene Beleuchtungseffekte bietet.

Begründung der Jury: »Die Gaming-Tastatur besitzt mit dem Lautstärkereger ein Feature, das sich ideal in das geschwungene Aluminiumdesign integriert und einen hohen Nutzwert bietet.«
thermaltakecorp.com | studiofaporsche.com



THERMALTAKE TECHNOLOGY CO. |
DESIGN: **DA-MEMBER** STUDIO F. A. PORSCHE

ARGENT DS 100

ARGENT DS 100 ist ein sachlich gestalteter Schreibtischkühler, der zwischen Bildschirm und Tastatur platziert wird, um auftretenden Handschweiß beim intensiven Spielen zu reduzieren.

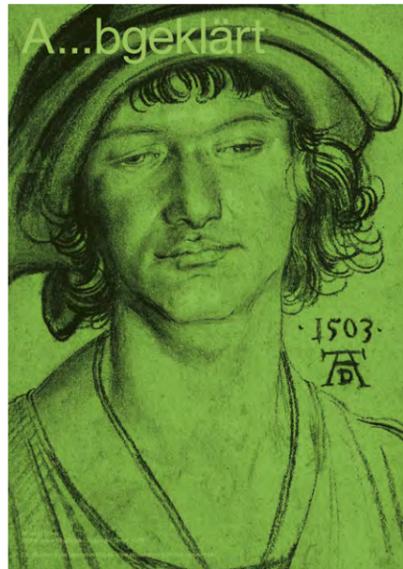
Begründung der Jury: »Dank seiner formalen Schlichtheit integriert sich der Schreibtischkühler gut in jedes Gaming-Szenario. Seine Beleuchtung bietet einen für Spieler:innen wichtigen zusätzlichen Nutzen.«
thermaltakecorp.com | studiofaporsche.com

Bis einschließlich 27. Jänner 2023 können marktreife Produkte beim Red Dot Award: Product Design 2023 zum Wettbewerb anmelden werden. Anmeldung unter red-dot.org

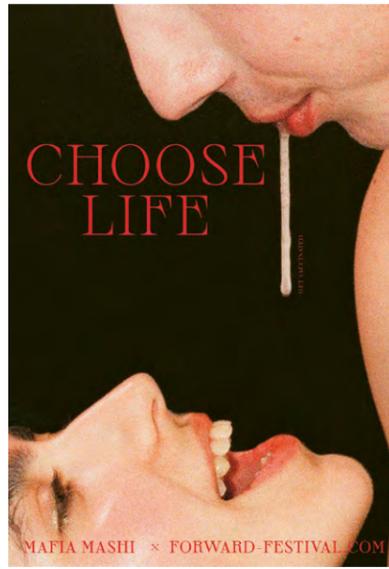
RED DOT AWARD

Like every year, the Red Dot Award: Product Design was again awarded to the best products in 2022. The winning products are smart, innovative, or functional, but all of them display exceptional quality of design. Our designaustria members succeeded with altogether 14 products at this year's competition.

Market-ready products can be registered for the 2023 Red Dot Award: Product Design competition until January 27th, 2023. To register, go to red-dot.org



**A...kademie der bildenden Künste
Wien – Einführungskampagne**
Beton – Gruppe für Gestaltung
Benjamin Buchegger, Daniel Car,
Oliver Hofmann



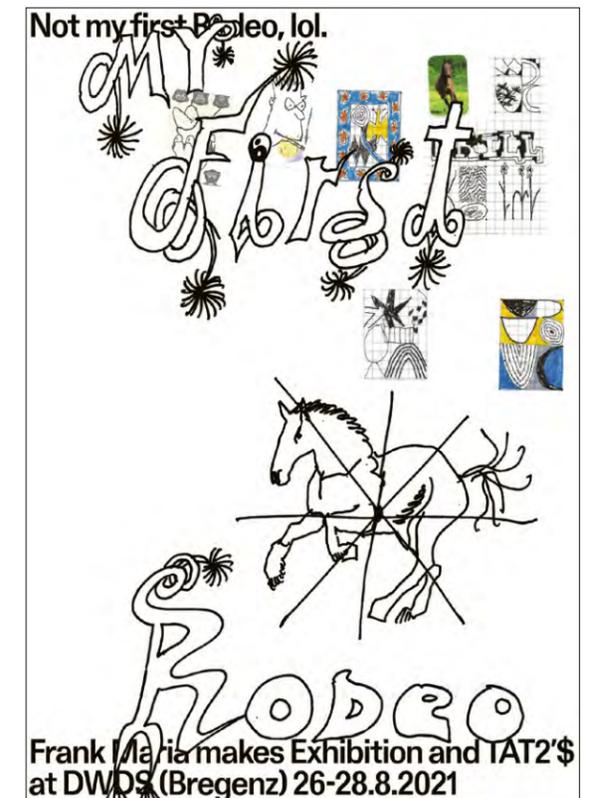
Choose life (get vaccinated)
Forward Festival | ZWUPP | Stanic Maša
Othmar Handl (Idee und Konzeption),
Stefan Joch & Andreas Putz (Grafikdesign)
mit Maša Stanic (Fotografie)



Jazzfest Styro Poster
Buschnegg Paul | Hanappi Kilian | Wagner Marcus
Paul Buschnegg (Arrangement, Grafikdesign),
Kilian Hanappi (Konzept, Grafikdesign,
Fotografie), Marcus Wagner (Fotografie, Schrift,
Illustration)



Frauen der Wiener Werkstätte
3007
DA-MEMBER Eva Dranz (Grafikdesign),
Jochen Fill (Bildbearbeitung)



Frank Maria – Not my first Rodeo
DA-MEMBER OrtnerSchinko | Maria Frank |
Wolfgang Ortner (Artdirektion, Grafikdesign)
mit Frank Maria (Illustration)

100 BESTE PLAKATE 2021

Am heurigen Wettbewerb der 100 besten Plakate in Österreich, Deutschland und der Schweiz nahmen 540 Einreicher:innen mit insgesamt 2.008 Plakaten (888 Einzelplakaten, 325 Serien) teil. Aktuelle gesellschaftliche Diskurse wie Gleichberechtigung, Klimaschutz oder Kryptowährungen sind mit typografischer Spielerei, Fotocollagen oder Fotografien zum Thema geworden. Die Jury mit Christian Hoffelner (Österreich), Radovan Jenko (Slowenien), Larissa Kasper, Kasper-Florio (Schweiz), Denis Olgac, Sucuk und Bratwurst und Susanne Stahl (Deutschland) traf zunächst wie üblich online eine Vorauswahl. Nach Ländern gliedern sich die prämierten 100 Plakate und Plakatserien wie folgt: 39x Deutschland, 54x Schweiz und 7x Österreich. Es wurden also sieben österreichische Plakate ausgezeichnet.

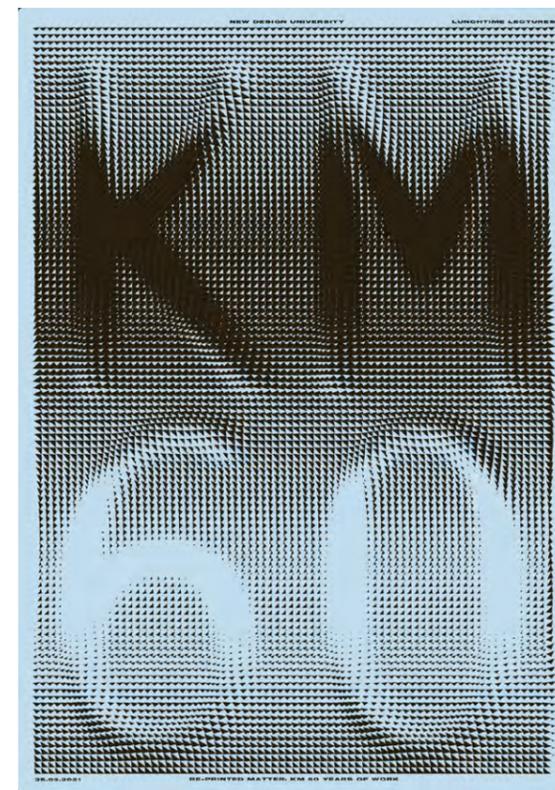
Die Auftaktausstellung fand im Juni in Berlin statt. Es schließt sich eine Tournee mit Ausstellungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie in Korea und an weiteren Orten an. Die österreichische Ausstellung ist noch bis zum 5. März 2023 im MAK – Museum für angewandte Kunst in Wien zu sehen.

Zur Ausstellung erscheint das Jahrbuch »100 beste Plakate 21« in Zusammenarbeit mit dem Verlag Kettler, in dem alle Plakate der Gewinner:innen abgebildet sind. Das Buch ist online unter 100-beste-plakate.de und bei designaustria per Mail an shop@designaustria.at um den Preis von EUR 33,90 inkl. USt. bestellbar.

Ab Dezember 2022 können Designer:innen ihre Plakate für den kommenden Wettbewerb »100 beste Plakate 2022« einreichen. Österreich hat im Vergleich zu Deutschland und der Schweiz wenig Einreichungen, wir würden uns daher freuen, wenn österreichische Designer:innen ihre Plakate einreichen!

100 BEST POSTERS OF 2021

540 contestants submitted a total of 2,008 posters (888 single posters, 325 poster series) for this year's competition for the 100 best posters in Austria, Germany, and Switzerland. Current debates on topics like equality, climate change, and cryptocurrencies were translated into art using playful types, collages, and photography. We happily announce that seven Austrian posters were honoured with prizes.



KM 60
DA-MEMBER Bravi Enrico



**Rechnitz (Andeo uništenja)/Rechnitz
(Der Würgeengel) by Elfriede Jelinek**
3007
DA-MEMBER Eva Dranz

RÜCKSCHAU

FERNAB DER DEADLINES

XX+2 – 20 (+2) JAHRE TGA



↑ Cutting the Punch: Annie Bocel demonstriert, wie Stempel geschnitten werden werden ↑ Liebt ihr Handwerk: Lida Lopez Cartozo Kindersley

Text **Barbara Nedved und Barbara Weingartshofer**

Man tritt durch das Burgtor und lässt den Alltag mit Kund-innenanfragen, Deadlines und Terminen hinter sich. Ende August konnte die *typographische gesellschaft austria* (tga) endlich ihr mittlerweile 22-jähriges Bestehen feiern und das Jubiläumssymposium nachholen. Vier Tage lang wurde die Burg Raabs wieder zum Rahmen für Wissensaustausch mit Vorträgen, Workshops und Ausstellungen. In den Pausen füllte sich der Renaissance-Hof bei gutem Essen und feiner Live-Musik mit anregenden Gesprächen und einer hier allem innewohnenden Gelassenheit, die dieser magische Ort erst möglich macht.

Zum Auftakt gab es am ersten Abend die Ausstellungseröffnungen von insgesamt sieben Künstler-innen, zudem wurden *Ursula* und *Jost Hochuli* als Protectrice und Ehrenpräsident der tga gewürdigt. Seit dem ersten Symposium 2004 sind die beiden der tga freundschaftlich verbunden und gehören zu den treuesten Besucher-innen. Sonst steht meist Jost als Vortragender und Workshopleiter im Mittelpunkt, diesmal konnte man dank ihrer ausgestellten »Buchstabenbilder« auch Einblick in Ursulas künstlerische Arbeit bekommen.

Teresa Präuauer las einen Text für Jost, und im Anschluss konnten die weiteren Ausstellungen von *Simon Peter Bence*, *Maria Vill*, *Thomas Laubenberger*

Pletzer, *Rolf Rehe*, *Barbara Nedved* und *Sonja Knecht* besichtigt werden. Bei allen Werken standen Text und Buchstaben im Mittelpunkt.

Das Vortragsprogramm spannte einen Bogen vom alten Handwerk über historische und uns fremde Schriftsysteme bis hin zu den Herausforderungen der Gegenwart und der Frage, wie Gestaltung dazu beitragen kann, die Welt zum Besseren zu verändern.

Von der Weitergabe des Feuers

Annie Bocel zeigte, wie Stempel aus Stahl geschnitten werden, mit deren Hilfe Gussformen für Bleiletttern entstehen – ein Handwerk, das im digitalen Zeitalter besonders bedroht ist, endgültig in Vergessenheit zu geraten. Damit alle im Saal die Möglichkeit hatten, Annie dabei zuzusehen, wie sie mit der Feile ein winziges R aus Stahl bearbeitet, wurde mit dem Smartphone aus nächster Nähe mitgefilmt und direkt auf die Leinwand übertragen.

Große Freude machte es, *Lida Lopez Cardozo Kindersley* zuzuhören, wie sie von ihrem Leben, ihrem Mann und Lehrer *David Kindersley* und ihrer Arbeit erzählte. Und natürlich von ihrer Werkstatt, in der sie ihr Wissen auch an junge Kolleg-innen weitergibt. »Nach drei Jahren müssen die dann auch wieder gehen. Nach drei Jahren weiß man alles, was man braucht, um alleine alles weitere zu lernen. Dann kommt der oder die Nächste.« Lida und ihr Kollege *John Wawby* demonstrierten im Anschluss



↑ Am Sandstein: John Wawby



↑ Moderator Clemens Theobert Schedler mit dem Organisationsteam der tga: Martin Tiefenthaler, Irene Persché, Gerhard Pany, Barbara Nedved und Erich Monitzer

an den Vortrag ebenfalls live auf der Bühne, wie die Buchstaben in den Stein kommen.

Fremde Zeichen

Die offizielle Schrift war Frauen in China lange Zeit verboten. Niemand hinderte sie allerdings daran, ihre eigene Schrift – *Nüshu* – zu entwickeln. Männer interessierten sich schlicht nicht dafür, worüber sich Frauen austauschten. Verwendet wurden leicht verfügbare Materialien, geschrieben wurde auf allem, was sich eignete. *Lisa Huang* widmet sich der Aufgabe, dieses Schriftsystem zu erforschen und vor dem Vergessen zu bewahren.

Shoko Mugikura und *Min-Young Kim* zeigten in ihren Vorträgen die Unterschiede asiatischer Schriftsysteme und welche Prinzipien in ihren Gestaltungsregeln liegen. *Irene Vlachou* brachte uns griechische Schriftzeichen näher – und die Fragen, die sich aufdrängen, wenn wir Zeichen für ein Schriftsystem gestalten, das uns selbst nicht vertraut ist.

Victoria Sarapina analysierte das typografische Erbe Russlands: Was geschah mit den berühmten Künstler-innen der russischen Avantgarde? Wer passte sich an, was blieb von der Utopie übrig?

Design is always political

Lucienne Roberts beschäftigte sich mit den Fragen der Ethik im Grafikdesign – denn: »Design is always political.« *Alice Savoie* beleuchtete die Rolle der Frauen in der Schriftindustrie des 20. Jahrhunderts. *Anna Weinzettl* stellte ihre Schrift »Lucky Dots« vor, mit der sie Bilderbücher für Blinde und Sehende gestaltet, und *Julia Sysmääläinen* erklärte, wie sie die vielseitigen Möglichkeiten von Schreibschriften

nutzt, um den Charakter einer Marke in einen Custom Font zu gießen. Insgesamt 18 Vortragende lieferten spannende Einblicke in ihre Arbeit und Forschung.

Fleißaufgabe

Du bist im Buchbindeworkshop? Dann gibt's Vorrang am Mittagsbuffet, schließlich wird hier täglich emsig gearbeitet!

Wem die Vorträge nicht genug waren, konnte bei *Andi Ortig* und *Babsi Daum* im Felsenstüberl ein eigenes Notizbuch binden.

Shoko Mugikura ermöglichte uns einen schnellen Einstieg in die japanische Kalligrafie. Eben noch amüsierten wir uns über die strenge Sitzhaltung des Kindes im japanischen Schulbuch, schon saßen wir selbst konzentriert und aufrecht mit dem Pinsel vor dem Papier. Nach einem kurzen Überblick über die japanischen Schreibstile konnten wir uns selbst an den unterschiedlichen Stricharten versuchen. →

FAR FROM THE DEADLINES

In late August, the *typographische gesellschaft austria* (tga) finally got to celebrate its now 22-year existence as the anniversary symposium took place at Burg Raabs. Lectures, workshops, and exhibitions marked the celebrations, and in the breaks, the Renaissance court filled with inspiring conversations while participants enjoyed excellent food and live music in a relaxing atmosphere. The first evening saw exhibition openings of altogether seven artists and the honouring of *Ursula* and *Jost Hochuli* as Protectrice and Honorary President of the tga. The lecture programme ranged from old crafts to historical writing systems to the challenges of the present and the question how design can help to make the world a better place. If you missed this year's programme, make sure to be there at the next symposium in 2025!

Beinahe rund um die Uhr gab es Glyphs-Nachhilfe bei *Georg Seifert* und *Rainer Scheichelbauer*. Wann immer man einen der beiden sah, lösten sie gerade knifflige Glyphs-Probleme oder halfen Kolleg:innen bei deren Schriftprojekten weiter.

Burgtreiben

Das kommunikative Zentrum blieb allerdings der Burghof. In der ausgiebigen Mittagspause und nach dem Abendessen, teilweise bis weit in die Nacht hinein, fanden hier anregende Diskussionen und wohlthuender Austausch mit den Kolleg:innen statt. Am Ende des lauschigen Abends bei lässigen Klängen von Live-Drum & Bass kurvten die Shuttles durch die Nacht, um alle Teilnehmer:innen sicher in ihre Quartiere zu bringen. Wer diesmal nicht dabei war, hat beim nächsten Symposium 2025 die Gelegenheit dazu!

Hier eine Auswahl von Buchempfehlungen und Links zum Nachlesen und Weiterschmökern:

Bücher:

- *Annie Bocol* | Drawing the moment – cutting the type punch
- *Lida Lopez Cardozo Kindersley* | The Cardozo Kindersley Workshop: a guide to commissioning work
- *Senongo Akpem* | Cross-Cultural Design
- *Typetogether* | Building Ligatures. The Power of Type
- *Lucienne Roberts* | Good: An Introduction to Ethics in Graphic Design
- *Maira Kalman* | Women Holding Things

Links:

- [Victoria Sarapina](https://victoriasarapina.com/) über russische Typografie | kyrillisch.info
- [Alice Savoie et al.](https://women-in-type.com/) | women-in-type.com
- [Anna Weinzettl](https://anna-weinzettl.com/) | luckydots.net
- typographie.at/raabs_2022

ROMULUS-CANDEA-PREIS BOOK BASICS



Am 29. Oktober 2022 fanden die ersten »Stanislaus Book Basics« statt, bei denen vielfältiges Fachwissen ausgetauscht wurde. Die beiden Illustratorinnen *Verena Hochleitner* und *Renate Habinger* griffen etwa spannende Themen rund um die Kinderbuchgestaltung auf. Die Teilnehmer:innen konnten sich mit Themen wie Buchstruktur und Seitenzahl, Klischees und Rollenbildern oder visuellen Erzählbogen auseinandersetzen. Die »Stanislaus Book Basics« waren als Workshop Teil der Vorbereitung für den Romulus-Candea-Preis 2023.

STANISLAUS BOOK BASICS

The first »Stanislaus Book Basics« took place on October 29th, 2022, providing time and space for experts to exchange views on children's book design. Illustrators Verena Hochleitner and Renate Habinger discussed exciting issues such as clichés and role models, book structuring and volume.

GABRIELE LENZ – EX LIBRIS



Die Galerie *rauminhalt_harald bichler* präsentierte im Rahmen der Ausstellungsreihe »Kunst und Wissenschaft im Dialog« im Herbst 2022 Arbeiten von designaustria-Mitglied Gabriele Lenz.

Gabriele Lenz zielt in ihrer künstlerischen Praxis auf die medialen, gesellschaftlichen und historischen Zusammenhänge ab, innerhalb derer ein Buch aktiv ist – Zusammenhänge,

die jedes Buch auch selbst stiftet. Wenn sie in »cancellare« die Geschichte zweier aufeinander bezogener Biografien durch einen buchbinde-rischen Akt kommentiert, wenn sie in »ex libris – a materia analoge« Bücher mit digitalen Fotografien erweitert oder wenn sie in »tisch und bett« die Texte *Friedrich Achleitners* aufnimmt und als potenzielles Material in ihre eigenen Arbeiten integriert, werden die unterschiedlichen Ebenen deutlich, in denen das Buch als Ausdrucksform in ihrer Praxis präsent ist.

Das Buch bearbeitet sie als tief in der Kultur verwurzeltes Produkt, anhand dessen sich nicht nur Wissen manifestiert, sondern das in seiner

Materialität, den Formgebungsprozessen und den Entstehungszusammenhängen, in die es gebettet ist, weit über sich selbst hinausweist.

Zur Ausstellung im Herbst 2022 erschienen Band 4 und 5 der Publikationsreihe »Dispositions prises pour une expérience«, *formatgebung* (Hg.), Sonderzahl, 2022:
Gabriele Lenz – analog/achleiter (Band 4)
Gabriele Lenz – ex libris (Band 5)

Im Rahmen der Ausstellung hielt *Wolfgang Homola*, Grafiker, Schriftgestalter und designaustria-Mitglied, einen inspirierenden Vortrag über Typografie.

GABRIELE LENZ – EX LIBRIS

As part of its exhibition series on art and science in dialogue, the gallery *rauminhalt_harald bichler* presented works by designaustria member Gabriele Lenz in autumn 2022. In her artistic practice, Gabriele Lenz aims at the medial, social, and historical context in which a book is active – contexts any book brings about itself.

INITIATIVE DESIGN KREIS WILL DESIGN-COMMUNITY IN ÖSTERREICH STÄRKEN

Text **Markus Schraml (formfaktor)**

Wir müssen uns mehr austauschen! Dieser Vorsatz ist der Hauptantrieb für die Gründung der Initiative Design Kreis. Ins Leben gerufen wurde sie von *Lotte Kristoferitsch* (EOOS NEXT), *Alice Stori Liechtenstein* (*Schloss Hollenegg for Design*) sowie *Katharina Mischer* und *Thomas Traxler* (*mischer'traxler*). Das Ziel ist, die Designcommunity besser zu vernetzen. In Gesprächsrunden mit bis zu zehn Designschaffenden wird zu einem vorher festgelegten Thema diskutiert, werden Erfahrungen und Ideen ausgetauscht. Bisher fanden drei Designkreise statt, zwei in kleiner Runde und der letzte während der *Vienna Design Week*, als die Organisator:innen mit ihrer Initiative erstmalig an die Öffentlichkeit gingen. Eine weitere Aktion, die ebenfalls während der VDW über die Bühne ging und an der sich Design Kreis beteiligte, war das sogenannte Konklave. Ausgehend von der Frage der Rolle von Design in der Gesellschaft sollte eine Liste mit Vorsätzen für zukunftsfähiges Design erstellt werden. In Zukunft soll die Frequenz der Veranstaltungen verdichtet werden und alle sechs Wochen ein Designkreis stattfinden.

insta: [design_kreis](https://design_kreis.eoosnext.com)
eoosnext.com | schlosshollenegg.at | mischertraxler.com



↑ Von links: Gerhard Jagersberger, Janina Falkner, Alice Stori Lichtenstein, Elisabeth Noever-Ginthör

NEW INITIATIVE TO STRENGTHEN THE DESIGN COMMUNITY

A new initiative called Design Kreis wants to improve networking among designers within the community. In each design circle, up to ten designers meet to debate a previously settled subject and exchange experiences and ideas. Three circles have taken place so far, two in a more intimate setting and the last one during the Vienna Design Week, taking the initiative to the public for the first time.



© Stephan Doleschal

TOM KOCH – »FINDING FORTE«

Forte, diese lebendige und freundliche Schrift, die jede:r kennt, wird seit über sechs Jahrzehnten verwendet und teils überstrapaziert, seit sie 1962 von der *Monotype Corporation* veröffentlicht wurde. Bekannte Persönlichkeiten aus der Welt der Typografie, wie *Stanley Morison* und *Vincent Connare*, standen im Rampenlicht der lebhaften Lebenslinien dieser Schrift – deren Designer *Karl Reißberger* jedoch weitgehend unbekannt blieb – bis jetzt. Buchstäblich an einem Küchentisch im Wien der Nachkriegszeit entwarf der österreichische Grafikerdesigner Karl Reißberger seine Schrift »Forte« und lizenzierte sie in den 1950er-Jahren an Monotype UK, wo sie 1962 veröffentlicht wurde. Mitte der 1990er-Jahre fand sie ihren Weg in die *Microsoft-Office*-Programme – und damit auf Millionen von Festplatten weltweit. Die Ausstellung im *designforum* Wien zeichnete die Entstehungsgeschichte der Schrift anhand von frühen Plakaten Reißbergers, Originalentwürfen und Werbematerialien nach und zeigte Anwendungen aus dem prädigitalen Zeitalter. Sie machte sich auf die Suche nach weltweiten Fundstücken der Forte und begleitete ihre aktuelle Überarbeitung und Veröffentlichung durch Microsoft als Forte Forward – genau 60 Jahre nach ihrem ersten Erscheinen.

Im Dialog zum historischen Aufriss fand die zeitgemäße Auseinandersetzung mit der Formensprache der Forte anhand von 28 künstlerischen Positionen statt. Internationale Kreative aus den Bereichen

Design, Grafik, Keramik, Lichtdesign, Textilkunst, Schildermalerei und Videoinstallation eröffneten mit ihren Interpretationen einen neuen Zugang zur Typografie.

Die Idee zum Projekt »Finding Forte« entstand bei einer Buchpräsentation im Jahr 2016. Eine Dame überreichte Tom Koch einen Werbefolder ihres Vaters für die Forte, die aussah wie eine Arbeit aus den Sechzigern. Die Schrift Forte kannte Koch als Grafiker, ohne jedoch je damit gearbeitet zu haben. Als ihm klar wurde, dass sie von einem Österreicher stammte, weckte dies sein Interesse, und er begann zu recherchieren. Bei *Toshi Omagari*, Schriftgestalter bei Monotype, konnte er sich im Archiv in London die Originalzeichnungen der Forte ansehen. Karl Reißberger hatte die Schrift für den Bleisatz entworfen, doch für den Fotosatz wurde sie genauso verwendet. Die Forte war eine der wenigen Schriften, die auch den Sprung in die Digitalisierung schafften, und sogar eine der ersten, die digitalisiert wurden. Mittlerweile werden immer mehr Schriften aus den 1950er- und '60er-Jahren digitalisiert und aus dem »Korsett des Bleisatzes befreit«. Ein weiterer Schritt ist nun mit der Weiterentwicklung der Forte Forward passiert.

Das Projekt lag eine Zeitlang brach, doch 2022 war für die Forte ein Jahr der Jubiläen. Die Schrift feierte ihren 60. Geburtstag, 30 Jahre Digitalisierung und 25 Jahre als Schrift bei Microsoft. Somit war der Zeit-



punkt gekommen, das Projekt »Finding Forte« weiterzuführen und es der Öffentlichkeit zu präsentieren. Das begann mit einem Crowdsourcing: Tom Koch hatte schon im Laufe der Jahre immer wieder Fotos aufgenommen, sobald er die Schrift in verschiedenen Anwendungen erblickte. Somit hatte er schon eine beträchtliche Sammlung an Funden, trotzdem organisierte er gemeinsam mit *Fonts in Use* (fontsinuse.com) einen Aufruf, Anwendungen der Schrift zu dokumentieren und zu übermitteln. So tauchten Logos in England, Cafés auf den Philippinen und weitere Schriftenanwendungen in Amerika auf.

Ein besonderer Moment in der Recherche war für Tom Koch, als er den Nachlass von Karl Reißberger durchsah und Plakate aus dem Jahr 1935 entdeckte, auf denen schon die ersten Buchstaben der Forte verwendet wurden. Karl Reißberger hatte die Werbeleitung bei *Donnhöfer Werbung* über, und auch hier waren die Formen der Forte, allen voran das M, immer wieder zu finden. Sogar auf den Plakaten des Lebensmittelriesen *Hofer* kam die Forte in den 1980er-Jahren zum Einsatz.

Auch wenn Karl Reißberger selbst wenig bekannt war, hatte er mit berühmten Persönlichkeiten der Typografie zu tun. Mit Stanley Morison stand er in regem Austausch, als seine Schrift bei Monotype lizenziert wurde. Auch mit *Beatrice Warde*, der »First Lady of Typography« bei Monotype, tauschte sich Reißberger über Jahre hinweg schriftlich aus. Vincent Connare wiederum, der Designer der *Comic Sans*, war Mitglied der »Microsoft Typography«, jener Abteilung, die für die Schriften der Microsoft-Produkte Mitte der 1990er-Jahre verantwortlich zeichnete.

Noch eine faszinierende Geschichte: Bevor Karl Reißberger seine Schrift Monotype anbot, wandte er sich an die *D. Stempel AG* in Frankfurt, wo *Hermann Zapf* künstlerischer Leiter war. Doch da Zapf zu diesem Zeitpunkt gerade auf Urlaub weilte, verlief das Angebot im Sand und Karl Reißberger verkaufte seine Schrift stattdessen um wenig Geld an Monotype. Wer weiß, was es für die Geschichte der Schrift bedeutet hätte, wäre Hermann Zapf zu diesem Zeitpunkt bei der Arbeit gewesen?



© Stephan Doleschal

FINDING FORTE

We all know Forte, this vivid and friendly font that has been in use for more than 60 years and sometimes overused since its publication by the Monotype Corporation. Celebrities in the world of typography such as Stanley Morison and Vincent Connare shone in the limelight of the font's vivid lifelines while it's designer, Karl Reißberger, remained largely unknown – until now. The Austrian graphic designer created Forte at his kitchen table in post-war Vienna before licencing it to Monotype UK, where it was published in 1962. In the mid-1990s, it found its way into the Microsoft Office programmes and millions of hard drives across the world.

An exhibition at designforum Wien traced the font's history based on early posters by Reißberger, original drafts and advertising material and showed some pre-digital uses. It went out to search for Forte finds all over the world, and it followed its most recent rework and publication by Microsoft as Forte Forward exactly 60 years after its first appearance. To complement the historical presentation, 28 modern positions tackled Forte's design vocabulary from an artistic point of view. Creative internationals from such fields as design, ceramics, light design, textile art, sign painting, and video art showed their interpretations and paved new ways of looking at typography.

KUNST DER VERFÜHRUNG

SECHS AUSSTELLUNGEN ZUM THEMA GRAFIKDESIGN IM SPANNUNGSFELD VON KUNST UND WERBUNG



Das breite Spektrum an Grafikdesign stand im Herbst 2022 im Mittelpunkt von sechs Ausstellungen, an der insgesamt acht Institutionen aus den Bereichen Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft beteiligt waren. Die Kooperation der acht Beteiligten zeigt die große Relevanz der Aufarbeitung und Präsentation der Geschichte des Grafikdesigns in Österreich. Die Ausstellungen befassten sich mit den letzten 100 Jahren Geschichte, in denen Grafikdesign und die damit verbundenen Medien – etwa das Plakat – die Kommunikationslandschaft in Österreich entscheidend geprägt haben.

Der Begriff »Graphic Design« tauchte erstmals 1922 auf. Seitdem haben sich auch unterschiedliche Strömungen von visueller Kunst und Grafikdesign herausdifferenziert, deren Entwicklung bis heute nicht abgeschlossen ist. Das *Kunsthhaus Graz* zeigte die Beziehungen zwischen Kunst und Grafikdesign seit dem Ende der 1970er-Jahre und folgte in den gezeigten Arbeiten der inneren Verwandtschaft dieser beiden Disziplinen. Das *Haus der Architektur* legte den Fokus hingegen auf Werbung im Stadtraum, die zunehmend durch digitale Formate ergänzt wird, und ging der Frage nach, wie sich dieser Raum sukzessive in die unsichtbaren Räume der digitalen Welten erweitert. Ausgewählte Arbeiten aus einer umfangreichen Plakatkunstsammlung der Zwischenkriegszeit, deren Proponenten einen stark politisch-propagandistischen Tenor aufweisen, wurden im *Graz Museum* präsentiert. Das *KULTUM – Kulturzentrum bei den Minoriten* legte der Fokus auf Plakate, die den Versuch einer Reformierung der Kirche über

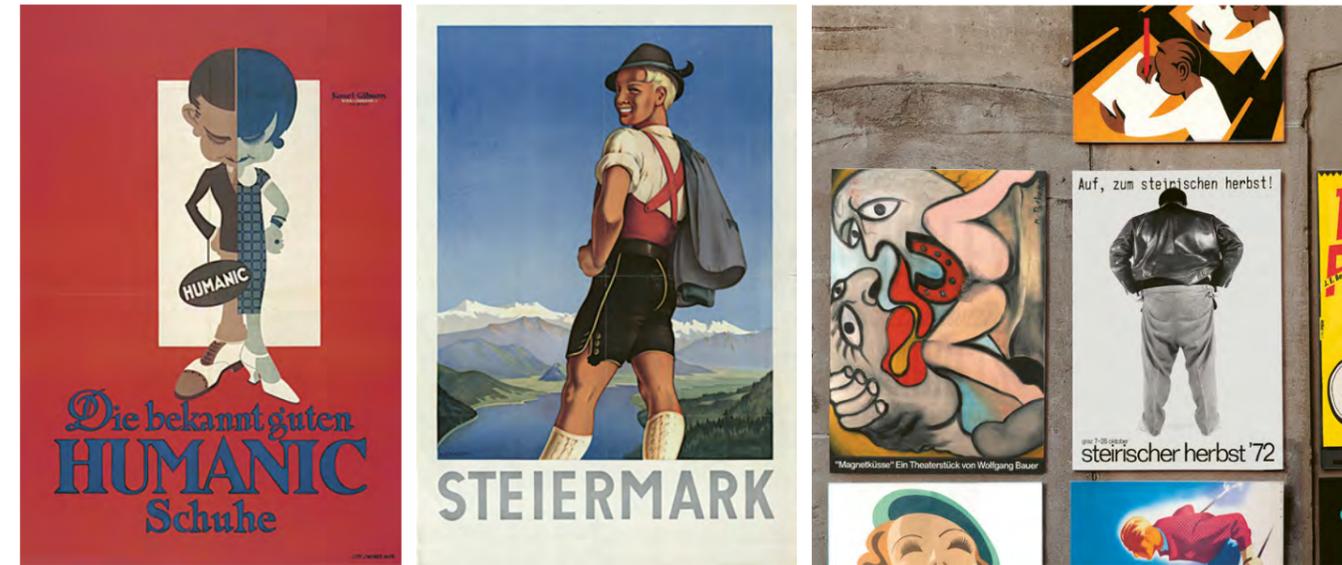


einen politisch dezidiert linken Flügel thematisieren, sowie auf die höchst aktuelle Brisanz von medialen Paradigmenwechseln. Im *Designforum Steiermark* richtete das *Institut für Design und Kommunikation der FH Joanneum* den Blick in die Zukunft und untersuchte die Weiterentwicklungen und digitalen Transformationen des historischen Mediums Plakat, das in der Ausbildung an den Designstudiengängen und in der Forschung eine große Rolle spielt.

Begleitet wurden die Ausstellungen von einem Symposium und Vorträgen zu ausgesuchten Themen sowie der Plakatserie »100 EXCITING POSTERS« im öffentlichen Raum, für die *Siegfried Gruber*, der Initiator des Gesamtprojekts, als Kurator verantwortlich zeichnet.

The Next Poster – Zukunft des Plakats

Die Ausstellung »The Next Poster« im Rahmen des Projektes »Kunst der Verführung« setzt sich mit den historischen und technologischen Veränderungen und Erweiterungen des Mediums Plakat auseinander.



Gezeigt werden 24 Projekte, die von Studierenden des Masterstudiengangs Communication, Media, Sound and Interaction Design an der *FH Joanneum* gestaltet wurden. Die Arbeiten entstanden in interdisziplinären Teams und führten zur Auseinandersetzung mit Tradition und Zukunft dieses sehr wandelbaren Mediums. Stichworte sind: das akustische Plakat, das Mixed-Reality-Plakat, das virtuelle Plakat, das kinetische Plakat, das szenografische Plakat, das animierte Plakat, das interaktive Plakat, das intelligente Plakat, das individualisierte Plakat. Die Raumgestaltung, entwickelt von Studierenden des Masterstudiengangs Ausstellungsdesign, bettet die Projekte optisch in ein unendliches Netzwerk und verbindet Stockwerke und Bedeutungsebenen.

Infinite connection

Die Polemik über das Ende der Blütezeit des Plakats hält schon seit Jahrzehnten an und beweist dennoch, dass das Plakat trotzdem nicht abgeschrieben ist. Es wandert um die Welt und taucht in kleinen Designstudios, großen Agenturen, Ein-Personen-Bands und Bildungseinrichtungen auf. Die meisten Arbeiten für die Ausstellung entstanden in Zusammenarbeit zwischen zwei oder mehreren unterschiedlichen Studiengängen, was zu einer Erweiterung und manchmal sogar zur totalen Auflösung der medialen Grenzen sowie der Vermischung von Ausdrucksmitteln führte. Während einige Arbeiten die komplizierte Elektronik des digitalen Zeitalters erforschen, reduzieren andere das Konzept der Arbeit auf die Grundprinzipien der Mechanik und Optik und hinterfragen auf ironische Weise das Konzept der Zukunft.

Ein Poster ist viel mehr als ein hochformatiges, rechteckiges Stück Papier mit einem Bild und einem

Slogan – es ist eine Denkweise, bei der das Schlüsselement die Kommunikation zwischen den Menschen ist. »Das Medium ist die Botschaft«, und das Plakat ist nicht nur eine Botschaft, sondern auch eine Performance, an der auch die Betrachter:innen teilnehmen.

»Die Ausstellung präsentiert Zukunftsszenarien für ein im steten Wandel befindliches Medium aus Sicht von Designstudierenden. In der Auseinandersetzung mit historischen, gestaltungskonzeptionellen und medientechnologischen Aspekten skizzieren sie in einer abwechslungsreichen Werkchau die vielen Gestaltungsformen medialer Transformation und geben pointierte Kommentare auf eine in vielen Belangen ungewisse Zukunft.«

DI(FH) Daniel Fabry, FH Joanneum

THE ART OF SEDUCTION

The wide range of graphic design was illuminated in no fewer than six exhibitions on graphic design between the poles of art and advertising in autumn 2022. Eight institutions from the fields of culture, science, and business cooperated to make those exhibitions possible, which goes to show the significance of graphic design history in Austria. The exhibitions deal with the past 100 years, in which graphic design and associated media such as the poster informed communication in Austria.

The exhibition »The Next Poster« that is part of the »Art of Seduction« project deals with historical and technological changes and expansions of the poster as a medium. 24 projects designed by students of two different master programmes at FH Joanneum were on display. The works, created in interdisciplinary teams, all delve into the tradition and future of this very versatile medium. Here are some of the key words: the acoustic poster, the mixed-reality poster, the virtual poster, the kinetic poster, the scenographic poster, the animated poster, the interactive poster, the smart poster, the individualised poster.

MEMBERS@WORK

GEN Z AS BOOMER – EIN AUSSERGEWÖHNLICHES LOOKBOOK



Für die Präsentation seiner Kollektion »Gen Z as Boomer (Alpine Edition)« als gedrucktes Lookbook hat Modedesigner *Peter Fellner* auf die Zusammenarbeit mit *Erwin J. Franz* gesetzt. Der Grafikdesigner mit Fokus auf Corporate Identity und Corporate Publishing kann auf jahrelange Erfahrung bei der Konzeption und Umsetzung umfangreicher Buchprojekte zurückblicken.

»Gen Z as Boomer (Alpine Edition)« setzt sich mit zwei Generationen und deren unterschiedlichen Lebensstilen auseinander. »Es schafft eine Verbindung, in der diese einen Platz haben, sich auszu-

drücken«, beschreibt Peter Fellner seine Kollektion, die bei einem außergewöhnlichen Fotoshooting in Szene gesetzt und vom Fotografen *Yannik Steer* mit einer analogen Kamera festgehalten wurde. Die Lichtbilder wurden danach digitalisiert und für den Druck aufbereitet, wobei darauf Wert gelegt wurde, den analogen Charme der Fotos zu erhalten. »Die unbeschnitten platzierten Bilder selbst erzählen die Geschichte. Sie rücken die Outfits in den Fokus der Aufmerksamkeit und dokumentieren ein Lebensgefühl«, erläutert Erwin J. Franz seine Entscheidung für die minimalistische Gestaltung der Broschüre.

Spannend war für den Grafikdesigner – selbst Vertreter der Generation X – auch der Arbeitsprozess: »Mit den Generationen treffen hier schon diverse Werte und Erfahrungen aufeinander, die es respektvoll miteinander zu verweben gilt, um kooperativ etwas zu schaffen«, so Erwin J. Franz. »Der Designprozess schließt die Verantwortung für Materialentscheidungen mit ein: Einst war die Nutzung von Recyclingpapier schon ein rebellisches Signal. Heute geht Nachhaltigkeit zum Glück viel weiter.« Gedruckt wurde das Lookbook »Gen Z as Boomer (Alpine Edition)« als Reminiszenz daran natürlich auf hochwertigem, zertifiziertem Recyclingpapier.

erwinfranz.at | peterfellner.com

VORARLBERGS »WERKSTATT ZUR ENTWICKLUNG DER ZUKUNFT« IST AB 2024 BEREIT FÜR MIETER:INNEN



© Angela Lamprecht

Du hättest gerne einen kreativen Treffpunkt, ein neues Büro in alten Hallen, eine große Werkstatt oder ein klitzekleines Studio im Westen Österreichs? Das trifft sich gut. Das Team der *CampusVäre – Creative Institute Vorarlberg* verwandelt am *Campus V* in der Stadt Dornbirn ehemalige Industriehallen in eine »Werkstatt zur Entwicklung der Zukunft« und sucht ab 2024 Mieter:innen. In einer ehemaligen Spinnerei entstehen über nachhaltige und ressourcenschonende Adaptionen multifunktionale Arbeits-, Lehr- und Forschungsräume. Es soll interdisziplinär werden, eine Kombination aus Kreativwirtschaft, Digitalisierung, Handwerk, Wissenschaft, Kunst und Kultur. Die Adresse gehört zu den besten Österreichs: Spinnergasse 1. Gemeinsam mit der Agentur *Super Bfg* hat CampusVäre einen Call durchgeführt, um mehr von den Bedürfnissen ihrer zukünftigen Mieter:innen zu erfahren und so das Konzept perfekt auf sie abzustimmen. Super Bfg hat hier großartige Pionierarbeit geleistet.

c-i-v.at/call | super-bfg.com



EIN BAHNHOF MIT GESCHICHTE



Nach 150 Jahren wird der Wiener Nordwestbahnhof stillgelegt, um einem völlig neuen Stadtteil zu weichen. Das Buch »Blinder Fleck« von *Michael Zinganel*, *Bernhard Hachleitner* und *Michael Hieslmair* möchte die vergessene Geschichte des Bahnhofs wieder aufleben lassen.

Das Buch dokumentiert die wechselvolle Vergangenheit des Wiener Nordwestbahnhofs, der 1872 als letzter der großen Kopfbahnhöfe in Wien errichtet wurde – ursprünglich, um die deutschsprachigen nordböhmischen Industrie-Regionen mit Wien und in der Folge auch Wien mit Berlin und den Nordseehäfen zu verbinden. Im Gegensatz zu anderen Wiener Bahnhöfen – etwa dem benachbarten Nordbahnhof – konnte der Nordwestbahnhof seine Funktion als innenstadtnaher Umschlagplatz für den transnationalen Güterverkehr bis zuletzt erhalten. Trotz seiner Funktion, Größe und Bedeutung scheint dieser Bahnhof bei den Wiener:innen jedoch völlig in Vergessenheit geraten zu sein. Ausgerechnet 2022 im Jubiläumsjahr seines 150-jährigen Bestandes wird er seine endgültige Stilllegung erfahren und in naher Zukunft einem neuen Stadtentwicklungsgebiet für bis zu 16.000 neue Bewohner:innen und Nutzer:innen weichen müssen.

Das Projekt wurde mit einer Crowdfunding-Kampagne finanziert und ist unter shop.falter.at bestellbar.

WENN EINE KUGEL ZUR VASE WIRD

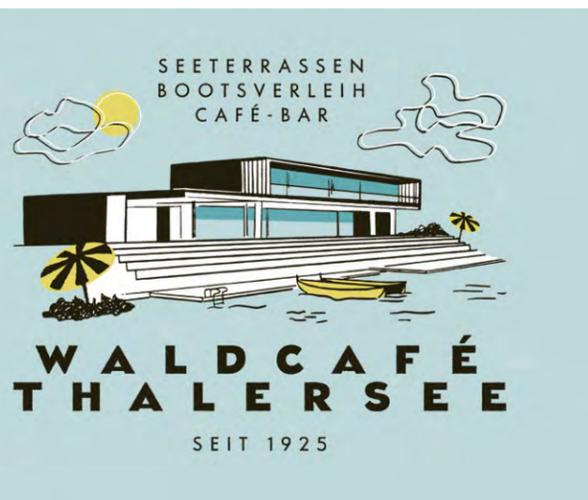
Alltagsobjekte aus Keramik haben für uns oft eine besondere Bedeutung – fast jede:r hat einen Lieblingsteller oder ein Lieblingshäferl und kennt das Gefühl, wenn gerade dieses lieb gewordene Objekt herunterfällt und zerbricht. Die Vase V17 macht diese Fragilität von keramischen Objekten zu ihrer zentralen Eigenschaft. Erst durch das Zerschlagen der Vase wird diese benutzbar: Die Vase ist zuerst eine geschlossene Kugel, deren Oberseite durch die Beigabe von Getreide, das im Brennprozess verbrennt und kleine Löcher zurücklässt, poröser ist als ihre Unterseite. Dadurch können die Benutzer:innen die Oberseite der Kugel nach Belieben aufschlagen und eine Öffnung in der gewünschten Größe entstehen lassen. So ist die Vase nicht nur individuell anpassbar, sondern bietet auch die Freude, durchs Zerschlagen etwas entstehen zu lassen. *Juliane Fink* arbeitet als Designerin in Wien. Bevor sie Industrial Design an der Angewandten und Kommunikationsdesign an der Graphischen gelernt hat, war sie als Sprachwissenschaftlerin an der Uni Wien tätig. Sie interessiert sich insbesondere für die Materialeigenschaften von Objekten: von der Entwicklung von »Stoffscharnieren« für größenveränderbare Taschen bis zur Wiederverwendung von Schweineblasen als Hundefressnapfe.

julianefink.com



© Paul Schütz

NEUES ALTES WALDCAFÉ AM THALERSEE



Ein Hauch Monarchie wehte in den Anfängen des Strandbads über dem Thalersee, den es in dieser Form ohne das Wirken eines Mannes nicht gäbe: *Johann Dietrich »Hans« von Reininghaus*. Er war nicht nur erfolgreicher Hotelier, ideenreicher Unternehmer und Society-Liebling, sondern auch – als kurioses Detail am Rande – Erfinder der Drehtür. Und so geschah es, dass der Thalersee als Naherholungsgebiet Teil seines Vermächtnisses wurde. 1925 ließ von Reininghaus am Ufer das mit 65.000 m² größte Strandbad der Steiermark errichten. Seit damals ist der Thalersee ein Ort der Sommerfrische. Seit fast 100 Jahren übt der Thalersee mit seinem Waldufer eine geradezu magnetische Anziehung auf seine Besucher:innen aus. Vielleicht liegt das an dem Bodenschlamm, dem man heilende Wirkungen zuschreibt, oder am Panorama, das das Waldufer im Spiel der Jahreszeiten stets prächtig zeigt. Bestimmt spielen aber auch die unzähligen Erinnerungen eine Rolle, die mit dem Thalersee verknüpft ein Band bilden, das sich durch die Geschichten vieler Generationen zieht. Seit den 1960er-Jahren ist der Ort auch ein Hotspot für gehobene Kulinarik. Mit September 2022 wird das

nächste Kapitel der Thalersee-Historie geschrieben: Das Naherholungsgebiet mit seinem unberührten Naturraum und dem *WALDCAFÉ THALERSEE* lässt uns statt eines »Sommers wie damals« einen »Sommer wie heute« feiern, jedoch mit der Essenz der Eleganz vergangener Tage. *Atelier Karasinski* durfte für das neue Waldcafé am Thalersee den neuen Auftritt inklusive Logo, Branding und Packaging beitragen, das ganz im Stil des American Diners (mit lieben Grüßen an Arnold Schwarzenegger, der genau hier in Thal das Licht der Welt erblickte), gepaart mit österreichischer Sechziger-Ästhetik, erstrahlt.

Projekt: Waldcafé Thalersee
Jahr: 2021–2022
Aufgabe: Logo, Branding, Storytelling, Packaging, Illustrationen, Look und Feel des Interieurs, Keramik- und Polsterentwürfe
Partner:innen: *Archiguards*, *Druckerei Bösmüller*, *Anna Riess* (Ölbild im Lokal innen) uvm.
Location: Thal, Steiermark, Österreich
Auftraggeber: *Manuel Köpf & Andreas Knünz*
atelierkarasinski.com

»SINNIEREN IM WEINVIERTEL« – EIN GEMEINSAMES PROJEKT



Manfred H. Bauch und *Martin Neid* »sinnieren« als Protagonisten über ihr Weinviertel. Künstlerisch, literarisch – in Ausdrucksformen, die sie seit Jahrzehnten beherrschen. Nach langer Vorbereitungszeit ist es nun endlich fertiggestellt, das Buch der beiden, das trotz einiger Hürden mehr und mehr an Form und Inhalt gewann. Durch die Aufnahme in die

art edition Verlag Bibliothek der Provinz wurde besonderer Wert auf die Qualität der Wiedergabe der künstlerischen Arbeiten gelegt, die somit höchste Ansprüche erfüllt. Der Verlag zeigt das Buch bereits im Internet, wo man unter »manfred h. bauch sinnieren im Weinviertel – Leseprobe« einen schönen Einblick erhält.

MUT ZUR FARBE!

Was, wenn wir uns künftig trauen, auch große Flächen kreativ für unseren Auftritt zu nutzen? Die Angst vor dem weißen Blatt bzw. der weißen Wand ist ja in der Welt der Gestaltung keine Unbekannte. *Anja Grohmann* hat sich von internationalen Künstler:innen inspirieren lassen und sich getraut, großflächig Farbe zu bekennen. Seit eineinhalb Jahren bietet sie als selbstständige Illustratorin auch kreative Wandbilder für Unternehmen im In- und Ausland an. So geschehen ist das auch bei diesem großflächigen Wandprojekt im Büro der *Podcastwerkstatt*, wo regelmäßig Podcasts aufgenommen und produziert werden.



Dabei ist es ihr wichtig, das Design dem Unternehmensauftritt und der Firmenkultur entsprechend zu gestalten – so werden die Werte der Marke leichter visualisiert und den Betrachter:innen schneller zugänglich gemacht. Zudem steht dabei die Liebe zur analogen Arbeit im Fokus. »Als Gestalterin sitzt

man die meiste Zeit vor dem Computer. Durch das Malen von großflächigen Wand- und Fensterbildern mit Pinsel und Markern wird meine Kreativität ganz neu entfacht. Auch wenn es sehr viel Arbeit ist, macht es unglaublich viel Spaß!«
anja-grohmann.at

PLACEBRANDING – EINE STADT MUSS FANS GENERIEREN

Die *Stadt Linz* hat ihr Erscheinungsbild einem kompletten Relaunch unterzogen. Aufgrund der Weiterentwicklung der Stadtmarke gilt es nun, diese Identität nach innen und außen erlebbar und spürbar zu machen. Im Zuge des Prozesses wurde die Markenarchitektur der Stadt überarbeitet und die Stadt Linz als starke Dachmarke konzipiert. Die *Gruppe am Park* begleitete die Stadt in diesem Prozess und entwickelte den Neuauftritt. Basis für die Entwicklungsarbeit war die Stadtmarkenpositionierung »Future City of Respect«. Es ging darum, Linz als eine lebendige, naturnahe, innovative und auf ein zufriedenes Miteinander fokussierte Stadt zu präsentieren.

Ziel war dabei nicht nur die Entwicklung eines klassischen Corporate Designs, sondern eine Corporate Experience, die bei jedem Kontaktpunkt überrascht und die Markenkultur immer wieder neu inszeniert. Die *Gruppe am Park* entwickelte dafür ein dynamisches Corporate Design, das spielerisch auf sämtliche Anwendungsbereiche adaptierbar ist. »Hier ergibt sich ein Plus an Markenwirkung. Mit unserem neuen CD haben wir in Sachen Entwicklung, Konzept, Anwendung und Wirkung definitiv eine Benchmark im Branding von Städten gesetzt. Nicht nur in Österreich«, meint *Jürgen Tröbinger*, Kommunikationsdirektor der Stadt Linz. Der dynamische Ansatz findet sich auch auf der inhaltlichen Ebene wieder. Kein fixer Claim, kein klassischer Slogan, sondern mehrere Keywords, die den Anspruch und die Positionierung der Stadt zum Ausdruck bringen.



Die Gruppe am Park gibt der Stadt Raum

Kern des Konzepts ist das Thema Space, sprich die visuelle Übersetzung für »Linz bietet Raum für Vielfalt, Dynamik, Innovationen, Kultur, Ideen«. Der Space ist dabei das zentrale Gestaltungselement des neuen Logos und taucht als visueller Anker wie ein roter Faden überall in der Stadt wieder auf. Er zeigt sich dabei pur oder mit unterschiedlichen Darstellungen, die den digitalen Anspruch der Region zelebrieren.

»Eine Stadt ist ein lebendiger Organismus – ein Lebensraum, den die Menschen mitgestalten wollen. Diesem Anspruch muss ein Corporate Design in der heutigen Zeit gerecht werden – dynamisch und agil. Wir nennen das eine Corporate Experience«, meint Geschäftsführer *Bernhard Buchegger*.
gruppe-am-park.at

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

Einreichen bis 15. Jänner 2023

ROMULUS-CANDEA-PREIS

Erinnerst du dich an ein Bild aus einem Bilderbuch deiner Kindheit? Bilder erzählen Geschichten, und wir suchen dein Buchprojekt, um diese Geschichten weiterzuerzählen. Der Romulus-Candea-Preis wird von *designaustria* alle zwei Jahre ausgeschrieben und durchgeführt. Der Namensgeber dieses Wettbewerbes ist Ehrenmitglied von *designaustria*: Romulus Candea (1922–2015) schuf die berühmten »Stanisläuse« und illustrierte über vierzig Kinder- und Jugendbücher.

Reiche auch du dein Bilderbuch ein, und *designaustria* hilft dabei, Öffentlichkeit zu schaffen und Netzwerke zu bilden.

Weitere Informationen unter designaustria.at/wettbewerbe/romulus-candea-preis/ oder unter romulus-candea-preis@designaustria.at.

Museum für angewandte Kunst, Wien | bis 5. März 2023

BILDERBUCHKUNST



Mit der Ausstellung »Bilderbuchkunst – Das Buch als künstlerisches Medium« holt das MAK die gestalterische, ästhetische und inhaltliche Vielfalt eines Mediums vor den Vorhang, das uns allen vertraut ist: Bilderbücher. Sie sind weder »Kinderkram« noch Illustrator:innen vorbehalten, es gibt sie für Kinder und Erwachsene zu verschiedensten Themen, in eindrucksvoller Weise drücken sie unterschiedliche künstlerische Tendenzen und gesellschaftliche Themen über das Medium Buch aus. Die Schau in der MAK-Direktion zeigt eine Auswahl herausragender Bilderbücher von den 1960er-Jahren bis heute, etwa von *Sonia Delaunay*, *Warja Lavater*, *Bruno Munari*, *Olaf Nicolai*, *Dieter Roth* und *Lawrence Weiner*.

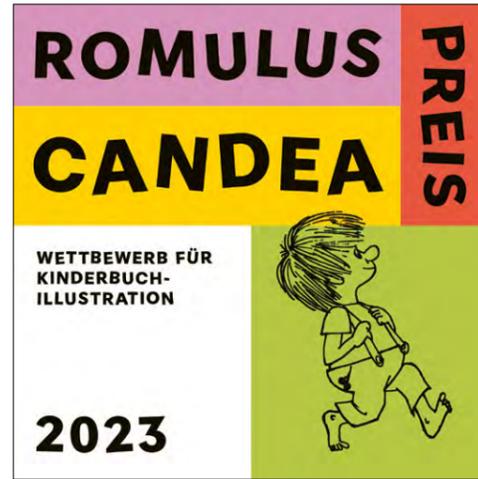
The exhibition »Picture Book Art – The Book as Artistic Medium« at MAK Vienna sheds a light on the diversity of a medium we are all familiar with: picture books. They are neither just for kids nor just for illustrators, in fact, they exist for a variety of topics for both children and adults and reveal various artistic tendencies and socially relevant issues in an impressive manner.

Designforum Wien | 19. Jänner 2023 um 18 Uhr

CORPORATE DESIGN, WARUM UND WIE? – BUCHPRÄSENTATION

init_cd, initiative corporate design, präsentiert das neue Fachbuch über Corporate Design. Die schlaue Fibel beantwortet Fragen nach dem Nutzen von CD, wie der CD-Prozess abläuft, welche Qualitätsstandards einzuhalten sind, wie CD funktioniert und was all die Fachbegriffe bedeuten.

Melde dich jetzt an unter designaustria.at/cdbuch. Mehr Informationen findest du unter init-cd.at.



The Romulus Candea Award, a children's book illustration contest, is organised by *designaustria* every other year. Submit your own children's book, and *designaustria* will help you to gain publicity and create a network. Get more information on designaustria.at/wettbewerbe/romulus-candea-preis/ or by e-mailing romulus-candea-preis@designaustria.at.

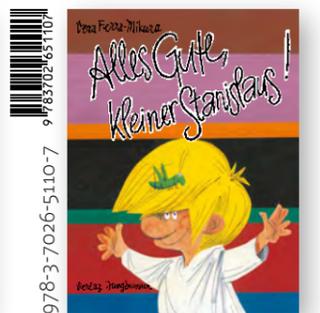
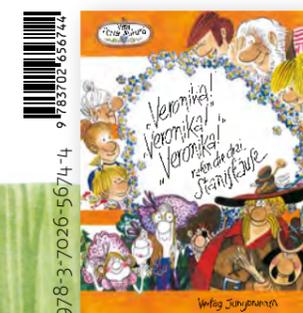
„Der alte und der junge und der kleine Stanislaus“ sind 60!



1962, vor genau 60 Jahren, begann die Erfolgsgeschichte der bis heute beliebten »Stanisläuse«.

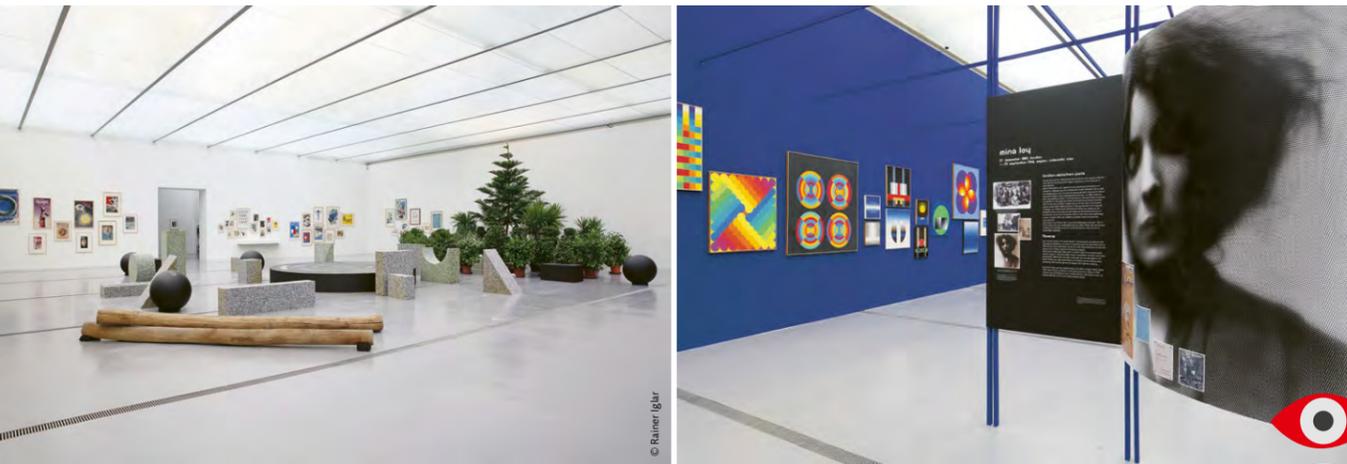


Text von Vera Ferra-Mikura
Illustration von Romulus Candea



Je Band
48 Seiten, € 17,-





↑ Einblicke in die Ausstellung: Herbert und Joella Bayer | Gemeinsam für die Kunst

👁️ Lentos Kunstmuseum Linz | bis 8. Jänner 2023

HERBERT UND JOELLA BAYER | GEMEINSAM FÜR DIE KUNST

Herbert Bayer war der Inbegriff des modernen, universellen Künstlertyps und inspirierte einst sogar *Apple*-Gründer *Steve Jobs*. Joella Bayer war eine faszinierende Frau, die als Managerin und Stifterin fungierte, aber auch die wichtigsten Künstler:innen ihrer Zeit inspirierte. Eine *Lentos*-Ausstellung gibt erstmals Einblicke in das gemeinsame Wirken des Power-Paars, ihre Netzwerke, Freundschaften und großzügigen Schenkungen an das Linzer Kunstmuseum.

Herbert Bayer (1900–1985) war der vielseitigste aus Oberösterreich stammende Künstler des 20. Jahrhunderts. Dem *Bauhaus*-Meister gelang schon vor seiner Emigration in die USA im Jahr 1938 eine internationale Karriere. In Amerika setzte er seine Arbeit nach Bauhaus-Manier mit internationalen Konzernen und Museen sowie im Tourismus fort. Als Architekt, Designer, Maler, Bildhauer und Landschaftsgestalter prägte er etwa das Ortsbild von Aspen, wo erst dieses Jahr das *Resnick Center for Herbert Bayer Studies* eröffnet wurde. 1981 ließ sich sogar *Apple*-Gründer *Steve Jobs* bei einer Designkonferenz durch die simple und elegante Gestaltung des Bauhaus-Meisters im heutigen Nobelskiort inspirieren, die die spätere Basis für den Welterfolg des Technikkonzerns wurde.

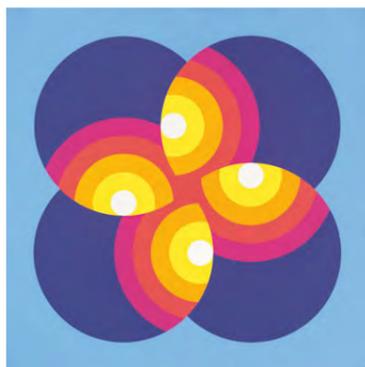
Ein noch nie gezeigter Fokus präsentiert Bayer in der Lentos-Schau darüber hinaus als erfolgreichen Werbedesigner in Deutschland und den USA. Bayer war bereits in Deutschland

Artdirektor für die Zeitschriften »Vogue« und »die neue Linie« sowie als Direktor der Zweigstelle der amerikanischen Werbeagentur *Dorland* tätig. In der Schau veranschaulichen Werbeplakate und Designentwürfe sein vielfältiges Schaffen, unter den Arbeiten findet sich auch das Werbematerial für Aspen, das sich in einer Privatsammlung in den USA befindet.

Erstmals wird in der Lentos-Ausstellung auch das gemeinsame Wirken mit Herbert Bayers Frau Joella (1907–2004) beleuchtet, die als Managerin und Stifterin maßgeblich an seinem künstlerischen Erfolg beteiligt war. Sie managte sein Künstlerdasein, war Muse für *Salvador Dalí* und *Man Ray* und brachte Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Kunst zusammen. Neben der Beziehung zu Joella wird in der Ausstellung auch der große Einfluss von Bayers erster Frau Irene Bayer-Hecht beleuchtet, die ihren (Ex)-Mann nicht nur bei der Emigration nach Amerika unterstützte, sondern seine Karriere auch als Reprografin vorantrieb. Zum ersten Mal überhaupt werden Erinnerungsfotos und liebevolle Andenken an die jung verstorbene Tochter Julia, die aus der ersten Ehe mit Irene stammte, gezeigt.

Während der vordere Teil der Schau die Fülle der Bayer-Sammlung nach Vorbild eines Schaudepots zeigt, lädt die Mitte des Saals inspiriert vom *Marble Garden* in Aspen das Publikum zur eigenen Benutzung und Gestaltung ein. Elemente dieses interaktiven Bereichs können verschoben und verändert werden. So entsteht der Ausstellungsraum immer wieder aufs Neue. Die Ausstellungs-gestaltung übernahm das renommierte Designduo *Nicole Six & Paul Petritsch*. Mit der Schau stellt das Lentos noch bis zum 8. Jänner 2023 sein einmaliges Bayer-Archiv in den Mittelpunkt, das zu den größten Sammlungen des Universalkünstlers in Europa zählt.

Herbert Bayer war Ehrenmitglied von *designaustria*. Deshalb wird unter den Leser:innen der »mitteilungen« fünf Mal je eine Eintrittskarte für die Schau im Lentos verlost. Interessierte mailen uns mit dem Betreff »Herbert Bayer« an service@designaustria.at.



← Herbert Bayer,
Foursome, 1971
Lentos Kunstmuseum Linz,
Stiftung Herbert Bayer
© Bildrecht, Wien 2022

📄 Einreichen bis 15. März 2023

IIID AWARDS 2023



Im Jahr 1986 rief *designaustria*-Ehrenpräsident *Peter Simlinger* das *Internationale Institut für Informationsdesign (IIID)* ins Leben, das sich über die Jahre zu einer weltweit vernetzten, in der Praxis wie in der wissenschaftlich fundierten Theorie verankerten Organisation gemausert hat. Zu deren 25-jährigen Jubiläum fiel 2011 der Startschuss für die im Dreijahresrhythmus stattfindenden *IIID Awards*, die 2023 zum fünften Mal durchgeführt werden. Sie würdigen, so IIID-Präsident *Rob Waller* (Großbritannien), den Beitrag, den Informationsdesigner:innen zu einem funktionierenden Miteinander in der Gesellschaft leisten. Im Informationsdesign finden Kreativität und Design Thinking Anwendung, um komplexe Kommunikationsaufgaben zu bewältigen und das Leben der Menschen in vielerlei Hinsicht zu erleichtern.

Einreichungen bis 15. März 2023 mit Code DA-2023 ermäßigte Einreichgebühr für *designaustria* Mitglieder. Mehr dazu unter iiidaward.net

EMPFEHLUNGEN

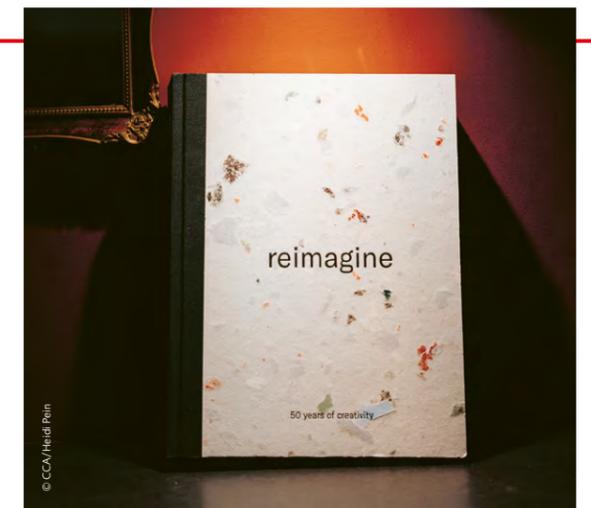
CCA-JAHRBUCH 2022

Kreativität neu denken

Seit 1972 verewigt der *Creativ Club Austria* die Preisträger:innen des *Venus-Awards* in seinem Jahrbuch, dem Nachschlagewerk der österreichischen Kreativwirtschaft. Darin finden sich auch heuer die Credits zu jenen Arbeiten, die von der CCA-Jury ausgezeichnet wurden.

Reimagine

Das diesjährige CCA-Kampagnenkonzept fungiert als aktivierende Aufforderung, sich mit der Werbegeschichte dieses Landes auseinanderzusetzen. Ein Neudenken der Werbegeschichte wurde demnach auch schlagend für die Cover-Konzeption dieses Buches. Werbeplakate der letzten Jahrzehnte werden zum Cover und machen damit jede Ausgabe zum Unikat.



Der 44. Kreativ-Almanach zeigt maßgebende Arbeiten von Österreichs Kreativelite aus den Jahren 2021/22 und macht auf 623 Seiten ihre Leistungen sichtbar. Das Buch ist ab sofort für 39,90 Euro (zzgl. Versand) im CCA-Büro oder über shop@designaustria.at erhältlich.



JOSEPH BINDER AWARD 2022 – LET'S CELEBRATE THE CREATIVE PROCESS!

Der *Joseph Binder Award*, 1996 von *designaustria* lanciert und benannt nach einem der Gründerväter der Organisation, ist Österreichs einziger international ausgeschriebener Wettbewerb für Grafikdesign & Illustration. Dieser Katalog präsentiert die 66 Siegerprojekte des Jahres 2022! Zu kaufen gibt es den Wettbewerbskatalog online unter designaustria.at zum Preis von EUR 35,00. Mitglieder zahlen EUR 17,50.

G-PRINT – GREAT IDEAS START WITH GREAT PAPER

EINE PUBLIKATION VON ARCTIC PAPER & AGENTUR 3007



Warum bringt eine Papierfirma ein Buch heraus? Warum soll das Buch besonders wichtig sein? Wieso extra ein Buch produzieren, obwohl die Firma nachhaltig sein möchte? Die Idee hinter dem Buch »G-Print Great Ideas Start With Great Paper« ist vor allem eines: Mehrwert für Kund:innen generieren und nachhaltig wirtschaften.



Paper
for
experts

ARCTIC PAPER PAPIER
HANDELS GMBH
arcticpaper.com

3007 DESIGNSTUDIO
VIENNA
3007wien.at

Cradle to Cradle

Text Arctic Paper

Die Bedrohungen durch den Klimawandel stellen uns vor große Herausforderungen. Cradle to Cradle (C2C) steht für eine in sich geschlossene Kreislaufwirtschaft. Das bedeutet, es findet keine Verschwendung von Ressourcen statt, durch Kompostierung und Wiederverwendung entsteht kein umweltschädigender Abfall, Wasser wird aufbereitet, und auch die Produktionsstätte und ihre Mitarbeiter:innen halten den ökologischen Fußabdruck so klein wie möglich. Das zu erreichen war gar nicht so einfach, ist aber das Wichtigste für die Zukunft. Cradle to Cradle bedeutet Nachhaltigkeit und Innovation.

Kreislaufwirtschaft konkret

Für Kund:innen ist Nachhaltigkeit ein großes Thema, deswegen suchen sie nach Papier, das auch nachhaltig produziert wird. G-Print ist ein gestrichenes Papier mit C2C-Zertifizierung. C2C steht für »Cradle to Cradle«, es geht also um Produkte, die nachhaltig, umweltschonend und unter Einsatz wiederverwertbarer Materialien in Kreislaufwirtschaft hergestellt werden. Arctic Paper möchte daher mit der Publikation Gestalter:innen informieren, was hinter diesem speziellen Papier steckt, und ihnen das Thema C2C näherbringen.

Ein Buch für viele Fälle

Nach langen Überlegungen der Projektleiterin Bettina Wobetzky gemeinsam mit der Wiener Grafikagentur 3007 entschied sich Arctic Paper für die Entwicklung eines Buches, in dem alle Varianten, Grammatiken und Volumina des G-Print enthalten sind und alle Teile des Buches weiterverwendet werden können. Viele Menschen kennen den Ausdruck C2C, aber nicht alle wissen mit dem Begriff auch etwas anzufangen. Um ihre Kund:innen aufzuklären, sind im Umschlag des Buches Informationen zum C2C-Druckverfahren abgebildet. Das Buch wird zunehmend auch in der Wissensvermittlung an Schulen eingesetzt.

Ein Buch in drei Akten

Der erste Teil des Buches ist teils wie ein Skizzenbuch bedruckt, der Rest blanko. So kann das Papier einerseits unbedruckt begutachtet werden und nach Abschluss der Papierwahl statt im Altpapier als Notizbuch auf dem Schreibtisch der Gestalter:innen landen. So bekommen die Papiermuster von Arctic Paper für Kreative einen konkreten Mehrwert.

Im zweiten Teil des Buches sind Makroaufnahmen von Büchern, Buchbindungen und Buchrücken abgedruckt. Das Papier eignet sich durch seine komplett matte Oberfläche sehr gut für Fotobücher, da es absolut reflexionsfrei ist.

Um die bedruckte Oberfläche bewerten zu können, soll der dritte Teil des Buches der Schlüsselfaktor für Gestalter:innen sein und Wissen und Informationen vermitteln, die sonst oft nachgeschlagen werden müssen. Infos – kurz und knackig – wie DIN-Formate, Lafrichtung des Papiers, Bogenformate, der goldene Schnitt oder Buchbinde- und Drucktechniken helfen so vor allem jungen Grafiker:innen, in ihren Beruf zu finden.

Kooperation auf Augenhöhe

Neben der Zusammenarbeit mit der Buchbinderei Papyrus konnte mit Eva Dranz von 3007 eine Expertin gefunden werden. Sie bekam von Arctic Paper sehr freie Hand in der Planung und Gestaltung und volles Vertrauen für die Umsetzung. Nicht nur die Kund:innen haben eine Freude mit »G-Print – Great ideas start with great paper«, sondern auch sein Hersteller. Mit diesem Buch kann Bewusstsein für Qualität geschaffen werden, denn etwas Hochwertiges wird selten entsorgt. Das Buch erhielt beim Joseph Binder Award 2022 Bronze in der Kategorie Kommunikationsdesign und war beim European Design Award Finalist in der Kategorie »Product Catalogue«. Außerdem wurde die Postkarte des dazugehörigen Mailings Anfang dieses Jahres beim Tokyo TDC Annual Awards 2022 ausgezeichnet.

Wohin entwickelt sich Print?

Die Bedeutung von Druckerzeugnissen hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Durch die Preissteigerungen und die vermehrten Gedanken an



Ressourcenschonung wird zunehmend an Druckprodukten eingespart. Magazine werden zu Online-Magazinen, Unternehmen schicken Newsletter anstelle von Flyern. Wird gedruckt, dann entscheiden sich Kund:innen bewusst und möchten hier auch hohe Qualität und damit auch hochwertiges Papier zur Verfügung haben. Der Markt wandelt sich momentan schnell, es kommt zu unvorhersehbaren Situationen, deshalb schätzen Kund:innen Papiersorten, die schon jahrelang auf dem Markt sind, denn das gibt ihnen Beständigkeit. Und hier liegt auch die Qualität von Arctic Paper: Es handelt sich um ein beständiges Unternehmen mit langjähriger Erfahrung und nachhaltigem, qualitativem Papier.

ILLUSTRATORIN & MURAL ARTIST ANJA GROHMANN

»Nie war es wichtiger unser Dasein und unser Tun in Punkto Nachhaltigkeit zu überdenken. Hinzuschauen. JETZT. Dazu braucht es einen »Eyecatcher«, der die Leute dazu bringt, stehenzubleiben und hinzusehen. Nicht nur im privaten Umfeld, sondern vor allem auch bei Designentscheidungen.

Deshalb hab ich mich für eine farbenfrohe, handgezeichnete Kombination aus Lettering und Illustration entschieden. Der Fokus soll auf der Message liegen, mit der Intention Betrachter:innen zum Nachdenken zu bringen und sie daran zu erinnern, die Kraft von Design auch im Sinne der Nachhaltigkeit zu nutzen.« Anja Grohmann gestaltete die Rückseite zum Thema Circular Design und Kreislaufwirtschaft. anja-grohmann.at



IMPRESSUM

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

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

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

Managing Director: Prof. Severin Filek

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

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

Lektorat: Martin Thomas Pesl, martinthomaspesl.com

Gestaltung: Valerie Eccli – Design & Fotografie

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

Papier: Umschlag: G-Print 250g/m², Kern: G-Print 150g/m², zur Verfügung gestellt von Arctic Paper Papierhandels GmbH, Hainburger Straße 34, 1030 Wien, www.arcticpaper.com

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

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

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

Nutzen wir die



KRAFT
VON
DESIGN

zur Umsetzung

NACHHALTIGER

WIRTSCHAFT