

MAGAZIN VON UND ÜBER DESIGN
mitteilungen

INHALT

SCHWERPUNKT: TYPOGRAFIE

- 04 tga-Symposium 2025
- 11 Studie zu Einkommen: Kalligraf:innen

DESIGNAUSTRIA-STUDIOPORTRÄT

- 14 Fabian Draxl

MEMBERS@WORK

- 18 POLKA Designstudio
- 18 ante up
- 19 IllustrationLadies Agency
- 19 Jessica Feldmann & Katja Hasenöhr
- 20 Extraplan & Fluxguide
- 20 Martin Mostböck

DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

- 21 Elli Schindler: Frischer Wind für designaustria
- 23 Außerordentliche Generalversammlung
- 24 Open Calls
- 26 Aktuelles im Überblick

IN GEDENKEN AN

- 28 Jan Staël von Holstein
- 28 Lodewijk Breier
- 29 Wolfram Gsell
- 29 Barry Hewson

ERFOLGE

- 30 Red Dot Award
- 32 Austrian Interior Design Award
- 33 Vorarlberger Kreativpreis
- 34 Romulus Candea Preis
- 36 Deutscher Fotobuchpreis

RÜCKSCHAU

- 37 Vienna Design Week
- 40 Industrial Design Show

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

- 42 un.noticed
- 42 Turning Pages
- 42 Bold moves in 2026
- 43 Isotype
- 43 Colours of our Time
- 43 Tipps

BUCHEMPFEHLUNGEN

- 44 Typen formen | Homola
- 44 Typojis | Bohatsch
- 45 In Form gebracht | Hanzer
- 45 The World's Best Typography | TDC 46

- 46 Typo von Typejockeys
- 46 Impressum

Enjoyable
Authentic
Togetherish
Привет Добро
Relax&Co

In dieser Ausgabe präsentieren wir die Schriftfamilie »Marie« von Typejockeys. Weitere Informationen zu Marie findet ihr auf Seite 46.

Cover: © Jakob Mayr & Fabian Draxl

Follow us on  

we
design
austria

designaustria®

03

LIEBE LESER*INNEN

Wir begegnen ihr in fast jedem Augenblick: der Typografie. Oftmals ist sie unsichtbar, ein leiser Diener der Information. Doch wer, wenn nicht wir als Gestalter:innen wissen um ihre wahre, stille Macht und ihre unverzichtbare Rolle. Denn sie ist nicht nur die Verpackung unserer Inhalte, sie ist die Stimme, die Tonalität und der Charakter unserer Botschaft.

Kurt Schwitters definierte das Ziel von Typografie einst darin, Beziehungen zu schaffen. Wir pflichten ihm bei, denn ohne sie wäre Grafikdesign und vieles darüber hinaus im Design gehaltlos und oft ohne Zweck.

Der Blick auf dieses Fundament ist uns in dieser Ausgabe ein besonderes Anliegen: Die typographische gesellschaft austria (tga) und ihr Symposium in Raabs an der Thaya feiern ihr 25-jähriges Bestehen – Anlass genug, den Scheinwerfer auf eine Disziplin zu richten, die sich vom klaren Bild der Lesbarkeit (auch) hin zum wilden Experiment entwickelt hat.

Der richtige Umgang mit Schrift umfasst das gesamte Spektrum: Es ist die Disziplin der Mikro- und Makrotypografie – von der Perfektionierung feiner Wortabstände bis zur rhythmischen Kohärenz eines Fließtexts. Lesbarkeit ist dabei stets oberste Prämisse.

Dieses weite Feld macht die Typografie zum ultimativen Charakter-Test für jede Gestaltung: Die Typefamilie einer Marke ist ihr visueller Dialekt, der Seriosität, Jugendlichkeit oder avantgardistische Experimentierfreude transportiert. Wie mannigfaltig dieses Feld ist, das verhandeln wir in

dieser Ausgabe: Es geht um Weißräume und digitale Poesie, um Inklusion und wilde Experimente, um Proportionen und Prozesse. Es ist eine Einladung, die Details zu sehen, die dem Laien verborgen bleiben.

Hinweis: Das Jahr 2026 markiert einen spannenden Neuanfang: Elli Schindler übernimmt die Geschäftsführung von designaustria und bringt frischen Schwung in unsere Organisation.

Mit dieser personellen Veränderung sehen wir auch die Chance, unsere Kommunikation und insbesondere die mitteilungen neu zu denken. Ziel ist es, ein zeitgemäßes Format zu schaffen, das dem aktuellen Zeitgeist und der Bedeutung von Design in unserer Gesellschaft noch besser gerecht wird.

Daher wird die vorliegende Ausgabe die letzte in ihrer bisherigen Form sein.

Neustart: Wir arbeiten bereits intensiv an der Neukonzeption und Neugestaltung unseres Magazins und unserer gesamten Kommunikation.

Die nächste Ausgabe: Sie ist für den Zeitraum Sommer 2026 geplant. Seid gespannt – wir sind davon überzeugt, dass die neue Aufmachung überraschen und begeistern wird!

Raoul Eisele im Namen des Redaktionsteams

WE
DESIGN
AUSTRIA

TYPOGRAFIE ALS ZUGANG



Welche Texte sind verständlich und welche schaffen Hürden, noch bevor wir den Inhalt überhaupt erfassen?

Typografie ist ein zentraler Bestandteil inklusiver Kommunikation. Sie macht Inhalte sichtbar, schafft Orientierung und ermöglicht Verständigung über Medien und Räume hinweg.

Allen Menschen steht ein gleicher Zugang zu Informationen zu. Typografie trägt wesentlich dazu bei: Sie unterstützt die gleichberechtigte Teilhabe am gesellschaftlichen Leben, erleichtert die Orientierung im öffentlichen Raum und ermöglicht den Zugang zu digitalen wie gedruckten Inhalten.

Typografie ist damit ein gesellschaftlich relevantes Werkzeug und inklusive Typografie eine grundlegende Voraussetzung für verantwortungsvolle Gestaltung.

Sigrid Bürstmayr

Vorstandsmitglied designaustria

Für euch beigelegt haben wir diesmal:

- SÖD #35 – Martin Tiefenthaler
- KI im Design – Was rechtlich zählt (Meinhard Ciresa)
- Einladungskarte »Schönste Bücher«
- Einladungskarte »100 Beste Plakate«

TYPOTRAFIE

Unser Schwerpunkt beleuchtet diesmal zwei zentrale Aspekte der Schriftkultur: Zum einen feierte die typographische gesellschaft austria (tga) ihr 25-jähriges Bestehen. Mit ihrem typografischen Symposium in Raabs an der Thaya hat die tga eine international renommierte Oase für kollegialen Austausch und die Vertiefung der Schriftkultur geschaffen. Im Interview sprechen wir mit den Gestalter:innen Benjamin Dumond und Ilka Helmig über ihren unkonventionellen Ansatz in der Typografie, bei dem sie bewusst die Grenzen der Lesbarkeit herausfordern und nachfragen, wie Okkultismus als Inspirationsquelle genutzt werden kann.

Zum anderen liefert eine aktuelle Branchenumfrage zur Kalligrafie im DACH-Raum eine nüchterne Analyse der ökonomischen Lage des Handwerks. Die Daten zeigen ein deutliches Missverhältnis zwischen Expertise und Einkommen: Ein Großteil der Kalligraf:innen arbeitet für einen Stundensatz von nur 20–50 €/h, was auf mangelndes Wissen zur Stundensatzkalkulation und die Konkurrenz durch Nebenberufler:innen zurückzuführen ist. Die Ergebnisse sind ein Appell zur Professionalisierung und Neudefinition des Marktwerts.

MEHR ALS NUR ZEICHENSETZUNG: ZUM 25-JÄHRIGEN BESTEHEN DER TGA – WARUM KOLLEGIALITÄT DIE GRUNDLAGE GUTER GESTALTUNG IST

Manche Kulturinitiativen wirken wie Gegenentwürfe zur Hektik ihrer Zeit. Die typographische gesellschaft austria (tga) feierte kürzlich ihr 25-jähriges Bestehen – und mit ihr ein Vierteljahrhundert andauernde Verpflichtung zur Tiefe der Schriftkultur. Der festliche Höhepunkt fand, wie alle drei Jahre, auf dem Typografischen Symposium in Raabs an der Thaya statt: ein Treffen, das sich als Oase der Konzentration und des kollegialen Austauschs im weiten Feld des Designs etabliert hat.

Die Gründung der tga um die Jahrtausendwende entsprang nicht bloß einem ästhetischen, sondern einem tief verwurzelten gesellschaftlichen und kollegialen Defizit. Die Initiator:innen erkannten, dass die österreichische Designszene an zwei entscheidenden Stellen litt. Zum einen: »Der Zusammenhalt untereinander war belastet durch Konkurrenzangst – zu wenig kollegial und herzlich«, berichten die Gründer. Zum anderen sah man die Versäumnisse einer Kulturnation, die in der typografischen Expertise dem Ausland hinterherhinkte. Die Gründung war somit ein programmatischer Akt gegen Provinzialität und für eine neue Offenheit. Man wollte beides ändern und eine Tradition des Schriftentwurfs begründen, die in Österreich bis dahin nicht genügend repräsentativ war.

Der Ort des Symposions, die Burg Raabs, ist für diesen Geist der tga nicht zufällig gewählt, sondern ein bewusst gewählter Ort. Hier wird die Entschleunigung zum Prinzip der Vertiefung. »Der Genius Loci besteht natürlich aus den Räumlichkeiten, also dem Renaissancehof, in dem sich vortrefflich speisen und konversieren lässt, und dem beeindruckenden Rittersaal als Vortragssaal«, so die Organisator:innen. Durch die Abwesenheit urbaner Ablenkungen wird die Konzentration auf die Fachthemen gefördert. Es ist bezeichnend, dass die Tagung eine Atmosphäre pflegt, in der Vortragende und Teilnehmende die Tage in ungetrennter Gemeinschaft verbringen – eine Abkehr von der üblichen Hierarchie des Kongresswesens.

Das Spannungsfeld zwischen der fachlichen Strenge des Programms und seinem »hedonistischen« Ruf löst sich in Raabs auf. Der »hedonistisch für den Geist« wirkende Inhalt – Vorträge, Workshops, Ausstellungen – bietet »neue Perspektiven, andere Ansätze, vertiefende Beschäftigung mit Fachgebieten«, die belebend wirken und den Gestaltungsalltag durchbrechen. Der leibliche Genuss – gutes, lokales Essen, Livemusik und eine stets geöffnete Bar – ist dabei die notwendige Ergänzung, um die Dichte des Inhalts auch körperlich tragbar zu machen.





BENJAMIN DUMOND: OKKULTISMUS, FIKTION UND DIE GRENZEN DER LESBARKEIT

Wir sprachen mit Benjamin Dumond über seinen »unkonventionellen« Ansatz in der Typografie, die Verbindung von Schrift und Okkultismus sowie die Herausforderungen von Experimental-Design.

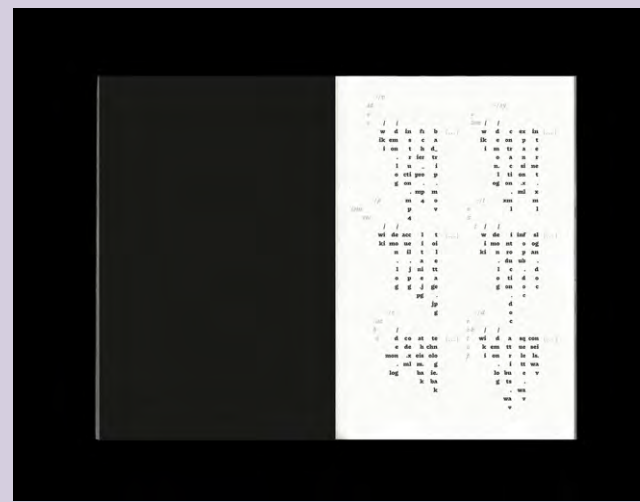
What exactly does the »uninhibited and unconventional« approach mean for your type design process, and which specific design project best embodies this boundary-breaking principle?

What's certain is that thinking in an unusual way isn't just about breaking rules for the sake of it. Nor is it simply about doing things that push the limits of legibility, or making something strange for strangeness' sake. It's first

Das diesjährige Symposium unter dem doppeldeutigen Titel »working title« oder verkürzt »wt...« spielte auf die Herausforderungen der Kulturarbeit an, die ein hohes Maß an Pragmatismus und Gelassenheit erfordert. Man spricht von einem »großen Maß an Lockerheit, Zuversicht und sogar Stoizismus (das ist der wtf-Anteil), um unser Service (das ist der working-title-Anteil) als tga aufrecht-erhalten zu können«.

Die tga hat sich durch Beständigkeit und ein klug kuratiertes Programm ein internationales Renommee erarbeitet. Sie fungiert zudem als ExpertsCluster Typografie bei designaustria und ist auch innerhalb Österreichs größter Designorganisation als Wissenspool, Vermittlungs- und Andockstelle für alles rund um das Thema tätig. Die Sprecher-innenliste, die Ikonen wie Jost Hochuli und Jeremy Tankard mit einer Reihe jüngerer Stimmen zusammenführt, reflektiert das bewusste Bemühen um Balance: »Dieses Verhältnis war und ist uns immer ein Anliegen: die Expertise von sehr erfahrenen Menschen wie die Unbekümmertheit und Frische von Newcomern«, lautet das Credo. Der Fokus bleibe stets die Schrifttheorie und das Schriftdesign, denn »Schrift ist nun mal die Grundlage unserer Kultur – in jeder Hinsicht«.

Um die Breite dieses Ansatzes zu beleuchten – von der geschichtsbewussten Theorie bis zur radikalen experimentellen Praxis –, haben wir zwei Vortragende getroffen, die neue Horizonte der Typografie erkunden: Benjamin Dumond und Prof. Ilka Helmig.



↑ »Plain Text« – exploratory type design

and foremost about becoming aware of our own assumptions about how typography is supposed to work. We are so accustomed to text as it is that it feels counterintuitive to imagine it could function differently. The approach that interests us often begins there. There is a pleasure in empirical formal experimentation, of course, but that research always ends up taking shape through a reflection on an unusual way for typography to operate. A theoretical or even fictional reflection, which we always enjoy putting down on paper. We like to make our thoughts explicit – to share what runs through our minds beyond the hypnotic surface of form. Perhaps a project that represents this well is Jester: a typeface born from the *Trickster* by Jean-Baptiste Morizot, which, through Seam Carving algorithms, generated twenty-two variations – each stranger than the last. These fonts possess a fictional genesis, told in its specimen, describing a world in which all typographic families are built around the archetypes of the tarot. Text no longer functions through variations of weight, width, or italics, and the fiction imagines how a culture of reading based on these new mechanics might work. The Jester typeface is not much its own sake – the project lies in its fiction, that invites us to step back from our relationship to writing and to realize that it could be otherwise.

What is the greatest design challenge when deliberately moving away from traditional typographic rules in the pursuit of new forms of expression?

Honestly, I think this kind of project faces the same challenges as more conventional typographic work. It's often long, painstaking – one morning you believe in it, but by the evening you think it's stupid. In short, the usual ups and downs of creation. But if I had to name one unique difficulty such projects face, it would undoubtedly be the challenge of making others understand their relevance and utility. We are so used to seeing typography through a unique functional lens, the one of clear communication and aesthetic decoration – that any project straying from the norm is immediately perceived as a form of eccentricity, serving no other purpose than visual expressiveness. Even though we are aware that our typefaces often end up being used as eccentric display fonts, they are above all proposals for reflection on the typographic medium itself – reflections we put into writing – postulating that typography, that alphabet, has an immense territory yet to be explored if only it decides to step beyond its role as a transparent vessel for information. We believe that writing can evolve in its modes of operation – that it can give rise to new functions of writing. But once again, we are so accustomed to writing functioning according to nearly immutable principles that it becomes extremely difficult to make our reflections intelligible.

What role do you see for designers in the history of typography: preservers of the typographic heritage, developers of established forms, or radical innovators who break with tradition? And how do you personally navigate between these poles?

We live in societies that make language a vessel for normativity. Beyond the fact that we of course need a common code to understand each other, language is often used as a means of discrimination. We judge a working-class speech against a bourgeois one; we judge certain accents but not others; we condemn bad spelling or the slang of teenagers. Typography – being intimately tied to language – inherits this reactionary disposition, which leads to practices often serving the norm, reverent toward the past, and reluctant to encourage self-deconstruction or transformation. If we believe that typography exists only to convey information unambiguously, then indeed there is little reason to look further. Within this frame, typography becomes a form of mechanical engineering. Yet language also carries a progressive, living side – constantly changing. We find that vitality in slang, in poetry, in magical rituals, in illegible writings, in great writers who invent as Gilles Deleuze says, language within language itself that moves toward its own limit. Of course, the history of typography is punctuated by great type designers who, consciously or not, sought to make writing diverge – Paul Renner, Zuzana Licko, Alejandro Lo Celso, Jeremy Tankard, and so on. But when we see the sheer number of typefaces produced each day, we are forced to admit that this non-normative side of typographic production is a minority – almost invisible.

What criteria must a project meet to be considered »experimental« within the Plain Text magazine – is the focus primarily on aesthetics, legibility, technology, or the conceptual idea?

There are no real rules for being part of Plain Text. What we look for above all are projects that surprise us, that make us think, that amuse us, that search for unexpected things. Sometimes we are convinced by a typeface with a strange shapes but no explanation at all (and we even take pleasure in inventing our own), while other times we welcome purely conceptual reflections – through articles, essays, or fictions. We believe that to expand the imaginary surrounding typography and writing, it's necessary to go in every direction, without limiting the ways in which one might approach the problem. That said, it's true that we focus a bit less on technological innovation, since if there's one aspect of typography that's already being widely discussed, it's that one.

How does »a generous pinch of the occult« manifest in your typographic projects, and do you see it as a magical or enigmatic force that appeals to the viewer on an emotional level?

I first became interested in occultism through the work of

Alan Moore – the famous British comic book writer who openly describes himself as a magician, and who has spent years articulating, through his essays, a vision of mysticism closely tied to his creative process. From there, I discovered the magical systems of Aleister Crowley, the rituals of the Golden Dawn, and later John Dee's Enochian magic – which is based on the use of an special alphabet, given by angels and received in a state of trance. Imagine my surprise, some time later, when reading Robin Kinross's *Modern Typography*, to find John Dee's name mentioned in Joseph Moxon's *Mechanick Exercises on the Whole Art of Printing*, the first text to define the work of the typographer – in 1683. Digging deeper into history, I began to realize that esoteric practices and alphabets are inseparable. From the Neoplatonists to the Gnostics, from Greek Magical Papyri to contemporary practitioners of chaos magic, there is an entire branch of writing history that has been sidelined in favor of the mechanistic, rational vision that dominates teaching today. It is now impossible for me to perceive typography as a mere utilitarian tool. Writing carries, for me, the aura of thousands of years of accumulated mystery. I see it as boundless in potential – elusive, indefinable, always ready to turn against us. When I read, the black ink of the letters feels like an abyss whose depths remain unknowable. And whether I wish it or not, this paradigm of writing infuses everything I do and write about typography.

Is there anything that you would like to mention?

If you're interested in experimental typography – in exploring other imaginaries of writing, in unusual type families, in typographic fictions – we invite you to have a look at Plain Text, or visit our type foundry, Plain Form. And if you too are creating something unusual in typography, don't hesitate to write to us. We're always eager to discover unconventional practices!



↑ Installationsansicht »Die Gesellschaft der Zeichen«, 2020 im Leopold-Hoesch-Museum, Düren

ILKA HELMIG: »FROM SOUNDS TO SHAPES« – DIE VISUALISIERUNG DES GESPROCHENEN

Ein weiterer Blick auf die Grenzen der Typografie ergibt sich durch die Arbeit von Prof. Ilka Helmig, die gesprochene Laute in dynamische, dreidimensionale Formen übersetzt.

Deine Arbeit macht die aerodynamische Form gesprochener Laute sichtbar. Welche künstlerischen Entscheidungen triffst du, um das »Unsichtbare« ästhetisch zu inszenieren und sichtbar zu machen?

Ich beziehe mich auf dokumentarische Abbildungen, die in einem nicht künstlerischen Kontext in den Sechziger- und Nullerjahren entstanden sind. Einmal als Fotografien und einmal als Film. Die Darstellungen wurden damals nicht nach ästhetischen Gesichtspunkten aufgenommen, sie dienten einer empirischen Recherche, die mit visuellen Methoden durchgeführt wurde.

Indem ich einzelne Laute aus dieser Untersuchung auswähle, diese akribisch manuell nachzeichne, vollziehe ich ihre Formbildung nach. Die Entscheidung des Bildausschnitts, der zeichnerischen Struktur, der Inszenierung im Ausstellungsort folgt einer ästhetischen Logik, die durch eine eher sachliche Umsetzung dem Inhalt gerecht wird und gleichzeitig als eigenständiges Bild wahrgenommen werden kann.

Mich interessiert der schmale Grad zwischen einer wissenschaftlichen Abbildung und einem autonomen Bild und zwischen Fotografie und Zeichnung.

Dein Vortrag fand in einem typografischen Kontext statt. Wie könnte dein Verständnis von Lauten als dynamische, dreidimensionale Formen die traditionelle, zweidimensionale Schriftgestaltung revolutionieren? Könnten neue Schriften die aerodynamischen Eigenschaften der Laute integrieren?

Das ist sicher ein interessanter Gedanke. Tatsächlich ist ein Schriftsystem ja eine abstrakte Konstruktion, die sich aus Zeichensprachen in Form einer Bedeutungslogik entwickelt hat.

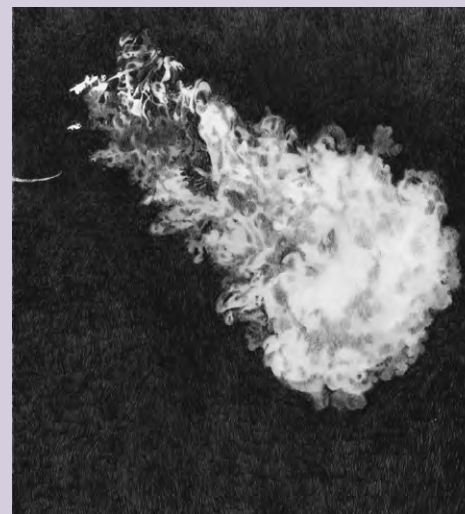
Die Luftverwirbelungen folgen in ihrer Erscheinungsform der Logik der Strömungslehre und sind Teil einer Selbstähnlichkeit von physikalischen Verwirbelungen in flüssigen Umgebungen. Verwirbelungen im Wasser und in der Luft sehen dementsprechend sehr ähnlich aus.

Die Schriftsysteme sind also Ergebnis eines kulturellen Prozesses, die Luftverwirbelungen von gesprochenen Lauten sind ein physikalisches Phänomen bei der körperlichen Lauterzeugung. Alle Laute, die wir aussprechen, werden als Luft durch die Stimmlippen gepresst und sind in ihrer Entstehung ein plastischer Vorgang. Ob man diese beiden Aspekte grafisch zusammenbringen kann oder möchte, weiß ich nicht. Ich finde die Idee, dass Laute auf unterschiedlichen Ebenen beschrieben werden können, eigentlich ganz schön. Auf der physischen Ebene und auf der Bedeutungsebene.

Hast du in deiner Forschung universelle visuelle Muster von Lauten entdeckt, die über Sprachen hinweg gelten? Und wie gehst du mit der Einzigartigkeit jedes Lautes um, der von der individuell sprechenden Person geformt wird?

Die Muster sind die gleichen, die wir akustisch wahrnehmen. Wir nutzen gleiche Laute in verschiedenen Sprachen. Der physische Vorgang erzeugt ja in erster Linie die akustischen Signale, die wir aussprechen. Der individuelle Sound weicht im Rahmen einer noch verständlichen Aussprache ab oder bekommt durch Dialekte eine so eigenständige Note, dass die Bedeutung nicht mehr von allen dekodiert werden kann. So verhält es sich auch mit der visuellen Ebene. Individuelle Bandbreite auf der Basis eines Phänotyps.

In der Typografie haben wir das ja auch: Die Glyphe A hat enorm viele Ausprägungen durch verschiedene Fonts.



↑ Sound Cloud »Ach, A«



↑ Speech Sound »BO«

Manche weichen so vom ursprünglichen Zeichen ab, dass sie gerade noch als A erkannt werden können. Man könnte sagen, die platonische Idee vom Zeichen A ist die Summe aller bisher gestalteten As. So ist es auch mit der Aussprache und somit auch mit den Verwirbelungen.

Im Winter kann man durch die Kälte den Atem in der Luft sehen und es gibt tolle Aufnahmen von Tieren, die Laute ausstoßen, oder von Vögeln, die singen und dabei die Luftverwirbelung sichtbar wird. Auch hier gibt es eine visuelle Ebene, die die Lautbildung sichtbar macht.

Als Teil von »And She Was Like: BÄM!« beschäftigst du dich mit queer-feministischen Themen. Inwiefern können deine visualisierten Lautformen als Metapher

DIE GEOGRAFIE DES GUTEN BUCHES: EINBLICK IN DIE NACHBARSCHAFT

Über das Symposium hinaus trägt die jährliche Ausstellung »Die schönsten Bücher« den gestalterischen Anspruch der tga in die Breite. Bemerkenswert ist die sukzessive Erweiterung des geografischen Fokus auf Länder wie die Niederlande, Tschechien, die Ukraine und für 2025 Slowenien. Dies ist kein Zufall: Die tga sucht bewusst die kulturelle und druckgrafische Nachbarschaft im Osten, um diese Traditionen vorzustellen. Die Ausstellung in der Wiener Hauptbücherei erreicht dank des freien Eintritts auch jene Leser:innen, die sich primär für den Inhalt und weniger für die typografische Gestaltung interessieren – eine seltene und wichtige Begegnungszone.

Das erste »Buchgespräch« zur Eröffnung der Ausstellung bestreitet Christine Zmölnig, Teil des Wiener Designstudios sensomatic design (mit Florian Koch), das seit Jahren seit Jahren die Broschüre zum Wettbewerb

für die Sichtbarkeit oder Unsichtbarkeit weiblicher Stimmen gelesen werden? Könnte das Visualisieren der physischen Präsenz der Stimme dazu beitragen, weiblicher Sprache mehr Anerkennung zu verleihen?

Ich gebe zu, dass ich mich mit Metaphern etwas schwertue. Interessant wäre es vielleicht, männlich oder weiblich gelesene Stimmen in ihrer visuellen Ausprägung zu vergleichen. Das kennen wir ja bereits aus dem Bereich der Stimmgebung. Ich vermute, das bildet sich ebenso in den Formen der Luftverwirbelung ab. In diesem Zusammenhang interessiert es mich tatsächlich mehr, was auf der Bedeutungsebene gesagt wird hinsichtlich einer Sprache, die allen Gruppen in der typographische gesellschaft austria die gleiche Anerkennung verleiht.

gestaltet. Das Studio, international für seine präzise und konzeptionell starke Arbeit ausgezeichnet, macht das Medium selbst zum Exponat: Die Broschüre wird jedes Jahr mit einer anderen Typografie gestaltet und gesetzt. Dies demonstriert nicht nur die Vielfalt des aktuellen Schriftschaffens, sondern positioniert das gedruckte Programm als ein jährlich wechselndes, eigenständiges typografisches Statement.

Nach 25 Jahren Kontinuität und einer stolzen Zahl von 302 eingeladenen Vortragenden blickt die tga nach vorne, um »Augen offenzuhalten nach wesentlichen Strömungen, Bewährtes zu bewahren und Neuem Wege zu ebnen«. Die Gesellschaft bleibt eine wichtige Instanz für alle, die um den gesellschaftlichen und kulturellen Wert der Typografie wissen.

DIE ÖKONOMISCHE REALITÄT DER SCHRIFTKUNST: EINE ANALYSE DER KALLIGRAFIE- BRANCHE IM DACH-RAUM



Die kürzlich veröffentlichte Branchenumfrage zur Kalligrafie im DACH-Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz), initiiert und interpretiert von Natascha Safarik (tintenfuchs.net), liefert einen nüchternen Blick auf die finanzielle Verfassung eines traditionellen Handwerks im 21. Jahrhundert. Die im Juli und August 2025 erhobenen Daten legen offen, dass die Expertise vieler Schriftkünstler:innen in einem deutlichen Missverhältnis zu ihrem tatsächlich erzielten Einkommen steht.

Für Fachleute mit Design- oder Agenturhintergrund, die an vorgegebene Honorarrichtlinien gewöhnt sind, wirken die Resultate – insbesondere in Bezug auf Stundensätze

und Jahresumsätze – gleichermaßen ernüchternd und alarmierend. Die Umfrage beleuchtet eine Branche, die geografisch mit 76,5 Prozent der Teilnehmer:innen stark in Deutschland verankert ist. Bemerkenswert ist die Dualität der Berufserfahrung: Während eine beträchtliche Zahl an Kalligraf:innen über 15 Jahre in der Branche arbeitet und damit die Langlebigkeit dieses Gewerbes belegt, fällt der zweitgrößte Anteil in die Gruppe der 3 bis 5 Jahre Erfahrung, was die Studienautorin als Nachhall des Handlettering-Trends der letzten Jahre interpretiert. Die Nachfrage nach Kalligrafie ist in der Wirtschaft somit vorhanden, jedoch wird ihr Wert offensichtlich nicht adäquat vergütet.

DIE DISKREPANZ ZWISCHEN KÖNNEN UND VERGÜTUNG

Trotz dieser evidenten Expertise und der nachgewiesenen Beständigkeit des Handwerks entfernt sich der Großteil der Befragten finanziell drastisch vom allgemeinen Medianeinkommen der jeweiligen DACH-Länder. Die ökonomische Dissonanz kulminiert in der Preisgestaltung: Ein Großteil der Kalligraf:innen verrechnet einen Netto-Stundensatz von lediglich 20 bis 50 €/Stunde. Dieser niedrige Satz wird unabhängig vom Arbeitsort (innerhalb oder außerhalb des Studios) angesetzt und, was besonders frappierend ist, selbst von jenen mit über 15 Jahren Berufserfahrung beibehalten.

Die schönsten Bücher Ausstellung 2025/26*

Österreich | Deutschland | Niederlande | Schweiz | Slowenien | Tschechien | Ukraine

feat. »Junge Arbeiten der Graphischen und der NDU«

* Gezeigt werden Bücher, die 2024 veröffentlicht und 2025 prämiert wurden.

Buchgespräche _Dienstag, 19 Uhr

Eröffnung _16. Dezember 2025 _Christine Zmölnig, sensomatic A »You Never Walk Alone«

27. Januar 2026 _Špela Frlic, Ana Zavadlav SLO »Dekle oblubljeni soncu« –

Das Mädchen, das der Sonne versprochen war

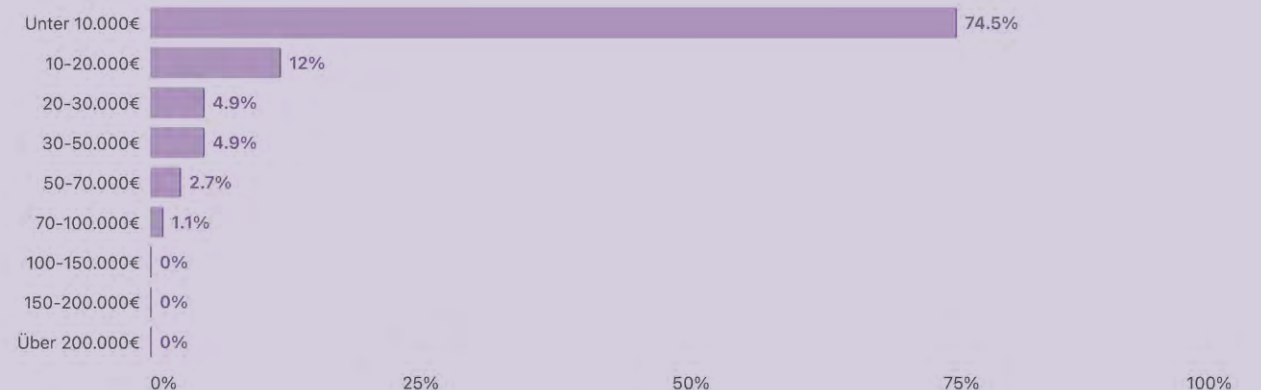
3. Februar 2026 _Vela Arbutina CH, Jan-Tschichold-Preisträgerin 2025

17. Februar 2026 _Michaela Kukovičová, Magdalena Rutová CZ »Kniha roku« – Buch des Jahres

Ausstellung _17. Dezember 2025 – 21. Februar 2026 | bei freiem Eintritt in der Hauptbücherei Wien | mehr dazu unter www.typographie.at



Durchschnittlicher Netto-Jahresumsatz



Diese Preisgestaltung manifestiert sich direkt im Jahresumsatz. Der durchschnittliche Netto-Jahresumsatz aus kalligrafischer Tätigkeit liegt in allen drei Ländern weit unter dem jeweiligen Medianeinkommen für Vollzeitbeschäftigte. Mit der größten Gruppe bei einem Jahresumsatz von unter 10.000€ zeichnet die Umfrage das Bild einer finanziellen Notlage, die Natascha Safarik als die »Realität der ›starving artists‹« bezeichnet. Für Professionist:innen aus dem Designbereich, die ihre Stundensätze an Honorarrichtlinien (wie denen von designaustria oder den Empfehlungen der Illustrator:innenvereinigungen) orientieren, stellt diese Situation einen fundamentalen Bruch mit der üblichen Kalkulationslogik dar.

Doch wie ist diese eklatante Unterschreitung des Marktwertes für ein qualifiziertes Handwerk zu erklären?

Die Umfrage legt nahe, dass strukturelle Unsicherheit und Unwissenheit die Haupttreiber sind. Fast 10 Prozent (9,6 Prozent) der Befragten kreuzten beim Netto-Stundensatz für Studioarbeiten die Antwort »weiß ich nicht« an. Dieses hohe Maß an Ratlosigkeit bei der Preisfindung deutet auf einen Mangel an branchenweit akzeptierten und publizierten Honorarwerken hin, wie sie in vergleichbaren Kreativbereichen existieren. Die Studienautorin schlussfolgert daraus, dass die niedrigen Sätze primär auf ein fehlendes Wissen zur Stundensatzkalkulation und zur Selbstständigkeit zurückzuführen sind.

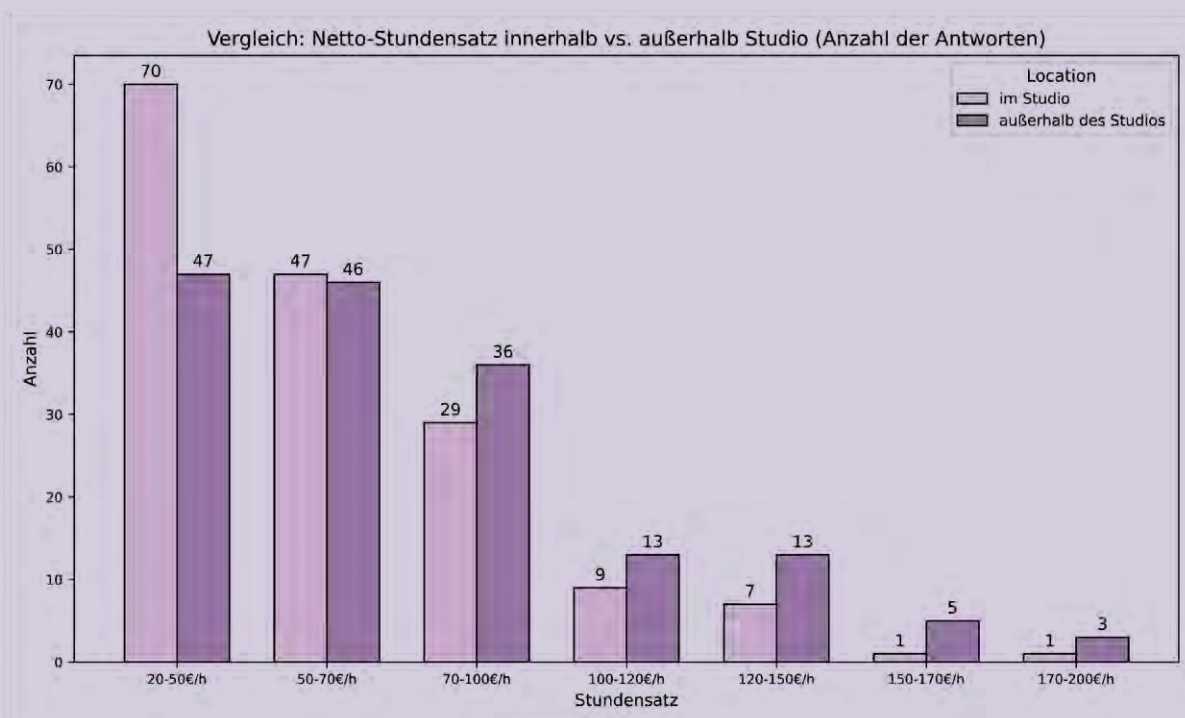
DAS DILEMMA DER NEBENBERUFLER-INNEN

Ein komplexes ökonomisches Problem entsteht durch die Segmentierung des Arbeitsmarktes: Eine große Mehrheit der Kalligraf:innen übt die Tätigkeit lediglich nebenberuflich (41,6%) oder sporadisch (35,8%) aus. Nur 22,6% sind hauptberuflich tätig. Solange die Qualität der Arbeit stimmt, ist die Nebentätigkeit unproblematisch. Die Autorin kritisiert jedoch eine Kultur der Preisrechtfertigung unter den Hobbyist:innen, die den Hauptberufler:innen direkt schadet.

Die Umfrage protokolliert mehrere entwertende Argumente, die den Stundensatz drücken sollen:

1. Die Abwertung durch das Werkzeug: Die Aussage »Ist ja nur mit dem Brush Pen geschrieben« ignoriert, dass der Wert kreativer Arbeit in der Expertise und der Zeit liegt, nicht im verwendeten Medium.
2. Der »Spaß-Faktor«: Die Rechtfertigung »Ich habe ja noch einen Vollzeit-Job und mache das zum Spaß« verknüpft Freude an der Arbeit fälschlicherweise mit einer Senkung des Honorars – ein Prinzip, das in keiner anderen hochqualifizierten Dienstleistung akzeptiert würde.
3. Der Verweis auf Mehrarbeit: Die Aussage »Dann musst du halt mehr arbeiten« gegenüber jenen, die hauptberuflich tätig sind und zur Deckung der Lebenshaltungskosten auf angemessene Stundensätze angewiesen sind, zeugt von mangelnder Solidarität.

Stundensätze

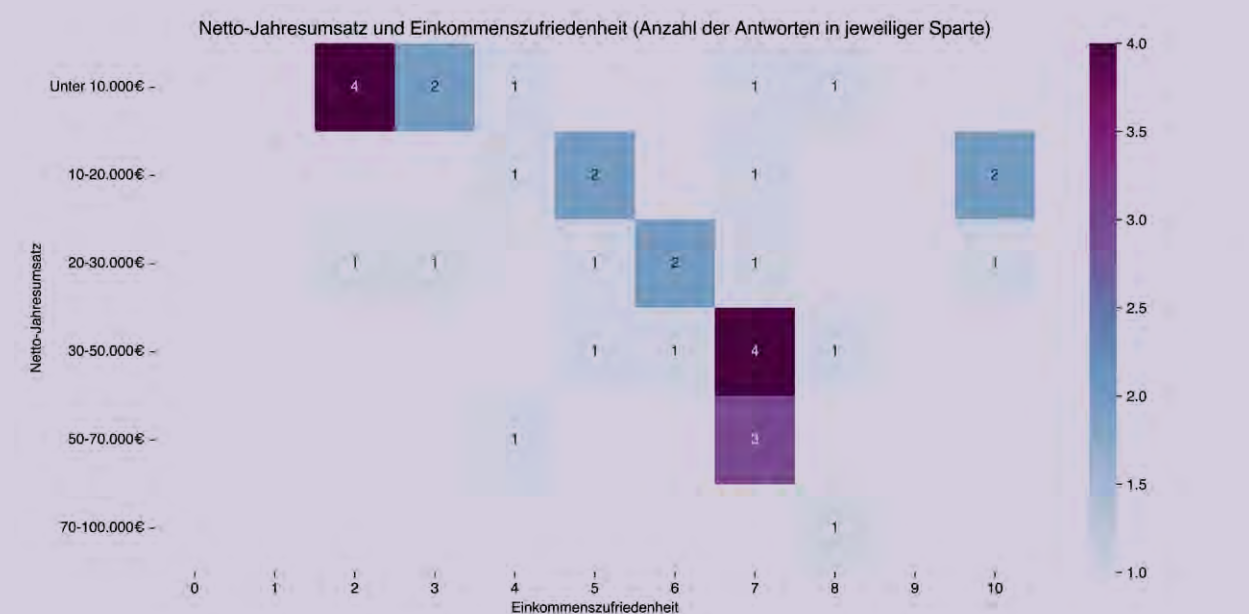


Der Weg zu einer ökonomisch gesunden Branche führt daher über Transparenz und eine radikale Neubewertung der eigenen, hochqualifizierten Arbeit.

Trotz der prekären Einkommenslage offenbart die Umfrage einen bemerkenswerten Aspekt: Der Median der Einkommenszufriedenheit liegt mit 6 (auf einer Skala von 0 bis 10) relativ hoch. Dies nährt die Vermutung, dass viele Kalligraf:innen die Tätigkeit als Zweiteinkommen oder »Taschengeld« betrachten, was die persönlichen finanziellen Risiken mindert, aber gleichzeitig den Marktwert für alle senkt.

Die Schlussfolgerung der Umfrage ist somit ein klarer Appell an die Branche, die Stundensatzkalkulation für Selbstständige zu professionalisieren und den Vergleich mit verwandten Designbranchen nicht zu scheuen. Die Quintessenz ist eine positive: Es existiert bereits eine Gruppe erfolgreicher Kalligraf:innen, die höhere Sätze durchsetzen können und damit beweisen, dass Kund:innen grundsätzlich bereit sind, für Erfahrung und Expertise zu zahlen. Der entscheidende Schritt liegt nun in der kollektiven Etablierung eines marktgerechten Selbstverständnisses.

Korrelation Verdienst & Zufriedenheit



Durchführung & Interpretation: Natascha Safarik, tintenfuchs.net

Datenanalyse & Visualisierung: Ksenia Pogorelova, kseniapogorelova.com

TYPOGRAPHY

Our focus topic is explored in this issue from two distinct perspectives: the vibrant cultural life of the Austrian Typographic Society (tga) and the challenging economic situation of the calligraphy industry. On the occasion of its 25th anniversary, the tga emphasizes collegiality as the foundation of good design – a spirit particularly evident in the decentralized Raabs Symposium. This symposium fosters intensive discussion and a non-hierarchical exchange on typographic culture. The association serves as an important centre of knowledge, promoting both tradition and innovation. Recent examples of this innovation include Benjamin Dumond's unconventional typeface design, which uses fiction and occultism to challenge legibility and redefine the potential of the alphabet beyond its mere

function, and the work of Prof. Ilka Helmig, who visualizes spoken sounds as aerodynamic, three-dimensional forms, thus opening up a new, physical perspective on language. In stark contrast, a survey of calligraphy artists in the DACH region reveals widespread economic hardship: despite their expertise, most calligraphers report drastically low net hourly rates of €20 to €50, resulting in minimal annual income. This precarious situation stems largely from a lack of knowledge about professional fee calculation and market pressure from the large group of part-time calligraphers who undervalue their services. This leads to an urgent appeal to the entire typography and lettering community to professionalize their pricing and develop a market-oriented understanding of their role.

FABIAN DRAXL: VOM WIR ZUR WIRKSAMKEIT

Das gedämpfte Gemurmel und das feine Klirren von Porzellan füllen den Raum, dessen Patina Fabian Draxl noch aus seiner Studienzeit kennt. Bei Melange und Croissants trifft sich die »Zukunft der Lesbarkeit« im traditionsreichen Café Prückel. Am Tisch sitzen Fabian, der Initiator, sowie David Einwaller und Jakob Mayr. Das Thema: »Anita«, eine variable Schrift und ein begleitendes Tool, das die Diskussion um Barrierefreiheit aus der Nische holt und ins Zentrum rückt. Es geht um die »Königsdisziplin« der Schriftgestaltung, wie David im Laufe des Gesprächs einwirft, und darum, wie wertvoll Schrift sein kann, wenn sie sich dem Menschen anpasst.

Fabian, wir hatten ursprünglich ein »klassisches« Studio-Porträt über dich angedacht, aber ich bin froh, dass wir es heute öffnen konnten und ein wenig mit der Form spielen.

Fabian Draxl (F): Absolut. Ich möchte auch gar nicht allein im Zentrum stehen, denn das Projekt, über das wir heute hauptsächlich sprechen werden, war ein mit Team Effort. Mir geht es darum, dass unser Projekt langsam an die Öffentlichkeit kommt und möglichst viele Leute davon erfahren. Wir – das sind auch David und Jakob – haben alle mitgearbeitet, und langsam wird sichtbar, was wir da so im »Hinterkammerchen« monatelang gemeinsam ausgetüftelt haben.

Die Initialzündung für »Anita« ist für Fabian zutiefst persönlich und getrieben von seiner eigenen Legasthenie. Das Projekt, das als Diplomarbeit zur »Lesbarkeitsoptimierung für Menschen mit Legasthenie im digitalen Raum« startete, ist inzwischen zu einer variablen Schrift und einem Tool in Form einer Browser-Extension herangewachsen. Namensgeberin ist Fabians ehemalige Volksschullehrerin Anita Schärmer, die seine Legasthenie entdeckte und ihn entsprechend früh förderte. Er betont, dass bis zu 1,3 Milliarden Menschen von Wahrnehmungsstörungen betroffen sind, wovon in etwa zwei Drittel Legasthenerinnen sind. Obwohl gezieltes Training hilft, bleibt Legasthenie ein Handicap, das einen lebenslang begleitet.

Was war deine Grundidee für »Anita«?

F: Angefangen hat es damit, dass ich selbst mit dem Schriftbild kämpfte. Viele kennen die Situation: Man liest ein Buch, es ist inhaltlich spannend, aber gleichzeitig kommt man immer wieder ins Stocken, weil es nicht so ideal gesetzt ist, oder man aufgrund des Schriftbilds



immer wieder Zeilen verliert. Ich bin im Laufe meiner Ausbildung ziemlich schnell draufgekommen, welche Werkzeuge es in der Typografie als Lösung für diese Probleme gibt. Als dann die variablen Fonts dazugekommen sind, konnten wir uns austoben und sahen noch mehr Potenzial für die Leseoptimierung. Wir sind dann aber auch schnell von der Idee weggegangen, nur auf die Open Dyslexia zu interpolieren. Wir wollten das Ganze öffnen und unsere eigenen ästhetischen Ansprüche einbringen. Es sollte auch einem gewissen Designanspruch gerecht werden und kein komisches Vehikel sein, das man als Gestalter-in nicht gerne anwendet.

Da die Entwicklung einer ideal lesbaren Schrift eine Mammutaufgabe ist, kam es nach anfänglichen Rückschlägen, schließlich zu einem Neustart. Dank einer Förderung der Stadt Wien konnte letztendlich das jetzige Team geformt werden.

F: Nachdem ich für meine Diplomarbeit einen Prototypen und eine erste Version der Schrift entwickelt habe, wollte ich mich im weiteren Verlauf mehr auf das User Interface und den Bereich der Schriftenanwendung, sowie den Bedürfnis-Check konzentrieren – also holte ich mit Jakob jemanden hinzu, um die bisher entstandene Schrift auf den Prüfstand zu stellen.

Jakob Mayr (J): Ich habe mit Fabian studiert, kannte daher sein Diplomprojekt und habe die damaligen

Entwicklungen mitverfolgt. Es gab noch zwei große Schwerpunkte bei der Weiterentwicklung der Schrift abdecken – Vertiefung der Recherche und die darauf basierende Neugestaltung der Schrift. Ersterem widmete ich mich und für die Gestaltung holten wir dann noch David ins Boot. Ihn kannte ich, weil er Art Director in einem Studio war, in dem ich ein Praktikum gemacht habe, und so waren wir dann ein rundes Team.

Schnell waren sie sich dann auch in der Zielsetzung einig: Die Aufgabe, eine Schrift zu erschaffen, die quasi ideal lesbar für mehr oder weniger alle Lesenden ist.

J: Die Aufgabe ist deswegen so komplex, weil es schwierig ist, wissenschaftlich zu belegen, welche Aspekte der Schriftgestaltung für die Lesbarkeit wichtig sind. Für brauchbare Studien muss das Zusammenspiel typografischer Faktoren berücksichtigt werden. Die Forschung hat eher kritisch auf diese expliziten Legasthenie-Schriften geschaut. Wir wollten also typografische Lösungen für diese spezifischen Probleme finden, aber gleichzeitig prüfen, was wir für alle Lesenden tun können. Typografie, die sich an individuelle Anforderungen anpasst, ist sinnvoll – das war die wichtigste Erkenntnis aus der Recherche.

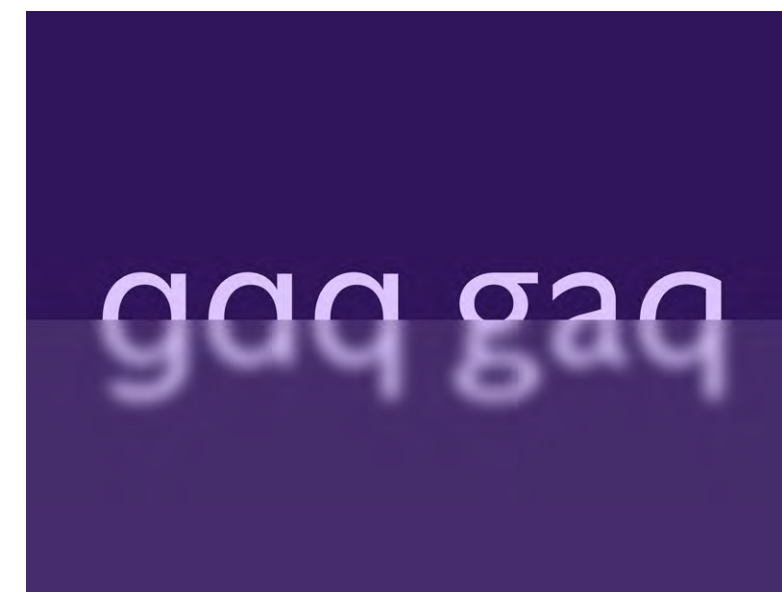
Was war euch als Designer besonders wichtig?

David Einwaller (D): Es reizt uns, etwas Zeitgemäßes, Formales zu schaffen, das aber auch auf Research basiert und typografisch sinnvoll ist. Unser Ziel war es, etwas zu kreieren, was Gestalter:innen und Lesende gleichermaßen nutzen wollen. Wir mussten sicherstellen, dass Buchstabenunterscheidbarkeit gegeben ist. Wir haben Probleme gelöst, die in Schriften wie Helvetica und Arial z. B. bei der Verwechslung von großem »l« und kleinem »l« auftreten. Wir haben einige elegante Lösungen gefunden, die nicht banal sind.

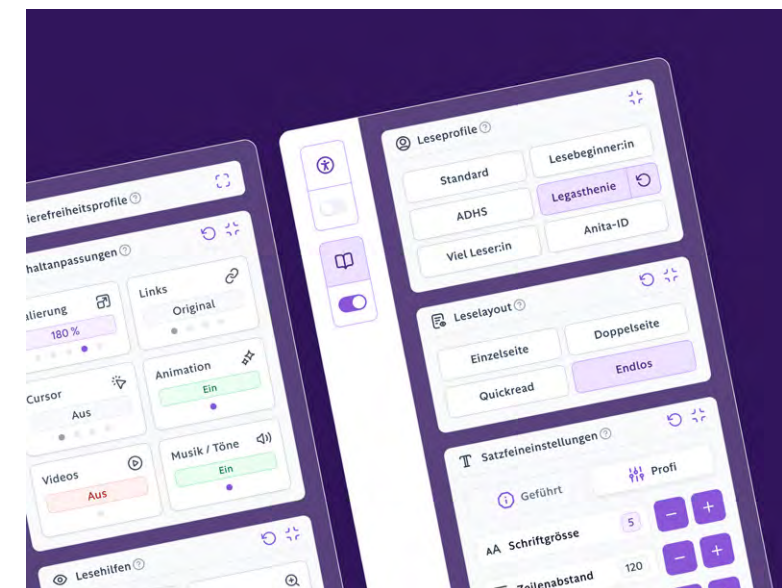
Die so entstandene Schrift Anita Sans ist eine humanistische Grotesk geworden. Ihr Master-Schnitt orientiert sich am unregelmäßigen Schrifttrhythmus der Spectrum (1943) von Jan van Krimpen, außerdem haben wir bewährte Elemente aus gut leserlichen Schriften einfließen lassen. Die Entwicklung ist eine Synthese aus wissenschaftlichen Erkenntnissen und gestalterischer Expertise. Um die Unterscheidbarkeit der Buchstaben zu gewährleisten, setzt das Design auf ein dynamisches Formprinzip mit offenen, differenzierten Buchstabenformen. Deshalb bieten wir beispielsweise bei den oft spiegelsymmetrischen Buchstaben in statischen Groteskschriften eine Alternative an, die die Lesenden wählen können.

Die funktionale Nutzung der variablen Achsen ist ein Kernstück der Innovation, die die Schrift auf eine neue funktionelle Ebene stellt. Wie ist euch das gelungen?

F: Wir nutzen beispielsweise die variable Achse der Strichstärke, um auch auf den im digitalen Raum viel



Inklusivität & Leselust,
Rettung bis Ende 2025!
„großes Kino!“ qualitätsvoll
(max) Augenfreude № 1/8
„für nur 247,95¥“



genutzten Dark Mode zu reagieren. In diesem Modus entstehen Überstrahlungseffekte, welche wir ausgleichen können, indem wir die Schrift dort leichter machen. Das ist, glaube ich, das erste Beispiel, wo variable Schrift mit diesem typografisch-wissenschaftlichen Hintergrund eingesetzt wird. Wir nutzen dabei nicht nur vordefinierte Achsen, sondern auch neuentwickelte Funktionen zur Lesbarkeitsoptimierung.

J: Und auch die x-Höhe ist ein spannendes Thema in der Leseforschung. Sie ist – noch mehr als die Schriftgröße – der entscheidende Faktor für die Erkennbarkeit der Zeichen. Gleichzeitig ist spannend, was bei einer Veränderung mit der Wortform passiert. Weil es da verschiedene Bedürfnisse gibt, wollten wir diese Achse drin haben.

F: Das macht »Anita« sozusagen zu einem Schweizer Taschenmesser der Typografie.

D: Das begleitende Tool, eine Browser-Extension, welche die typografische Feinarbeit übernimmt, ist der Schlüssel zur Anwendung der Schrift. Die Forschung hat gezeigt, dass das größte Potenzial in der fein abgestimmten Anwendung (Satz) der Schrift liegt.

F: Diese Feinabstimmung nimmt dir das Tool ab. Es führt dich in einem Einstellungsprozess durch Fragen zu deinen Lesegewohnheiten und Bedürfnissen. Der Algorithmus errechnet dann deinen passenden Lesemodus, indem er Parameter wie Schriftgröße, Zeilenabstand, Wortabstand und Buchstabenabstand sowie die variablen Schrift-Charakteristika wie Buchstabenöffnungen und Strichstärkenbalance anpasst. Auch deine Sehkraft sowie die Art deines Endgeräts wird vom Tool berücksichtigt. Man muss kein Typografie-Profi sein, um am Ende einen gut lesbaren Text zu bekommen. Das ist das Spannende.

Das klingt nach einer durchdachten und komplexen Lösung. Wie ist das bisherige Feedback zu eurer Beta-Version, und welche Überlegungen gibt es bezüglich der Finanzierung für ein derart aufwändiges Projekt?
F: Das Feedback, das wir bisher aus den Tests erhalten haben, ist sehr positiv, weil das Tool den Anwender:innen die typografische Feinarbeit und den Schrifteinsatz komplett abnimmt. Unsere Lösung in diesem Bereich ist derzeit einzigartig – das ist ein riesiger Mehrwert im Vergleich zu anderen Barrierefreiheits-Lösungen im Web. Ein so ausgetüfteltes, hoch spezialisiertes Projekt kann aber nicht einfach so entstehen und muss laufend gepflegt und weiterentwickelt werden. Wir wollen es zwar möglichst niederschwellig an die User:innen bringen, aber gleichzeitig muss die Arbeit auch honoriert werden. Unser Ziel ist, auch Institutionen oder Unternehmer:innen von »Anita« zu überzeugen, über eine B2B-Lösung können sie Tool und Schrift dann auf ihren Webseiten zur Verfügung stellen. Ziel wäre es, dadurch den Großteil unserer

Arbeit finanzieren zu können, um so den Abo-Preis für User:innen niedrig halten zu können. Derzeit ist »Anita« aber noch komplett kostenlos verfügbar. In der aktuellen Beta-Phase, wo laufend neue Features eingebaut werden, sind wir auf Nutzer:innen-Feedback angewiesen. Im ersten Schritt hoffe ich, dass »Anita« vielen Menschen das Lesen zugänglicher macht und ihre Freude daran befeuert.

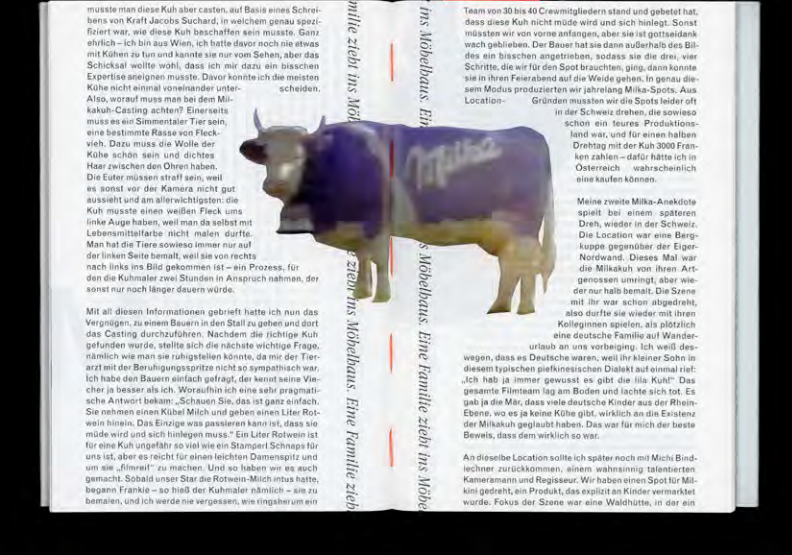
PROJEKT: »O MEU CAMINHO«

Lesen ist ein gutes Stichwort. Vor ein paar Wochen hattest du die Buchpräsentation zu »O Meu Caminho« der Autobiografie von Anthony Guedes. Erzähl uns noch ein wenig zu diesem Projekt!

F: Sehr gerne. Die Idee ist im Kreis mit Michael Plessl und Bernardo Vortisch entstanden. Anthony (Tony) Guedes war lange unser Professor an der Angewandten. Er unterrichtete uns in Filmproduktion, wobei es wohl eher seine vielen Geschichten und Insider-Infos waren, die uns gefesselt und sicher ab und an auch amüsiert haben. Wir waren also relativ schnell der Meinung: Diese G'schichteln müssen festgehalten werden. Gemeinsam mit Michael hatte ich die Ehre, das Konzept und die Gestaltung für das Buch zu übernehmen. Wir haben dann Bernardo Vortisch, einen Journalisten, für den Content dazugeholt. Er saß über Monate mit Tony zusammen und sammelte die ganzen Anekdoten und Geschichten aus seinem Leben.

Das Buch wird als »ein kunstvoll gestaltetes, historisches Dokument« beschrieben. Was war für dich als Designer die größte Herausforderung bei der Umsetzung dieser komplexen Lebensgeschichte?

F: Das Leben von Tony Guedes ist wirklich ein Ritt durch die Geschichte: Die Flucht der Familie während der NS-Zeit über Portugal nach Amerika über die anschließende Rückkehr, der Zusammenbruch des Familienimperiums bis hin zu seinem Neustart in der Film- und Werbebranche. Er erzählte uns von seinen Abenteuern, aber auch seine Rückschläge hat er nicht ausgespart. Für uns Gestalter war aber auch der immense »Bildschatz«, den er uns zur Verfügung stellte, eine tolle Inspirationsquelle. Seine Eltern waren als Wiener Industrielle sehr wohlhabend und haben in seiner Kindheit viel fotografiert. Das Material war faszinierend und eine Freude, es durchzugehen und aufzubereiten. Schließlich haben wir uns in der Gestaltung von seinen Eltern inspirieren lassen, die die Angewohnheit hatten, Personen aus Fotos auszuscheiden beziehungsweise sie »freizustellen« – eine Art früher Collagen-Stil. Diesen Look haben wir dann durch das ganze Buch gezogen. Wir haben das nicht nur mit den historischen Aufnahmen gemacht, sondern auch mit Bildern aus seinen berühmten Werbespots. Die Werbemotive wurden ebenfalls durch die »cut-out«-Methode in



den Fokus gerückt und fügen sich so nahtlos in die Ästhetik ein. Am Ende haben wir uns auch eine freie, künstlerische Interpretation erlaubt – eine Collage, die andeutet, dass das Leben von Tony noch weitergeht ...

Tony Guedes ist durch die Film Factory und Spots für Marken wie Milka oder XXXLutz bekannt geworden. Gibt es dazu Anekdoten im Buch?

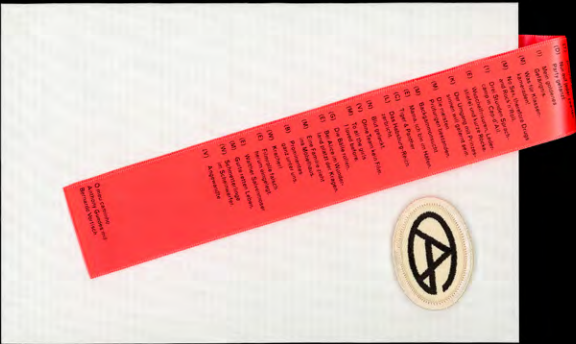
F: Es sind einige grandiose Schmankerl dabei. Eine, die immer wieder für Heiterkeit sorgt, ist die Geschichte rund um die berühmte Milka-Kuh. Tony erzählt, wie die Milka-Kuh in den Werbespots gefügig gemacht wurde – und zwar mit Rotwein. Solche Einblicke in das Werbe-Filmleben machen das Buch so besonders.

Auch der Patch auf dem Umschlag ist ein Hingucker. Wie kam das?

F: Das stimmt. Michael und ich haben ein Faible für spezielle, meist haptische Elemente auf unseren Buchcovern. Der Patch auf dem Textil-Umschlag ist eine kleine Anspielung auf Tony Guedes, der sehr bekannt für seine Polo-shirts ist. Die Gestaltung ist bewusst unkonventionell, etwas, was man vielleicht nicht erwartet. Wir haben alle Beteiligten, auch den Drucker, davon überzeugen müssen, diesen Weg mit uns zu gehen, was dem Ergebnis aber sehr gutgetan hat. Der Drucker hat das grandios umgesetzt.

FABIAN DRAXL

Our portrait features designer Fabian Draxl and his team, David Einwallner and Jakob Mayr, focusing on their accessibility project: »Anita«. Driven by Draxl's own dyslexia, »Anita« is a research-based, aesthetically refined variable typeface and an accompanying Browser Extension tool. Its goal is to move beyond standard solutions to create an ideal reading experience for people with dyslexia and other reading difficulties. The typeface is a humanist sans-serif that uses variable axes and unique letter designs to enhance character distinction and dynamically adjust to different



Es scheint ein sehr langwieriges Projekt gewesen zu sein.

F: Absolut. Allein die Interviews haben sich über zwei Jahre – während Corona – gezogen, da Bernardo Vortisch das ja neben seinem Hauptjob gemacht hat. Auch das Durchforsten von Tonys Fotoarchiv und die spezielle Aufbereitung der Fotos hat lange gebraucht. Schlussendlich ist aber ein wirklich tolles Gesamtkunstwerk entstanden.

Fabian, Jakob, David, ich danke euch vielmals für das Gespräch und die tiefen Einblicke in die Welt von »Anita«.
F, J, D: Vielen Dank für das Interesse.

Wer mehr über »Anita« erfahren oder sich für ein Exemplar von »O Meu Caminho« interessiert, findet alle Informationen unter: anita.vision beziehungsweise fabianandraxl.com. Oder kann sich direkt an Fabian Draxl wenden: bureau@fabianandraxl.com

Instagram: @anita.vision @bureaufabianandraxl @d.einw @m___ja_____

reading environments, such as Dark Mode. The key innovation is the Browser Extension, which uses an algorithm to automatically fine-tune complex typographic parameters (like spacing and stroke weight), making expert-level typesetting effortless for any user. Separately, the article touches on Draxl's book design for »O Meu Caminho«, the autobiography of Anthony Guedes, which utilizes an unconventional »cut-out« collage style inspired by family photos and features a unique haptic textile cover.

MEMBERS@WORK

Die Wichtigkeit einer lebendigen Kommunikation innerhalb eines Vereins kann nicht genug betont werden. Der Austausch zwischen den Mitgliedern ist für eine erfolgreiche Zusammenarbeit unerlässlich. Umso mehr schätzen wir die vielen Ideen und Beiträge, die uns auch dieses Mal erreichten. Um diesen Raum auch in Zukunft offen gestalten und erweitern zu können, freuen wir uns über die Kontaktaufnahme mit der Redaktion: redaktion@designaustria.at und über eure Impulse!

MARIE RAHM, MONICA SINGER | PRODUKTDESIGN

ALLES POLKA – 20 JAHRE POLKA DESIGNSTUDIO



Anlässlich des 20-jährigen Bestehens des Designstudios hat das Möbelmuseum Wien die beiden Designerinnen vom Designstudio POLKA eingeladen, in einer Ausstellung einen Überblick über die Arbeit des Studios zu zeigen.

Eleganz in den Alltag zu bringen, mit Raffinesse

und mit Schwung und Freude an Formen und Farben – das ist die treibende Energie im Arbeitsprozess Marie Rahm und Monica Singer, die gemeinsam unter dem Namen POLKA seit 2004 arbeiten. Bei den Entwürfen findet man Funktionalität im Zusammenspiel mit einer

feinen Formensprache. Die Leidenschaft für Traditionen und das Handwerk schwingt immer mit.

Das Studio wurde von Marie Rahm und Monica Singer nach dem gemeinsamen Studium Produktdesign bei den Professoren Ron Arad und Bořek Šípek an der Universität für angewandte Kunst in Wien gegründet.

POLKA arbeitet seitdem in Wien an Projekten im Bereich Produktdesign und Interior Design für nationale und internationale Hersteller wie beispielsweise Vöslauer, Herend, Lobmeyr, Wittmann, Laufen, Esterhazy Betriebe sowie für private Kund:innen.

polkaproducts.com

Ausstellungshinweis:

»Alles POLKA« | Möbelmuseum Wien | bis 11.01.2026



FLORINE GLÜCK, JANINA KEP CZYNSKI | ILLUSTRATION

ILLUSTRATIONLADIES AGENCY: NEUE AGENTUR FÜR WEIBLICHE ILLUSTRATION SETZT ZEICHEN FÜR GENDER EQUALITY

Mit der frisch gegründeten IllustrationLadies Agency erhalten Art Direktor:innen, Kreativagenturen und Unternehmen Zugang zu einem kuratierten Pool hochqualifizierter Illustrator:innen für Corporate Design, Animationen, Editorials und mehr. Die Agentur vertritt ausschließlich weibliche Gestalter:innen und trägt damit zur Geschlechtergleichstellung in der Branche bei.

»Mit unseren exklusiv weiblichen Gestalter:innen setzen wir uns für Gender Equality und eine diversere Kreativlandschaft ein«, erklärt Janina Kepczynski, die die Agentur zusammen mit Florine Glück gegründet hat. Die jahrelange Netzwerkaktivität der beiden Designer:innen, die bereits die Plattform »IllustrationLadies« ins Leben gerufen hatten, bildet das Fundament für die neue Agency.

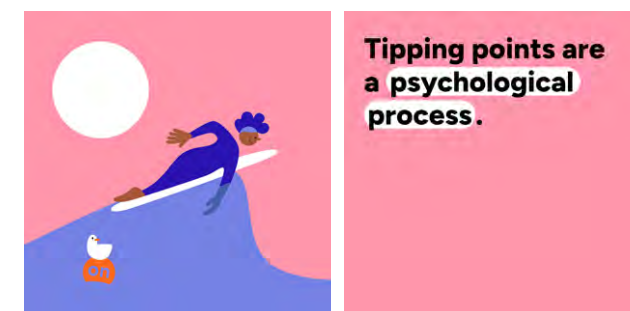
Das kuratierte Portfolio deckt alle Techniken und Bereiche ab, von Werbeillustrationen, Animationen und Erklärvideos bis hin zu Corporate Design und Live-Illustration.

Neben der passgenauen Vermittlung übernimmt die Agentur auch Verfügbarkeits- und Honorarabstimmungen, um den Buchungsablauf möglichst einfach zu gestalten.



Zu den Auftraggeber:innen zählen bereits Unternehmen und Institutionen wie Austrian Airlines, Hermès Paris und fritz-kola.

Anfragen und Details: illustrationladiesvienna.com

JESSICA FELDMANN, KATJA HASENÖHRL | ILLUSTRATION & WISSENSMAGAZIN
ON POINT.

on point. So heißt das neue digitale Wissenschaftsmagazin von Jessica Feldmann und Katja Hasenöhl. Der Name ist Programm: Die Dinge auf den Punkt bringen – das haben sich die Psychologin, Verhaltenswissenschaftlerin und passionierte Scicommerin und die Illustratorin und Grafikdesignerin zur Aufgabe gemacht. Die kreative Kollaboration setzt auf visuelle, einfach verständliche Postings auf Instagram, die komplexe Themen anschaulich machen. Humor und Augenzwinkern dürfen dabei nicht fehlen. Der Stil ist – wie das Logo – bewusst minimalistisch gehalten.

An erster Stelle steht eine fundierte wissenschaftliche Recherche. Von Natur und Biodiversität bis hin zu Psychologie und Neurowissenschaften.

Das Magazin beleuchtet Themen abseits des Mainstreams und eröffnet neue, oft überraschende Perspektiven auf die großen Fragen unserer Zeit. Passend dazu sind auch die Illustrationen fantasievoll um die Ecke gedacht. Ein Beispiel: das Thema »Tipping Points«. Die meisten kennen Kipppunkte wahrscheinlich aus der Klimakrise. Doch wann sind Kipppunkte aus psychologischer Sicht erreicht? Wann ist für dich der Moment gekommen, an dem du denkst: Jetzt hat sich wirklich etwas verändert! – sei es im eigenen Leben oder in der Welt? on point. richtet sich an Wissbegierige und Design-Liebhaber:innen und versteht sich als Brücke zwischen Wissenschaft und Gesellschaft. Das Magazin erscheint auf Englisch und ist frei zugänglich – auf Instagram und im Web.

Instagram: [@onpoint.mag](https://www.instagram.com/onpoint.mag) | onpointmagazine.net

BENEDIKT STONAWSKI, HAUKE UNTERBURG | INNENARCHITEKTUR & PRODUKTDESIGN
TREFOIL SPHERE FÜR ADIDAS

Für das neue Adidas Brand Center in Wien haben Benedikt Stonawski und Hauke Unterburg vom Wiener Designstudio ante up die Installation TREFOIL SPHERE gestaltet – ein skulpturales Objekt, das im Eingangsbereich des Stores schwebend positioniert ist und Besucher:innen direkt empfängt. Mit TREFOIL SPHERE schufen sie eine zeitgenössische Hommage an die ikonische Kuppel der Wiener Secession.

Statt vergoldeter Lorbeerblätter tritt das adidas TREFOIL-Logo in den Mittelpunkt – fragmentiert, bewegt und neu zusammengesetzt.

Die Skulptur verknüpft die kulturelle Geschichte Wiens mit der Dynamik einer globalen Marke – ein Objekt zwischen Erinnerung und Zukunft.

anteup.at



EXTRAPLAN, FLUXGUIDE | APPDESIGN

MËANDER – WENN ORTE ZU GESCHICHTEN WERDEN



Mit mëander entwickelt Extraplan gemeinsam mit Fluxguide ein neues Audioformat, das Räume, Städte und Landschaften in lebendige Erzählungen verwandelt. Die App nutzt Künstliche Intelligenz, Positionstracking und Text-to-Speech, um Geschichten dynamisch an Bewegung, Standort und Interessen der Nutzer:innen anzupassen – ein Audioguide, der mitdenkt und mitgeht.

Ob Museum, Stadtpaziergang oder Naturpfad – mëander schafft immersive, personalisierte Erlebnisse, die auf jedem Smartphone verfügbar sind. Für Institutionen entsteht damit ein Werkzeug, das Inhalte flexibel vermittelt, aktualisierbar hält und neue Formen des Storytellings ermöglicht – ohne zusätzliche Hardware und mit klarer gestalterischer Handschrift.

Das von der Wirtschaftsagentur Wien geförderte Projekt wurde kürzlich im designforum Wien präsentiert. Beim Live-Testing konnten Besucher:innen mëander selbst ausprobieren und erleben, wie KI zu einem Werkzeug für sinnliches, ortsbezogenes Erzählen wird.

Aktuell sucht mëander Partnerinstitutionen und Pilotprojekte, die gemeinsam mit uns neue Nutzungsszenarien entwickeln möchten – in Museen, Städten oder öffentlichen Räumen.

Interessierte können sich unter info@meander.at melden. extraplan.at | fluxguide.com

MARTIN MOSTBÖCK | INTERIOR DESIGN

TRANSFORMATION DER SPHÄREN

Sphärische Formen, deren Fragmentierung und Transformation sind die zentralen Ideen des Projekts. Das Spiel mit Kugel, Kugelsegmenten und Kugelkalotten wird dabei zum Programm. Wir wollen wieder runde, pralle, sphärische Formen und Blasen in der Design-Gegenwart sehen, daher auch der Name Mezzasferas. Dazu gehört auch der Mut, gedanklich einen Schritt in die Zukunft zu wagen, um Konzepte und Utopien zu entwickeln, sichtbar zu machen und diese dann in die Realität umzusetzen.

Ein gerader Schnitt durch den größeren der beiden Kugelkörper erzeugt ein halbkugelförmiges Sitzkissen und eine Kugelkalotte als Rückenlehne. Das Sitzkissen scheint über dem Boden zu »schweben« und lässt sich durch einen zentralen Drehmechanismus 360 Grad in alle Richtungen drehen.

Der andere Teil, die Rückenlehne, ist an die Sitzfläche »angelehnt« und unsichtbar verbunden. Der kleinere Kugelkörper wird zur »Armlehne« und ermöglicht, dank seiner asymmetrischen Position, auch andere, ungewöhnliche Sitzpositionen. Ein kleiner Tisch und eine erhöhte Abstellfläche erweitern das Platzangebot des ungewöhnlichen Möbels.



Dass das Möbel ein wenig an utopische Möbelentwürfe der 50er- und 60er-Jahre erinnert, ist Absicht, denn wir wollen dem teilweise langweilig gewordenen Design wieder Haltung, Humor und radikal utopische Inhalte einhauchen. Produziert in Wien vom Traditionsunternehmen Kohlmaier Wien.

martin-mostboeck.com | kohlmaier.wien

DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

Die designaustria activities stehen dieses Mal im Zeichen institutioneller und strategischer Veränderungen. Einerseits vollzieht der Verband einen substanziellen Generationswechsel mit der Übernahme der Geschäftsführung durch Elli Schindler, die auf die Ära von Severin Filek folgt. Schindler formuliert eine klare Zukunftsagenda, die auf der Stärkung des Mitglieder-Service durch intensiven Dialog, einem neuen, zeitgemäßen Erscheinungsbild und der thematischen Öffnung hin zu KI, Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit basiert. Sie sieht designaustria künftig als unumstrittenes Kompetenzzentrum für Politik und Wirtschaft und strebt eine stärkere regionale Präsenz an.

Andererseits wird die Designlandschaft im Süden Österreichs durch die besiegelte Schließung der Creative Industries Styria (CIS) zum 31. Dezember 2025 aufgewühlt. Die CIS, die unter der Langzeit-Führung von Eberhard Schrempf als systemrelevanter Brückenbauer und Katalysator für die Kreativwirtschaft in der Steiermark agierte, hinterlässt durch das Scheitern der Finanzierungsverhandlungen zwischen Land, Stadt und Wirtschaftskammer eine empfindliche Lücke in der Vernetzung und strategischen Vertretung der Branche.

Ergänzt werden diese Entwicklungen durch den Open Call für den Staatspreis Design 2026, den Aufruf zur Vorstandswahl 2026 sowie die Möglichkeit zur Einmietung in die CampusVäre in Dornbirn.

we
design
austria

EIN NEUER WIND BEI DESIGNAUSTRIA: ELLI SCHINDLER ÜBER VERANTWORTUNG UND VISION



Ein substanzieller Generationswechsel prägt die Spitze von designaustria. Nach der Ära von Severin Filek, der den Verband über Jahrzehnte hinweg maßgeblich gestaltete, übernimmt Elli Schindler die Geschäftsführung und stellt sich der doppelten

Herausforderung: das reiche Erbe zu wahren und eine so beständige Institution zukunftsfest auszurichten. Im Gespräch schildert die erfahrene Unternehmerin aus der Kreativwirtschaft ihre Pläne für einen zeitgemäßen Auftritt, neue thematische Schwerpunkte und eine gestärkte Rolle des Verbandes als nationales Kompetenzzentrum.

Schindler blickt mit Respekt auf die Leistung ihres Vorgängers, hebt aber gleichzeitig die Notwendigkeit zur Veränderung hervor. Sie ist sich der Tragweite ihrer Aufgabe bewusst, nimmt diese jedoch mit großem

Enthusiasmus an: »Ich freue mich sehr, die größte Design-Institution Österreichs gemeinsam mit einem visionären Vorstand, einem engagierten Team und aktiven Mitgliedern zielsicher in die Zukunft zu führen.« Sie sei auch sehr stolz, dass sie da anknüpfen darf und empfinde große Dankbarkeit für das ihr entgegengebrachte Vertrauen.

Ein zentraler Pfeiler in Schindlers Agenda ist die Fortführung und Weiterentwicklung der Mitglieder-Services. Hier sieht sie die wichtigste Kontinuität zur Arbeit Fileks: »Für Severin stand der Service für Mitglieder stets an erster Stelle. Diesen zentralen Aspekt möchte ich fortführen, denn ich bin überzeugt, dass der Verein exzellente Services bieten muss, um die Mitglieder bestmöglich zu unterstützen und sie in ihrer Entwicklung voranzubringen.« Ihr persönlicher Anspruch geht jedoch über die reine Dienstleistung hinaus und mündet in einem Appell an die gemeinsame Gestaltung: »Mein Ziel ist es, Services im aktiven Dialog mit unseren Mitgliedern zu entwickeln, sodass diese einen echten Mehrwert erfahren und nachhaltig davon profitieren. Der Mitgliedsbeitrag soll sich als lohnende Investition für alle erweisen.«

Dieser Dialog soll mittels konkreter Formate institutionalisiert werden. Neben einer Umfrage Anfang des

nächsten Jahres kündigt sie Sprechstunden an. »Zwei Mal im Monat lade ich unsere Mitglieder ins designforum ein, um in einem vertraulichen Gespräch Feedback zu bekommen, was sie sich wünschen, welche Bedürfnisse sie haben.«

Zur Zukunft gehört für Schindler auch ein neues Erscheinungsbild, um einerseits eine neue Generation von Designschaffenden anzusprechen und andererseits das Image zu stärken.

Was sind da die konkreten Vorhaben, die du als Erstes umsetzen willst?

Elli Schindler (ES): »Ein neuer Auftritt ist von essenzieller Bedeutung, um diesen frischen Wind adäquat zu transportieren. Wir sehen, dass sich viele Designschaffende vom aktuellen Erscheinungsbild nicht ausreichend angesprochen fühlen und es ist eine unserer zentralen Aufgaben, neue Mitglieder zu gewinnen.«

Thematisch will sie den Verband für die wichtigsten Zukunftsfragen öffnen. Der breit gestreute Programmfokus soll die Relevanz des Vereins sichern: »Die inhaltlichen Schwerpunkte von designaustria müssen die aktuellen Trends der Branche aufgreifen. Daher werden natürlich Themen wie KI (Künstliche Intelligenz) eine Rolle spielen. Auch Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit halte ich persönlich für äußerst wichtig und möchte diesem Bereich viel Raum widmen.«

designaustria vereint Disziplinen von Grafik und Illustration bis hin zu Produkt- und Industriedesign, vom Newcomer bis zu etablierten Designschaffenden. Diesen Spagat zu meistern, sieht Schindler als große, aber reizvolle Aufgabe, die nur im Konsens gelingen kann.

Wie gelingt es, die Interessen so unterschiedlicher Disziplinen und Generationen gleichermaßen zu berücksichtigen?

ES: »So viele unterschiedliche Anliegen abzudecken, ist natürlich eine Herausforderung, der ich mich aber mit großer Motivation stelle. Der Schlüssel liegt in einem intensiven Austausch mit unseren Mitgliedern: Ich lade alle ein, sich einzubringen und uns mitzuteilen, was sie brauchen. Nur so können wir unser Potenzial voll ausschöpfen und inhaltliche Schwerpunkte setzen, die unsere Mitglieder weiterbringen.«

Was veranlasst dich persönlich dazu, sich dieser komplexen Aufgabe zu stellen?

ES: »Meine Stärke liegt darin, mich in die Bedürfnisse anderer Menschen hineinzusetzen und zu antizipieren, was den Designschaffenden und damit den Mitgliedern konkreten Nutzen stiftet. Ich bin zutiefst serviceorientiert und davon überzeugt, in dieser Position viel bewegen zu können.«

Schindler ist außerdem fest vom »positiven Impact, den Design heute auf Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft haben kann«, überzeugt. Diesen Mehrwert will sie durch gezielte Aufklärungsarbeit und die Vermittlung von Projekten messbar und sichtbar machen. Dafür möchte sie z. B. die Kooperation mit dem Institute of Design Research Vienna (IDRV) intensivieren. »Auch auf internationaler Ebene suche ich den Austausch, da möchte ich mir etwa den German Design Council als Vorbild nehmen.«

Die politische und wirtschaftliche Lobbyarbeit soll dazu beitragen, dass designaustria als zentraler Ansprechpartner fungiert: »Mein Anspruch ist es, designaustria als das Kompetenzzentrum für sämtliche Designfragen zu etablieren, und zwar nicht nur für unsere Mitglieder, sondern auch für die Wirtschaft und Politik. Dafür ist es essenziell, uns aktiv mit den relevanten Entscheidungsträgerinnen an einen Tisch zu setzen und zu vernetzen.«

Die neue Geschäftsführerin bekräftigt, dass designaustria in ganz Österreich wirken soll. Eine ihrer ersten Initiativen wird daher die Stärkung der regionalen Präsenz sein: »Eine starke Präsenz in den Bundesländern ist mir ein großes Anliegen. Ich möchte dies aktiv umsetzen und sicherstellen, dass unsere Arbeit wirklich österreichweit gedacht und gelebt wird.« Dies soll durch eine Bundesländertour und durch intensive Kooperationen mit den designforen in Tirol und Vorarlberg untermauert werden.

Abschließend fasst Schindler ihre Haltung zusammen, die den künftigen Kurs des Verbandes bestimmen soll: »Ich sehe meine Verantwortung primär darin, eine verlässliche Partnerin für unsere Mitglieder zu sein, sie zu unterstützen und sie voranzubringen. Durch ein vielfältiges Programm im designforum möchte ich Inputs liefern, Perspektiven eröffnen und Erlebnisse schaffen. Denn nur zusammen können wir einen offenen, lebendigen Ort etablieren, der Begegnungen und Inspiration fördert.«

BERICHT ZUR AUSSERORDENTLICHEN GENERALVERSAMMLUNG 2025



Am Freitag, dem 3. Oktober 2025 fand eine außerordentliche Generalversammlung vor mehr als 60 Kolleginnen statt, um die designierte Nachfolgerin des seit annähernd 40 Jahren tätigen langjährigen Geschäftsführers Mag. Severin Filek vorzustellen.

Vertreterinnen des Teams, der Geschäftsführer sowie Vorstandsmitgliedern waren ebenso im designforum Wien anwesend wie auch weitere Kolleginnen vor ihren Bildschirmen.

Auf die Begrüßung durch Vorstand David Jablonski folgte der Tätigkeitsbericht von Geschäftsführer Severin Filek. Es wurde betont, dass designaustria neben seiner Funktion als Berufsvertretung und Serviceorganisation für die Designschaffenden die Interessen der gesamten Designbranche unter dem Gesichtspunkt vertritt, dass Design als essenzieller Wirtschafts- und Wettbewerbsfaktor zu werten ist. Dies dokumentierten die regelmäßig durchgeführten Erhebungen und Studien, die im Berichtszeitraum 2023 bis 2025 vorgenommen wurden – die letzte davon »Frauen zählen« wurde vor Kurzem sogar in 2. Auflage publiziert.

Gemäß den drei Säulen der Organisation, designaustria als Verein, designaustria service gmbh und designforum, wurden die Ziele laut Konstitution weiter vorangetrieben: Professionalisierung/Wissen, Designbewusstsein/Präsenz und die Kommunikation darüber.

In diesem Sinn konnte in den beiden vergangenen Jahren trotz wirtschaftlich schwieriger Rahmenbedingungen, wie der ausführliche Tätigkeitsbericht für den Zeitraum 2023–2025 (der allen Mitgliedern als Beilage zu den Mitteilungen zugeht) unter Beweis stellt: Publikationsreihen wurden fortgeführt, Wettbewerbe wie der Joseph Binder Award, der Staatspreis Design und der Romulus Candea Preis sowie die beiden EU-Projekte DigiPrime (2020–2024) und Next Gen Design (2024–2026) durchgeführt, Kooperationen konnten ausgebaut und Ausstellungen organisiert werden. Auch im Bereich Öffentlichkeitsarbeit konnte erneut ein Zuwachs an

Followerinnen und Likes im Bereich Social Media vorgelegt werden.

Im Anschluss an den Tätigkeitsbericht berichtet der Vorstand über den transparenten Prozess von Ausschreibung bis Findung der neuen Geschäftsführung – ab Ende des Jahres wird Severin Filek an seine bestellte Nachfolgerin Elli Schindler übergeben, aber noch bis Mitte 2026, zur Verfügung stehen. Elli Schindler wird willkommen heißen und stellt sich kurz mit ihren Plänen und Vorhaben für ihre für 5 Jahre befristete Periode vor. Diese Befristung macht auch einen Konstitutionswechsel nötig, da unsere Statuten (Konstitution) bislang eine unbefristete Bestellung vorsahen. Diese wird bei einer Enthaltung ohne Gegenstimme angenommen.

Danach wurde seitens des Geschäftsführers der Kassen- und Finanzbericht per 31. Dezember 2023 und 2024 vorgetragen. An die Rekorde konnte wieder angeschlossen werden – erstmals wurde bei einem Gesamtumsatz die Million übertroffen. Der Geschäftsführer konnte somit über die erfolgreiche Entwicklung der neben dem Verein aktiven designaustria service gmbh, die 2015 aus steuerrechtlichen und betriebswirtschaftlichen Gründen ins Leben gerufen wurde, berichten und es folgte seitens der Kassenprüferinnen Irene Persché und Clemens Heider die Genehmigung der Abschlüsse.

Im Jahr 2024 wurde der höchste jemals erzielte Eingang an Mitgliedsbeiträgen und eingegangenen Förderungen (EU-Projekte) und Subventionen in einer Höhe von insgesamt mehr als Euro 300.000 verzeichnet. In Wahrnehmung der kaufmännischen Sorgfalt wurde er einstimmig entlastet. In Anbetracht der Tatsache der Beitragsanpassung per 2024 wird dieser auch 2026 gleich bleiben.

Exakte Zahlen, Aufstellungen und Statistiken werden wie gewohnt en détail im Tätigkeitsbericht veröffentlicht. Da die widmungsgemäße Verwendung der zur Verfügung stehenden Mittel nachgewiesen werden konnte und keinerlei Beanstandungen durch die Kassenprüferinnen vorlagen, wurden Tätigkeits- und Kassenbericht einstimmig angenommen.

Geschäftsführer Mag. Severin Filek präsentierte den Antrag auf Ehrenpräsidentschaft für Renate Habinger und Reinhold »Nolde« Luger, die beide nach Laudationes von Verena Hochleitner und Sigi Ramoser einstimmig angenommen wurden.

EHRENMITGLIEDER



Renate Habinger, ausgebildet an der Höheren Graphischen Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt, zählt zu den prägendsten Persönlichkeiten der österreichischen Kinder- und Jugendbuchillustration. In Oberndorf an der Melk betreibt sie seit 1997 eine Papierwerkstatt und gründete dort 2013 das vielfach ausgezeichnete Kinderbuchhaus, einen einzigartigen Ort der Bildvermittlung. Mit der Mitentwicklung des Romulus Candea Preises und ihrer unermüdlichen Förderung junger Illustrator:innen wurde sie zur leidenschaftlichen Botschafterin des Bildes. Zahlreiche Auszeichnungen, darunter der Österreichische Kunstpreis und mehrfach der Staatspreis für Kinder- und Jugendliteratur, unterstreichen ihr außergewöhnliches Schaffen.

Mit dem Aufruf nach zahlreichen Vorstandskandidat:innen für die Periode ab 2026 und dem Ersuchen nach Unterstützung endete diese außerordentliche Generalversammlung.

Text: Severin Filek

Reinhold Luger, erster Preisträger des Joseph Binder Award (1996), prägte mit seinen Plakaten, Corporate Designs und Leitsystemen zahlreiche Städte und Institutionen, darunter das Stadtbussystem im Rheintal, die Stadt Dornbirn und Ausstellungsprojekte im vorarlberg museum. Von 2004 bis 2007 lehrte er an der Fachhochschule Vorarlberg und gab sein Wissen an die nächste Designgeneration weiter. Ausstellungen wie »Reinhold Luger. Grafische Provokation« (2020) würdigen sein Lebenswerk, das er 2018 der Vorarlberger Landesbibliothek übergab.



OPEN CALLS

GMUND AWARD 2026

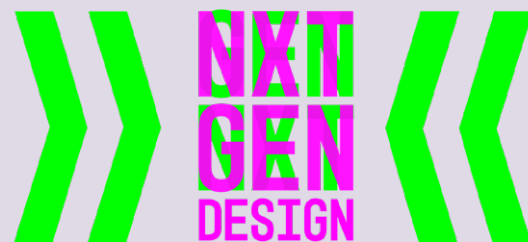


Gesucht werden innovative Druck- und Papierprojekte aus den Kategorien Packaging, Business, Mailing, Private, Book und Art, die ausschließlich Gmund Papier verwenden (Ausnahme bildet die Kategorie »Book«). Es wird auch ein Sonderpreis für Green Innovation vergeben.

Die Bewertung konzentriert sich auf die Qualität der Verarbeitung, den Markterfolg sowie die Kreativität und das Zusammenspiel von Druck, Verarbeitung und Papier. Die Einreichungsfrist läuft vom 6. Oktober 2025 bis zum 28. Jänner 2026. Interessierte reichen online ein Formular ein und senden anschließend zwei physische Exemplare an die Büttenpapierfabrik Gmund (Mangfallstr. 5, 83703 Gmund am Tegernsee). Die Gewinner:innen werden bei der feierlichen Preisverleihung am 29. April 2026 auf dem UNFOLDED Festival bekannt gegeben.

Nähere Infos unter:
gmundaward.com/einreichen-formular-2026

NEXT GEN DESIGN 2026



Am Donnerstag, den 15. Jänner 2026, startet der Call zur Zweiten Ausschreibung des Projekts Next Gen Design. Dieses richtet sich speziell an alle Designschaffenden in Europa unter 35 Jahren.

Weitere Informationen: nextgendesign.eu

STAATSPREIS DESIGN 2026

Das Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus (BMWET) schreibt den Staatspreis Design 2026 aus und würdigt damit herausragende Gestaltungsleistungen, an deren Realisierung österreichische Unternehmen und/oder österreichische Designer:innen Anteil haben. Gesucht werden serienmäßig hergestellte und am Markt befindliche Produkte aus den Bereichen Produkt Design, Industrial Design und im Bereich Räumliche Gestaltung.

Vergeben werden drei Staatspreise für Design in den folgenden etablierten Kategorien:

1. Industrial Design | Konsumgüter
2. Industrial Design | Investitionsgüter
3. Produktgestaltung Interior

Neuerung in der Kategorie Produktgestaltung

Interior: In dieser Kategorie sind keine ganzheitlichen Raumgestaltungen mehr zulässig. Es können ausschließlich Objekte eingereicht werden.

Zusätzlich zu den drei Staatspreisen werden wieder die folgenden Sonderpreise verliehen:

- Sonderpreis »Spaces & Environment«: Für die Gestaltung und Schaffung nachhaltiger Räume, z. B. Urban Design, öffentlicher Raum & Stadtmöblierung sowie Leitsysteme, Interior Design, Informations-Design & Ausstellungsgestaltung.
- Sonderpreis »Design-Concepts«: Für innovative Designkonzepte mit hoher Marktrelevanz und Umsetzungspotenzial von Studierenden und jungen Absolvent:innen.

Die eingereichten Projekte werden von einer unabhängigen, internationalen Fachjury bewertet. Die Jurysitzungen finden Anfang 2026 statt. Mitglieder der Jury sind:

- Nina Mair (AT) – Gründerin von Nina Mair Architektur + Design (seit 2012, Innsbruck).
- Patrick Lüth (AT/NO) – Managing Director bei Snøhetta in Innsbruck (seit 2011).
- Weiwei He (CN) – Director bei Tangerine (London-Studio), verantwortlich für Geschäftsentwicklung und Designprojekte im Mobilitätsbereich.
- Dick Spierenburg (NL) – Gründer Spierenburg Studio (seit 2009).
- Nina Mihovec (SLO) – Gründerin Studios Wilsonic Design (seit 2000, Slowenien).

Die Einreichgebühren bleiben unverändert zur letzten Ausschreibung:

Anzahl der Einreichungen	Gebühr (exkl. 20 % USt.)
1 Einreichung	€ 280,-
2 Einreichungen	€ 240,- pro Einreichung
3 oder mehr Einreichungen	€ 160,- pro Einreichung
Sonderpreis »Design-Concepts«	€ 75,- pro Projekt

(zzgl. 20 % USt.)

Mitglieder von designaustria erhalten eine Ermäßigung von 25 %. Die Bezahlung erfolgt online per Kreditkarte.

Einreichung bis zum 12. Jänner: Die Einreichung erfolgt online über die offizielle Website. Die Domain für die Anmeldung wird in Kürze bekannt gegeben. Bis dahin finden Sie alle Informationen zur Teilnahme auf der Website: staatspreis-design.at

Wir freuen uns auf Ihre innovativen Projekte!



AKTUELLES IM ÜBERBLICK

CALL FOR CANDIDATES:

BEWIRB DICH FÜR DEN DESIGNAUSTRIA-VORSTAND 2026 – 2029!

Wir suchen fünf engagierte Mitglieder, die als ehrenamtliches Leitungsorgan die strategische Ausrichtung und das Wohl unserer Gemeinschaft mitgestalten.

Dein Engagement ist gefragt, besonders im Hinblick auf das 100-jährige Jubiläum der designaustria im Jahr 2027! Bringe deine Expertise ein, übernimm Verantwortung und repräsentiere die Vielfalt unserer Mitglieder.

Wichtige Infos im Überblick:

- Aufgabe: Strategische Leitung, Beratung der Geschäftsführung, Repräsentation
- Bewerbungsfrist: 12. Jänner 2026, 12:00 Uhr

Die Bekanntgabe des designierten Vorstands und Einladung zur Generalversammlung erfolgt am 20. Februar 2026.

Alle Details zum Wahlprozess, zur Bewerbung und zur Arbeit des Vorstands findest du unter designaustria.at.

Wir freuen uns auf deine Bewerbung und deine Ideen für die kommenden drei Jahre!

Bei Fragen steht der amtierende Vorstand gerne zur Verfügung: vorstand@designaustria.at.

we
design
austria

DEIN PLATZ IN DER CAMPUSVÄRE AB 2026

Die CampusVäre in Dornbirn, Vorarlberg, ist die »Werkstatt zur Entwicklung der Zukunft« am Campus V, die auf 12.000 m² ehemaliger Spinnerei-Hallen einen multifunktionalen Raum für Kreativwirtschaft, Kunst, Kultur, Innovation und Vernetzung schafft. Sie gilt als Westösterreichs größtes Zentrum für Kreativwirtschaft und vereint Nachhaltigkeit mit Kreativwirtschaft. Die CampusVäre, die 2021 gegründet wurde, sucht aktuell kreative Mieter:innen für die Halle 4, welche Büroflächen zur Miete mit einer Gesamtfläche von 2.500 m² bietet, inklusive Gastronomie, Besprechungsräumen und öffentlichen Zonen. Das Kreativzentrum, welches unter anderem Bildungs- und Forschungseinrichtungen sowie Ateliers beherbergt, ist ein lebendiger Hub für Events, Ausstellungen und Netzwerktreffen.

Näheres unter: c-i-v.at/de/mieten

Dein Arbeitsplatz in der CampusVäre



DIE CREATIVE INDUSTRIES STYRIA SCHLIESST IHRE PFORTEN

Die Creative Industries Styria GmbH (CIS), wichtigste Förderstelle der steirischen Kreativwirtschaft, schließt zum 31. Dezember 2025. Grund ist das Scheitern der Gesellschafter (Land Steiermark, Graz, WK Steiermark) bei der Einigung über die Finanzierung. Die Schließung, die unmittelbar nach dem Abtritt von Langzeit-GF Eberhard Schrempf erfolgt, beendet eine 18-jährige Ära.

Die Bedeutung der CIS-Schließung:

Graz / Steiermark: Die Region verliert ihren zentralen »Brückenbauer« zwischen Kreativität, Wirtschaft und Forschung. Es entsteht eine massive Lücke in der Talentförderung und der internationalen Sichtbarkeit.

Österreich: Die Schließung gefährdet die Rolle von Graz als UNESCO City of Design und den damit verbundenen

Eine Steiermark ohne kreatives Rückgrat.

Die Creative Industries Styria GmbH muss per 31.12.2025 den operativen Betrieb einstellen.

internationalen Design-Diskurs, da die CIS als system-relevanter Impulsgeber für die Übertragung kreativer Leistungen mit messbarem wirtschaftlichem Mehrwert galt.

Das Ende der CIS hinterlässt ein strategisches Defizit und die offene Frage nach dem künftigen »kreativen Rückgrat« der Region.

CROWDFUNDING-KAMPAGNE

»GET OUT SNEAKER«!

Designer Michael Leonhartsberger und Das Merch (Tabakfabrik Linz) starten die Crowdfunding-Kampagne für den »Get Out Sneaker« – den Schuh, der dich inspiriert, den Bildschirm gegen das echte Leben einzutauschen!

Wir setzen ein Zeichen gegen die digitale Dauerablenkung: Der minimalistische, schwarz-weiße Sneaker aus zertifiziertem Leder erinnert dich mit dem markanten »Get Out«-Schriftzug daran, rauszugehen und Erinnerungen statt Likes zu sammeln.

- Nachhaltig & fair: Produziert in Portugal, ressourcenschonend und ausschließlich auf Vorbestellung.
- Dein Beitrag zählt: Ab 20 Vorbestellungen (je 159 €) startet die Produktion.
- Goodie: Ab ca. 50 Vorbestellungen verlosen wir unter allen Unterstützer:innen drei Abenteuerreisen!



Sei Teil der Community, die eine Haltung trägt! Laufzeit: 26. November – 19. Dezember 2025

Alle Infos zur Kampagne findest du unter:

getoutsneaker.com

Lass uns gemeinsam rausgehen und die Welt wieder mit eigenen Augen sehen!

WHAT DESIGNAUSTRIA AND THEIR MEMBERS ARE CURRENTLY UP TO

A significant generational change is underway at designaustria as Elli Schindler takes over as CEO from Severin Filek. Schindler plans to modernize the organization's visual identity, strengthen member services through dialogue (e. g., consultation hours), and broaden thematic focus to include AI, sustainability, and the circular economy. She aims to establish designaustria as the national Competence Centre for design by intensifying political lobbying and ensuring a strong regional presence. In contrast, the Creative Industries Styria (CIS) will close at the end of 2025 due

to a failure by funders to agree on continued funding. After 18 years, the closure of CIS—a crucial »bridge-builder« institution responsible for formats like Designmonat Graz—leaves a critical void in coordinating and strategically developing the Styrian creative economy. Finally, the Staatspreis Design 2026 (Austrian State Prize) is soon open for submissions in Industrial Design and Interior Product Design, with special prizes for »Spaces & Environment« and »Design-Concepts«.

IN GEDENKEN AN

JAN STAËL VON HOLSTEIN (1939 – 2025)

Jan Staël von Holstein war eine herausragende Persönlichkeit, ein echter Kosmopolit und eine unerschöpfliche Quelle der Inspiration. Er lebte in London, war aber weltweit unterwegs und begeisterte mit seiner Expertise in Designmanagement, Markenstrategie und Innovation.

Er war ein visionärer »Brückenbauer zwischen Ost und West«, der sich leidenschaftlich für den internationalen Austausch einsetzte. Schon in den 70er Jahren leitete er in London Unimark International, eines der ersten globalen Designunternehmen. Später initiierte er ein Branding- und Design-Netzwerk zwischen China und dem Westen, was zu einer jahrelangen freundschaftlichen Kooperation und zahlreichen Reisen führte. An der Tongji-Universität in Shanghai und auf internationalen Bühnen teilte er sein Wissen. Er war maßgeblich an der Organisation des Austrian Design & Branding Day auf der Expo Shanghai



2010 und des European Design Business Dialogue 2012 in Wien beteiligt.

Seine unbändige Energie und sein Engagement waren legendär. Auf die Frage, warum er sich auch im fortgeschrittenen Alter noch so sehr engagierte, antwortete er lapidar: »I don't want to just pass away, there are so many things to do.« Jan Staël von Holstein bleibt allen, die ihn kannten, als Mentor und enorme Bereicherung in Erinnerung.



LO BREIER (1953 – 2025)

Lodewijk (Lo) Breier war ein renommierter Grafikdesigner und Art Director, der die österreichische und internationale Designszene als

eine ihrer prägendsten Persönlichkeiten verlässt. Nach seiner Ausbildung an der Meisterklasse der »Graphischen« in Wien etablierte er sich früh als Ausnahmetalent. Seine Karriere führte ihn über Wien, Hamburg und Berlin und prägte die Medienlandschaft nachhaltig.

Als Art Director der Zeitschriften »Wiener« und später »Tempo« schuf er einen unverwechselbaren, wegweisenden Stil für eine ganze Generation. Ein Höhepunkt seiner Arbeit war die Gestaltung des ikonischen Album-covers für Falcos »Junge Roemer« im Jahr 1984.

Lo Breier war auch in der Werbebranche eine treibende Kraft und Mitbegründer der Agenturen »Büro X« und

»P. Agentur für Markengestaltung« – er arbeitete für Marken wie Porsche, Mercedes und Prada. Zuletzt krönte er seine Karriere als Art Director und Mitglied der Chefredaktion der »Bild am Sonntag«.

Seine Arbeit zeichnete sich durch eine einzigartige Mischung aus Klarheit, Eleganz und Mut aus. Er hatte die Fähigkeit, kreative Aufgaben stets neu zu denken und eine sparsame, aber überzeugende Ästhetik zu schaffen. Für sein Lebenswerk wurde Lo Breier 2020 vom Art Directors Club Deutschland gewürdigt. Er hat die Welt des Designs ein Stück schöner gemacht, als er sie vorfand, und wird als genialer Grafiker und außergewöhnlicher Mensch in Erinnerung bleiben.

WOLFRAM GSELL (1942 – 2025)

Wolfram Gsell war eine prägende Persönlichkeit der österreichischen Designlandschaft. Als vielseitiger Grafikdesigner, Künstler, Art Director und Industrial Designer gestaltete er die visuelle Kommunikation und Markenidentität in Österreich maßgeblich mit.

Seine Karriere, die unter anderem bei Steyr-Daimler-Puch und Henkel Austria begann, zeichnete sich durch eine klare und präzise Formensprache sowie typografische Meisterschaft aus. Sein Werk umfasste vielfältige Markenidentitäten, die Gestaltung von Verpackungen, Messedesigns und Unternehmensauftritten. Zu seinen namhaften Kunden zählten Henkel, Gillette, Canon, der ORF und das Parlament. Als freischaffender Künstler blieb er unter dem Namen Wolfram Xel seinen



gestalterischen Prinzipien treu. Ein bekanntes Beispiel seiner Arbeit ist das ikonische »Neulengbacher Schaferl«, das er für das Rebranding der Stadt Neulengbach schuf.

Wolfram Gsell wird für seinen unverwechselbaren Stil, seine Professionalität und seine tiefe Leidenschaft für gutes Design in Erinnerung behalten.



BARRY HEWSON (1945–2025)

Wie gründet man Niederösterreichs erste Privatuniversität an einem Standort, der nicht als Uni-Stadt etabliert ist?

Wie schafft man Vertrauen bei

Studieninteressierten in eine Institution, die neu ist und auf keine gewachsenen Erfahrungen in Lehre und Forschung zurückgreifen kann?

Wie schreibt man ein Curriculum zu den neuen Bologna-Bedingungen, wenn niemand Erfahrungen damit hat?

Wie schafft man wirtschaftliche Bedingungen, die finanzierbar sind?

Man nehme: Barry John Hewson.

Kühn, streitbar, unbequem, flexibel, engagiert, fordernd. Ein genialer Netzwerker; ein inspirierender, den Studierenden alles abverlangender Lehrender; ein blitzschneller, hochkreativer Kombiniierer. Ein ungeduldiger Visionär mit 1.000 Ideen. Sein Mindset: Alles ist machbar.

Dazu: Ein Team aus Lehrenden, Forschenden und Praktiker:innen. Die WKNOE, die als starker Partner an ihrer Seite stand. Die Stadt St. Pölten, die sich dafür einsetzte, Universitätsstadt sein zu wollen.

Die Erfahrungen, die Barry Hewson schon zuvor als Schulleiter des Kollegs und Aufbaulehrgangs für Design

am WIFI Niederösterreich sowie in Kooperationen mit der Kingston University London sammeln konnte, flossen in den Entwicklungsprozess mit ein.

Es glückte. 2004 startete die NDU ihr erstes Semester. Viel wurde möglich durch die zähe Antriebskraft und Energie Barry Hewsons, durch sein Organisationstalent, sein Ideenreichtum.

Die NDU verdankt Barry Hewson viel.

21 Jahre und über 2.000 Absolventinnen und Absolventen später ist die Universität nach wie vor am Puls der Zeit, passt das Curriculum sukzessive an die Bedingungen und Anforderungen des Marktes an, agiert wach und lebendig nach innen und nach außen und wächst behutsam. Aus den zwei Studiengängen zu Beginn im Jahr 2004 sind inzwischen fünf Bachelor- und zwei Masterstudiengänge sowie ein Doktoratsstudium geworden. Flankiert wird das Ganze durch acht berufsbegleitende Universitätslehrgänge.

Der neugierige, unbequeme und ständig auf Verbesserung drängende Habitus unseres Gründers ist noch immer Teil des heutigen NDU-Spirits.

DANKE; H.! We keep in touch.

Text: Ulrike Poetschke/Johannes Zederbauer

ERFOLGE

Die heimische und regionale Designbranche feiert zahlreiche Auszeichnungen für Projekte, die gestalterische Exzellenz mit gesellschaftlichem Mehrwert verbinden. So wurden beim Red Dot Award das Orientierungssystem für das kbo-Kinderzentrum München sowie die Kommunikationskampagne »gehirngesund« zur Demenzprävention prämiert. Innovative Experience Designs von Studio Freude (u. a. zum Thema Klimazukunft) wurden ebenfalls gewürdigt.

Die Schaffenskraft der regionalen Kommunikationsbranche spiegelte sich im Vorarlberger Kreativpreis 2025 wider, bei dem Agenturen wie Sägenvier und zurgams zahlreiche Gold- und Silberauszeichnungen erhielten. Zudem wurde das Fotobuch »Totes Gebirge« mit einer Silbermedaille beim Deutschen Fotobuchpreis ausgezeichnet. Diese Erfolgsbilanz wird ergänzt durch die feierliche Verleihung des Austrian Interior Design Awards und des Romulus Candea Preises, die herausragende Leistungen in ihren jeweiligen Disziplinen würdigten.

RED DOT AWARD

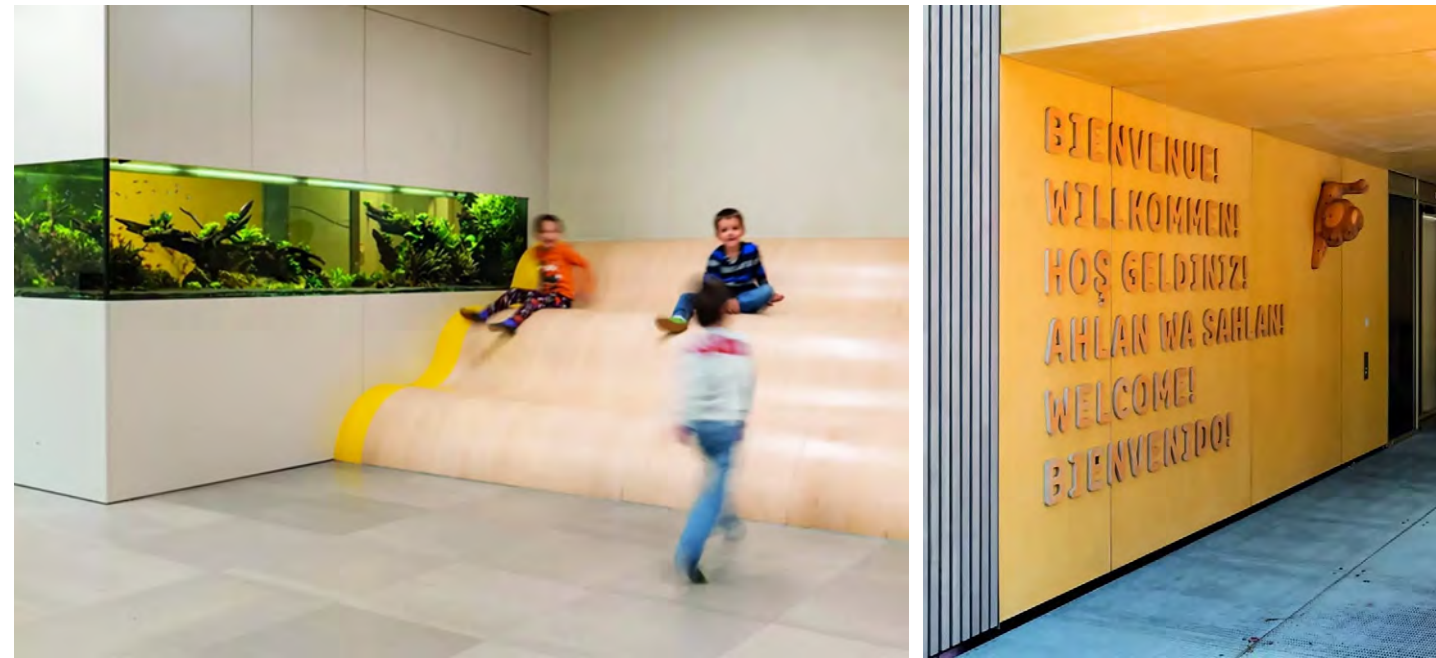
Der Red Dot Award, eines der weltweit renommiertesten Gütesiegel für hervorragendes Design und Innovationskraft, hat auch in diesem Jahr Projekte prämiert, die gestalterische Qualität mit einem tiefen gesellschaftlichen Nutzen verbinden. Die Auszeichnungen gehen unter anderem an die Kommunikationskampagne »gehirngesund« von Identity Lab und an das durchdachte Orientierungssystem von Andreas Koop für das kbo-Kinderzentrum München.

Die Initiative »gehirngesund«, entwickelt von Philip Reitsperger und seinem Team von Identity Lab, wurde für ihr herausragendes Kommunikationsdesign gewürdigt. Das Projekt verfolgt die Vision, eine zentrale, unabhängige und niederschwellige Plattform zur Förderung der Gehirngesundheit zu etablieren. Vor dem Hintergrund der prognostizierten Verdreifachung der Demenzfälle bis 2050 ist das Ziel, die Lebensqualität im Alter zu verbessern und präventiv tätig zu werden. Das Besondere am Ansatz ist die Abkehr vom oft als »grau« und schwer empfundenen Thema Demenz und Alzheimer. Stattdessen wird die Thematik in einer frischen, positiven und lebensfrohen Form präsentiert. Die Plattform gehirngesund.at bietet freien Zugang zu wissenschaftlich fundierten Informationen und überführt komplexe wissenschaftliche Erkenntnisse in ein einfaches, verständliches und praxisnahes Format. Herzstück sind acht Videoclips, die die wichtigsten Einflussfaktoren wie Bewegung, Schlaf und Ernährung thematisieren. Damit liefert Identity Lab ein Design, das inspiriert, Mut macht und die Bevölkerung motiviert, Verantwortung für die eigene Gesundheit zu übernehmen, da Wissen der Schlüssel zu einem gesunden und erfolgreichen Altern ist.

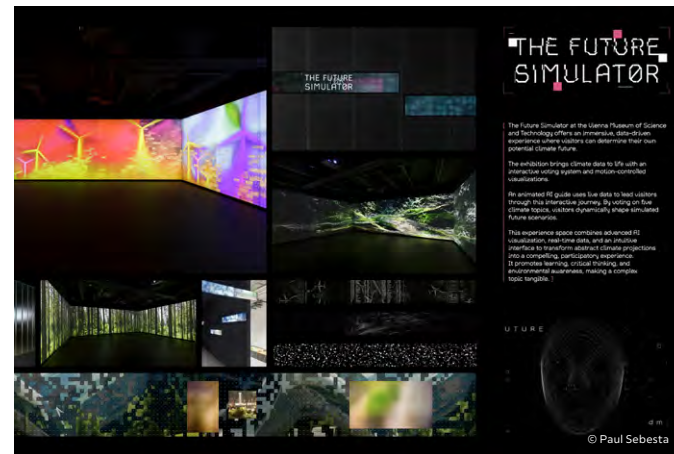
Ein weiterer Red Dot Award geht an Andreas Koop und sein Team für die Entwicklung des Orientierungs- und Leitsystems im kbo-Kinderzentrum München. In dieser Spezialklinik werden Kinder und Jugendliche mit Behinderungen, Entwicklungsverzögerungen und chronischen Erkrankungen diagnostiziert, therapiert und gefördert. Im Zentrum des Leitsystems steht das Symbol »die kleine Schnecke«, inspiriert von einem Haiku von Kobayashi Issa, das die Langsamkeit und Einschränkungen als Ausdruck der eigenen Möglichkeiten akzeptiert, aber dazu anhält, »unbeirrbar zu bleiben«. Die Schnecke begleitet die Kinder langsam, aber stetig durch das gesamte Gebäude. Das Leitsystem nutzt dabei die Farbe als elementares funktionales Mittel zur Orientierung: Jedes Gebäude erhält eine eigene, klare Farbe zur Abgrenzung, ergänzt durch eine Buchstabencodierung. Darüber hinaus haben die Farben die wichtige Aufgabe, Atmosphäre zu schaffen und eine wohnliche, angenehme Ausstrahlung zu vermitteln. Das Projekt ist ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie ein Leitsystem durchdachtes Design im Dienst der Inklusion und menschlichen Fürsorge einsetzt, um jungen Patient:innen und ihren Familien die Orientierung zu erleichtern und eine positive Umgebung zu schaffen.

Zwei weitere Auszeichnungen gehen an das Studio Freude für innovative Experience Designs.

Das Projekt »Future Simulator«, ausgezeichnet in der Kategorie Exhibition Design, bietet im Technischen Museum Wien ein immersives, datenbasiertes Erlebnis, bei dem Besucher:innen ihre Klimazukunft selbst gestalten. Mithilfe eines interaktiven Abstimmungssystems, bewegungsgesteuerter Visualisierungen und



↑ Orientierungs- und Leitsystem im kbo-Kinderzentrum München von Andreas Koop und seinem Team



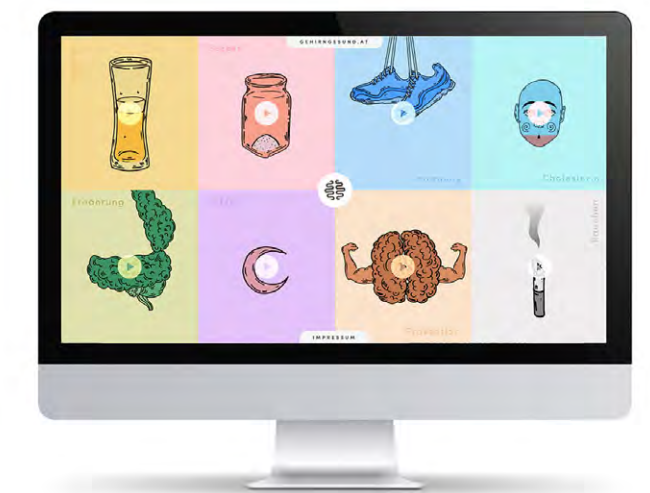
↑ »Future Simulator« von Studio Freude



↑ »Taste in Translation« von Studio Freude

eines druckempfindlichen Bodens wird Klimadaten Leben eingehaucht. Der Boden reagiert auf die Bewegungen der Besucher:innen und fügt so eine zusätzliche Ebene der Interaktivität hinzu. Eine animierte KI-Stimme interagiert mit den Live-Daten und führt die Teilnehmer:innen durch die Experience. Dieser innovative Experience Room verbindet fortschrittliche Visualisierung, Echtzeitdaten und eine intuitive Benutzeroberfläche und verwandelt komplexe Klimaprognosen in eine partizipative, lehrreiche Erlebnisreise.

Ebenfalls prämiert wurde »Taste in Translation« in der Kategorie wearable technical solutions. Diese Technologie hat die Kraft, das Unsichtbare sichtbar zu machen. Durch die Kombination von Gehirnwellenmessung, Geschmacksprofilen und Farbkombinationen übersetzt die Installation persönlichen Geschmack in visuelle Eindrücke. In Echtzeit wird jedes individuelle sensorische Erlebnis in eine dynamische Visualisierung übersetzt, welche die einzigartige Komplexität jedes Geschmackserlebnisses offenbart.



↑ »gehirngesund«, von Philip Reitsperger und seinem Team von Identity Lab

AUSTRIAN INTERIOR DESIGN AWARD 2025



↑ Ruefa Experience FlagshipStore von wiernull zeichenbureau, breadedEscalope Design OG, Studio MOM Architektur ZT GmbH

Am 6. November 2025 feierte der Austrian Interior Design Award seine fünfte Verleihung im designforum Wien und stellte erneut Österreichs Spitzenleistungen in Produktdesign und Innenarchitektur in den Fokus. Initiator der Auszeichnung war der Building Innovation Cluster der oberösterreichischen Standortagentur Business Upper Austria.

Unter dem Motto »Polarität nutzen, Pfade entdecken« würdigte der Award Gestalter:innen, die Ambivalenz als Chance begreifen, um Räume zu schaffen, die berühren und Identität stiften.

Die Bewertung erfolgte durch eine unabhängige Fachjury, die aus acht Expert:innen aus Interior-, Design- und Innenarchitektur sowie Szenekenner:innen bestand. Die Jury setzte in diesem Jahr ein starkes Zeichen und würdigte explizit kontinuierliche gestalterische Qualität auf höchstem Niveau. Erich Gaffal, Manager des Building Innovation Clusters, erklärte die Entscheidung:

»Möbeldesign und Innenarchitektur gehören zu den spannendsten kreativen Berufsfeldern. Doch der Markt ist herausfordernd. Begrenzte wirtschaftliche Möglichkeiten und mangelndes Designbewusstsein der Bevölkerung stellen Gestalterinnen und Gestalter vor große Herausforderungen. Nur die Widerstandsfähigsten und Kreativsten können sich langfristig behaupten. Deshalb hat die Jury heuer ein starkes Zeichen gesetzt und Persönlichkeiten ausgezeichnet, die mit Leidenschaft und Beharrlichkeit überzeugen. Der Sonderpreis der Jury würdigt nicht ein Lebenswerk, sondern kontinuierliche gestalterische Qualität auf höchstem Niveau.«



↑ Mini-Stations von studio re.d

Erstmals wurden zwei Sonderpreise für Gestalter:innen vergeben, die über Jahre hinweg mit verlässlicher Exzellenz und gestalterischer Präzision Maßstäbe setzen:

- Lucy.D: Das Designstudio von Barbara Ambrosz und Karin Santorso wurde für »Design mit Haltung und Poesie« ausgezeichnet. Das Duo überzeugt durch konzeptionelle Tiefe, Sinnlichkeit und einen offenen, nachhaltigen Zugang in ihre Projekte.
- Georg Bechter: Er wurde als »Lichtgestalter und Impulsgeber der heimischen Designlandschaft« gewürdigt. Als Architekt, Designer und Lichtgestalter verbindet er Handwerk und Technik zu einer klaren, innovativen Sprache und prägt die Baukultur.

Zu den weiteren Preisträger:innen, die das hohe Niveau der österreichischen Designlandschaft unterstreichen, zählen u. a.:

- Produktdesign (Superflex): Das flexible Büro-Möbelkonzept *Playroom*, designt vom Studio MARCH GUT.
- Produktdesign (Storage): Das auf das Wesentliche reduzierte Wandregal *REAL STAGE*, entworfen von ante up (Hauke Unterburg & Benedikt Stonawski).
- Schlafen: Das Massivholzbett Bett LIGERO, entworfen von Peter Postlmayr, Postlmayr Design.

Wer mehr erfahren will, findet alle Details zu den Auszeichnungen und Preisträger:innen im dazugehörigen Katalog 2025 unter designpreis.at/die-ausgezeichneten.

VORARLBERGER KREATIVPREIS 2025

Der diesjährige Vorarlberger Kreativpreis 2025 hat mit über 220 Einreichungen die bemerkenswerte Vielfalt und Schaffenskraft der regionalen Kommunikationsbranche eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Die Preisverleihung im Spielboden Dornbirn war von einer energiegeladenen Atmosphäre geprägt, die Moderation durch Heidi Winsauer wurde durch die Performance-Künstlerin Deborah Rusch und die Liveband konz.art ergänzt. Studierende der FH Vorarlberg ermöglichten parallel durch ein Filmprojekt einen umfassenden Einblick in die gesamte Bandbreite der eingereichten Arbeiten.

Unter dem Vorsitz von Stefanie Huber, Vizepräsidentin des ADC Schweiz und Vorstandsmitglied des ADC Europe, vergab eine unabhängige Jury Gold, Silber und Bronze in zwölf Haupt- und drei Sonderkategorien. Die Jurybegründungen würdigten insbesondere den Mut zu

Ein signifikantes Ergebnis des Wettbewerbs ist der Erfolg von Agenturen, die entweder direkt in der designaustria, der zentralen Interessensvertretung für Design in Österreich, verankert sind oder enge Verbindungen zu dieser Organisation unterhalten. Diese Erfolge spiegeln die Qualität des professionellen Design-Netzwerks der Region wider:

- Sägenvier DesignKommunikation gewann Gold in der Kategorie Public Relations für das Projekt »einstückdemokratie«.
- Die zurgams kommunikationsagentur GmbH war mit Gold in Audio für »Her mit dem Bär – Schnitzelbär« und Silber ebenfalls in Audio für »Weiterbildung mit BFI« erfolgreich.
- Das Super Büro für Gestaltung (Super BfG) holte Gold in POS – Messearchitektur für »Dem Senf auf der



unkonventionellen Lösungen, die eigenständige gestalterische Handschrift und die handwerkliche Präzision. Bernhard Hafele und Hanno Schuster, die Doppelspitze der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, bezeichneten den Preis als »Schaufenster für die Ideenvielfalt«. Schuster adressierte dabei auch die Rolle des Menschen im Zeitalter der Künstlichen Intelligenz: »Echte Kreativität aber hängt am seidenen Faden des Menschen – sie ist fragil, einzigartig und nicht ersetzbar.«

Die prämierten Projekte qualifizieren sich automatisch für den österreichweiten Branchenwettbewerb »Austriacus«. Die Sieger:innenarbeiten sind ab dem 1. Oktober in der CampusVäre in Dornbirn ausgestellt.

Spur« sowie ein weiteres Mal Gold (Werbespot Online) und Silber (Bewegtbild) in Kooperation mit tannen:bach Filmproduktion für die Kampagne »CASA Möbel. Die Investigation«. Das Super BfG gewann zudem Silber- und Bronzpreise für weitere Projekte in der Kategorie POS und Print.

- Das hej studio erhielt Gold in der Kategorie Verpackungsdesign für »Marleybones Dog Dining« sowie Gold in Dialogmarketing für »zeilensalz – das Verfeinern zwischen den Zeilen«.
- Die Agentur klebermetzler OG gewann Gold in der Kategorie Kampagne für »Brauerei Egg – Ein Wälder Lied« und Gold in Digital für »Sutterlüty – Fake News«, ergänzt durch Silber-Auszeichnungen in den Kategorien Bewegtbild, Kampagne und Print.

ROMULUS CANDEA PREIS 2025: GLANZVOLLES FINALE FEIERT ILLUSTRATIONSTALENTE

Mit einer sehr persönlich-festlichen Preisverleihung und einem stilvollen Abschlussevent ging der Romulus Candea Preis 2025 am 10. November im designforum Wien zu Ende. Der renommierte Illustrationswettbewerb für (un)veröffentlichte Kinderbuchprojekte feierte seine zwölfte Ausgabe. Seit seiner Initiierung im Jahr 2003 gilt der im zweijährlichen Rhythmus stattfindende Preis als wichtiger Impulsgeber für die Bilderbuchszene.

Die diesjährige Ausschreibung verzeichnete eine erfreuliche Resonanz von 61 Einreichungen. Die Fachjury nominierte daraus neun Projekte in der Hauptkategorie »Newcomer:innen« (Illustrator:innen mit maximal zwei publizierten Büchern), die allesamt durch herausragende kreative Vielfalt überzeugten.

Ein wesentliches Merkmal des Romulus Candea Preises ist sein starkes Engagement für die gezielte Talentförderung. Die Nominierten profitierten im Vorfeld von einem intensiven Coaching-Programm, das über den Rahmen einer reinen Preisverleihung hinausgeht. Die Mentorinnen Renate Habinger und Verena Hochleitner nahmen dabei eine zentrale Rolle ein: Bei den Coaching-Terminen am 1. März und 10. Mai erhielten die Kreativen wertvolles persönliches Feedback zur Weiterentwicklung ihrer eingereichten Projekte.

Die Entscheidung über die Nominierungen traf eine unabhängige fachkundige Jury, der in diesem Jahr Judith Auer, Mag. Dr. Sabine Fuchs, Leonora Leitl, Raffaella Schöbitz und Lisa Maria Wagner angehörten.

FEIERLICHER ABEND MIT PERSÖNLICHER PRÄSENTATION

Der festliche Abend im designforum Wien begann mit der Eröffnung durch Elli Schindler. Sie führte erstmals durch die Veranstaltung und stimmte das Publikum mit einer kurzen Einführung in die Historie und die Bedeutung des Romulus Candea Preises ein.

Im Anschluss wurden die Urkunden an die neun nominierten Illustrator:innen verliehen. Die Gewinner:innen sind:

- Armin Eichberger
- Ulrike Falkensammer
- Patricia Floch
- Johanna Hauenschild
- Alexandra Hochreiter
- Anna Just-Kunrath
- Silke Lutz
- Michaela Vogl
- Katharina Wagner

Ein zentrales Element der Veranstaltung war die Gelegenheit für die Preisträger:innen, ihre individuellen Projekte persönlich vorzustellen. Danach folgten Roundtables, bei denen die Preisträger:innen in Vier-Augen-Gesprächen – u. a. mit Verlagsvertreter:innen – intensiv über ihre Projekte diskutieren und erste wichtige Kontakte knüpfen konnten. Ein Format, das eine wertvolle Bereicherung für beide Seiten darstellt und die Vernetzung in der Branche fördert. Gratulation an alle Preisträger:innen!



© Anna Just-Kunrath



© Valerie Eccli



Silke Lutz



© Patricia Floch

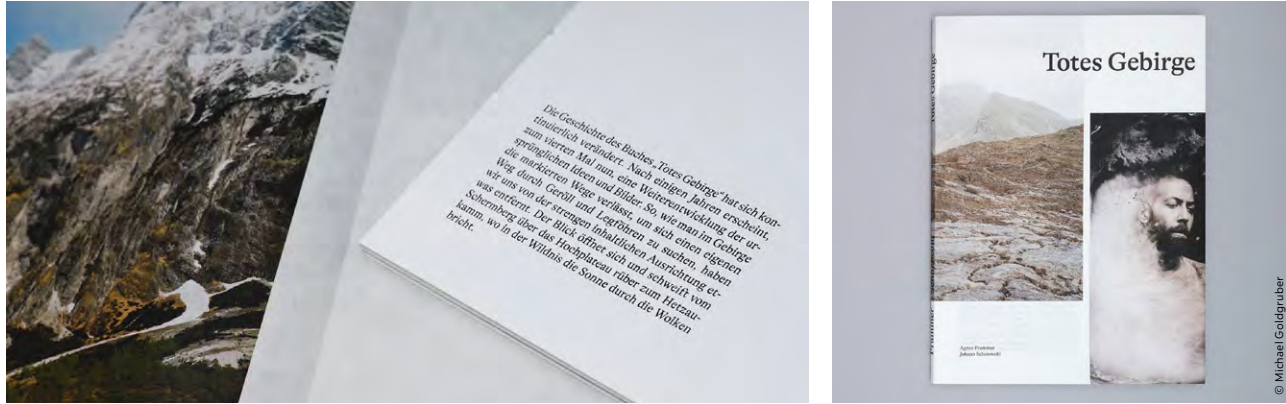


© Valerie Eccli



© Valerie Eccli

»TOTES GEBIRGE« GEWINNT BEIM DEUTSCHEN FOTOBUCHPREIS



Das Fotobuch »Totes Gebirge« gewinnt die Silbermedaille des Deutschen Fotobuchpreises!

Der Deutsche Fotobuchpreis zeichnet jährlich die besten Fotobücher und Bücher über fotografische Bilder aus Deutschland, Österreich und der Schweiz aus und wird vom Festival Fotografischer Bilder e. V. in Regensburg vergeben. Die Silbermedaille für »Totes Gebirge« zeigt die gelungene Verknüpfung von künstlerischer Fotografie, tiefgründiger Thematik und herausragender Buchgestaltung.

Das Buch »Totes Gebirge« (Fotohof edition) ist weit mehr als ein klassischer Landschaftsband; es ist eine kontemplative Auseinandersetzung mit den Themen Tod, Verlust und Trauer. Die Künstler:innen Johann Schoiswohl (geb. 1979) und Agnes Prammer (geb. 1984) vereinen zwei unterschiedliche, aber korrespondierende fotografische Ansätze: Schoiswohl steuert eindrucksvolle Landschaftsaufnahmen des gleichnamigen Bergstocks in Österreich bei, die in über 13 Jahre entstanden sind und mit ihren kargen Felsen als Metapher für Dauerhaftigkeit und Vergänglichkeit dienen. Prammer konfrontiert diese

Landschaften mit intimen Porträts von Menschen, die mit dem Verlust eines geliebten Menschen umgehen. Hierfür verwendet sie das historische Wet Plate Collodion Verfahren, welches den Porträts eine zeitlose, fast melancholische Tiefe verleiht. Die fotografische Arbeit wird durch tiefgründige Essays ergänzt, welche die thematische Ebene vertiefen: Die Texte stammen von der österreichischen Autorin Sandra Gugić und dem Theoretiker Stephen Zepke, wobei Gugić insbesondere über die Arbeit der Trauer und den Umgang der Hinterbliebenen reflektiert. Verantwortlich für das elegante Design ist Christine Zmölnig (sensomatic), deren Gestaltung sich durch seine ungewöhnliche, mehrschichtige Materialität auszeichnet, die die Eleganz und Kontemplativität des Themas widerspiegelt. Der Rhythmus entsteht durch den dynamischen Wechsel von glänzendem/mattem »Bindakote«-Papier, das bewusst Brüche setzt, und semi-transparentem »IBO«-Papier, das Fotografien und Essays verwebt. Durch diese untypische Leichtigkeit und die inszenierten Brüche widersetzt sich das Buch dem Kanon des klassischen Fotobuchs und regt zur eigenen, lang-samen Meditation über das Sein an.

AWARDS & ACHIEVEMENTS

The Red Dot Award recognized projects like the brain health campaign »gehirngesund« by Identity Lab and an inclusive wayfinding system by Andreas Koop at the kbo-Kinderzentrum München. The award also recognized innovative experience designs by Studio Freude, such as the climate-focused »Future Simulator« and »Taste in Translation«. The Vorarlberger Kreativpreis 2025 highlighted the region's strong creative output, with numerous agencies like Sägenvier DesignKommunikation, zurgams kommunikationsagentur GmbH, Super Büro für Gestaltung (Super BfG), hej studio, and klebermetzler OG

securing Gold awards across various categories. For interior design, the Austrian Interior Design Award 2025 gave special recognition to the studio Lucy.D (Barbara Ambrosz and Karin Santorso) and Georg Bechter for their consistent high-level design quality. Furthermore, the photobook »Totes Gebirge«, with photography by Johann Schoiswohl and Agnes Prammer and design by Christine Zmölnig (sensomatic), won a medal at the Deutscher Fotobuchpreis. Finally, the Romulus Candea Preis 2025 supported emerging talents in children's book illustration, featuring nominees like Armin Eichberger and Ulrike Falkensammer.

RÜCKSCHAU

In der Rückschau blicken wir dieses Mal auf drei zentrale Ereignisse, die die Bandbreite und Zukunftsfähigkeit der österreichischen Kreativszene unterstrichen. Die Vienna Design Week (VDW) diente zehn Tage lang als vielbeachtetes Laboratorium für Ideen. Im Fokus der 19. Ausgabe stand Design als Motor für ökologische und soziale Transformation, manifestiert in Themen wie Fokus: Ageing, Urban Wood und NEXT GEN DESIGN. Das Festival wurde auch von einem historischen Abschied geprägt: dem Ende der 14-jährigen visuellen Partnerschaft mit Bueronardin.

Parallel dazu feierte das Institut Industrial Design der FH JOANNEUM mit seiner jährlichen Show sein 30-jähriges Bestehen und präsentierte visionäre Studierendenprojekte zu Zukunftsthemen wie Mobility Design und KITCHEN OF THE FUTURE 2035.

DIE ARCHITEKTUREN DES ALLTAGS: EIN STREIFZUG DURCH DIE VIENNA DESIGN WEEK



Die Vienna Design Week (VDW), die sich über zehn Tage, fünfzig Schauplätze und rund 200 Veranstaltungen in der österreichischen Hauptstadt erstreckte, hat in ihrer diesjährigen 19. Ausgabe die zeitgenössische Gestaltung nicht bloß gefeiert, sondern sie als Motor für ökologische, soziale und kulturelle Transformation in Szene gesetzt. Die Wahl der ehemaligen Kfz-Werkstatt in Wien-Wieden als unkonventioneller Hauptsitz signalisierte eine klare Haltung: Hier ging es nicht um Hochglanz, sondern um die lebendige Plattform für Debatten, Innovationen und die Neudefinition des Alltäglichen. Denn die VDW fungierte eindrücklich als Laboratorium für Ideen, die über die reine Ästhetik hinauswiesen. Im Kern zeigten sich Nachhaltigkeit und soziale Resonanz als die entscheidenden programmatischen Ankerpunkte. Als bemerkenswert galt die konsequente Verweigerung einer rein technokratischen Lösungssuche zugunsten eines philosophischen, menschlicheren Ansatzes in der Gestaltung.



DIE ESSENZ DES PROGRAMMS: REIFUNG, MATERIALITÄT UND ENGAGEMENT

Fokus: Die Patina der Zeit – Fokus: Ageing

Der Titel *Fokus: Ageing* unter der Ägide von Gastkuratorin Sandra Nuut stellte eines der intellektuellen Highlights dar. Er widmete sich nicht nur der Ästhetik des Wandels, sondern der Akzeptanz von Vergänglichkeit. In einer Ära, in der Design oft auf ewige Perfektion abzielte, präsentierte die Ausstellung Positionen, die den natürlichen Verfall, die Abnutzung und die Spuren der Zeit – sei es Rost oder die Patina von Leder – nicht als Mangel, sondern als integralen Bestandteil der Objektbiografie begriffen. Die kroatische Designerin Ejla Miletić lenkte mit ihren Wachs-Stein-Objekten (*Sada Space*) die Aufmerksamkeit subtil auf den sich verändernden Raum, den brennende Kerzen aktivierten. Es war eine



tiefgründige Feier der Reifung und der Tiefe, die ein Objekt erst durch seine Geschichte gewann. In der Festivalzentrale war zudem ein Showcase der Zusammenarbeit von Laura Karasinski mit IKEA zu sehen, der die legendäre Frankfurter Küche in den Kontext inklusiver Küchengestaltung übertrug und Anlass für gesellige Küchenpartys bot.

Die Bio-Fabrique und Urbanes Holz

Das Streben nach einer kreislauffähigen Materialwirtschaft war omnipräsent. Initiativen wie die Biofabrique Vienna zeigten im Rahmen des Formats *Urban Food & Design* den schwierigen, aber notwendigen Weg auf, Naturfarben aus Lebensmittel- oder Pflanzenabfällen zu entwickeln – eine essenzielle Alternative zu erdöl-basierten Pigmenten. Parallel dazu demonstrierte der Verein Stadtholz in der Schiene Stadtarbeit-Social Design, die in diesem Jahr den Erste Bank Social Designpreis (dotiert mit je € 2.500) gewann, die Wiederbelebung urbaner Ökologie. Gefällte Wiener Bäume vor der Entsorgung zu retten und in Workshops als Ressource zu nutzen, war mehr als Upcycling; es wurde zu einer symbolischen Rückholung von Natur in den urbanen Kreislauf. Zusätzlich präsentierte sich die World Design Capital Frankfurt RheinMain 2026 im Format GAST mit Ausstellungen zur gesellschaftlichen Rolle von Design.

NEXT GEN DESIGN: Die Zukunft Europas gestalten

Die Präsentation der 52 Sieger-innenprojekte des Wettbewerbs *NEXT GEN DESIGN 2025*, gefördert im Rahmen des New European Bauhaus, manifestierte die europäische Dimension des Festivals. Die konsequente Verankerung aller Projekte in den Prinzipien des zirkulären Designs lieferte Anlass zur Hoffnung. Die vorgestellten Entwürfe der nächsten Generation von Changemakern aus ganz Europa bewiesen, dass die nachhaltige, inklusive und zukunftsweisende Gestaltung keine Utopie

mehr, sondern eine konkrete, handwerkliche Aufgabe war. Diese kuratierte Auswahl lieferte den Beweis, dass eine wertorientierte Avantgarde bereits aktiv ist. Auch das neue Label Mixer! trug zur Vielfalt bei, indem es an ungewöhnlichen Orten in Wien (wie einer Apotheke oder einem vegetarischen Pionierbetrieb) Designprojekte, etwa von SHIFT oder der ecuadorianischen Marke ASET., im unkonventionellen Rahmen präsentierte.

Design im Dienste des Gemeinwohls: Design for good

Die Ausstellung »Design for good – Design can change the world« unterstrich die soziale Verantwortung des Faches mit Nachdruck. Sie positionierte Gestaltung als ernsthaftes Werkzeug zur Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen. Die retrospektive Sammlung von Pro-bono-Projekten für Organisationen wie VinziRast oder Global 2000 zeigte, wie Design komplizierte Sachverhalte klar und vor allem emotional verständlich vermitteln konnte. Die Botschaft war unmissverständlich: Design ist in seiner besten Form ein unverzichtbarer Motor für positiven gesellschaftlichen Wandel.

ZWEI PROJEKTE AM SCHNITTPUNKT VON HANDWERK UND EXPERIMENT

Die wahre Handschrift der VDW lag in ihren experimentellen Formaten, die das Publikum aus der Passivität rissen und zur Reflexion anregten. Ergänzend dazu wurde erstmals das Professional Breakfast abgehalten, ein frühmorgendliches Netzwerktreffen, das den Austausch zwischen rund 100 Akteur:innen aus Design und Wirtschaft förderte.

1. Das Multisensorische Happening: *Passionswege – Swedish Girls* und *Cucina Alchimia*

Das Format *Passionswege* lieferte mit der Kooperation des schwedischen Duos *Swedish Girls* (Mira Bergh und

Josefin Zachrisson) und dem Food-Labor *Cucina Alchimia* eine faszinierende, multisensorische Installation. Die Idee, die kulinarische Philosophie der Gänge und Verwertung auf ein Werkzeug – den Eispickel aus Edelstahl – zu übertragen, zeugte von analytischer Schärfe. Im Fermentierkeller inszenierten sie ein kreatives Wechselspiel: Der martialische Pickel wurde zur filigranen Servierschale oder zum Sound-Instrument. Dieses kulinarisch-skulpturale Experiment war mehr als Food Design; es stellte eine humorvolle, fast dadaistische Hinterfragung der Geschlechterkonventionen im Handwerk und der Konventionen von Designobjekten selbst dar. Eine weitere *Passionswege*-Installation war die Zusammenarbeit zwischen dem Designer Kai Linke und der Schnitzstube Stadlhofer.

2. Design als Politische Praxis: *Red's in a Sack* von *honey & bunny*

Das Projekt »Red's in a Sack« von *honey & bunny* war eine ebenso essenzielle wie simple Intervention. Die Positionierung von Design als Werkzeug zur Förderung der Demokratie – durch die Sammlung von Bürger:innenstimmen auf 15.000 Papiersackerln – entzog der abstrakten Politik die Grundlage. Die kollektive Wanddokumentation zeigte Politik als alltägliches Handwerk und die Sehnsucht nach verlässlichen Strukturen und vor allem nach Zuhören im öffentlichen Raum. Das Projekt, das seinen Höhepunkt in einer öffentlichen Debatte in der Festivalzentrale fand, lieferte den wohl wichtigsten Beleg dafür, dass Design heute Räume für den Diskurs bauen musste. Design, das partizipatorisch und fragend agierte, wurde zur politischen Notwendigkeit.

EINE ÄRA ENDET – BUERONARDIN UND DIE VDW

Die diesjährige Vienna Design Week markierte nicht nur einen programmatischen Höhepunkt, sondern auch einen historischen Abschied: Die erfolgreiche und prägende Partnerschaft mit dem Designstudio Buero-nardin ging nach 14 Jahren zu Ende. Von 2011 bis 2024 verantwortete Buero-nardin die gesamte visuelle Kommunikation des Festivals und prägte damit maßgeblich dessen Identität, Wiedererkennungswert und Relevanz. Über 14 Festivalausgaben, 14 Bezirke und ebenso viele wechselnde Festivalzentralen schuf das Studio nicht nur Designs, sondern eine visuelle Erzählung: 14 Farbkonzepte und Kampagnen setzten jährlich neue Zeichen, fanden »Komplizen« und hielten die Spannung über Monate am Leben. Die Zusammenarbeit, die unter dem Titel »BN x VDW – A Review« gewürdigt wurde, verdeutlichte, wie eine grafische Partnerschaft über Jahre hinweg zur tragenden Säule einer Designmarke wurde.

Das Festival blickt nun auf seine 20. Jubiläumsausgabe im kommenden Jahr (25. September bis 4. Oktober 2026). Was bleibt, ist die Gewissheit, dass die Vienna Design Week die essenzielle Unterscheidung trifft: Gutem Design geht es heute nicht darum, neue Dinge zu erschaffen, sondern die Welt neu zu denken und positiv zu verändern. Die Bedeutung des Festivals wurde zudem durch die Verleihung der Falstaff LIVING Design Awards unterstrichen, bei denen der niederländische Stardesigner Marcel Wanders den Preis für sein Lebenswerk entgegennahm und die Preise für herausragende Kreativleistungen in die Festivalzentrale hineinstrahlten.

INDUSTRIAL DESIGN SHOW 2025

FEIERT 30 JAHRE DESIGN-EXZELLENZ AN DER FH JOANNEUM



Das Institut Industrial Design der FH JOANNEUM markierte am 9. Oktober einen historischen Moment: das 30-jährige Bestehen einer der führenden Designausbildungen Österreichs. Gefeierte wurde dieser bedeutende Meilenstein mit einem Alumni Day und der feierlichen Eröffnung der jährlichen Industrial Design Show 2025. In Kooperation mit den Creative Industries Styria (CIS) und dem designforum Steiermark wurde die Ausstellung im Bene & Zumtobel Showroom in der Grazer Grabenstraße eröffnet. Sie bot den zahlreichen Alumni, Industriepartner:innen und Gästen einen umfassenden Einblick in die visionäre Arbeit des Instituts.

Unter der Leitung von Prof. Mag. Thomas Feichtner hat sich das Institut Industrial Design fest als treibende Kraft für die Professionalisierung des Designs in Österreich etabliert. Die Philosophie des Instituts, die sich mit konkreten und spekulativen Zukunftsszenarien in Umwelt und Gesellschaft auseinandersetzt, wurde in den ausgestellten Projekten spürbar. Der Erfolg spiegelt sich in den Karrieren der Absolvent:innen wider, die heute in Schlüsselpositionen in Wirtschaft, Bildung und Kunst aktiv unsere Zukunft gestalten.

Die Industrial Design Show 2025 präsentierte das gesamte Spektrum der Ausbildung: von der grundlegenden Gestaltungskompetenz bis hin zur hochspezialisierten Forschung. Die Bandbreite reicht von den Arbeiten des ersten Jahrgangs aus dem Fach »Gestaltung« bis zu den finalen Masterarbeiten.

Die Studierenden zeigten, wie Design als Werkzeug für den Wandel eingesetzt werden kann. Das Projekt TOOLS FOR TRANSFORMATION, das in Kooperation mit der CIS entstand, lieferte neue Impulse für den kreativen Sektor.

Besonderes Interesse weckten die Entwürfe aus der Kooperation mit Head: Unter dem Titel THE FUTURE OF WINTER SPORTS präsentierten die Studierenden innovative Lösungen für Sportgeräte und Ausrüstung.

Der Bachelorbereich wurde zudem durch diverse Abschlussarbeiten in enger Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern abgerundet.

- Metka Antolic präsentierte mit PHOENIX Design den modularen Aktivitätstisch Sprout, der spielerisch Ernährungserziehung für Grundschulkinder ermöglicht und so ungesunden Essgewohnheiten entgegenwirkt.
- Marta Matusin stellte mit AERA einen anpassungsfähigen Leichtsitzbau für Premium-Economy-Flugzeugsitze vor. Der Sitz kombiniert eine leichte Bauweise mit ergonomischen Komfortfunktionen für Langstreckenflüge.
- Philipp Sebalj entwickelte mit Magna Steyr das innovative Lieferkonzept Magna Carg_O. Das teilautonome Fahrzeugkonzept für die »letzte Meile« ist adaptiv und integriert ein Containersystem für Logistikansprüche von Händlern und Onlinepaketbestellungen.

Der Masterstudiengang bewies die Tiefe der Spezialisierung in den designrelevanten Zukunftsfeldern. In der Vertiefungsrichtung Mobility Design standen Konzepte wie COMMERCIAL VEHICLES IN THE SMART CITY sowie das Projekt DESIGNING PEACE im Fokus. Ein Highlight der Vertiefung Eco-Innovative Design + Mobility Design war das Projekt KITCHEN OF THE FUTURE 2035 TO 2050, das in direkter Kooperation mit dem Technologieunternehmen BORA entwickelt wurde und visionäre Antworten auf Nachhaltigkeitsfragen in der Küchenplanung von morgen bot.

- Samuel Kügler stellte das Projekt BORA Portal vor, das gemeinsames Kochen über Distanz ermöglicht – eine Antwort auf die zunehmend verstreut lebende moderne Familie. Das System nutzt eine Pendelleuchte mit integrierter Kamera und Projektionen auf die Arbeitsplatte.

Die Masterarbeiten bildeten den krönenden Abschluss, indem sie die individuellen Forschungsschwerpunkte der Absolvent:innen aus den Vertiefungen Eco-Innovative Design, Mobility Design und Product Design zur Schau stellten.

- Adrian Steurer präsentierte die Masterarbeit mit dem Titel »Designing Leverage«. Das designstrategische Tool dient der Sichtbarmachung und Lösung ökologisch-wirtschaftlicher Zielkonflikte in der Produktentwicklung, exemplarisch angewandt auf eine Kaffeemaschine. Der Fokus lag auf der Entwicklung des Tools zur Unterstützung von Designer:innen als Moderator:innen in frühen Projektphasen.



Die Industrial Design Show 2025 war ein voller Erfolg, der die Vergangenheit würdigte und zugleich mit intelligenten Gegenständen und Nutzer:innenerfahrungen voller sozialer und ökologischer Relevanz den Weg in die Zukunft blickte.

IN RETROSPECT

The Vienna Design Week (VDW) positioned design as a motor for social and ecological change, exemplified by its theme Focus: Ageing, which celebrated the patina of time, and projects like Biofabrique Vienna (natural dyes) and award-winning Stadtholz (urban wood recycling). The festival also showcased NEXT GEN DESIGN's circular economy projects and used formats like Passionswege and »Red's in a Sackel« for

political and multisensory engagement. This VDW also marked the end of the highly influential 14-year visual partnership with Bueronardin. Separately, the FH JOANNEUM Industrial Design Show 2025 celebrated the institute's 30th anniversary, presenting innovative student work in future mobility, eco-design, and strategic tools.

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

19.12.–21.12.25 & 05.01.–11.01.2026 | Kunstuniversität Linz, splace

UN.NOTICED

Ausstellung von Studierendenprojekten des Studiengangs Industrial Design Linz



Oft nehmen wir Gestaltung nur am Rande wahr, obwohl sie unseren Alltag, unsere Umgebung und unsere Wahrnehmung ständig prägt. Was drängt sich den Betrachtenden auf, was erschließt sich nach und nach, was bleibt verborgen?

Die Ausstellung thematisiert das Spannungsfeld zwischen Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit, zwischen dem, was wahrgenommen wird und dem, was verborgen bleibt. Gezeigt werden Projekte, Prozesse und Prototypen aus zwei Jahren Industrial Design an der Kunstuniversität Linz.

un.noticed lädt ein, genauer hinzusehen, Design neu wahrzunehmen und mit Studierenden und Lehrenden in Austausch zu treten. Über das, was Gestaltung zeigt und das, was sie bewirkt.

Eröffnung: 18.12.2025, 19:00 Uhr

16.01.2026 | CampusVäre

BOLD MOVES IN 2026

Vergiss das traditionelle Vision Board! Dieser Workshop ist für alle, die ihre beruflichen Neujahrsvorsätze realistisch und pragmatisch umsetzen wollen. Unter der Leitung von Nina Feuerstein – erfahrene Organisationsentwicklerin, kreative Strategin und Möglichmacherin – tauchst du tief in die Planung deines Jahres 2026 ein.

Wir setzen auf Positive Psychologie, durchdachte Tools und kreativstrategischen Weitblick, um deine Projekte nicht nur zu visualisieren, sondern deren Umsetzung zu sichern. Das Ziel: Klarer Blick, Mut zur Entscheidung und eine Planung, die funktioniert. Fokus liegt auf Pragmatismus, Priorisierung und Kreativität. Wir arbeiten intensiv an der realen Umsetzung –

01.10.25–22.03.2026 | MAK

TURNING PAGES – KÜNSTLER-INNENBÜCHER DER GEGENWART

Das MAK – Museum für angewandte Kunst präsentiert mit »TURNING PAGES« eine umfassende Schau, die das Buch als zentrales künstlerisches Medium in der zeitgenössischen Kunst beleuchtet. Die Ausstellung im MAK Design Lab widmet sich der vielschichtigen Rolle des Buches in der Kunstpraxis der Gegenwart.

»TURNING PAGES« zeigt, dass das Künstlerinnenbuch weit mehr als ein Träger von Information ist. Es wird als eigenständige, skulpturale Form und als Erweiterung der Konzeptkunst verstanden, die poetische Visionen entwirft. Die Ausstellung vereint wegweisende Positionen historischer und zeitgenössischer Kunst – von etablierten Namen wie Louise Bourgeois, Ed Ruscha und Isa Genzken bis hin zu relevanten Arbeiten von Milena Büsch und einer breiten Auswahl junger, aufstrebender Künstlerinnen.

»TURNING PAGES« lädt Besucherinnen ein, das Buch neu zu erfahren und seine anhaltende Relevanz als experimentelles, materielles und zutiefst persönliches Medium zu entdecken.



ohne unnötigen »Hustle«, dafür mit Haltung und einer klaren Strategie für deinen Weg.

Für alle, die ihr berufliches Wachstum mit Fundament und Struktur angehen möchten.

In Kooperation mit der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer Vorarlberg.



designaustria®

06.11.25–05.04.2026 | Wien Museum

WISSEN FÜR ALLE. ISOTYPE – DIE BILDSPRACHE AUS WIEN

Die Ausstellung »Wissen für alle. ISOTYPE – die Bildsprache aus Wien« beleuchtet die revolutionäre Entstehungsgeschichte der »Wiener Methode der Bildstatistik«, die in den 1930er-Jahren als ISOTYPE (International System of Typographic Picture Education) zu einer weltweit verwendeten Bildsprache wurde. Die Methode wurde 1925 mit der

Gründung des Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseums durch den Philosophen und Ökonomen Otto Neurath initiiert. Das Ziel war klar: die Demokratisierung des Wissens und die Aufklärung über gesellschaftliche und wirtschaftliche Zusammenhänge, insbesondere für Menschen mit wenig Schulbildung. Hier galt das Motto: »Wörter trennen, Bilder verbinden.«

ISOTYPE revolutionierte die Wissensvermittlung, indem es auf Piktogramme und Mengenbilder setzte. Mengenunterschiede wurden dabei nicht durch verschieden große Symbole, sondern durch eine unterschiedliche Anzahl identischer Piktogramme dargestellt. Zum Kernteam gehörten neben Neurath die Grafikerin Marie Reidemeister und der Künstler Gerd Arntz. Die Schau spannt einen Bogen von den Ursprüngen im Roten Wien über die internationale Verbreitung der Methode – die weltweit Resonanz fand, etwa in Moskau und London – bis hin zur aktuellen Bedeutung für Grafikdesign, Kunst und Informationsvermittlung.

Hinweis: Zur Ausstellung ist ein umfangreicher Katalog erschienen. Die Publikation, herausgegeben von den Kuratorinnen Günther Sandner, Werner M. Schwarz und Susanne Winkler, umfasst 400 Seiten mit über 40 Beiträgen internationaler Autorinnen. Der Katalog kann u. a. über designaustria zum Verkaufspreis von € 50,- inkl. 10% USt. erworben werden.

28. Nov. 2025–7. Feb. 2026 | designforum Wien

COLOURS OF OUR TIME – IDENTITÄT UND DIFFERENZ IM DESIGN

Farben prägen Marken, spiegeln unseren Lebensstil wider und verbinden oder unterscheiden uns. Die Ausstellung zeigt den Bogen von Markenfarben zu den Farbwelten verschiedener Generationen anhand von Alltagsobjekten. Im Industrie- und Produktdesign spielt Farbgestaltung eine zentrale Rolle für Markenwahrnehmung und Produktgebrauch. Farben verleihen Produkten Ästhetik, schaffen Markenidentität und unterscheiden sie von der Konkurrenz. Obwohl viele Markenfarben zufällig entstanden sind, prägen charakteristische Farben wie Nivea-Blau, Hilti-Rot oder Fiskars-Orange unsere Konsumkultur. Der erste Ausstellungsschwerpunkt zeigt, wie Farben Werte symbolisieren und Produkte differenzieren.

Der zweite Schwerpunkt beleuchtet die Entwicklung der Farbwelten im Wandel der Zeit. Jede Generation hat ihre eigene Farbpalette, die ihre Kultur widerspiegelt – von den Primärfarben des Bauhauses bis zu den Pastellfarben der Gegenwart. Diese spiegeln unsere Wahrnehmung, Identität und den Wunsch nach Orientierung wider. Aktuelle Trends zeigen pastellfarbene Produkte in Technik, Haushalt und Bad, die unsere heutige Zeit prägen.

designaustria in Zusammenarbeit mit dem Red Dot Design Museum, Kurator: Burkhard Jacob

TIPPS

- **100 BESTE PLAKATE 24** | MAK Wien | 26.11.25–12.4.2026
- **Gregor Sailer: Cockaigne** | WEI SRAUM | 16.12.2025
- **gegenwärtig, da** | Kunstraum Weikendorf | 18.10.25–06.04.2026
- **»welcome to my land of cream«** von Kathrin Graf, Liza Dieckwisch | periscope, Salzburg | 19.12.25–23.01.2026
- **Schattenfänger** | KinderKunstLabor, St. Pölten | 19.09.25–08.02.2026



BUCHEMPFEHLUNGEN

Die aktuellen Buchempfehlungen bieten ein vielschichtiges Spektrum zur Welt der Typografie und Gestaltung: Wolfgang Homola führt in seinem Buch *Typen formen* fundiert in die Prinzipien der Typografie und Schriftgestaltung ein und beleuchtet die Entstehungsgeschichte seiner Schrift *Soleil*. Für eine globale Perspektive präsentiert das Jahrbuch *TDC 46 (The World's Best Typography)* die besten Arbeiten des Type Directors Club und feiert typografische Exzellenz aus 33 Ländern.

Einen spielerisch-ernsten Ansatz wählt Walter Bohatsch mit *Typojis*, einer Sammlung von 30 neuen Satzzeichen, die die moderne schriftliche Kommunikation um wichtige Unter- und Zwischentöne erweitern sollen. Schließlich untersucht Markus Hanzer in *In Form gebracht* die Macht der Gestaltung als Instrument zur Durchsetzung von Willen und zur Formung des Zusammenlebens.

TYPEN FORMEN



Das Buch *Typen formen* geht auf einen Vortrag von Wolfgang Homola zurück, welcher überarbeitet und mit zahlreichen Abbildungen sowie Fußnoten mit weiterführenden Quellenangaben ergänzt wurde.

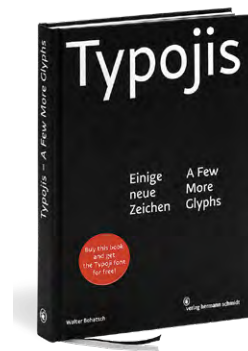
Im ersten Teil erklärt der Autor einige der wesentlichen Prinzipien der Typografie und der Schriftgestaltung – wie sie sich historisch aus einer Kombination von technischen und ästhetischen Faktoren heraus entwickelt haben und daher die Anatomie unserer heutigen Drucktypen bestimmen.

Im zweiten Teil erzählt Wolfgang Homola die Entstehungsgeschichte seiner Sans-Serif-Schrift *Soleil*, die als umfassende Schriftfamilie bei *TypeTogether* veröffentlicht wurde; und im dritten Teil wird ein Schriftentwurf vorgestellt, welcher sich noch im Entwicklungsstadium befindet. Gleichzeitig gibt dieser Teil auch einen Rückblick auf die Entwicklung der Renaissance-Antiqua.

Das Buch stellt eine Einführung in die Gestaltung von Schrift dar – für alle, die gerne mit Schrift arbeiten, die die Typografie lieben und die ein fundierteres Verständnis für die Formen von Drucktypen suchen. Wolfgang Homola ist nach seiner Ausbildung an der University of Reading als Type Designer und Grafik-Designer in Wien tätig.

Typen formen | Wolfgang Homola | Sonderzahl Verlag | 2024 | ISBN 978-3-85449-649-6
erhältlich im Schuber (zusammen mit Band 6 der Reihe) um 30 Euro; oder als Einzelband um 18 Euro
(info@formatgebung.at)

TYPJOIS: EINIGE NEUE ZEICHEN / A FEW MORE GLYPHS



Die heutigen Satzzeichen gehen im Wesentlichen auf Aldus Manutius zurück, der im 15. Jahrhundert als »König der Drucker« galt. Nach 500 Jahren ist es Zeit für einige neue Zeichen! Verleihen Sie Ihrer schriftlichen Kommunikation mehr Klarheit! Beugen Sie Missverständnissen vor, indem Sie Unter- und Zwischentöne durch neue Satzzeichen zum Klingen bringen.

In einer globalen Welt, in der die schriftliche Kommunikation durch WhatsApp und Co. der mündlichen längst den Rang abgelaufen hat, sagen diese neuen Zeichen der Fehlinterpretation Ihrer Texte den Kampf an und eröffnen Ihren Worten neue Welten. Wie das geht? Ist das ein Auto? verleiht einem tiefen Zweifel des Fragenden Ausdruck. »Ist das ein Auto!« hallt mit ansteckender Begeisterung im Kopf des-der Lesenden nach. Wie viel reicher und klarer wird die schriftliche Kommunikation, wenn dank Walter Bohatsch von nun an 30 weitere Satzzeichen diesen und andere Sätze mit neuen Bedeutungen aufladen können? Und wie hilflos wird uns ein zwinkernder Smiley aus drei Satzzeichen vorkommen, wenn wir unseren Aussagen mit einem einzigen eleganten Zeichen einen ironischen Touch geben oder Autorität verleihen können.

Typojis: Einige neue Zeichen / A Few More Glyphs | Walter Bohatsch | Verlag Hermann Schmidt | 2017 | ISBN: 978-3874398497

IN FORM GEBRACHT

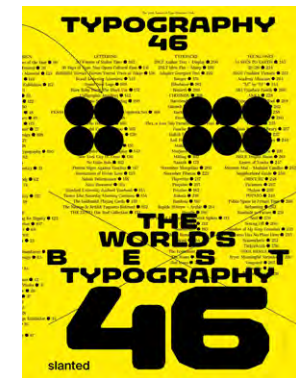
Markus Hanzer
In Form gebracht
Eindrücke, die
uns gefangen
halten und unser
Zusammenleben
gestalten

Markus Hanzers umfangreiches Buch *In Form gebracht: Eindrücke, die uns gefangen halten und unser Zusammenleben gestalten* beschäftigt sich grundlegend mit der Macht und den Wirkmechanismen von Gestaltung und Kommunikation auf das menschliche Zusammenleben und die Durchsetzung von Willen. Der Autor

beleuchtet die historische Rolle von Kommunikation als Instrument, um den eigenen Willen durchzusetzen, den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu festigen und Kooperationen zu ermöglichen. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie das Denken anderer Menschen beeinflusst werden kann. Hierbei fokussiert Hanzer auf die Wirkung von Gestaltung, das heißt auf alle wahrnehmbaren Erlebnisse, die uns prägen. Um historische Beispiele von Propagandamethoden und -strategien anschaulich zu erklären, bedient sich das Buch einer didaktisch wertvollen Form: Es führt erfundene Gespräche mit verschiedenen Personen. Diese fiktiven Interviews ermöglichen es, unterschiedliche Positionen und Perspektiven zur Diskussion zu stellen. Die Bandbreite der thematisierten Gestaltungsversuche ist dabei enorm: Sie reicht von Methoden, die darauf abzielen, Menschen auszugrenzen und Gewalt anzudrohen, bis hin zur Nutzung der kulturellen Ausstrahlung und den Verheißungen auf eine wünschenswerte Zukunft. Gerade durch diese Gegenüberstellung zeigen die fiktiven Interviews, dass Gestaltungen eine zutiefst ambivalente Wirkung entfalten können; sie können sowohl positiv als auch negativ empfunden werden und erfordern somit ein kritisches Bewusstsein für ihre Macht und ihren Einsatz.

In Form gebracht – Eindrücke, die uns gefangen halten und unser Zusammenleben gestalten | Markus Hanzer | Edition Emil | 2025 | ISBN: 978-3-98252-435-1

THE WORLD'S BEST TYPOGRAPHY | TDC 46



The World's Best Typography, Typography 46 präsentiert die herausragenden Gewinner-innenarbeiten des jüngsten TDC-Wettbewerbs (Type Directors Club of NY) für typografische Exzellenz. Dieser Wettbewerb ehrt seit siebzig Jahren herausragende Leistungen in den Bereichen Kommunikations-

design, Lettering und Schriftgestaltung. Der aktuelle hochwertige Band zeigt die preisgekrönte Auswahl und definiert dabei die Grenzen der visuellen Kommunikation neu.

Die vom Type Directors Club kuratierte Auswahl umfasst in diesem Jahr beeindruckende Projekte aus 33 Ländern – darunter Deutschland, Japan, Georgien, Israel, Neuseeland, Peru, Thailand, die Ukraine und die Vereinigten Staaten. Das Ergebnis ist eine fesselnde Demonstration von Kreativität und globaler Vielfalt in der zeitgenössischen Typografie.

Ein besonderer Blick in die Leidenschaft und den Entstehungsprozess der Arbeiten wird in der Sektion »Judges' Choices« gewährt: Hier stellen die Juroren jeweils ihren persönlichen Favoriten vor, ergänzt durch individuelle Kommentare und aufschlussreiche Statements der Designer.

Die Gewinner-innen des »Young Ones TDC« liefern zudem einen spannenden Ausblick in die Zukunft der Typografie. Mit ihren mutigen Ideen und ihrer frischen Energie inspirieren sie und fordern den Status quo heraus.

Darüber hinaus dient das Buch auch als wertvolles Nachschlagewerk: Ein sorgfältig zusammengestelltes Verzeichnis der wichtigsten verwendeten Schriften – komplett mit den Namen ihrer Designer – macht den Band nicht nur zu einem visuellen Genuss, sondern auch zu einem unverzichtbaren Referenzwerk. *The World's Best Typography, Typography 46* ist somit weit mehr als nur ein Design-Jahrbuch: Es ist eine Hommage an die Kraft der Schrift, die Handwerkskunst des Designs und die globale Community, die beides kontinuierlich prägt und vorantreibt.

The World's Best Typography, Typography 46 | hrsg. von Carol Wahler, Griffin McCabe, Joe Newton, Type Directors Club | Slanted Publishers | 2025 | ISBN 978-3-948440-98-5

»MARIE«: SANS SCHNICKSCHNACK



Die serifenlose »Marie« von Typejockeys ist so vielseitig wie unaufdringlich. Die Schriftfamilie nimmt sich bewusst zurück, um Gestaltung Raum zu geben – ob für Editorial Design, Branding, digitale Interfaces oder klassische Printanwendungen. Die Philosophie ist einfach: keine überflüssigen Spielereien, kein Schnickschnack.

Marie bietet genau das, was Designer:innen tagtäglich brauchen: Funktionalität, Selbstsicherheit und ein freundliches Augenzwinkern. Die Familie ist mit 16 Schnitten von Thin bis Black, in Italics, als Variable Font und mit kyrillem Zeichensatz ausgestattet.

Hinter dieser Arbeit stehen Anna Stroh und Michael Hochleitner. Typejockeys entwickelt maßgeschneiderte typografische Lösungen mit Charakter für Marken jeder Größenordnung. Sie schaffen eine eigenständige, langlebige Gestaltung abseits des Mainstreams, gestützt auf Qualität und einem Sinn für Tradition und Zeitgeist.

Nicht nur Marie ist brandneu – auch das Lizenzmodell von Typejockeys wurde überarbeitet. Ab jetzt »Value Based«: Der Preis richtet sich ab sofort nur noch nach der Größe des Unternehmens (Anzahl der Mitarbeitenden), das kommerziell profitiert – nicht mehr nach Devices, Pageviews oder ePub-Titeln.

*Authentic
Together
Enjoy!
Liebe Marie*

Die neue Standardlizenz ist eine »Alles-drin-Lösung« und deckt alle gängigen Einsatzbereiche ab (Print, Web, Social Media, Apps). Es gilt: Einmal zahlen, für immer nutzen. Besonders wichtig: Keine Zusatzlizenzen für Designer:innen oder Agenturen! Nur der Endkunde, der kommerziell profitiert, muss lizenzieren. Fazit: Nur ein Parameter zählt. Probieren vorm Lizenzieren ist dank kostenloser, vollumfänglicher Testfonts jederzeit möglich.

typejockeys.com

IMPRESSUM

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

Redaktion: Raoul Eisele (Editor-in-Chief), Severin Filek, designaustria. Für den Inhalt verantwortlich sind die Redaktion oder die namentlich gekennzeichneten Autor:innen.

Lektorat: Evelyn Bubich, textzeit.at

Gestaltung: Valerie Eccli – Design & Fotografie

Schriften in dieser Ausgabe:

»Marie« von den Typejockeys

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

Papier: Umschlag: Olin Design Rough 150 g/m² Bright White – Holzfrei Design Offset mit rauer Oberfläche und 1,4 fachen Volumen, FSC Mix Credit, Kern: Claro Bulk 115 g/m² – Holzfrei gestrichenes Volumenpapier mit natürlicher Haptik, 100% PEFC zertifiziert

Zur Verfügung gestellt von Antalis Austria GmbH | Modecenterstraße 17/Objekt 2/B | 1110 Wien | www.antalis.at

Belichtung, Druck und Endfertigung: Bösmüller Print Management GmbH & Co KG, Obere Augartenstraße 32, 1020 Wien, Josef-Sandhofer-Straße 3, 2000 Stockerau, www.boesmueller.at Prospektbeilagen sind nur für den Inlandsversand vorgesehen, nach Maßgabe der uns zur Verfügung gestellten Stückzahl. Wir bitten um Verständnis.

Geschäftsstelle: designaustria im designforum Wien, MQ, Museumsplatz 1, Hof 7, 1070 Wien, +43 (0)1 524 49 49, www.designaustria.at

Mit Unterstützung von:  Bundesministerium Wohnen, Kunst, Kultur, Medien und Sport

ANTALIS »COMPOSE WITH COLOUR«

Die Kampagne »Compose with Colour« von Keaycolour bietet eine neue Anwendung der von Josef Albers populär gemachten Farbtheorie und erinnert uns daran, wie beeindruckend es sein kann, ein Stück farbiges Papier in den Händen zu halten. Das Erfühlen der Textur und das Beobachten, wie sich der Farbton unter verschiedenen Lichtverhältnissen verändert, schafft eine Beziehung zur Farbe, die durch Pixel auf Bildschirmen niemals erreicht werden kann. Dieses Konzept wird durch ein neues interaktives Papierwerkzeug zum Leben erweckt, das von Design & Practice entworfen wurde und Teil der Creative Power by Antalis-Kollektion ist.

Mit der Absicht, ewige Neugier zu wecken, bietet das Inspirations-Tool »Compose with Colour« von Keaycolour ein perfektes Mittel für lebenslanges Lernen und ermutigt Designer:innen, jedes Projekt als Experiment und Ihr Studio als Labor betrachten zu können, um das unendliche Potenzial von Farben zu testen.

Lesen Sie den ganzen Artikel »Wie die Bauhaus-Farblehre im zeitgenössischen Druckdesign« weiterlebt auf www.antalis.at und bestellen Sie jetzt Ihr persönliches Tool unter musterAT@antalis.com.

J.
HORNIG



FÜR DIE CREME DE LA CREMA.

Der dunkle Caffè Crema Classico von J. Hornig macht allen helle Freude. Weil die Crema immer gelingt. Und weil sein ausgeprägter, kräftiger Geschmack auf einem starken Aroma baut, das nur

bei der schonenden Langzeitröstung und dem richtigen Röstgrad entsteht. Stark, oder? Dafür kommen auch nur ganz genau ausgesuchte Arabica- und Robusta-Bohnen in diese Packung.

JHORNIG.COM