

Neue Gestaltungsmöglichkeiten für E-Books | Zeitgeistig oder zeitlos? – Zeitungsköpfe als Branding Tool und Marketinginstrument | ExpertsCluster Inclusive Design | 85 Jahre designaustria (1927–2012) | DA-Studioporträt: moodley brand identity | Workshop Verpackungsdesign | Vortrag: »Schrift und Macht« von Andreas Koop | European Design Business Dialogue 2013 | red dot award: communication design – Ergebnisse 2012 und Ausschreibung 2013

designaustria®

DA

mitteilungen

1234 • 2013





12

Liebe Kolleginnen und Kollegen _ 03

Editorial _ 04

Mediengestaltung _ 05 Neue Gestaltungsmöglichkeiten für E-Books |
_ 06 Zeitgeistig oder zeitlos? Zeitungsköpfe als Branding Tool und Marketinginstrument

Design for All _ 08 Cities for All | Creative Industries Convention 2013: Design for All |
_ 09 ExpertsCluster Inclusive Design

DA intern _ 10 85 Jahre designaustria | Künstlersozialversicherung 2013

Nachruf _ 11 Karl Straubinger (1938–2012)

DA-Studioporträt _ 12 moodley brand identity

Members at Work _ 14 Anita Kern | Perndl+Co | _ 15 Brains | _ 17 Olaf Osten | Walking-Chair |
Markus Hanzer | _ 19 Doris Schamp | Bernd Ertl | Rainer M. Osinger | Christine Zwittag |
_ 20 bl+m design working group | Thomas Feichtner | EOOS | _ 21 Design Ballendat

Veranstaltungen _ 23 Workshop Verpackungsdesign | Vortrag Alexander Koop – Schrift
und Macht | _ 24 European Design Business Dialogue 2013 | _ 25 Typo Berlin 2013

Ausstellungen _ 26 Werkschau Martin Breuer Bono | _ 27 Silent Revolutions – Zeitgenössisches
Design aus Slowenien | _ 29 WerkStadt Vienna: Design Engaging the City | Nippon Chinbotsu –
Japan sinkt. Ein Manga | _ 30 Marco Dessí. Still Life

Erfolge _ 31 red dot award: communication design 2012 | _ 37 BraunPreis 2012 |
_ 38 NWW Design Awards

Wettbewerbe | Calls _ 40 red dot award: communication design 2013 |
Nachwuchswettbewerb der IKEA-Stiftung 2013 | Printissimo – Embalissimo 2013 |
red dot award: design concepts 2013 | _ 41 Romulus-Candea-Preis 2013 |
James Dyson Award 2013

Material & Bedarf _ 42 Antalis

Impressum _ 43



19



38



23



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Eine schöne Sache ...

Alexander Gottlieb Baumgarten (1714–1762) begründete die Ästhetik – griechisch für »sinnliche Wahrnehmung« – als eigenständige philosophische Disziplin im deutschsprachigen Raum und definierte sie als die Theorie der sinnlichen Erkenntnis, im Unterschied zur logischen Erkenntnis. In der (theoretischen) Ästhetik geht es Baumgarten um die Vervollkommnung sinnlicher Erkenntnis (*perfectio cognitionis sensitivae*) und ihr Ergebnis – die Schönheit. Dabei kommt es Baumgarten auch auf das »schöne Denken« an, das er als innere Kohärenz der Gedanken sowie als die Kohärenz des Ausdrucks mit dem Gegenstand und mit sich selbst beschreibt.

Hier eine kleine Auswahl an Schönheiten:

Die sinnliche Wahrnehmung von Online-Publikationen, auch wenn Haptik, Geruch und das Papierrascheln fehlen (Seite 5).

Die Gründung des ExpertsClusters Inclusive Design am 11. Februar 2013 im designforum Wien, weil technische Funktion allein zuwenig ist (Seite 9).

Design als Triebkraft für (schöne) Innovationen, auf die designaustria seit nunmehr 85 Jahren die Aufmerksamkeit von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zu lenken bemüht ist (Seite 10).

Der European Design Business Dialoge (EDBD) von 2. bis 4. Mai 2013 in Graz und Wien (Seite 24).

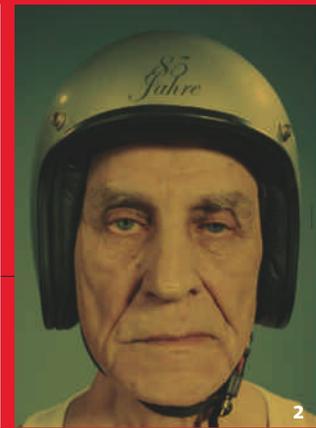
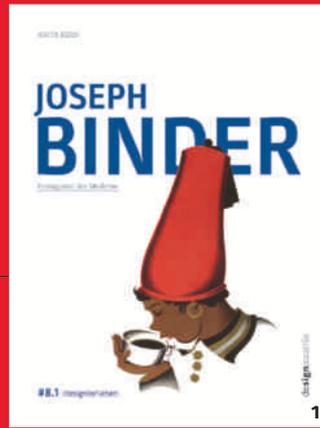
Und im Sommer die Ausstellung »Illustration im Bilderbuch« von Susanne Riha und ihren KollegInnen im designforum Wien (Infos zu gegebener Zeit auf www.designaustria.at und in der nächsten Ausgabe).

Eine schöne Zeit wünscht euch

Martin Fößleitner

stellvertretend für Monika Fauler, Beatrix Roidinger, Sigi Ramoser, Michael Thurow und alle DA-Mitglieder

Editorial



1 Anita Kern: Buchcover »Joseph Binder – Pionier der Moderne«

2 Josef Perndl: Plakat »85 Jahre designaustria«

Die erste Ausgabe des neuen Jahres ist zwei Schwerpunkten gewidmet. Zum einen gibt es zwei Beiträge zum weiten Feld der **Mediengestaltung**: Grafikdesignerin Tina Frank hat auf Ö1 mit der Redakteurin Anna Soucek über Gestaltungsmöglichkeiten von E-Publications und die künftige Bedeutung von Printmedien gesprochen; der Typograf und Medienberater Rolf F. Rehe stellt ein paar Überlegungen zu Zeitungsköpfen als Branding-Tool an. (Der Beitrag ist bereits im »4C Magazin für Druck, Design & digitale Medienproduktion« erschienen, und wir bedanken uns herzlich für die Möglichkeit, ihn hier abdrucken zu dürfen.) Zum anderen berichten wir zu einem Gestaltungsfeld, dessen Relevanz in den letzten Jahren immer deutlicher wird: Design for All oder Inclusive Design meint **barrierefreies Design** – Gestaltung, die alle Lebensbereiche ein- und keine Menschengruppe ausschließt. Dazu haben in den letzten Monaten in Wien und Graz eine Ausstellung und eine Konferenz stattgefunden; und im Februar 2013 hat designaustria den **ExpertsCluser Inclusive Design** ins Leben gerufen.

Aufgrund unserer zahlreichen Aktivitäten ist das Jubiläum, das wir im Vorjahr begehen konnten, beinahe untergegangen. Grafikdesigner **Josef Perndl** würdigt **85 Jahre designaustria** mit einem Plakat, das auf der Rückseite dieser Ausgabe prangt; ein kurzer Abriss der Geschichte und des Werdegangs von designaustria von Geschäftsführer Severin Filek findet sich ebenfalls in diesem Heft. Im letzten Jahr hat die Grafikdesignerin und Designhistorikerin **Anita Kern** einem unserer Gründerväter, dem Pionier der modernen Gebrauchsgrafik **Joseph Binder (1898–1972)**, ein Buch in der Reihe »|design|er|leben|« gewidmet. Wir drucken die Rezension von Bernhard Denscher, dem Leiter des Kulturamts der Stadt Wien, in der Rubrik »Members at Work« ab und freuen uns auf den Folgebund, der Binders Wirken in den USA gewidmet ist und in diesem Jahr erscheinen wird.

An dieser Stelle möchten wir an die von designaustria in Kooperation mit dem Creativ Club Austria und der »Graphischen« durchgeführte **Umfrage zum Ausbildungssektor Grafik- und Kommunikationsdesign** erinnern, die noch bis **15. März 2013** auf www.designaustria.at läuft. Dabei geht es darum, die Anforderungen an Auszubildende in diesem Segment zu erheben und das Ausbildungsangebot bedarfsgerecht zu adaptieren.

Viele fragen sich wohl schon, warum die Ausschreibung zum **Staatspreis Design 2013** so lange auf sich warten lässt. Die Gespräche zwischen designaustria und dem Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend waren bei Redaktionsschluss noch im Laufen; wir hoffen aber, dass die Ausschreibung bereits auf www.designaustria.at bereitsteht, wenn Sie diese Ausgabe in Händen halten.

Abschließend wollen wir des belgischen Typografen, Buchgestalters und Grafikdesigners **Guy Schockaert (1949–2013)** gedenken, der am 11. Jänner verstorben ist. Er war von 1997 bis 1999 Präsident des Weltdachverbandes Icoagrada und von 1993 bis 2001 in dessen Vorstand aktiv. Sein Schaffen markiert 40 Jahre Arbeit für Industrie- und Kulturinstitutionen mit seinem Büro Ad hoc Design. Mit seiner Professionalität, seiner Leidenschaft für Typografie und seinem Interesse an neuen Techniken stellte sich Schockaert mit »Strenge und Gefühl« in den Dienst der Botschaft. Er gehörte zu den Initiatoren von Design for the World, einer Organisation, die nach Gestaltungslösungen für humanitäre Probleme sucht. 2007 wurde Schockaert mit dem Icoagrada President's Award ausgezeichnet. In seinem letzten E-Mail-Gruß schrieb er am Tag seines Todes an seine Weggefährten: »I left our world this morning convinced that a paradise exists somewhere for graphic designers.«

Die Redaktion.

Mediengestaltung



»E-Books im Vormarsch«

Neue Gestaltungsmöglichkeiten für E-Books

Im Sommer hat **Tina Frank** (www.tinafrank.net) für das ORF-Kunstradio ein E-Book konzipiert, das nur mehr für die Veröffentlichung in digitaler Form (für Kindle, iPad, etc.) bzw. als PDF (für Selbstdruck bzw. Bestellung auf Lulu.com) entwickelt wurde. Ende November 2012 sprach Ö1-Redakteurin Anna Soucek mit der Grafikdesignerin, Medienkünstlerin und Professorin für Grafikdesign an der Kunstuniversität Linz im Rahmen eines Medienswerpunkts in der Sendung »Kulturjournal« über die neue Grafik von E-Books. Tina Franks gestalterische Wurzeln liegen im Webdesign und in der visuellen Gestaltung für Projekte im Bereich experimenteller elektronischer Musik. Taschen Books listet sie in der Publikation »Graphic Design for the 21st Century« unter den 100 Top-GrafikdesignerInnen weltweit. Wir veröffentlichen hier eine Zusammenfassung des Radiobeitrags.

Nicht nur VerlegerInnen und HändlerInnen machen sich notgedrungen über die Buchkultur der Zukunft Gedanken, sondern auch GrafikerInnen und DesignerInnen, die in den Möglichkeiten sogenannter »e-publications« großes Potenzial sehen. Tina Frank zum Beispiel. Die Designerin, die an der Kunstuniversität Linz Professorin für visuelle Kommunikation ist, arbeitet an digitalen Publikationen und widmet dem Lesen digitaler Medien auch einen Semesterswerpunkt an der Kunstuni. Sie spricht von einer Revolution der Lesekultur, die uns erwartet.

Druck versus digital

Die Debatte über die Zukunft des Buches ist oft auf die Frage beschränkt, ob das Buch als Druckwerk, als physisches Objekt, angesichts der neuen, digitalen Alternativen überlebensfähig ist. Es gibt diejenigen, die sagen, ein digitales Lesegerät, etwa ein

Kindle oder ein iPad, sei großartig, weil man darauf Dutzende Bücher speichern kann, ohne viel schleppen zu müssen. Und dann gibt es die anderen, die meinen, ein Buch, sein Geruch, seine taktilen Eigenschaften, dieses schöne Objekt im Bücherregal oder auf dem Nachttisch, sei einfach unersetzbar. Beide Seiten haben recht, meint die Kommunikationsdesignerin Tina Frank, und sie ist überzeugt, dass das gedruckte Buch, ebenso wie die Schallplatte, nicht verschwinden wird, weil es zum Sehnsuchtsobjekt von Sammlern wird. Gute Bücher, so Frank, werden in Papierform bestehen bleiben, »im Gegensatz zu Junk-Literatur, die man nicht bündeweise hortet«.

Das Potenzial von digitalen Publikationen

Entwicklungen, die dem Buchmarkt bevorstehen, hat die Musikindustrie bereits hinter sich, meint Frank. An der Kunstuniversität Linz stellt sie gemeinsam mit Studierenden Überlegungen über das Potenzial von digitalen Publikationen an. Behandelt werden zunächst grundlegende Fragen des Leseverhaltens heute und in zehn Jahren. Ebenso wie Formate von Büchern, Zeitungen und Magazinen dem Leseverhalten ihres Zielpublikums entsprechen, so gilt es in Zukunft, auch digitale Publikationen an die Art ihrer Verwendung zu adaptieren. »Das Buch lese ich auf der Couch, Abstand 40cm«, so Frank. »Das Magazin lese ich auch so, aber das ist mehr ein Schauen als ein Lesen. Es ist nicht das lineare Lesen wie im Buch.«

Interessante Experimente

Die medialen Formate Buch und Magazin werden, meint Tina Frank, in Zukunft nicht mehr getrennt werden, sondern einander in ihren Adaptionen für Tablet-Computer, die ja zugleich Benutzeroberfläche und Bildschirm sind, angleichen. Das eröffnet für Programmierer und Designer ein großes Experimentierfeld; die Regeln dafür werden laut Frank gerade erfunden. Die Designerin, die sich sehr früh mit neuen Medien beschäftigt und sie künstlerisch genutzt hat, fühlt sich an die Frühzeit des Internet erinnert,

als die formale Gestaltung noch keinem Regelwerk unterlag. Tablet-Computer sind erst seit etwa zwei Jahren auf dem Markt. Sie dienen vielen als Zweitgerät, als Missing Link zwischen dem internettauglichen Telefon und dem Standcomputer. Ein Tablet ist etwa so groß wie ein Buch, bietet aber die Möglichkeit des nicht-linearen Lesens. Während man beim Buch die Seiten umblättert, sie von rechts nach links legt, kann man den Bildausschnitt beim Tablet auch nach oben und unten bewegen, und man kann sogar hineinzoomen. Zudem können – selbst wenn es sich um einen konventionell aufgebauten Roman handelt – Audio- und Videospielungen untergebracht werden. »Genau darin bestehen die interessanten Experimente«, meint Frank. So ist es möglich, eine neue Form des Geschichtenerzählens zu entwickeln. Dadurch, dass das Lesegerät online ist, können LeserInnen untereinander Informationen austauschen oder Handlungen interaktiv mitgeschrieben werden. Das könnte vor allem der angeblich lesefaulen Jugend den Zugang zu Literatur, aber auch zu Schulungsmaterial, ebnen. Angeblich ist jedes dritte in den USA verkaufte Buch bereits digital. Und laut Prognosen wird in drei Jahren die Hälfte aller gedruckten Magazine verschwunden sein und nur noch digital abonniert werden können. Das Lesen, so die Kommunikationsdesignerin, wird sich nicht mehr auf die Aufnahme von Informationen beschränken, sondern es wird sich mit Design und Kunst in unterschiedlichen Medien verknüpfen.

Hören Sie den gesamten Beitrag auf
<http://oe1.orf.at/artikel/323724>.

Zeitgeistig oder zeitlos? Zeitungsköpfe als Branding Tool und Marketinginstrument

Cowboys haben den Ausdruck zuerst benützt. Ihre Rinderherden grasten uneingezäunt auf den endlosen Prärien des amerikanischen Westens. Damit man wusste, welche Tiere zu welcher Ranch gehörten, wurden Buchstaben oder Symbole in ihr Fell eingebrannt. Man nannte das »Branding«.

Der Ausdruck findet heute in den Medien und der Werbung Anwendung, um auf – meist visuelle – Erkennungsmerkmale eines Produktes hinzuweisen. Bei Tageszeitungen sind die Zeitungsköpfe das wichtigste Branding-Element. Grundsätzlich gilt, dass durch längeren Gebrauch, also konstante Wiederholung, das Branding verstärkt wird. Zeitungsköpfe, die schon lange Anwendung finden, haben einen höheren Wiedererkennungswert als neu konzipierte. Dies gilt übrigens nicht nur für Tageszeitungen. Eines der weltweit bekanntesten Produktsymbole gehört der Getränkefirma Coca Cola. Der Namenszug mit den typischen Schreibschrift-Buchstaben wurde 1886 erstmals verwendet. Oft überarbeitet, behielt er aber seine charakteristische Grundform. Das Branding wurde zwar angepasst, aber nie grundsätzlich geändert.

Zeitloses Design

Die Zeitungsköpfe der ersten Zeitungen wurden oft einfach in der Setzerei in einer der größeren vorhandenen Schriften gesetzt und auf die Titelseite gestellt. Dabei gab es durchaus auch zeitgeistige Entwicklungen, allerdings kaum Branding im heutigen Sinn. Bis gegen Ende des letzten Jahrhunderts benützten etwa die meisten amerikanischen Zeitungen für ihre Köpfe eine sich ähnelnde Fraktur. Dieser Trend war von England ausgegangen und wurde dann in Amerika aufgegriffen.

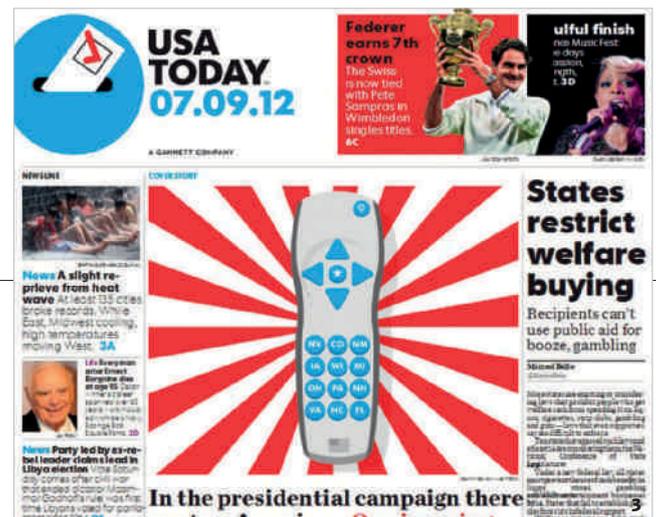
Der Zeitungskopf der »New York Times« ist in seiner jetzigen Form schon weit mehr als hundert Jahre alt. Aber auch er wurde immer wieder – sehr sorgfältig – verbessert. Traditionell stand am Ende des Namenszuges ein (satzschließender) Punkt. Dieser wurde nach ausführlichen redaktionellen Diskussionen ab 1967 weggelassen. Ein internes Argument dafür war, so berichtet eine verbürgte Anekdote, dass man dadurch jährlich Tonnen von Druckfarbe einsparen würde.



1



2



Klassisches Design

Zeitungsköpfe oder Logos sind Wortmarken, typografische Konstrukte. Damit ein Zeitungskopf in seiner ursprünglichen Form viele Jahrzehnte verwendet werden kann, hilft es, wenn das Design eher einen zeitlosen als einen zeitgeistigen Eindruck vermittelt. Der Kopf sollte nicht nur einfach in einer Schrift »gesetzt« werden, sondern sich durch eine typografische Bearbeitung oder durch ein zusätzliches Symbol betont eigenständig präsentieren. Trotzdem ist ein gutes Zeitungslogo – oder ein Logo überhaupt – am einprägsamsten, wenn es neben seiner Einzigartigkeit auch eine einfache Konzeption aufweist und nicht überladen wirkt. Die Erfahrung zeigt, dass der bestehende Namenszug als wichtigstes Erkennungssymbol einer Zeitung zwar durchaus modifiziert werden kann, aber nicht vollständig geändert werden sollte. Das Branding, über lange Zeit aufgebaut, geht sonst verloren. Nicht ganz unpassend warnt ein amerikanisches Sprichwort davor, Pferde nicht in der Mitte des Flusses zu wechseln: »Don't change horses in the middle of a stream«.

Branding und Zeitgeist

»USA Today« ist in den USA immer noch eine der Tageszeitungen mit der höchsten Auflage. Als sie 1982 auf den Markt kam, veränderte sie das Gesicht von Zeitungen weltweit. Mit einem neuen inhaltlichen Konzept und vor allem einer nachdrücklich visuellen Darbietung (aber auch neuen, überregionalen Vertriebs- und Marketingmethoden) wurde die Zeitung bald zur auflagenstärksten der USA. Der auffällige Zeitungskopf auf blauem Hintergrund wurde zum millionenfachen Erkennungssymbol. Zum dreißigjährigen Jubiläum wurde die Zeitung einem Relaunch unterzogen. Was sofort ins Auge springt, ist der neue Zeitungskopf, der sich dramatisch vom bisher verwendeten unterscheidet. Die Frage ist, ob das spezielle Branding, das mit dem bisherigen Logo in drei Jahrzehnten aufgebaut wurde, noch funktioniert. Anstelle des kompakten Designs besteht der neue Kopf nun aus drei freistehenden Elementen: einer blauen Fläche in der Form eines Kreises, dem Namen und dem Datum, das mit Ziffern dargestellt wird. Im blauen Kreis wird ein aktuelles grafisches Symbol integriert. Selbst wenn man akzeptiert, dass mit dem Relaunch ähnlich wie bei der Gründung dieser Zeitung Neuland betreten werden sollte, ergibt sich nicht unbedingt der Eindruck, dass beim neuen Logo die visuelle Überzeugungskraft, das Markante und Kompakte, stärker geworden ist.

Print ist nicht tot, und das Medium Zeitung wird nicht sterben. Aber neben einem überzeugenden inhaltlichen

Angebot müssen Zeitungen auch optisch überzeugen, zum Lesen einladen. Als Branding-Instrument spielt der Zeitungskopf dabei eine wichtige Rolle.

(Rolf F. Rehe)

Über den Autor:

Rolf F. Rehe hat viele Zeitungen weltweit neu gestaltet. Er ist als Berater für Typografie und Lesbarkeit tätig.

www.rehedesign.com

- 1 Bis 1967 verwendeter Zeitungskopf der »New York Times« mit abschließendem Punkt
- 2 Links der alte (ab 1982), rechts der neue Zeitungskopf (ab 2012) von »USA Today«
- 3 Neues Erscheinungsbild von »USA Today«

Design for All



Cities for All

»Design for All« ist Design, dessen Lösungen der menschlichen Vielfalt und der sozialen Integration und Gleichstellung Rechnung tragen. Die im Rahmen von World Design Capital Helsinki im Sommer 2012 erstmals präsentierte Ausstellung »Cities for All«, die im Jänner und Februar 2013 auch im designforum Wien zu sehen war, gab Einblick in die Ergebnisse unterschiedlichster Design-for-All-Prozesse aus ganz Europa. Gezeigt wurden Beispiele von Produkten und Dienstleistungen sowie Gestaltungslösungen für den öffentlichen Raum, die dank ihres durchdachten Designs von allen Menschen genutzt werden können: Stadtzentren, in denen sich jeder und jede frei bewegen und orientieren kann; Küchenmöbel oder öffentliche Verkehrssysteme, die auf die Bedürfnisse aller ausgerichtet sind. Der ganzheitliche und innovative Ansatz eines universellen Designs zielt darauf ab, allen Menschen in allen Lebensbereichen die gleichen Chancen zu geben und Barrieren erst gar nicht entstehen zu lassen.

Um dies zu erreichen, müssen gebaute Umgebung, Alltagsgegenstände, Serviceleistungen, Kultur und Informationen – kurz gesagt, alles, was von Menschen gemacht wird, um von anderen Menschen genutzt zu werden – so gestaltet sein, dass sie von jedem, egal ob Jung oder Alt, mit oder ohne körperlicher oder kognitiver Beeinträchtigung, zweckmäßig genutzt bzw. in Anspruch genommen werden können. Die Design-for-All-Philosophie stellt eine kreative und ethische Herausforderung für alle dar, die mit Planung, Design, Herstellung, Verwaltung oder politischen Funktionen befasst sind. In interdisziplinären Designprozessen werden die unterschiedlichen Endverbraucher in alle Phasen miteinbezogen, wobei ihre jeweiligen Bedürfnisse, Fähigkeiten, Kulturen und Lebensumstände Berücksichtigung finden.

Im Ausstellungsbereich »Shared Spaces – Shared Solutions« waren u. a. Notleitsysteme, die auch für Blinde und Sehschwache funktionieren, zu sehen. Beispiele aus Tallinn und Helsinki haben demonstriert, wie historische Stadtzentren barrierefrei werden können. Im Bereich »Shared Services – Shared Experiences« war mit »Sotera Project« ein multisensorisches Wohnprojekt vertreten, das die BewohnerInnen durch eine Verbesserung der visuellen, akustischen und sensorischen Umgebung in ihrer Unabhängigkeit unterstützt. Eine Kücheneinrichtung für alle oder ein Kleidungslabel, dessen Waschanleitungen ohne Worte auskommen und auch erfüllt werden können, standen für »Shared Businesses – Shared Values«.

Creative Industries Convention 2013: Design for All

Die jährliche Netzwerkveranstaltung der steirischen Kreativwirtschaft, zu der sich Ende Jänner in Graz 400 VertreterInnen der Creative Community und Multiplikatoren aus Politik und Wirtschaft einfanden, stand unter dem Motto »Design for All – Design für soziale Innovation und Nachhaltigkeit«. Als Stargast sprach der Vorreiter der Design-for-All-Bewegung Finn Petrn aus Schweden. »Das Konzept steht für ein neues Paradigma, weg vom Durchschnittsmenschen hin zur menschlichen Vielfalt als Ausgangspunkt für Designprozesse«, meinte er in seiner Funktion als Präsident des European Institute for Design and Disability (EIDD). Als zweite Keynote-Sprecherin referierte die Mitbegründerin von Design for All in Österreich, die Wiener Informationsdesignerin Veronika Egger, der die barrierefreie Nutzbarkeit von Produkten und Informationen ein großes Anliegen ist: »Das Ziel dabei lautet, unsere Lebensqualität zu verbessern – und das ist eine Frage des sozialen Gewissens.«

Gutes Design ermöglicht, schlechtes Design behindert

Design for All steht für ein Gestaltungskonzept, das Produkte für möglichst viele AnwenderInnen nutzbar macht. Der Ansatz, der gesellschaftlich immer mehr an Bedeutung gewinnt, birgt gleichzeitig große wirtschaftliche Chancen. »Wir wissen, dass die Kreativwirtschaft eine Querschnittsfunktion besitzt in Bezug auf die Stärkung der Innovationsprozesse von Unternehmen durch Design als ganzheitlichen Gestaltungsprozess«, erklärte Christian Buchmann, Landesrat für Wirtschaft, Europa und Kultur. Für Eberhard Schrempf, Geschäftsführer der Creative Industries Styria (CIS), hat das Thema höchste Priorität: »Die rapide Urbanisierung und der demografische Wandel bringt vor dem Hintergrund der vollen Digitalisierung der Gesellschaft große Herausforderungen und Chancen für den gesamten Sektor der Creative Industries mit sich. Wer die Zukunft gestalten will, wird sich heute mit dem Anspruch von Design for All vertraut machen müssen.«

Bereits im Vorfeld der Veranstaltung luden die ReferentInnen zum Workshop »Zwischenräume – Designräume«, bei dem sich die TeilnehmerInnen mit kognitiven, physischen und sensorischen Anforderungen sowie mit den Erwartungen der NutzerInnen an eine gebaute Umgebung befassten. In erster Linie ging es um die Frage nach dem zur Verfügung stehenden Raum für Fußgänger, die in der Hierarchie der Verkehrsplanung

meist ganz unten stehen. Nach kurzen Vorträgen verlagerte sich der Workshop in den öffentlichen Raum, um dort zu beobachten, zu erleben und zu diskutieren.

www.cis.at

www.designforalleurope.org

ExpertsCluster Inclusive Design

Unsere Gesellschaft wird immer bunter und heterogener, wir werden immer älter, und wir erwarten – unabhängig von unseren physischen und sensorischen Fähigkeiten – unsere Wünsche realisieren zu können. Inclusive Design gestaltet Produkte, Services und Räume, die für möglichst viele Menschen selbstständig und mühelos benutzbar sind. Bei allen Prozessen geht es um die Menschen, die das Ergebnis unserer Arbeit nutzen (müssen) und darum, ihre Anforderungen in den Designprozess zu integrieren.

Für einige unter den Mitgliedern von designaustria ist das nichts Neues, bestehen doch Überschneidungen mit anderen Bereichen wie Sustainable Design, Service Design, Information Design oder Industrial Design. Wir wollen gemeinsame Sache machen mit allen, die bereits mit dem Thema befasst sind, und jenen, die sich dafür interessieren. Inclusive Design

- ist ein Thema, das alle bei designaustria vertretenen Disziplinen berührt;
- blickt über den Tellerrand auf ArchitektInnen, SoftwareentwicklerInnen oder StadtplanerInnen und sucht nach neuen Kooperationen;
- umfasst die Methodik sowie die Evaluierung und Definition von Nutzungsqualität;
- führt weg von Alter und Behinderung, hin zum selbstverständlichen Umgang mit unterschiedlichen Nutzungsanforderungen.

Der ExpertsCluster Inclusive Design von designaustria wurde am 11. Februar 2013 im designforum Wien gegründet. Geleitet wird er von Veronika Egger. An der Derby University in Großbritannien zur Grafikdesignerin ausgebildet, hat sie auch ein Studium an der University of Reading als Master of Science in Design and Management of Inclusive Environments abgeschlossen. Sie ist u. a. Mitglied des International Institute of Information Design (www.iiid.net), Mitbegründerin von Design for All in Österreich (www.designforall.at) und Mitglied des Include Network am Helen Hamlyn Research Centre des Royal College of Art in Großbritannien. Sie war/ist in mehrere Forschungs-



Beispiele für barrierefreies Design:

1 Tischlerei Andexlinger: Herd mit Abstellplatte

2 GP designpartners/Artweger: Dusche mit Drehfalttür und Sitz

projekte im Bereich barrierefreies Design und Informationsdesign eingebunden, hat zahlreiche einschlägige Publikationen veröffentlicht und hält immer wieder Vorträge und Workshops.

Interessenten, die ihr Know-how im ExpertsCluster einbringen möchten, sind herzlich zum Mitmachen eingeladen und melden sich bei **veronika.egger@designaustria.at**.

DA intern



Josef Perndl: Plakat »85 Jahre designaustria« (Ausschnitt)

85 Jahre designaustria (1927–2012)

Von einigen ambitionierten KollegInnen im Jahr 1926 geplant und ins Leben gerufen und im Jahr 1927 offiziell unter dem Namen Bund Österreichischer Gebrauchsgraphiker (BÖG) als Verein konstituiert, blickt designaustria nunmehr auf 85 Jahre Geschichte zurück.

In den turbulenten 1920er-Jahren des vorigen Jahrhunderts gegründet, hat designaustria heute eine bunte Geschichte zu erzählen. Unzählige Trends sind in den gestaltenden Händen seiner Mitglieder geschaffen und vorangetrieben worden; große technologische Entwicklungen wurden miterlebt und mitgeprägt. Der BÖG wurde bereits 1939 der Reichskulturkammer einverleibt und seine Aktivitäten in Österreich verboten. 1946 wieder auferstanden, wurde er in den späten 1940er- und in den 1950er-Jahren – in der Aufbruchstimmung des Wiederaufbaus – ersten Höhepunkten zugeführt. (Einblicke in diese spannende Zeit gibt die von Alexander Koop und Anita Kern betreute und von designaustria herausgegebene Buchreihe »| design | er | leben |«.) Heute national und international unbestrittene Größen wie der Schriftgestalter Rudolf von Larisch, der Pionier der modernen österreichischen Gebrauchsgrafik Joseph Binder, der Illustrator Alfred Kubin, der später dem Bauhaus zugehörige Herbert Bayer und viele andere wirkten beim Aufbau unserer Berufs-, Service- und Interessengemeinschaft mit.

Auch heute zählen namhafte GestalterInnen zu den Mitgliedern der Organisation, wie der kürzlich verstorbene Produktdesigner Ferdinand Alexander Porsche, der von New York aus wirkende Grafiker Stefan Sagmeister, die vielfach ausgezeichneten Werbe- und Grafikerinnen Cordula Alessandri und Elisabeth Kopf, die beide in der elitären Alliance Graphique Internationale (AGI) vertreten sind, der in internationalen Fachkreisen hoch angesehene Werbe- und Medienillustrator Willi Mitschka, die Kinderbuchillustratorin und Andersen-Preisträgerin Lisbeth Zwerger und der in Hongkong zwischen östlicher und westlicher Kultur vermittelnde Kommunikationsdesigner Henry Steiner.

In den 1960er-Jahren war der BÖG Gründungsmitglied sowohl des internationalen Dachverbandes International Council of Graphic Design Associations (Icograda) als auch der österreichischen Verwertungsgesellschaft Bildende Kunst (VBK). 1985 wurde – um den internationalen Entwicklungen und der Veränderung des Berufsbildes Rechnung zu tragen – der BÖG in Grafik-Design Austria (GDA) umbenannt. 1992 erfolgte schließlich die Öffnung gegenüber IllustratorInnen, ProduktdesignerInnen und Multimedia-GestalterInnen und, verbunden mit der dadurch bedingten Umstrukturierung, die abermalige Umbenennung in designaustria. In den 1990er-Jahren nahm auch das intensive Engagement von designaustria für eine europäische Designpolitik im Rahmen des Bureau of European Design Associations (BEDA), das bis heute unvermindert andauert, seinen Anfang. designaustria ist einer der ältesten und größten Designverbände Europas und versteht sich seit 2004 auch als Wissenszentrum und Interessengemeinschaft für Design und somit als Bindeglied zwischen Kreativen, Wirtschaft

und Gesellschaft. Seit geraumer Zeit engagieren sich Mitglieder auch ehrenamtlich in sogenannten ExpertsClusters, wo sie ihr Know-how und ihre Kompetenz einbringen, um die Ziele von designaustria umzusetzen. Begonnen hat es 1927 in einer kleinen Altbauwohnung; mittlerweile ist designaustria – nach mehreren Zwischenstationen, die seine Entwicklung widerspiegeln – mit seinem Standort im Wiener MuseumsQuartier, einem der größten Kulturzentren Europas, aus der privaten Intimität ans Licht der Öffentlichkeit getreten.

1971 wurde in Wien der erste große internationale Kongress VIS-COM 71 mit mehr als 2.000 BesucherInnen veranstaltet, zum 75-jährigen Jubiläum im Jahr 2002 fand im Museums-Quartier ein dreitägiges Geburtstagssymposium mit mehr als 30 ReferentInnen aus aller Welt statt; seit 2010 gibt es den von designaustria initiierten jährlich stattfindenden European Design Business Dialogue (EDBD – siehe auch Seite 24).

Seit den Feierlichkeiten zum 75-jährigen Bestehen wird zu jedem Jubiläum zumindest ein Plakat aufgelegt. Waren die Urheber der Affichen zum 75er die Vorarlberger Sigi Ramoser, Kurt Dornig, Reinhard Gassner und Peter Felder und zum 80er Richard Donhauser, Stefan Sagmeister und Kornelius Tarmann, so konnte 2012 Josef Perndl für die Gestaltung eines Anniversary-Plakats gewonnen werden. Ihm ein ganz herzliches Dankeschön. Unser Dank gilt auch allen Mitgliedern, die dazu beitragen und sich zum Teil auch aktiv dafür einsetzen, dass Design und seine UrheberInnen in Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft verstärkt wahrgenommen werden.

(Severin Filek)

Künstlersozialversicherung 2013 – Aktuelle Werte

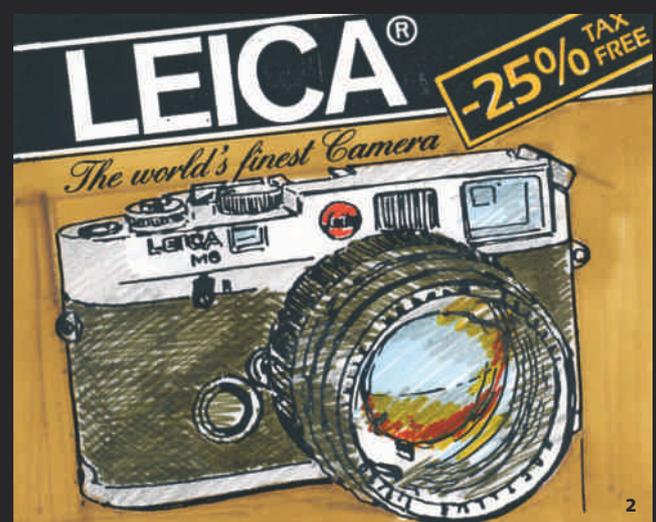
Der Künstlersozialversicherungsfonds (KSVF) hat seinen Zuschuss erhöht. Ab 2013 beträgt er max. Euro 1.722,- pro Jahr und wird für die Pensionsversicherungsbeiträge bzw., wenn diese darunter liegen, auch für Krankenversicherung und Unfallversicherung geleistet. Die Untergrenze, ab der man für einen Zuschuss in Frage kommt, beträgt 2013 Euro 4.641,60 (Basis: monatliche Geringfügigkeitsgrenze x 12). Dieser Betrag bezieht sich auf die Einkünfte (den Gewinn) aus selbstständiger künstlerischer Tätigkeit. Erreicht man durch diese die Mindestgrenze nicht, werden auf Antrag (möglich ab 2008) auch Einkünfte aus einer geringfügigen Beschäftigung mit einschlägigem künstlerischen Inhalt, Stipendien und Preise berücksichtigt. Die Obergrenze, die sich auf die jährlichen Gesamteinkünfte (also alle Einkünfte) bezieht, beträgt 2013 Euro 23.208,-. Sie erhöht sich pro Kind um das Sechsfache der Geringfügigkeitsgrenze, also um Euro 2.320,80 im Jahr 2013. Ein aktueller Infopolder des KSVF kann unter service@designaustria.at angefordert werden.

www.ksvf.at

Nachruf

Karl Straubinger (1938–2012)

Der knapp vor Beginn des Zweiten Weltkriegs in Wels geborene Karl Straubinger erlebte als drittes von fünf Kindern eine entbehrungsreiche Kindheit; der Vater starb kurz nach dessen Rückkehr aus der russischen Gefangenschaft. Der Sohn hatte jedoch das Glück, dass seine Lehrer schon in der Grundschule auf sein außergewöhnliches Zeichentalent aufmerksam wurden und seine Mutter schließlich überredeten, ihn auf die Höhere Technische Lehranstalt in der Goethestraße in Linz zu schicken, wo er zum Werbe- und Gebrauchsgrafiker ausgebildet wurde. Von dort aus ging es 1960 nach Wien an die Meisterklasse an der »Graphischen«. Gleich nach seinem Diplom 1961 arbeitete er als Werbegrafiker für Eumig und Magnesit. 1970 machte er sich selbständig und war bis zu seiner Pensionierung 1998 mit seinem eigenen Atelier als Grafikdesigner erfolgreich. Zu seinen Kunden zählten vor allem Tourismus- und Reiseunternehmen, die er zum Teil über viele Jahre betreute, darunter Airtour Austria, Austrobus/Dr. Richard, Air India, Blaguss, Majestic Imperator, ÖAMTC Reisen, South African Airways, Sabtours, Springer Reisen, Union Reisen, das Österreichische Verkehrsbüro und Wagons-Lits. Aber auch Palmers, die OMV, Leica/Leitz und die Zuckerbäckerei Heiner waren unter seinen Auftraggebern. Schon in den 1960er-Jahren entdeckte er seine große Liebe zu Afrika, wohin der begeisterte Fotograf bis ins Alter immer wieder Reisen unternahm; an die 50 Mal besuchte er viele Länder Zentral-, Ost- und Südafrikas. Für einige seiner Kunden war der Grafikdesigner und Kenner des Schwarzen Kontinents in den 1970er- und 1980er-Jahren daher auch als Reiseleiter tätig. Karl Straubinger war langjähriges Mitglied von designaustria und als Kassenprüfer aktiv. Er hinterlässt eine vierzehnjährige Tochter aus zweiter Ehe.



1 Karl Straubinger: Logos für Dr. Richard, ÖAMTC Reisen, Club Med, Konditorei L. Heiner

2 Karl Straubinger: Anzeige für Leica

DA-Studioporträt



Name: moodley brand identity

Was uns ausmacht? Mehr als 50 Persönlichkeiten aus 10 Nationen, mit all ihren verschiedenen Ursprüngen und Betrachtungsweisen:
 »You don't get harmony when everyone sings the same note.«

Worauf wir verzichten: auf Arroganz

Was wir mögen: Charakter

Was wir zeigen: Respekt

Wie uns andere beschreiben: detailverliebt und optimistisch

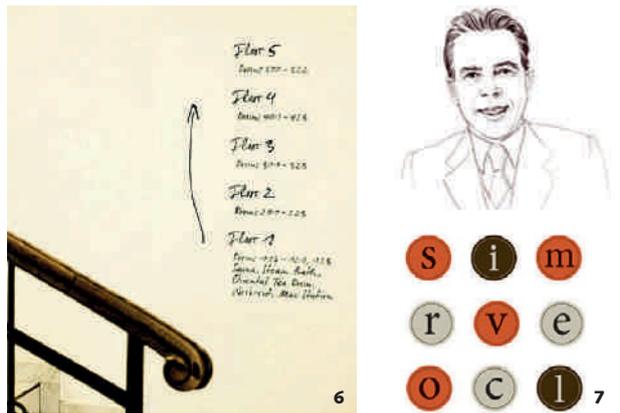
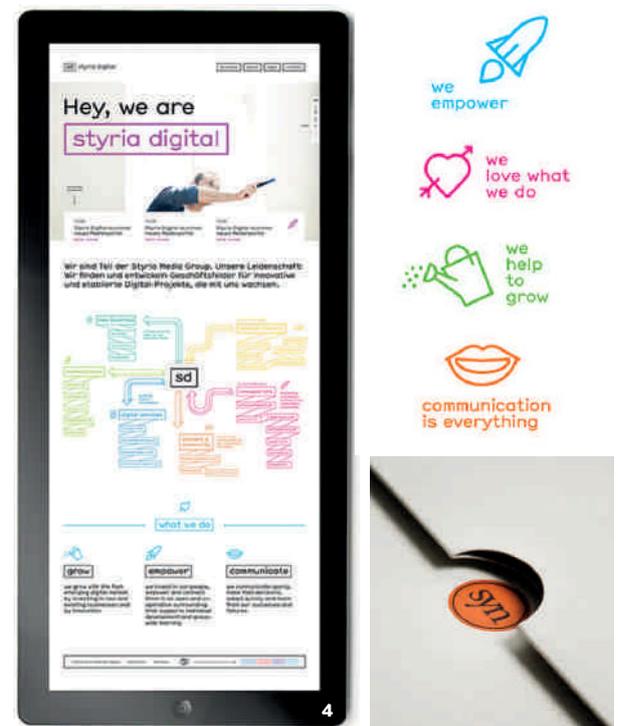
Was wir tun: Wir arbeiten mit unseren Kunden an der Zukunftsfähigkeit ihrer Unternehmen und Marken und helfen ihnen dabei, attraktiver, sichtbarer und begehrt für ihre Kunden, ihre Mitarbeiter, ihre Partner und ihre Investoren zu sein.

Unsere Kerndisziplinen: Brand Design & Consulting, Publishing, Packaging, Designmanagement, User Interface Design, Screen Design, Branded Content und Interior Design.

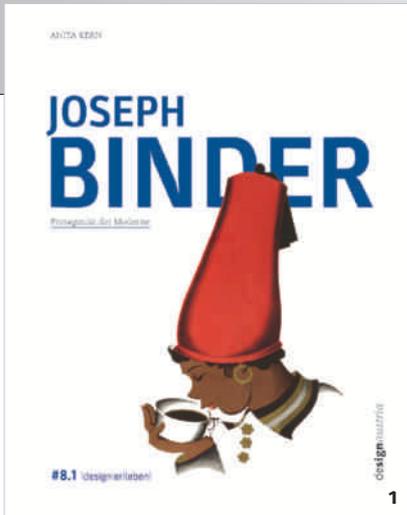
Wie lange schon? Seit 1999, mit Büros in Wien und Graz

Website: www.moodley.at

- 1 Corporate Design »Hotel Daniel«
- 2 Packaging »Toni's Freilandeier«
- 3 Fotografie »Hotel Daniel Vienna«
- 4 Website »Styria Digital«
- 5 Jahresbericht »Caritas Kontaktladen«
- 6 Leitsystem »Hotel Wiesler«
- 7 Corporate Design »Syngroup«
- 8 Branded Spaces »Fleischmarkt«
- 9 Corporate Design »Coffee & Kitchen«



Members at Work



1 Anita Kern: Buchcover »Joseph Binder – Protagonist der Moderne«

2 Perndl+Co Design: Markenentwicklung für Recheis – Familienalbum, Rohstoff-Logo, Ökoenergie-Logo, Holding-Logo, Ideenfabrik-Logo, Akademie-Logo

Die Grafikdesignerin und Designhistorikerin **Anita Kern** ist Autorin und Gestalterin des letzten Bandes (8.1.) der von designaustria herausgegebenen Buchreihe »|design|er|leben|«: **Joseph Binder – Protagonist der Moderne** ist vergangenen Herbst erschienen. Der Historiker und Plakatexperte **Bernhard Denscher**, Leiter der Kulturabteilung der Stadt Wien, hat ihn auf seiner Online-Plattform **www.austrianposters.at** rezensiert: »Joseph Binder war über Jahrzehnte einer der Stars des internationalen Grafikdesigns, von den 1920er- bis in die 1960er-Jahre wurden seine Arbeiten weltweit rezipiert. Es ist daher erstaunlich, wie überschaubar die Zahl der Publikationen über Leben und Werk des österreichisch-amerikanischen Grafikdesigners ist: 1976 gab die langjährige Ehefrau und Managerin des Grafikers, Carla Binder, einen Band über ihren verstorbenen Mann heraus. 2001 veranstaltete das Museum für angewandte Kunst (MAK) in Wien eine Ausstellung über Binder und brachte dazu einen vorbildlich recherchierten Katalog heraus. Nun hat erfreulicherweise die – sowohl als Designerin wie auch als Wissenschaftlerin fachlich ausgewiesene – Anita Kern, die bereits mit dem 2008 erschienenen Band »Österreichisches Grafikdesign im 20. Jahrhundert« ein Standardwerk zum Thema vorgelegt hat, den letzten Band der Reihe »|design|er|leben|« Joseph Binder gewidmet. Im Mittelpunkt steht dabei das Schaffen Binders in Österreich, über seine Jahre in den USA plant die Autorin einen Folgeband im Rahmen der von designaustria herausgegebenen

Reihe. Die Darstellung ist sehr präzise aufgrund des im MAK verwahrten Nachlasses erarbeitet und bietet unter anderem auch weniger bekannte Abbildungen aus dem Schaffensspektrum Binders. Anita Kern bringt in ihrer Biografie den Stellenwert des Grafikdesigners prägnant auf den Punkt: »Joseph Binders Bedeutung für das Grafikdesign in Österreich der 1920er- und 30er-Jahre ist unbestritten, schon aufgrund der Präsenz seiner Arbeit in der Öffentlichkeit: Meinl Kaffee und Tee und dessen Konkurrent Arabia, Persil, Bendsdorf, Jawo Herrenmoden, Österreich-Tourismus, Österreichische Waren, viele Ausstellungsplakate. Aber auch seine Vorbildfunktion als Auftraggeber zahlreicher Gebrauchsgrafiker in seinem Atelier schlägt sich in den Arbeiten der Zeit nieder.«

Auf den Folgeband über Binders Wirken in den USA darf man bereits gespannt sein.« Letzterer erscheint noch in diesem Jahr; Band 8.1 kann über die DA-Website bestellt werden.

www.designaustria.at

www.kerndesign.at

Das Wiener Grafikstudio **Perndl+Co Design** überzeugte mit seiner Kompetenz in Sachen Markenführung und interner Unternehmenskommunikation ein Familienunternehmen mit über 100-jähriger Tradition: Für **Recheis Teigwaren** konnten das Studio bei einer umfassenden **Markenentwicklung** seine Vorstellung von grafischer Qualität und Substanz umsetzen

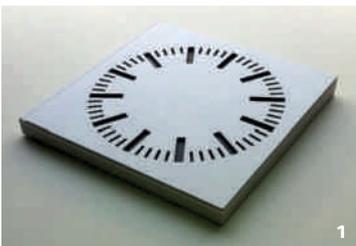


1 Brains: Lichtinstallation »ÖBB-Bahnorama«
2 Brains: Ausstellung »ÖBB-Bahnorama«

(grafisches Konzept und Art Direction: **Regula Widmer**, Grafik: **Katharina Hetzeneder** und **Nina Pavicits**, inhaltliches Konzept und Text: **Philipp Mosetter**). Auch die MitarbeiterInnen von Recheis sind von ihrem »Familienalbum« begeistert. Es zeigt, dass es sich lohnt, auch spröde Themen wie Unternehmensziele und CD-Richtlinien durchdacht zu gestalten. In der Recheis-Familie hat die Holding eine ganz spezielle Funktion. Sie ist in der Außenwahrnehmung weniger präsent und hat eher strukturelle Aufgaben. Dafür wurde ein Logo entwickelt, das in seiner Formensprache Traditionen aus dem Recheis-Archiv aufgreift. Der Buchstabe »R« wird zum Stempel und zur Marke. Mit einer Photovoltaik-Anlage produziert der Teigwarenhersteller nunmehr eigenen Strom. Das wird auch auf einem firmeneigenen Hybridfahrzeug kommuniziert. Neben dem Ökoenergie-Logo hat Perndl+Co auch das Autodesign kreiert. Auf dem Weg zu mehr Unabhängigkeit vom Rohstoffmarkt und zu mehr Einfluss auf die Qualität produziert das Unternehmen auch Rohstoffe. Abgesehen von Informationen, die das eigens dafür gestaltete Rohstoff-Logo transportieren muss, war es den Gestalterinnen auch wichtig, dass es Sympathie vermittelt. Die Logos für die Bereiche Weiterbildung und Innovation zitieren in ihrer Formensprache das Holding-Logo. Die angedeutete Sprechblase des Akademie-Logos steht für Wissensvermittlung, während der aus dem Ideenfabrik-Logo herausragende Pfeil auf neue Ideen verweist.
www.perndl.at

Der neue Hauptbahnhof Wien ist Europas größte innerstädtische Baustelle und eines der wichtigsten Projekte der ÖBB, aber auch der Stadt Wien. Das **ÖBB-Bahnorama**, das Infozentrum für das riesige Bau- und Stadtentwicklungsvorhaben, das von der Wiener Brandingagentur **Brains** begleitet wird, hat mittlerweile über 230.000 Besucher angezogen und wurde kürzlich »als internationales Vorbild für moderne Großbaustellenkommunikation« in der Kategorie Public Affairs mit dem höchsten Kommunikationsaward im deutschsprachigen Raum, dem **Internationalen Deutschen PR-Preis 2012**, ausgezeichnet. Die Agentur wurde zwecks einer gezielten Imagesteuerung mit der Dokumentation des komplexen Bauprojekts beauftragt. Die Aufgaben bezogen sich nicht nur auf den Bau selbst, sondern vor allem auch darauf, wie die Errichtung des Hauptbahnhofs von den betroffenen Gruppierungen wahrgenommen wird: AnrainerInnen, Politik und Medien, ÖBB-MitarbeiterInnen, ArchitektInnen, StadtplanerInnen, Behörden und der Bevölkerung der Stadt. In diesem Sinn wurde auf eine konsistente und zielgruppenrelevante Kommunikation der einzelnen Teilprojekte über unterschiedliche Kanäle geachtet. Es ist gelungen, alle Zielgruppen auf mehreren Ebenen anzusprechen, zu informieren und zu begeistern.

www.brains.com



- 1 Olaf Osten: Ausstellungssujet »Zeit(lose) Zeichen – Gegenwartskunst in Referenz zu Otto Neurath«
- 2 Walking-Chair: Ausstellungsgestaltung »Maximilian von Mexiko – Der Traum vom Herrschen«
- 3 Markus Hanzer: erste Skizzen für »aon TV/A1 TV«
- 4 Markus Hanzer: Buch »Krieg der Zeichen«

Analoge und digitale Bildzeichen bestimmen die Kommunikation, visuelle Leitsysteme prägen den öffentlichen Raum, komplizierte Sachverhalte und statistische Werte werden in bewegten grafischen Visualisierungen intuitiv erfahrbar gemacht – ja sogar die jüngsten politischen Revolutionen werden von universell verständlichen Piktogrammen getragen. Was heute zum Medienalltag gehört, hat seinen Ursprung in Otto Neuraths Visualisierungssystem »Isotype« (International System of Typographic Picture Education). Mit Phänomenen wie den oben beschriebenen beschäftigte sich die Ausstellung **Zeit(lose) Zeichen – Gegenwartskunst in Referenz zu Otto Neurath**, die bis Mitte Februar im Wiener Künstlerhaus zu sehen war und deren visuelle Kommunikation in den Händen des Grafikdesigners **Olaf Osten** lag. Für sein Ausstellungssujet entnahm er der legendären Bahnhofsuhr von Hans Hilfiker die Zeiger und gelangte so zu einem stilisierten Ausdruck zeitlosen Empfindens. Daraus entwickelte er Plakat, Ausstellungsgrafik und den Katalog mit der Uhr als Stanzform am Cover. Ursprung des Piktogramms war eine seiner Zeichnungen, die in der Ausstellung zu sehen war.

www.olaf-osten.com

Die aktuelle Ausstellung im **Hofmobiliendepot – Möbel Museum Wien** widmet sich mit **Maximilian von Mexiko** einem Herrscher, der vor allem durch sein politisches Scheitern Berühmtheit erlangte. Weniger bekannt ist die kreative Seite des jüngeren Bruders von Kaiser Franz Joseph, seine Leidenschaft für Bücher, Kunst, Reisen, Natur und Architektur. Die Sonderschau, zu sehen bis 18. August 2013, folgt mit etwa 550 Exponaten der bewegten Biografie des Herrschers von der Jugend am Wiener Kaiserhof bis zu seinem gewaltsamen Tod in der Fremde. Für die unkonventionelle Gestaltung der Ausstellung zeichnet das Designstudio **Walking-Chair** verantwortlich. Mit überraschenden Mitteln werden die Räume vereinheitlicht, wobei der Symbolik der Farben eine große Rolle zukommt. Den Abschluss der Ausstellung bildet eine Installation zur Erschießung Maximilians, in deren Zentrum sein eindrucksvoller Transportsarg steht.

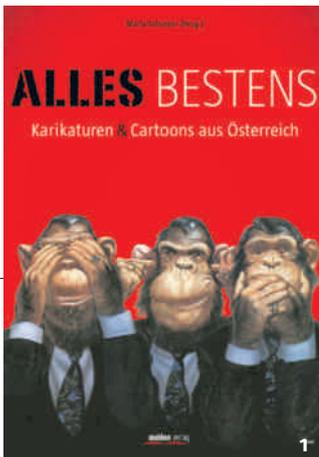
www.walking-chair.com

www.hofmobiliendepot.at

Was gibt es Schöneres als ein Interface, das einen nicht dumm aussehen lässt und einfach zu bedienen ist? Ohne Gebrauchsanweisung und Lernzeiten. Das selbstverständlich und direkt funktioniert wie ein Lichtschalter. Mit personalisierten kontextbezogenen Vorschlägen, die helfen, sich in einem riesigen Angebot zurecht zu finden, ohne bevormundet zu werden.

Markus Hanzer, Partner der Designagentur **Qarante**, ist diese Aufgabe mit seinem Basiskonzept für **A1 TV**, Österreichs Fernsehen von morgen, geglückt. Er wurde ins Team geholt, weil er bereits umfangreiche Erfahrungen mit der Entwicklung von interaktiven Fernsehangeboten aufzuweisen hatte (ORF 1994, ARD 1997, Bertelsmann 2000, Red Bull 2004, Telekom Austria 2005). Sein Konzept baut auf zwei zentralen Überzeugungen auf: Interaktive Angebote müssen unmittelbar, auf einfachste Weise und in vollem Umfang genutzt werden können. Dazu ist einerseits eine simple und konsistente Benutzerlogik erforderlich und andererseits eine Form der Fernbedienung, die (fast ausschließlich) mit den Richtungspfeilen und dem OK-Button ihr Auslangen findet. Darüber hinaus bedarf es einer entsprechend attraktiven Inszenierung der Angebote, um überhaupt das Interesse der KonsumentInnen zu wecken. Das Interface folgt daher der Metapher einer Bühne. A1-TV ist das Ergebnis einer gemeinsamen Entwicklungsarbeit mit dem Team von A1 und der Agentur Fonda (Screen Design). Und noch ein Hinweis zu Markus Hanzer in anderer Sache: Sein Buch **Krieg der Zeichen** ist inzwischen als kostenloses E-Book im iTunes Store erhältlich.

www.qarante.com



1 Buchcover Maria Schuster, »Alles bestens – Karikaturen & Cartoons aus Österreich«

2 Bernd Ertl: Karikatur »Sarah Jessica Parker«

3 Bernd Ertl: Karikatur »Wolfgang Amadeus Mozart«

4 Bernd Ertl: Szene aus dem Theaterstück »Tschick«

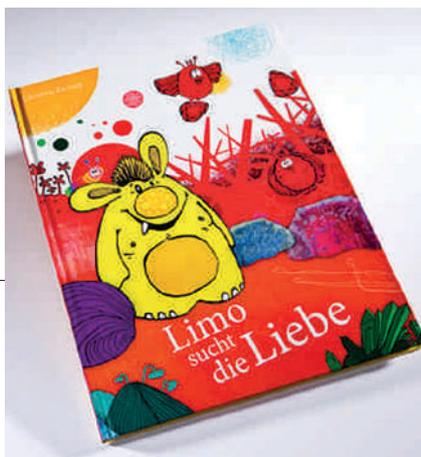
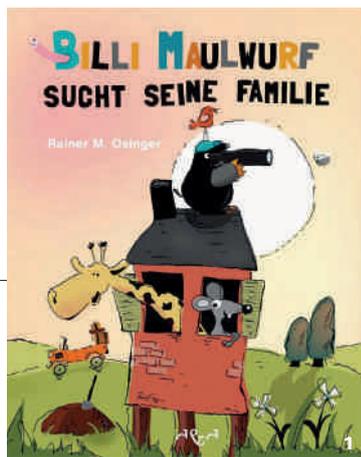
5 Bernd Ertl: Schnapskarte »Pik-Bube Andreas Kofler«

6 Bernd Ertl: Schnapskarte »Herz-Dame Anna Fenninger«

7 Doris Schamp: Cartoon »Eltan havden für irre Kinder!«

8 Doris Schamp: Cartoon »Schmutzige Gedanken«

9 Doris Schamp: Cartoon »Ausflug«



1 Rainer M. Osinger: Kinderbuch »Billi Maulwurf sucht seine Familie«

2 Christina Zwittag: Kinderbuch »Limo sucht die Liebe«

Das Ende letzten Jahres erschienene Buch **Alles bestens – Karikaturen & Cartoons aus Österreich** von Maria Schuster versammelt über 200 Cartoons zu Persönlichkeiten, Ereignissen und Schicksalsstunden unseres Landes. Es wirft einen unterhaltsamen und unkonventionellen Blick auf die »Insel der Seligen« und präsentiert dabei erstmals umfassend das Schaffen österreichischer CartoonistInnen, von denen viele zu den bekanntesten und erfolgreichsten ExponentInnen ihres Genres im deutschsprachigen Raum zählen, darunter etablierte Künstler wie Manfred Deix, Paul Flora, Gerhard Haderer, Rudi Klein, Gustav Peichl/Ironimus, Oliver Schopf oder Erich Sokol. Unter den 50 vorgestellten ZeichnerInnen finden sich mit den DA-Mitgliedern **Doris Schamp/La Razzia** und **Bernd Ertl** aber auch Angehörige der jüngeren Generation, die eindrucksvoll unter Beweis stellen, dass Zeitgeschehen und Zeitgeist auch weiterhin mit »spitzer Feder« kommentiert werden. Erschienen im Molden Verlag, Hardcover mit Schutzumschlag, 200 Seiten. Anlässlich des Erscheinens des Buches war bis Mitte Februar 2013 im freiraum im MuseumsQuartier die von der Autorin kuratierte und von den Komischen Künsten organisierte gleichnamige Ausstellung zu sehen, mit über 150 Originalwerken: humorvoll, bissig, überraschend.

Bernd Ertl ist außerdem als **Live-Zeichner** bei den Aufführungen des Theaterstücks **Tschick**, basierend auf dem Erfolgsroman von Wolfgang Herrndorf, im Einsatz. Premiere war am 18. Jänner am **Next Liberty Theater** in Graz; das Stück läuft noch bis Herbst. Zusammen Regisseur Josef Maria Krasanovsky erarbeitete er das visuelle Konzept Szene für Szene. Die Bilder unterlegen Gedanken, Aktionen und Erinnerungen, illustrieren Schauplätze, suggerieren Bewegung, sind klassisches Bühnenbild, aber auch interaktives Element. Im Laufe des Theaterabends treten Zeichner und SchauspielerInnen zuweilen auch in direkte Interaktion. Sein Talent zum Karikieren stellte der Illustrator auch bei dem zur Ski-WM in Schladming aufgelegten **Schnapskartenspiel** des Nachrichtenmagazins **News** unter Beweis, in dem Österreichs Skistars u. a. als Pik-Dame und Herz-König in Erscheinung treten.

www.dorisschamp.at

www.ausgezeichnet.com

Mit einem neuen Kinderbuch – **Billi Maulwurf sucht seine Familie** – begeistert **Rainer M. Osinger** nicht nur junge LeserInnen ab 4 Jahren, sondern auch Erwachsene. Billi ist traurig, weil er keine Familie hat. Da kommen Robert und Rosi, eine lustige Giraffe und eine fröhliche Maus, des Weges, und wollen ihm helfen, seine Artgenossen zu finden. Die gemeinsam erlebten Abenteuer schweißen die drei Tiere zusammen, und die Geschichte nimmt ein unerwartetes Ende. Der Autor und Illustrator konfrontiert die Kinder mit einem Problem, das viele aus der eigenen Erfahrung kennen, und bietet Lösungen an, die nicht einem idyllischen Idealbild nachjagen. Dabei verbindet er Bilder und Texte zu einer harmonischen Einheit und zeigt viel Liebe zum Detail. Erschienen bei D&D Medien, Hardcover, 44 Seiten.

www.osinger-grafik.at

Zeichnen ist für die Illustratorin und Produktdesignerin **Christina Zwittag** das Leben. Ende letzten Jahres hat die Absolventin der HBLA für künstlerische Gestaltung in Linz und des Studiengangs Industrial Design an der FH Joanneum in Graz im Eigenverlag – in der von ihr gegründeten Werkstatt für biophiles Design **Daschkaria**, mir der sie auf Ökologie und regionale Materialien und Kompetenzen setzt – das Kinderbuch **Limo sucht die Liebe** herausgebracht. Limo wohnt im Gelbland, wo mitten im Zitruswald der Bananenmilchteich liegt. Alles, was ihm fehlt, um glücklich zu sein, ist die große Liebe. Er macht sich auf die Suche und erlebt auf seiner Reise durch das Rotland, Blauland und Grünland jede Menge Abenteuer. Der Designerin ging es darum, an ein Thema, das ihr am Herzen liegt, als Autorin und Illustratorin heranzugehen und die Geschichte in zwei Ausdrucksformen parallel zu entwickeln. Für LeserInnen ab 4 Jahren. Hardcover, 32 Seiten, inkl. Leporello der gesamten Bildgeschichte.

www.zwittag.at

www.daschkaria.at



bl<m design working group: Projekt »Vasen und Amphoren auf der A23 Südosttangente«

Die preisgekrönten Beiträge des von der **ASFINAG** ausgeschrieben Ideenwettbewerbs zur **A23 und S1** waren bis Ende Jänner in der Ovalhalle im Wiener MuseumsQuartier ausgestellt, darunter auch das Projekt **Vasen und Amphoren auf der A23 Südosttangente** von **Stefan Moritsch** und **Klement Wassner** der **bl<m design working group**, mit dem die beiden Designer auf Platz drei landeten. Ihr Anliegen war es, der unruhigen Atmosphäre einer an Gefahrenmomenten reichen Hochleistungsstraße durch eine subtile Intervention ein Element der Beruhigung entgegenzusetzen. Zu diesem Zweck platzierten sie Vasen in unterschiedlichen Formen und Größen als vertraute Objekte des Wohnraums an ausgewählte Stellen der A23. Analog zum Innenraum boten sich dafür markante Plätze wie Nischen und Podeste besonders an. Die Präsenz von verwundbarer Keramik entlang des massiven Betonbands erregt Aufmerksamkeit und fördert zugleich eine kollektive Vorsicht. Gegenstände, die uns täglich umgeben und die wir gar nicht mehr bewusst wahrnehmen, erfüllen neben ihrer Funktion als Gebrauchsgegenstände vor allem einen symbolischen und psychologischen Nutzen.

www.bkm-format.com

www.asfinag.at

Auf der **IMM Cologne 2013** stellte **Anrei**, einer der ältesten Möbelproduzenten Österreichs, im Jänner die von **Thomas Feichtner** entwickelte 18 Teile umfassende Möbelkollektion

Fino vor. Unternehmen und Designer haben durch ihre hohen Ansprüche an Nachhaltigkeit, perfektes Handwerk und zeitgemäße Gestaltung zusammengefunden. Die Serie aus Massivholz besteht aus Esstisch, Bänken, Stühlen, Schränken, Regalsystemen, Schreibtisch, Hockern und Beistelltischen. Der Designer wurde dafür beim **Interior Innovation Award**, einem der renommiertesten Preise der Möbelbranche, der im Rahmen der Kölner Möbelmesse vom Rat für Formgebung durchgeführt wird, ausgezeichnet. Über 1.200 Aussteller präsentierten in Köln ihre neuesten Produkte.

www.thomasfeichtner.com

Ebenfalls nicht fehlen durfte auf der **IMM Cologne 2013** das Wiener Designstudio **EOOS**, das am Stand von **Walter Knoll** mit mehreren Produktneuheiten vertreten war. Im Zentrum stand das Sofaprogramm **Yuuto**, das durch seine raumgreifende Präsenz und sein modulares System einem Statement gleichkommt. Im Spiel der Volumina mit tiefen Sitzflächen und opulenten Polstern entsteht eine Landschaft aus Kissen für die ganze Familie, für Freunde und Gäste. Die Elemente lassen sich auch als Einzelsofa, Récamière oder Ecklösung nutzen und passen sich damit an Lebensform und Wohnraumgröße an. Polsterflächen aus natürlichen Stoffen werden durch Armlehnen und Ablageflächen in griffigem Blankleder ergänzt. Ebenfalls mit dabei war der Beistelltisch **Oki**, dessen minimalistisches Design sich durch Leichtigkeit, Gleichgewicht und Geometrie auszeichnet.



Ein filigranes Drahtgestell trägt die Tischplatte. Für edlen Glanz sorgen Oberflächen aus Kupfer und Bronze. Die Tischchen finden leicht Platz am Sofa und sind flexibel und praktisch. Und last but not least ist das großzügige Sofa **Gordon**, das für bleibende Entspannung sorgt, nun auch als Eckvariante zu haben. Schützend und stützend zugleich sind die hohen Rücken mit dünnem Rückenschild. Die weichen Kissen davor garantieren bequemes Sitzen über Stunden. Feine Einzüge definieren die Polster.
www.eoos.com

Auch das Designbüro von **Martin Ballendat**, das über Stützpunkte in Deutschland und Österreich verfügt, hatte – bei gleich sechs Ausstellern – einen prominenten Auftritt auf der **IMM Cologne 2013**. Auf dem Stand des italienischen Möbelherstellers **Tonon** wurden gleich 30 Mitglieder der erfolgreichen Familie des **Up-chair** gezeigt, darunter der neue Barstuhl und Modelle in Leder und Kernleder. **Venjakob** (Deutschland) präsentierte eine breite Palette des Freischwingers **Lova** mit passenden Tischen (fix und ausziehbar). Die Besonderheit des Stuhls ist das aus einem Ellipsenrohr geformte Gestell, das eine bequeme Polsterschale fließend umrahmt. Für **Vogelauer** (Österreich) widmete sich Design Ballendat der Neuinterpretation des alpinen Wohnens. Entstanden sind prägnante Stühle und Tische aus Massivholz. **Moll** (Deutschland) zeigte den nunmehr serienreif entwickelten und mit seinen BenutzerInnen mitwachsenden Schülerarbeitsstuhl **Scooter**.

Willisau (Schweiz) präsentierte die um neue Modelle erweiterte Stuhlfamilie **Vinci**, von der nun auch Ausführungen mit Holzgestell und transparenter Netzschale zu haben sind. Ebenfalls neue Lösungen für ein bewährtes Sitzmöbel – **Little Perillo** – präsentierte **Daupin Home** (Deutschland) in Form von Modellen mit Holzbasis und Mittelfuß. Dem nicht genug: Für die Produktinnovationen der führenden ägyptischen Möbelmarke **Mobica+**, die mit Martin Ballendat den Markteintritt in Europa wagte, gab es nicht weniger als vier Auszeichnungen beim **Interior Innovation Award 2013**. Das Minibüro auf Rädern **Nomado**, die modulare Box **Cango**, der Netzstuhl **Bloss** und das Leichtbaupaneel **Keko** gehören einer ganz neuen Officemöbellinie an, die durch ihre Flexibilität überall gut einsetzbar ist und nicht nur im Home Office für ein komfortables, effizientes und schönes Arbeitsumfeld sorgt. Ein Wire Management mit Steckdosen und Anschlüssen garantiert, dass Technik ohne störenden Kabelsalat zur Verfügung steht.
www.ballendat.de

1 Thomas Feichtner: Beistelltische, Hocker und Sideboard der Serie »Fino«

2 EOOS: Sofa »Gordon«

3 EOOS: Beistelltisch »Oki«

4 EOOS: Sofaprogramm »Yuuto«



1 Design Ballendat: »Up-chair«

2 Design Ballendat: Tisch für Vogelauer (Österreich)

3 Design Ballendat: modulare Box »Cango«

4 Design Ballendat: Freischwinger »Lova«

5 Design Ballendat: Stuhl »Little Perillo« mit Holzbeinen

6 Design Ballendat: Polstertuhl »Little Perillo« mit Mittelfuß

7 Design Ballendat: Minibüro auf Rädern »Nomado«

8 Design Ballendat: Arbeitsstuhl »Scooter«

Veranstaltungen

Workshop Verpackungsdesign

Dieser Workshop, veranstaltet von designaustria, dem Creativ Club Austria (CCA) und dem neuen DA-Firmenmitglied Bösmüller Print Management, gibt Einblick in die technischen, gestalterischen und rechtlichen Grundlagen von Verpackungsdesign und ist speziell auf die Bedürfnisse von Grafik- und ProduktdesignerInnen zugeschnitten. Geboten wird eine Einführung in Material, Konstruktion, Design, Verarbeitung, Kennzeichnung und Patentrecht bei Verpackungen aus Karton, Wellpappe und Kunststoff.

Die Themenschwerpunkte:

- Materialien und deren Anwendung: Karton, Pappe, Wellpappe, Kunststoff, Verbundmaterialien
- Druckverfahren
- Technik: Entwicklung, Konstruktion, Normen (FEFCO & ECMA), Verarbeitung
- Kennzeichnungen und Codes
- Patente, Gebrauchsmuster, Geschmacksmuster
- Lebensmittelkonformität
- Fallbeispiele außergewöhnlicher Verpackungsformen: von der Idee ins Regal

Workshopleiter Zoran Surlina ist Verpackungsdesigner und Fachjournalist, langjähriges Mitglied von DA und bei Bösmüller Print Management verantwortlich für Verpackung und Produktentwicklung. Er ist seit 30 Jahren in der Verpackungsbranche tätig und hat in dieser Zeit umfangreiche Erfahrungen in verschiedenen Positionen und Unternehmen gesammelt. Als Verpackungsdesigner weiß er, was Kreative interessiert und welche technische Unterstützung sie sich bei der Umsetzung ihrer Ideen wünschen. Im Anschluss an den Workshop findet ein Get-together mit Buffet statt.

Der Workshop wird zu drei Terminen in Wien, Graz und Salzburg angeboten:

Termin: Dienstag, **12. März 2013**, 15.00–20.00 Uhr

Ort: designforum Wien, MuseumsQuartier, Museumsplatz 1/Hof 7, 1070 Wien

Termin: Dienstag, **9. April 2013**, 15.00–20.00 Uhr

Ort: designforum Salzburg, Strubergasse 26, 5020 Salzburg

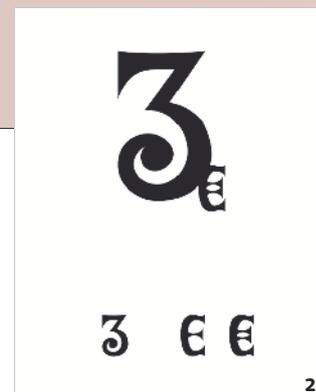
Termin: Donnerstag, **21. Mai 2013**, 15.00–20.00 Uhr

Ort: designHalle, Lazarettgürtel 62, 8020 Graz

Kosten: Euro 45,- für DA- und CCA-Mitglieder,
Euro 65,- für Nicht-Mitglieder
zzgl. 20% USt.

Teilnehmer: max. 15 Personen pro Termin

Da die Teilnehmerzahl limitiert ist, werden Anmeldungen nur in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt und gelten als verbindlich (die Nennung einer Ersatzperson ist möglich). Wir bitten um Anmeldungen per E-Mail an: projekte@designaustria.at



1 Andreas Koop: Buch »Die Macht der Schrift: Eine angewandte Designforschung«

2 Andreas Koop: Schriftgestaltung »Ludwig«

Vortrag »Schrift und Macht« von Andreas Koop

Am **12. März 2013** findet auf Einladung von designaustria und der Typographischen Gesellschaft Austria (tga) im **designforum Wien** um 19.00 Uhr ein Vortrag des Kommunikationsdesigners und Typografen Andreas Koop statt, der sich seit vielen Jahren nicht nur praktisch mit Schriftgestaltung beschäftigt – seine Schrift »Ludwig« etwa basiert auf Fresken im Schloss Neuschwanstein –, sondern der sich auch theoretisch mit der Entwicklung und Funktion von Schrift im historisch-politischen und gesellschaftlichen Kontext auseinandersetzt. Aufsehen erregt hat etwa sein 2008 im Verlag Hermann Schmidt Mainz veröffentlichtes Buch »NSCI – Das visuelle Erscheinungsbild der Nationalsozialisten 1920–1945«.

Koop über seinen Vortrag: »Schrift ist mehr als ein ästhetisches Phänomen – sie ist zugleich Aussage. Sie kann programmatisch sein, revolutionär, restaurativ. Faszinierend und unerwartet ist dabei, wie stark Traditionsstränge wirksam werden. Dies zeigen die historischen Herrscher eindrucksvoll. Analytisch, komparativ und experimentell werden die Rhetorik der Schrift und das Zeremoniell der Typografie untersucht, aber auch das Bild des Staates heute und die Gegensätze zu Macht.« Diesen Fragen widmet sich auch sein kürzlich bei Niggli erschienenes Buch »Die Macht der Schrift: Eine angewandte Designforschung« (Hardcover, 303 Seiten). Vorangestellt ist der Untersuchung ein einführendes Kapitel über die sich derzeit konstituierende Designforschung. Kompakt und übersichtlich werden Ansätze und Methoden vorgestellt, Chancen und Potenziale aufgezeigt. Mehrere Beispiele von Protagonisten dieser Disziplin können als exemplarisch gelten.

www.designgruppe-koop.de

www.koop-andreas.de

www.designaustria.at

www.typographischegesellschaft.at

Andreas Koop leitet ein Designbüro im Allgäu. Daneben ist er als Autor, Dozent und Designforscher tätig. Dabei bewegt er sich dabei im Spannungsfeld von Zeitgeschichte, Gesellschaft, Politik und Design. Die Arbeiten der designgruppe koop wurden national und international ausgezeichnet. Im Vordergrund stehen verantwortungsvolle und nachhaltige Konzepte mit einem umwelt- und wertebewussten Designansatz. Von Andreas Koop stammt auch die Idee zu der von designaustria herausgegebenen Reihe »|design|er|leben|«, die er als Autor und Gestalter betreut. Sie stellt österreichische DesignerInnen vor, die die visuelle Gestaltung der Nachkriegsgeneration maßgeblich geprägt haben.

European Design Business Dialogue 2013



Der European Design Business Dialogue (EDBD) geht dieses Jahr in die vierte Runde. Vom **2. bis 4. Mai 2013** veranstaltet designaustria in Kooperation mit der CIS – Creative Industries Styria die Konferenz für Wirtschaft und Design(erInnen). Dafür wird wieder ein starkes Programm zusammengestellt, das dieses Mal in **Wien** und **Graz** stattfinden wird.

Im Fokus: UnternehmerInnen

In Impulsvorträgen werden sich international hochkarätige ReferentInnen mit folgenden Fragestellungen beschäftigen: Wie kann Design (effizienter) in Unternehmensprozessen integriert werden? Welches Potenzial hat Design, um Innovation zu unterstützen? Wie kann Design als Treiber für Wachstum fungieren? Wie kann man sich als Unternehmen differenzieren, um am internationalen Markt zu bestehen?

Internationaler Austausch in Wien und Graz

Der EDBD bietet neben einem theoretischen Teil anschauliche Best-Practice-Beispiele und genügend Raum für den Austausch zwischen den internationalen Fachleuten aus der Designwirtschaft und den TeilnehmerInnen. In Diskussionsrunden können sich die eingeladenen ExpertInnen und EntscheidungsträgerInnen aus Wirtschaft, Industrie, Design, Forschung & Entwicklung einbringen. Begleitet werden die Konferenztage von designaustria-Geschäftsführer Severin Filek und Designconsultant Michael Thomson (Großbritannien) auf Deutsch und Englisch.

Termine:

- 2. Mai 2013: designforum Wien
- 3. Mai 2013: Alte Universität Graz
- 4. Mai 2013: Graz

Hands-on-Wissensvermittlung

Neben dem zweitägigen theoretischen Input – ein Tag in Wien (2. Mai), einer in Graz (3. Mai) – wird die diesjährige Ausgabe des EDBD mit Workshops in Graz (4. Mai) ergänzt, die auf die Zielgruppen UnternehmerInnen und DesignerInnen abgestimmt sind. Folgende internationale Vortragende wurden angefragt und sind bereits großteils bestätigt:

Lutz Hackenberg (D), Kommunikationsdesigner

Er gründete 1976 die Allianz deutscher Designer (AGD), für die er viele Jahre als Vorsitzender und geschäftsführender Vorstand aktiv war. Bis heute gehört die berufswirtschaftliche Beratung, die auch in seinen Seminaren und Workshops Thema ist, zu seinen Spezialgebieten. **www.lutzhackenberg.de**

Eusebi Nomen (AND), Innovationsmanager und Patentberater

Seit 1989 berät der Jurist (und Mikrobiologe) zum Thema »Protected Innovation Management«, u. a. das Europäische

Patentamt, europäische Organisationen sowie Kulturzentren und DesignerInnen. Zu seinen bisherigen Klienten zählen das Russische Patentamt, die Regierung von Andorra sowie die World Intellectual Property Organization (WIPO). Als Gastprofessor an der ESADE Business School und an der Universität Alicante gibt er sein Wissen über immaterielle Wirtschaftsgüter und deren Bewertung sowie über Unternehmensstrategie weiter.

Shan Preddy (GB), Preddy & Co, Konsultantin

Shan Preddy ist Teilhaberin eines Beratungs- und Schulungsunternehmens für Geschäftsentwicklung im Designbereich. In Großbritannien stationiert, arbeitet sie als erfahrene Referentin und Coach auch für führende Designunternehmen in aller Welt. Sie ist im UK Design Alliance Advisory Board vertreten und akkreditierte Konsultantin des DBA (Design Business Association) Experts Register. Sie gehört dem Chartered Institute of Marketing und der Marketing Society an und ist Mitglied des Institute of Directors sowie Elected Associate von D&AD und Fellow der Royal Society for Arts. Ihr Buch »How to Market Design Consultancy Services: Finding, Winning, Keeping and Developing Clients« wurde mittlerweile zu einem internationalen Standardwerk der Branche. www.preddy.co.uk

Michael Thomson (UK), Design Connect, Designstrategie und Berater

Ursprünglich in 3D-Design ausgebildet, arbeitete Thomson einige Jahre für das Design Council in Belfast und London, bis er 1995 seine Unternehmensberatung Design Connect in London gründete. International berät er Designagenturen und Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen im strategischen Design Thinking, von Stadtregierungen über die Fertigungsindustrie und den Finanzsektor bis hin zu Fernseh- und Rundfunkanstalten. Seine Kompetenz in Designpolitik hat Michael Thomson bereits in Großbritannien, Asien, Island, Österreich, Irland, Italien und Katar eingebracht. Als Präsident von BEDA (Bureau of European Design Associations) bereitete er 2007–2009 der Einbindung von Design in die Europäische Innovationsstrategie den Weg. www.designconnectlondon.blogspot.com

Konferenz und Workshops sind kostenpflichtig mit Ermäßigungen für Mitglieder.
Details finden Sie in Kürze online auf www.designaustria.at.

Typo Berlin 2013

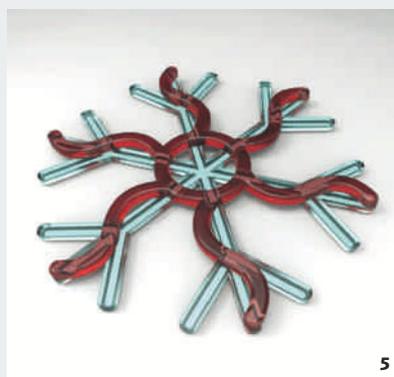
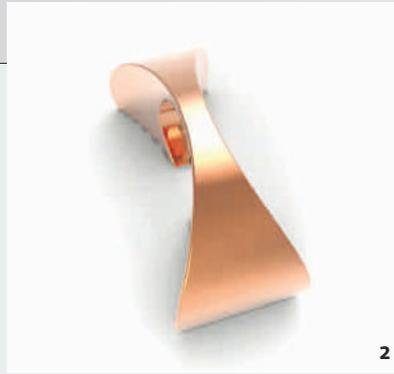
Gute Gestaltung macht Produkte und Dienstleistungen liebenswert. Neben allen funktionalen Aufgaben gilt Design daher meist dann als besonders gelungen, wenn es unser Herz anspricht. Warum dies so ist, untersucht die nächste Typo Berlin, die vom **16. bis 18. Mai 2013** unter dem Motto »Touch« im **Haus der Kulturen der Welt** stattfindet. Drei Tage lang widmen sich Designstars und ExpertInnen aus den Bereichen Kunst, Medien und Wirtschaft in Vorträgen, Diskussionen und Workshops den »anrührenden« Aspekten des Designs. Rund 1.200 DesignerInnen, TypografInnen und MediengestalterInnen sowie 70 JournalistInnen und Blogger aus der ganzen Welt werden auf der größten europäischen Designkonferenz erwartet.

Zugesagt haben bereits zwei der derzeit größten englischen Designtalente: Die erst 27-jährige Kate Moross hat sich in kürzester Zeit mit aufregenden Arbeiten in den Bereichen Illustration, Motion Graphics, Fotografie und Film einen Namen gemacht. Paul Barnes, der bereits für so unterschiedliche Auftraggeber wie Givenchy, Newsweek, den Fernsehsender ABC und Popstar Björk gearbeitet hat, wurde vom Magazin »Wallpaper« als einer der einflussreichsten Designer unter 40 bezeichnet. Ebenfalls mit dabei: Ken Garland, der sich für nachhaltiges Design einsetzt, Jessica Walsh, die neue Studiopartnerin von Stefan Sagmeister, Anthony Burrill, der Sound und Image u. a. für die British Library zu beeindruckenden 3D-Arbeiten verarbeitet, der junge Berliner Architekt, Rapper und Graffiti-Künstler Van Bo Le-Mentzel, der mit seinen »Hartz-IV-Möbeln« für Aufmerksamkeit gesorgt hat, die Schweizer Dimitri Bruni und Manuel Krebs vom Designbüro Norm, die sich der Buchkunst verschrieben haben und mit selbst entworfenen Schriften arbeiten, und der Markenexperte Simon Manchipp, der mit seiner Agentur SomeOne für das Rebranding unterschiedlichster Auftraggeber sorgt und dessen Sport-Piktogramme für die Olympischen Spiele in London in diesem Jahr weltweit gefeiert wurden.

www.typtalks.com/berlin



Ausstellungen



- 1 Martin Breuer Bono: Bücherregal »diskret«
- 2 Martin Breuer Bono: Serviettenring »Bernoulli«
- 3 Martin Breuer Bono: Speicherofen »konkret«
- 4 Martin Breuer Bono: Tourenschibindung »silvretta pure«
- 5 Martin Breuer Bono: Untersetzer »Sotto«
- 6 Martin Breuer Bono: Eierbecher »X2C«

Werkschau Martin Breuer Bono Zwölf Entsprechungen

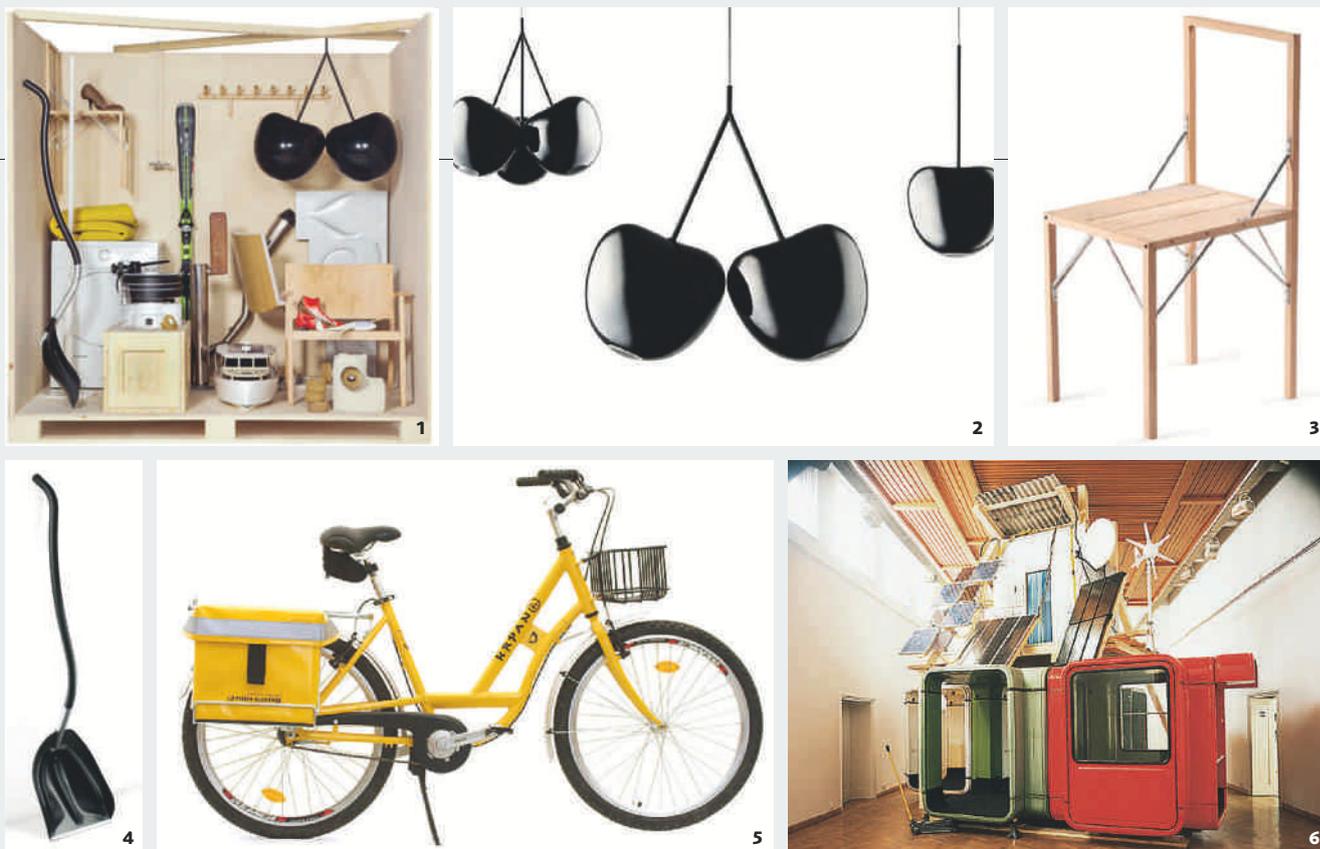
Das **designforum Steiermark** setzt seine Präsentationsreihe österreichischer DesignerInnen mit dem aus Vorarlberg stammenden Wahl-Grazer Martin Breuer Bono fort. Die Werkschau, die noch bis **10. März 2013** zu sehen ist, stellt zwölf Projekte vor, die teilweise erstmals öffentlich präsentiert werden und ganz unterschiedlichen Bereichen angehören: Investitionsgüter und Sportartikel finden sich ebenso wie Tafelgerät und Möbel. Zentrales Thema ist die Herangehensweise des Designers: »Mein Zugang ist eine Mischung aus persönlicher Betroffenheit, systematischer Analyse und intuitiver Offenheit. Gestalten heißt für mich Auseinandersetzung mit dem Wesenhaften des Produktes – mit der Idee. Ich interessiere mich nicht so sehr, wie die Dinge aussehen oder was sie können, sondern was sie bedeuten.«

Unter den ausgestellten Projekten findet sich der Speicherofen »konkret« mit Bank und Sofa für Müller Ofenbau, der freistehend zum Möbelstück und zur Betonskulptur wird; »silvretta pure« für Salewa Sportgeräte, die leichteste schuhunabhängige Tourenschibindung der Welt, die Robustheit und Agilität in sich

vereint; das Bücherregal »diskret«, das als Eigenentwicklung die unterschiedlichen Größen von Büchern berücksichtigt; der Eierbecher »X2C« für Koziol, der sich an der Form der Eierschachtel orientiert und wie diese im geöffneten Zustand stapelbar ist; oder der Serviettenring »Bernoulli«, ausgeführt in Porzellan oder gebürstetem Kupfer, ein Tischobjekt, das Kompression und Beschleunigung, Bündelung und Diffusion, Struktur und Perfektion zum Ausdruck bringt.

Martin Breuer Bono Martin hat an der TU Wien und am Royal College of Art in London studiert. 2000 gründete er sein eigenes Studio. Im Fokus seiner Arbeit stehen neben der formal-gestalterischen Komponente vor allem auch der konzeptionelle Gehalt und technologische Aspekte. Er hat dafür den Begriff »Design Development« geprägt. Martin Breuer Bono ist Inhaber mehrerer Patente und wurde mit internationalen Designpreisen ausgezeichnet: dem ISPO Outdoor Award (2003), dem JEC Composite Award (2004), dem red dot: product design award (2007), dem Adolf Loos Staatspreis Design (2007) und dem Re:Design Network Award (2010).

www.cis.at
www.designforum.at



- 1 Ausstellungsbox
- 2 Nika Zupanc: Lampe »Black Cherry«
- 3 Janez Suhadolc: Stuhl »Lajt Chair«
- 4 Rinz, Pavlinec & Pavlinec: Schaufel »Efekt«
- 5 Matevž Fortuna: Fahrrad »Krupan Postman's Bicycle«
- 6 Saša J. Mächtig: Kiosk »K67«

Silent Revolutions – Zeitgenössisches Design aus Slowenien

Diese Wanderausstellung des slowenischen Museums für Architektur und Design, die von **22. März** bis **28. April 2013** im **designforum Wien** zu sehen ist (Eröffnung: 21. März), präsentiert eine Auswahl von Designprojekten, die exemplarisch für die Formgebung eines noch jungen – erst zwei Jahrzehnte alten – Landes stehen. Der Blick richtet sich dabei nicht so sehr auf einen alles umfassenden Querschnitt, sondern konzentriert sich auf herausragende Einzelleistungen. In den ausgewählten Arbeiten drückt sich die Passion und Entschlossenheit der GestalterInnen ebenso aus wie die Motivation, Innovationsfreude und hohe Verarbeitungsqualität der die Entwürfe umsetzenden Wirtschaftsbetriebe, egal ob es sich um einen filigranen Plattenspieler, verführerische Lampen in Form schwarzer Kirschen, das weltweit erste Großraumboot mit Hybridantrieb oder ein ästhetisch ansprechendes Fassadensystem handelt. Gezeigt werden auch Produkte aus den Schlüsselindustrien des Landes, etwa in Zusammenarbeit mit DesignerInnen entwickelte Sportgeräte von Elan und Alpina oder Haushaltsgeräte von Gorenje, konzipiert im betriebseigenen Designstudio. Die Schau beleuchtet

darüber hinaus Wendepunkte in der Geschichte des slowenischen Designs, die auch in der Herangehens- und Denkweise der jungen Generation sowie in neuen Entwicklungstendenzen ihren Niederschlag gefunden haben.

Begleitet wird die Ausstellung von einer umfangreichen Publikation, deren Fokus nicht nur auf den Produkten und Designpersönlichkeiten liegt, sondern auch die Auftraggeber und herstellenden Betriebe, die eine maßgebliche Rolle bei der Umsetzung der Projekte gespielt haben, ins Blickfeld rückt. Die Ausstellung versammelt über 25 ausgesuchte Arbeiten und ist damit die erste seit über zwanzig Jahren, die einen ausführlichen und repräsentativen Streifzug durch zeitgenössisches slowenisches Produktdesign anbietet. Durch die Zusammenführung wirtschaftlicher und kultureller Interessen und eine konzertierte Zusammenarbeit mit Regierungsbehörden und der Kreativindustrie des Landes ist es gelungen, anhand der ausgewählten Projekte die hohe Wertigkeit seiner Fertigungsindustrie und die Leistungsfähigkeit seiner Wirtschaft zu veranschaulichen und Slowenien eine verstärkte internationale Wahrnehmung durch Design zu verschaffen.

www.silentrevolutions.sl
www.designforum.at



1



2



3



4



5



6

- 1 Passionswege-Kooperation 2009, mischer'traxler & Juwelier Rozet & Fischmeister
 2 Passionswege-Kooperation 2010, Julia Landsiedl & Erwin Perzys Original Wiener Schneekugeln
 3 Passionswege-Kooperation 2007, Dankhampel & Wäscheflott
 4 Passionswege-Kooperation 2008, Megumi Ito & Confiserie Altmann & Kühne
 5 Passionswege-Kooperation 2011, Tomás Alonso & Wiener Silber Manufactur
 6 Ausstellungsansicht »WerkStadt Vienna: Design Engaging City«

WerkStadt Vienna: Design Engaging the City

Welche Projekte entstehen, wenn außergewöhnliche Geschäfte, Werkstätten oder Traditionsläden mit internationalen DesignerInnen in ein temporäres experimentelles Projekt verstrickt werden, ist noch bis **17. März 2013** in der **MAK-Ausstellungshalle** zu sehen.

Seit 2006 finden im Rahmen der Vienna Design Week die »Passionswege« statt, für die jährlich bis zu zehn Kooperationen zwischen DesignerInnen und Wiener Unternehmen initiiert werden. Die Schau zeigt eine Auswahl der knapp 40 bis 2012 entstandenen Projekte, die einer (Wieder-)Entdeckung lokaler Produktionswerkstätten gleichkommen und deren Innovationspotenzial wecken. Angelegt als offener Prozess, mündeten die Kooperationen nicht notwendigerweise in eine Produktentwicklung, sondern ließen auch unternehmensberaterische Leistungen als Resultat gelten. Der Ansatz der in- und ausländischen DesignerInnen, künstlerisch angewandt nach den Möglichkeiten der Betriebe zu forschen, hat zu überraschenden Ergebnissen und Anschauungsbeispielen geführt. Die herstellenden Betriebe, die im Laufe der Jahre an den »Passionswegen« teilgenommen haben, unterscheiden sich in Geschichte, Standort und Haltung. Einige tragen noch das alte Privileg als ehemalige k. u. k. Hoflieferanten in ihrem Namen, während andere ein Schattendasein führten und durch die Einbindung in eine zeitgenössische Szene die Aufmerksamkeit eines ganz neuen Publikums auf sich gezogen haben. Im Abbildungsteil zeigen wir einige der ausgewählten Projekte, an denen auch Mitglieder von designaustria federführend beteiligt waren.

www.mak.at

Nippon Chinbotsu – Japan sinkt. Ein Manga

In der **MAK-Ausstellungshalle** wird bis **21. April 2013** die Manga-Serie »Nippon Chinbotsu« präsentiert, die den Untergang Japans durch Erdbeben zum Thema hat. Damit gelang dem Manga-Zeichner Tokihiko Ishiki ein Megaseller, der bis heute gefragt ist. Die Schau widmet sich auf Basis dieses populären Beispiels der visuellen Ästhetik und grafischen Qualität von Mangas, die weit über die Grenzen Japans hinaus zu einem Massenphänomen der zeitgenössischen Kultur geworden sind.

www.mak.at



Tokihiko Ishiki: Manga aus der Serie »Nippon Chinbotsu«



Marco Dessí. Still Life

Die Ausstellung in der **MAK-Studiensammlung Möbel**, noch zu sehen bis **5. Mai 2013**, vermittelt einen sehr persönlichen Zugang zum Werk und Arbeitsprozess des Südtiroler Designers Marco Dessí, der unter Bořek Šípek und Paolo Piva Industrial Design an der Universität für angewandte Kunst in Wien studierte. Ein raumgreifendes Display bildet die Bühne für bisher realisierte Projekte und Prototypen, die anlässlich der Ausstellung entwickelt wurden und im MAK erstmals zu sehen sind. Dem programmatischen Ausstellungstitel entsprechend präsentiert sich »Still Life« als kontemplative Momentaufnahme von Dessís Designschaffen, die inhaltliche, emblematische und ästhetische Zusammenhänge eröffnet. Dessí, der 2007 in Wien sein eigenes Designstudio gründete, arbeitet mit internationalen Firmen wie Richard Lampert und Skitsch, aber auch mit Wiener Traditionsunternehmen wie J. & L. Lobmeyr, Wiener Silber Manufactur und Augarten Porzellan. Das Ausstellungsdesign evoziert eine Interieursituation, die viele bereits produzierte Arbeiten integriert, darunter der Luster »Basket« aus Glas und Messing, das an die American Bar von Adolf Loos angelehnte Glasservice »Grip« (beide für Lobmeyr), den stapelbaren »Prater Chair« aus CNC-gefrästem Birkenperrholz (für Richard Lampert), die Möbelserie »Dakar« (für Skitsch) und den Outdoor-Stuhl »Take Off«. Die neu entwickelten Prototypen überraschen mit unerwarteter Materialwahl und Ästhetik. Gezeigt werden etwa runde Beistelltische aus Riffelblech, ein Stuhl mit aufgespannter Rückenlehne aus Kernleder und eine Garderobe, die Holz und Metall kombiniert. Referenzen auf die minimalistischen Lösungen der Wiener Moderne oder auch auf den französischen Architekten und Designer Jean Prouvé, der in Anlehnung an Produktionstechniken der Großindustrie richtungsweisende Neuerungen im Möbeldesign vorgab, sind ebenso charakteristisch für Dessís Werk wie ein spielerischer Umgang mit aktuellen gestalterischen Idealen.

www.mak.at

- 1 Marco Dessí: Luster »Basket«
- 2 Marco Dessí: Stapelstuhl »Prater Chair«
- 3 Marco Dessí: Spiegeldose »Inlay«

Erfolge



1



3



4



2



5

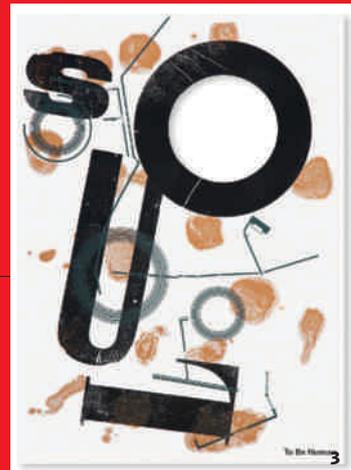


6

- 1 Scholz & Friends: Verpackungsdesign »Obstfiguren«
- 2 Grafik Factory: Brillenetuis »grafik:plastic«
- 3 Solidere: Geschäftsbericht »City in Layers«
- 4 BBDO Proximity Berlin: Anzeigen und Großflächenplakate »Night View Assist«
- 5 David Benedek: Bildband »Current State: Snowboarding«
- 6 Upon Paper: Kunstmagazin »Upon Paper Magazine«

red dot award: communication design 2012

Bei seiner letzten Auflage verzeichnete der red dot award: communication design als einer der renommiertesten internationalen Designwettbewerbe im Bereich der visuellen Kommunikation ungläubliche 6.823 Einreichungen von Kreativbüros, GestalterInnen, Nachwuchstalenten und AuftraggeberInnen aus 43 Nationen. In einem mehrtägigen Evaluierungsprozess wählte eine 15-köpfige Fachjury jene Arbeiten aus, die durch ihre hervorragende Gestaltung überzeugten. Ob Anzeigenkampagne, Jahresbericht oder Interface Design – die prämierten Leistungen punkteten durch Ästhetik, Originalität und Message. 511 Mal wurde der »red dot« für hohe, 63 Mal der »red dot: best of the best« für höchste Designqualität verliehen. Für die herausragendsten Beiträge kam im Rahmen einer feierlichen Gala im Spätherbst in 15 Kategorien jeweils ein **red dot: grand prix** zur Vergabe.

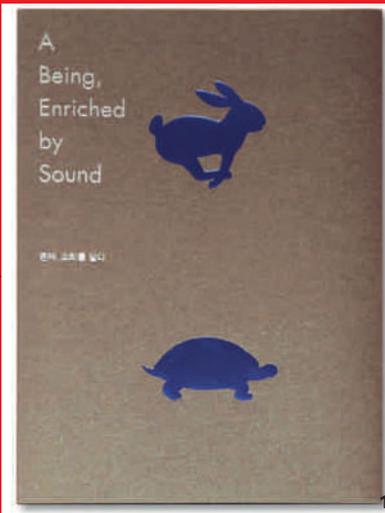


- 1 Parachute: Schriftenserie »Regal Pro«
- 2 Rocket & Wink: Eigenpräsentation »Whatever Happened«
- 3 601bisang: Plakat »To Be Human«
- 4 BBDO Proximity Düsseldorf: Caritas-Werbespot »Fortschritt«
- 5 Meso, Mutabor, Yellow Design, Schusterjungen und Hurenkinder: BMW-Robotik-Erlebnisexponate für die IAA 2011
- 6 Greco Design: Leitsystem Orthodontie-Praxis »Dauro Oliveira«
- 7 Schmidhuber, KMS Blackspace: Messepavillon »The Audi Ring«
- 8 Hillman, burningbluesoul: »FontBook App«
- 9 Heimat Werbeagentur: Unternehmensdarstellung »Der erste Pinselstrich«

Diese höchsten Auszeichnungen gingen an: das raffinierte Verpackungsdesign **Obstfiguren** von **Scholz & Friends** für **Fresh N Friends** (Deutschland), das Kinder zum gesunden Naschen verführen soll und bei dem die Gestaltung eigentlich dem Inhalt gilt (Corporate Design); an den Geschäftsbericht 2010 **City in Layers** von **Solidere** (Libanon), der auf außergewöhnliche Weise den Wiederaufbau Beiruts nach dem Bürgerkrieg dokumentiert (Annual Reports); an die Anzeigen und Großflächenplakate **Night View Assist** für **Mercedes-Benz Tschechien** von **BBDO Proximity Berlin** (Deutschland), die den Nutzen eines modernen Sicherheitssystems eindrucksvoll ins Bild setzen (Advertising); an die humorvollen Brillenetuis **grafik:plastic** der **Grafik Factory** (Südkorea), deren Augenpaare schnell die Aufmerksamkeit des Betrachters auf sich ziehen (Packaging Design); an den Bildband **Current State: Snowboarding** für **Swatch** von **David Benedek** (Schweiz), bestehend aus zwei inhaltlich verknüpften Büchern, die zusammen gelesen bzw. betrachtet werden (Editorial & Corporate Publishing); an das Kunstmagazin **Upon Paper Magazine** von **Upon Paper** für **Hahnemühle FineArt** (Deutschland), bei dem jede Ausgabe ein bestimmtes Leitmotiv in Beziehung zum übergreifenden Thema Papier setzt und lose gebundene Bögen als Poster herausgenommen werden können (Magazines & Daily Press); an die Schriftenserie **Regal Pro** von **Parachute** (Griechenland), die als lateinisches oder griechisches Alphabet funktioniert und sowohl die romantische als auch die dynamische Seite der weiblichen Persönlichkeit reflektiert (Typography); an die Eigenpräsentation **Whatever Happened in One Year** der Designagentur **Rocket & Wink** (Deutschland), bei der eine geheimnisvolle Anonymisierung den Blick auf die Subtilität von Gestaltung, Illustration und Text lenkt (Illustrations); an das Plakat **To Be Human** von **Kum-Jun Park / 601bisang** für **Paper-Road Executive Committee** (Südkorea), das mit den Begriffen »SOUL«, »LOVE« und »HOPE« bzw. mit dem Buchstaben »O« spielt, der als Fenster zur Außen- und Innenwelt fungiert (Poster); an den Messepavillon **The Audi Ring** von **Schmidhuber / KMS Blackspace** (Deutschland), ein für

die **IAA 2011** konzipiertes Gebäude mit Fahrbahn auf zwei Ebenen, die den BesucherInnen Fahrerlebnisse live ermöglicht (Event Design); an das Leitsystem der Orthodontie-Praxis **Dauro Oliveira** von **Greco Design** (Brasilien), dessen Gestaltungselemente auf jenen Klammern und Gummis basieren, die auch bei der Behandlung zum Einsatz kommen (Information Design & Public Space); an die von **Meso / Mutabor / Yellow Design / Schusterjungen und Hurenkinder** für den Messeauftritt von **BMW** (Deutschland) auf der **IAA 2011** entwickelten **Robotik-Erlebnisexponate**, bei denen eine Skulptur mit Roboterarm mit dem Besucher in Dialog tritt (Interface Design); an den Werbespot **Fortschritt** des **Deutschen Caritasverbandes** von **BBDO Proximity Düsseldorf** (Deutschland), der vor Augen führt, dass Armut krank macht (TV, Film & Cinema); an die Unternehmensdarstellung **Der erste Pinselstrich** der **Heimat Werbeagentur** für **McKinsey & Company, Inc.** (Deutschland), der Parallelen zwischen Kunst und Karriere in Szene setzt (Corporate Films); und an die iPad-Anwendung **FontBook App** für **FontShop International**, konzipiert von **Hillman / burningbluesoul** (Deutschland), die ein Angebot von 700.000 Schriftmustern übersichtlich präsentiert und verwaltbar macht (Mobile & Apps).

Ein weiterer Höhepunkt der Galaveranstaltung war die Verleihung des mit 10.000 Euro dotierten **red dot: junior prize** an **Damon Aval, Stephen Erckmann** und **Jens Kindler** von der **Hochschule Niederrhein**. Ihr Imagefilm **Grenzen überwinden** streicht nicht nur das Profil der Ausbildungsstätte heraus, sondern setzt auch ihren Leitspruch auf stimmige und durchdachte Art und Weise um. Den Ehrentitel **red dot: agency of the year 2012** holte sich in diesem Jahr das Designstudio **601bisang** aus Südkorea. Die Auszeichnung, um die sich keine Agentur bewerben kann, würdigt die kontinuierlich hohen Gestaltungsleistungen der kreativen Köpfe aus Seoul. Zum **red dot: client of the year 2012** wurde **Mercedes-Benz** gekürt: Seit 125 Jahren folgt das Unternehmen dem Leitspruch »Das Beste oder nichts«.



1 601bisang: Notizbuch »A Being Enriched by Sound«

2 3007: CD-Box »Gustav Mahler Lied Collector's Edition«

3 MPreis: Geschenkbox »Liebensmittel«

4 Damon Aval, Stephen Erckmann, Jens Kindler: Imagefilm Hochschule Niederrhein »Grenzen überwinden«

5 Julia Kerschbaum: Buchgestaltung »Als die Schrift laufen lernte«

6 Thomas Parth: Buchgestaltung »Gott sieht alles im heiligen Land Tirol«

7 Walter Oczlon: Fotoband »Zucht und Ordnung«

8 Haselwanter Grafik und Design: Corporate Design »SFH = FISH«

9 Haselwanter Grafik und Design: Produktkatalog »Authentisch«

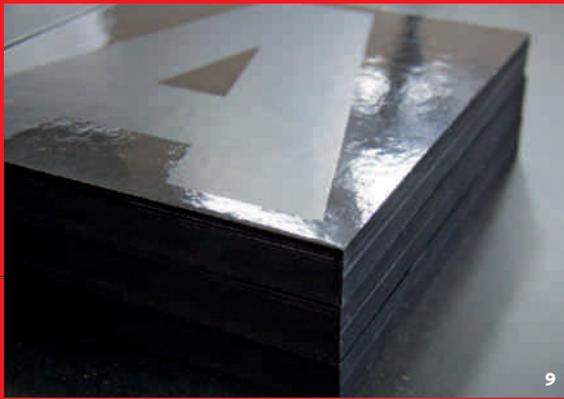
10 Circus Büro für Kommunikation und Gestaltung: Kulturmagazin »Quart Heft für Kultur Tirol Nr. 18/11«

11 Lederhaas Cosmetics, phospho type foundry: Seifenverpackungen

12 Max Kickinger: Sound Branding »Libero«

13 Studio Novo Communication & Product Design: Kaffeeverpackung »Caffè Gemelli«

14 Kazuyo Sejima, Ryue Nishizawa / Saana: Geschäftsbericht 2010/11 »Zumtobel Group«



9



11



13



10



12



14

Auch zahlreiche Designleistungen aus heimischen Ländern – viele davon waren auch beim Joseph Binder Award 2012 erfolgreich (siehe Ausgabe 2012.4) – holten sich rote Punkte für hohe und höchste Designqualität: Nach Gold in Österreich gab es nun das Attribut »best of the best« für die **Gustav Mahler Lied Collector's Edition von 3007 für departure**, eine in reduzierter Farbigkeit gehaltene CD-Box mit konzeptionellem Tiefgang. Von den JBA-PreisträgerInnen überzeugten auch **Julia Kerschbaum** von der **FH Joanneum** mit der Publikation **Als die Schrift laufen lernte**, durch die die Kurrentschrift eine Wiederbelebung erfährt; **Walter Oczlon** mit dem Fotoband **Zucht und Ordnung**, der in faszinierend-schrecklichen Bildern der menschlichen Aktivität des Züchtens auf den Grund geht; **Thomas Parth** mit **Gott sieht alles im heiligen Land Tirol**, einer umfassenden Dokumentation des Volksglaubens in Form eines klassischen Gebetsbuchs; und an **MPreis** (Simone Höllbacher, Johanna Mölk, Stephanie Schumacher und Julia Therese Mölk) für die auf den kulinarischen Inhalt abgestimmten und bunt und fröhlich gestalteten Geschenkboxen **Liebensmittelei**. Weitere Österreichbeiträge aus der Bestenauswahl: die von der Literatur der Romantik inspirierten **Lederhaas-Seifenverpackungen** von **Lederhaas Cosmetics** und

phospho type foundry (Roland Hörmann); das auf einem Anagramm beruhende Corporate Design **SFHI = FISH** für das Bregenzer Film- und Fotostudio **SFH Images** und der quadratische Produktkatalog **Authentisch** für **Alber Sport**, beides von **Haselwanter Grafik und Design**; die Kaffeeverpackung **Caffè Gemelli** – das Sortiment umfasst zwei von den Zwillingbrüdern Alessandro und Giuseppe kreierte Sorten – für **Gemeos** von **Studio Novo Communication & Product Design**; das **Quart Heft für Kultur Tirol Nr. 18/11**, gestaltet von **Circus Büro für Kommunikation und Gestaltung** auf Grundlage eines Konzepts von **Walter Pamminger**, in dem jeder Textseite eine Grafikseite antwortet; und das **Sound Branding** für die russische Babywindelmarke **Libero** von **Max Kickinger**, das – von Wiegenliedern inspiriert – ganz ohne elektronische Töne auskommt. Ein »best of the best« holte sich schließlich noch die **Zumtobel Group** mit ihrem in Japan von **Kazuyo Sejima** und **Ryue Nishizawa / Saana** gestalteten **Geschäftsbericht 2010/11** (Art Direction: Heimann und Schwantes, Berlin). Alle ausgewählten und prämierten Projekte werden in Wort und Bild in der Online-Ausstellung auf www.red-dot.de vorgestellt.



1



2



3



5



6



7



8



9

- 1 Sebastian Reichel: Gehhilfe »Agil«
 2 Jussi Koskimäki: Notfalldecke »First Aid Cover«
 3 Dirk Hessenbruch: Mobilitätssystem »Mo«
 4 Julene Aguirre, Jacky Chung, Jonathan Fraser, Aran Dasan: »Ento – The Art of Eating Insects«
 5 Bruno Pagnoncelli: Geo-Engineering-Konzept »Nucleario«
 6 Oliver Klein: Babytrage/Fahrradsitz »Känguru«
 7 Artefact: Drucker »Swyp – See What You Print«
 8 Studio .00: Schreibtischventilator »Rovey«
 9 frog: Windturbine »Revolver«

BraunPreis 2012

Den von Braun gestifteten internationalen Wettbewerb für Produktdesign und Designkonzepte, dessen Engagement große Anerkennung in Fachkreisen genießt, gibt es bereits seit 1968. Unter dem Motto »Geniales Design zur Erleichterung des Lebensalltags« fördert er Produktinnovationen und -ideen für technische Gebrauchsgüter, die dem Menschen in allen Lebensbereichen dienlich sein können. Der Preis unterstützt angehende und etablierte ProduktdesignerInnen aus aller Welt. Zudem soll die Arbeit von Ausbildungsstätten gewürdigt und das Verständnis für Aspekte und Kriterien der Produktgestaltung vertieft werden. Dabei ist es dem Veranstalter ein Anliegen, die Kompetenz und Kreativität angehender IndustriedesignerInnen der Öffentlichkeit zu vermitteln und den Kontakt zu interessierten Unternehmen oder potenziellen Auftraggebern herzustellen.

Die fünfköpfige Jury des 18. BraunPreises, besetzt mit Oliver Grabes, Leiter der Braun-Designabteilung und Professor für Industriedesign an der Universität Wuppertal (Deutschland), Naoto Fukasawa, Industriedesigner und Professor an der Musashino Art University Tokio (Japan), Jane Fulton Suri, Partnerin und Kreativdirektorin von IDEO (USA), Anne Bergner, ehemalige BraunPreis-Gewinnerin, Designberaterin und Professorin für integriertes Produktdesign an der Hochschule Coburg (Deutschland), und Dirk Freund, Director R&D, Global Braun (Deutschland), bewertete 2.399 Einsendungen aus 73 Ländern anhand von Skizzen, Abbildungen, technischen Zeichnungen, Filmen, Animationen und Projektbeschreibungen. Die von der Jury nominierten FinalistInnen präsentierten ihre Projekte schließlich vor 125 GastjurorInnen im BraunPreis-Designforum. In einer spannenden Abstimmung wurden dort die Gold-, Silber- und BronzegewinnerInnen in den Kategorien »Students« (1.850) und »Professionals/Enthusiasts« (549) gewählt.

Unter den Studierenden holte sich **Sebastian Reichel** (Deutschland) mit seiner Gehhilfe **Agil** Gold. Sie ermöglicht in ihrer Mobilität beeinträchtigten Menschen eine natürliche Gehbewegung und verringert dank einer gleichmäßigeren Verteilung des Körpergewichts die Sturzgefahr. Flexible Materialien sorgen für eine gute Federung, die ergonomischen Form stützt Hand und Ellbogen. Das Gehen bleibt dynamisch und fördert so Gesundheit oder Heilungsprozess. Die Jury stellte eine Verbesserung gegenüber derzeit erhältlichen Produkten fest und war von der mit wirtschaftlicher Umsetzbarkeit gepaarten Funktionalität überzeugt. Silber ging an **Jussi Koskimäki** (Finnland) für **First Aid Cover**. Die Notfalldecke bietet nicht nur Schutz und Wärme, sondern liefert auch anschauliche Informationen über die richtige Anwendung von Erste-Hilfe-Maßnahmen, sodass auch ungeschulte Personen in Notfällen handeln können. Das kostengünstige und platzsparende Produkt kann ohne großen Aufwand in öffentlichen und privaten Bereichen zur Verfügung gestellt und dank der visuellen Vorzüge auch für Übungszwecke herangezogen werden. Bronze gab es für **Dirk Hessenbruch** (Deutschland) und sein urbanes Mobilitätssystem **Mo**, das den Wunsch nach Nachhaltigkeit mit einer höheren Lebensqualität verbindet. Mittels einer Smart-

phone-App bietet es einen praktischen ortsbasierten Service, der sich unterwegs gut nutzen lässt und darüber hinaus auch sozialen Bedürfnissen entgegenkommt. Das System ließe sich laut Jury kostengünstig und zügig implementieren, und auch der technische Aufwand wäre überschaubar. Neben den drei Hauptpreisen kamen zwei Sustainability Awards zur Vergabe. Sie gingen an **Bruno Pagnoncelli** (Brasilien) für das Geo-Engineering-Konzept **Nucleario**, ein Projekt, das sich mit der großflächigen und nicht invasiven Aufforstung von zerstörten Regenwaldgebieten auseinander- und dabei auf minimale Verwaltung und maximale Effizienz setzt, sowie an **Julene Aguirre, Jacky Chung, Jonathan Fraser** und **Aran Dasan** (Großbritannien) und ihr Projekt **Ento – The Art of Eating Insects**, das essbare Insekten als gesunde, schmackhafte und nachhaltige Proteinquelle auch auf den westlichen Speiseplan bringen will und damit ein kulturelles Tabu aufgreift.

Bei den Profis gab es Gold für **Oliver Klein** (Deutschland) und **Känguru**, eine Kombination aus Babytrage und Fahrradsitz. Der Modus »kleine Schritte« eignet sich für geringe Entfernungen und bietet dabei höchste Flexibilität bei der Fortbewegung zu Fuß. Der Modus »große Schritte« ist für längere Distanzen gedacht und ermöglicht eine zügige, ökonomische und umweltfreundliche Fortbewegung per Rad. Ergonomie und Sicherheit spielen dabei eine wichtige Rolle. Die Vorrichtung macht den übergangslosen Wechsel zwischen den Fortbewegungsmodi mit und lässt sich für Reinigung und Wartung leicht und ohne Werkzeuge auseinandernehmen und zusammenbauen. Die Architektur des Rahmens folgt der Knochenstruktur von Vögeln und vereint leichtes Gewicht mit maximaler Stabilität. Silber ging an **Artefact**/Fernd van Engelen, Jonas Buck, Tucker Spofford (USA) für **Swyp – See What You Print**, ein einfaches Druckkonzept, das den Druckvorgang auf seine Kernfunktionen reduziert. Es arbeitet mit einem großen Touchscreen, auf dem das Endprodukt vor dem Drucken 1:1 zu sehen ist und verändert werden kann. Das Peripheriegerät lässt sich auch leicht mit diversen Quellen verbinden. Die Jury lobte die einfache Handhabbarkeit und Intuitivität dieser »Brücke zwischen Hard- und Software«. Bronze erhielt **Studio .00**/Kazuya Washio und Yu Kawashima (Japan) für den Schreibtischventilator **Rovey**, der den Luftzug zugleich als Antrieb nützt, um sich – falls gewünscht – um seine Achse zu drehen. Die Jury war abgesehen von der Funktionalität und Wirtschaftlichkeit von der skulpturhaften Formgebung des Geräts angetan. Ein Sustainability Award ging in dieser Kategorie an die tragbare Windturbine **Revolver** von **frog**/Paul Bradley, David Gustafson, Jonas Damon, Jinseok Hwang, Ryan Wickre, Brian Wasson (USA), die zur Aufladung elektronischer Geräte dient, wenn kein öffentliches Stromnetz zur Verfügung steht. Sie wird in einer schmalen Hülle transportiert und kann überall leicht aufgebaut werden. Sie erzeugt bis zu 35 Watt Strom – genug, um einen Laptop aufzuladen, eine Laterne, ein Telefon, eine Kamera oder ein anderes Kleingerät mit mobiler, unabhängiger und kostenloser Energie zu versorgen. Alle Projekte werden ausführlich auf www.braun.com vorgestellt.

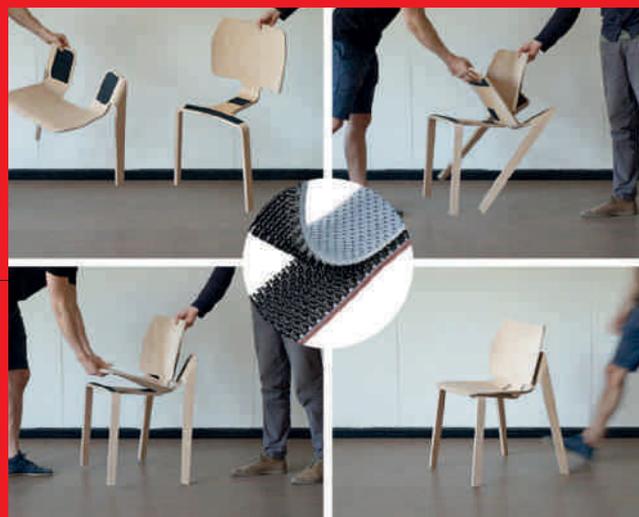
NWW Design Award 2012

Zum ersten Mal wurde im Herbst 2012 im Rahmen der Vienna Design Week der internationale NWW Design Award für innovatives Interieur Design verliehen, der im Zeichen eines Ideen- und Wissensaustausches zwischen Kreativen, institutionellen Partnern und Unternehmen und mit dem Ziel, neue Standards für exklusives Möbeldesign zu definieren und ins Bewusstsein einer breiteren Öffentlichkeit zu rücken, von der Neuen Wiener Werkstätte ins Leben gerufen worden war. Angesprochen waren sowohl JungdesignerInnen und Design-Studierende als auch etablierte InnenarchitektInnen und GestalterInnen. Zum Wettbewerbsthema »Meta-Mobilität – Unser Leben als moderne Nomaden« waren 297 Projekte aus über 20 Ländern eingereicht worden, die einer 14-köpfigen internationalen Fachjury unter dem Vorsitz von Star-Designer Vito Acconci vorgelegt wurden. Aus einer Shortlist von 17 Projekten wurden schließlich die drei Siegerentwürfe ermittelt.

Auf Platz eins landete das bereits beim outstanding artist award für Experimentelles Design des BMUKK ausgezeichnete Projekt **Mobile Gastfreundschaft** von **chmara.rosinke** – Maciej Chmara und Ania Rosinke (Österreich). Die meist soziokulturell motivierten Arbeiten des Studios sind zwischen Design, Architektur, und Kunst angesiedelt und zeichnen sich durch Einfachheit, ökologisches Bewusstsein sowie eine poetische Formensprache aus, die Objekte auf Archetypen reduziert. Der Entwurf thematisiert Eigeninitiative im urbanen Raum. Mit der leicht transportablen Küche im Grundriss einer Europalette hat man alles dabei: Geschirr, Kochutensilien für bis zu zwölf Personen, Frischkräuter, drei Gaskocher, Fußpumpe für Abwaschwasser. Die knalligen Farben von Baumarktutensilien kontrastieren mit hochwertig verarbeitetem Massivholz. Für Genuss unter freiem Himmel, im Ferienhaus, Loft oder wo immer Stadtnomaden kurz Halt machen wollen, ist gesorgt. Platz zwei belegten **Philipp Hermes** und **Dustin Jessen** (Deutschland) mit dem Formholzstuhl **Donald**, entstanden im Rahmen ihrer Bachelorarbeit in Kooperation mit dem Formholzhersteller Becker Brakel. Bereits während des ersten Semesters ihres Industriedesignstudiums an der Folkwang Universität der Künste in Essen realisierte das Duo gemeinsame Projekte; 2010 gründeten sie ihr eigenes Büro. Die Form des Stuhls ist das Ergebnis eines ganzheitlich gedachten Designprozesses, bei dem der Mensch im Fokus stand und die technische Realisierbarkeit mit gestaltgebend war. Der Stuhl kann komplett am Standort Brakel produziert werden; das verwendete Buchenholz stammt aus umliegenden Wäldern, welche nachhaltig bewirtschaftet werden.

Auf Platz drei rangierte die Designerin **Johanna Dehio** (Deutschland) mit ihrer **Hockerbank**. Als Mitbegründerin der Ausstellungsreihe »Transalpino« organisierte und kuratierte die Wahlberlinerin bereits Ausstellungen im Rahmen der Möbelmesse in Mailand und des Designmai/DMY in Berlin. Ihr Projekt ist inspiriert von improvisierten, provisorischen Sitzgelegenheiten. Es besteht aus mehreren Hockern, die durch eine Bankplatte mit runden Aussparungen zu einer Sitzbank ergänzt werden können; entsprechend lassen sich kleine, runde Tische zu einer langen Tafel verwandeln. Alle Elemente sind mit unterschiedlichen Holzsorten furniert und ergeben auch als Einzelteile ein ästhetisches Gesamtbild.

Von allen drei preisgekrönten Arbeiten wurden von der Neuen Wiener Werkstätte Prototypen angefertigt, die in einer Wanderausstellung herumreisen: Stationen sind u. a. die Messen in Mailand und Köln, das designforum Steiermark, der NWW-Schauraum in Wien sowie weitere internationale Stationen. Die »Hockerbank« wurde im Jänner dieses Jahres bereits auf der »Maison & Objet 2013« in Paris der Öffentlichkeit präsentiert; als »Galerie Edition« wird der Entwurf in trendigen Farben von der Neuen Wiener Werkstätte produziert. Das Familienunternehmen aus Österreich führt die Errungenschaften der historischen Wiener Werkstätte im Zeichen der charakteristischen Verbindung von Tradition, Handwerk und Design weiter. Eine Dokumentation aller Einreichungen auf www.nwwdesignaward.org soll zum Design-Think-Tank-Archiv weiterentwickelt werden. Der neue Award, der auch von nationalen und internationalen Designpartnern, Hochschulen und Unternehmen unterstützt wird, soll künftig im Zweijahresrhythmus zu wechselnden Themen ausgeschrieben werden. Die nächste Auflage gibt es 2014 – Informationen auf der Website.



- 1 chmara.rosinke: Küchenelement »Mobile Gastfreundschaft«
 2 Philipp Hermes, Dustin Jessen: Formholzstuhl »Donald«
 3 Johanna Dehio: multifunktionales Sitzmöbel »Hockerbank«

Wettbewerbe | Calls



red dot award: communication design 2013

Im **März** beginnt die Einreichphase eines der international renommiertesten Wettbewerbe im Bereich visueller Gestaltung. DesignerInnen, Agenturen und AuftraggeberInnen von Arbeiten des Kommunikationsdesigns, aber auch Young Professionals sowie Studierende sind wieder aufgerufen, sich mit ihren Gestaltungsleistungen dem globalen Vergleich zu stellen. Ob Poster, Games oder Annual Reports – eine Jury aus international renommierten DesignexpertInnen begutachtet jede Arbeit mit Kennerblick. Weitere Informationen auf www.red-dot.de/cd

Nachwuchswettbewerb der Ikea Stiftung 2013

Mit dem Ziel, die Wohnkultur zu fördern, wurde 1981 die Ikea Stiftung gegründet. In den ersten drei Jahrzehnten ihres Bestehens hat sie mehr als 1.000 soziale Projekte unterstützt und Stipendien vergeben. Auch in diesem Jahr können sich an deutschen Hochschulen Studierende des Produkt- und Industriedesigns sowie der Innenarchitektur beim achten Designwettbewerb der Stiftung, der unter dem Motto »Platz für Ideen« steht, bewerben. Noch bis zum **31. März 2013** werden Beiträge online auf www.designwettbewerb-lund.de angenommen. Die Teilnahme ist kostenlos. Den drei Erstplatzierten winkt ein voll finanziertes Auslandssemester an der School of Industrial Design der Universität Lund in Schweden. Zusätzlich erhalten die PreisträgerInnen sowie sieben weitere SiegerInnen die Gelegenheit, an einem einwöchigen Workshop am Ingvar Kamprad Design Centrum teilzunehmen.



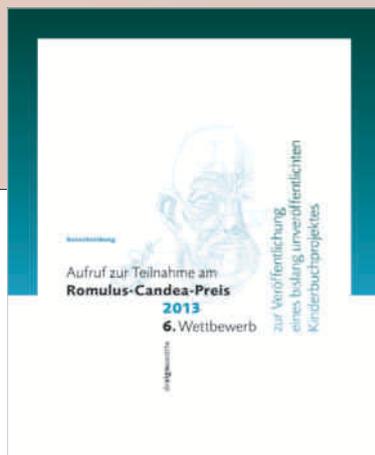
printissimo – emballissimo 2013

Druckerzeugnisse auf und aus vorwiegend in Österreich produziertem Papier und Karton können noch bis **29. März 2013** in den bewährten Kategorien Direct, Image, Editorial und Art bzw. Tragendes, Umhüllends, Gewelltes und Dreidimensionales zum Preis der österreichischen Papierindustrie eingereicht werden. Zusätzlich kommt der Sonderpreis »fibrePlus« für besonders innovative Lösungen aus Papier und Zellstoff zur Vergabe. Für die Teilnahme steht auf www.austropapier.at ein Online-Formular zur Verfügung. Dort finden sich auch Details zu den Wettbewerbsbedingungen. Die gedruckte Ausschreibung finden Sie als **Beilage** zu dieser Ausgabe.



red dot award: design concept 2013

Designteams, GestalterInnen, ErfinderInnen, Studierende, Lehrende, Forschungsinstitute, Designabteilungen, ArchitektInnen und IngenieurInnen sind eingeladen, sich mit ihren Ideen, Prototypen, Visionen und Konzepten dem internationalen Wettbewerb zu stellen, unter dem schönen Motto »In serious pursuit of daydreams«. Dabei geht es in erster Linie darum, welche Potenziale Produkte in sich bergen, um auf die sich wandelnden Bedürfnisse der Menschen eingehen. Im Vorjahr waren unglaubliche 3.672 Beiträge aus 57 Ländern eingelangt. Die reguläre Einreichung läuft noch bis **17. April 2013**; verspätete Beiträge werden noch bis **19. Juni 2013** angenommen. Detaillierte Infos und Anmeldung auf www.red-dot.sg.



Romulus-Candea-Preis 2013

Seit mindestens fünf Jahren in Österreich lebende IllustratorInnen sind von designaustria eingeladen, bis **30. Juni 2013** ein unveröffentlichtes Kinderbuchprojekt zum Wettbewerb einzureichen. Die Anzahl der Einreichungen ist unbegrenzt; es wird ein Bearbeitungsbeitrag von Euro 15,- pro Projekt eingehoben. Die Einreichungen werden von einer Fachjury sowie von einer betreuten Kinderjury beurteilt. Der Gewinner/die Gewinnerin erhält 3.000 Euro; sein/ihr Buchprojekt wird auf Basis eines branchenüblichen Verlagsvertrags vom Wiener Dom Verlag veröffentlicht. Die Preisverleihung und eine Ausstellung der nominierten Projekte finden im Herbst 2014 auf der Buch Wien statt. Nähere Informationen und Teilnahmeformular auch auf **www.designaustria.at**. Die gedruckte Ausschreibung finden Sie als **Beilage** zu dieser Ausgabe.

James Dyson Award

Der internationale Ideenwettbewerb, ausgeschrieben von der James Dyson Foundation, wendet sich an Studierende der Studienrichtungen Produkt- bzw. Industrial Design und Technik sowie an junge AbsolventInnen (der Abschluss darf nicht länger als vier Jahre zurückliegen) und sucht nach Gestaltungslösungen, die das Leben erleichtern. Das schlichte Briefing lautet: »Design something that solves a problem«. Dem internationalen Gewinner/der internationalen Gewinnerin winken £10.000; ein Betrag in der gleichen Höhe fließt an die Ausbildungsstätte des/der PreisträgerIn. Geldpreise gibt es auch für die Zweit- und Drittplatzierten sowie für die jeweiligen LandesiegerInnen. Die Einreichphase für die Länderwertung beginnt am **14. März 2013**. Details auf **www.jamesdysonaward.org**.

WHITE OR NOT?



OLIN
ALL YOU NEED IS IN

Olin Smooth, Regular und Rough
das Premium-Naturpapier,
das Ihnen alles bietet.

5 Weißtöne
3 Oberflächen
(Smooth, Regular, Rough)
Flächengewichte von 50–400 gm²
Passende Briefumschläge
Offset- und Preprintqualität
Sehr gute Bedruckbarkeit
Kräftige Farbwiedergabe
FSC-zertifiziert

Olin ist als ideales CI-Papier für Ihre
gesamten Unternehmenspublikationen
geeignet. Überzeugen Sie sich selbst.



www.antalis.at

antalis ^{EM}
Just ask Antalis

Impressum

Herausgeber und Verleger

designaustria, DA, gegründet 1927, ist die Berufs- und Interessenvertretung sowie das Informations- und Wissenszentrum für Design und engagiert sich für Österreich als Designation. designaustria vertritt nationale Interessen in internationalen Organisationen und ist Mitglied des International Council of Graphic Design Associations, ICOGRADA, des International Council of Societies of Industrial Design, ICSID, und des Bureau of European Design Associations, BEDA.

Vorstand

Monika Fauler, Wien
Martin Föbleitner, Wien
Beatrix Roidinger, Wien
Michael Thurow, Wien
Sigi Ramoser, Dornbirn

Geschäftsstelle

designaustria, designforum Wien
Museumsplatz 1/Hof 7, 1070 Wien,
Telefon (01) 524 49 49-0, Fax (01) 524 49 49-4
E service@designaustria.at, www.designaustria.at
Geschäftsführer: Severin Filek
Katharina Beran (Assistenz der Geschäftsführung),
Verena Reindl (Office Management), Heidi Resch (Assistenz
& Projekte), Sibel Sermet (Webredaktion & Projekte),
Brigitte Willinger (Redaktion & Projekte), Ulrike Willinger
(Projekte)

Redaktion

Brigitte Willinger und Severin Filek,
Museumsplatz 1, 1070 Wien

Fotos

Die Rechte liegen bei den beitragenden Designerinnen und Designern, Institutionen, Veranstaltern, Verlagen etc. bzw. bei deren Fotografinnen und Fotografen. Namentlich wurden uns genannt: Eugen Koller (Maximilian von Mexiko), Lupi Spuma (Tschick), bl<m design working group & zaesar 3D – Motion – Design (bl<m), Claudio Farkasch, Christian Haas (brainds), kollektiv fischka, Katharina Gossow (Passionswege/Werkstadt Vienna), Tobias Schlorhauser, Klaus Fritsch (Marco Dessí – Still Life), Frank Paul (Typo Berlin)

Layout und Artdirektion

zeitmaß, Sandra Steiger
Kandlgasse 16, 1070 Wien

Papier

Umschlag: Gemini 1 200 g/m², Kern: Olin Regular natural white 100 g/m², zur Verfügung gestellt von Antalis Austria GmbH, Obachgasse 32, 1220 Wien

Belichtung, Druck und Endfertigung

Bösmüller Print Management GesmbH & Co KG
Obere Augartenstraße 32, 1020 Wien,
Josef-Sandhofer-Straße 3, 2000 Stockerau

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

ISSN 1022-9566

mit Unterstützung des Bundesministeriums
für Unterricht, Kunst und Kultur



85 Fahre

design
austria