

European Design Business Dialogue 2013 | Von der Produktsprache zur Designsprache | Designforschung Goes Public | Über das Illustrieren von Kinderbüchern | designaustria ist BEDA Centre of Competence | DA-Studioporträt Perndl+Co | Nachruf Gerhard Heufler (1944–2013) | AGI Open 2013 | Ausstellung im designforum Wien: Illustration im Bilderbuch – Kommunikation auf Augenhöhe | Die schönsten Bücher Österreichs 2012 & 100 beste Plakate 12 Deutschland Österreich Schweiz

designaustria®

# DA

## mitteilungen

### 1234 . 2013

MIT DESIGN  
ZUM ERFOLG



Susanne Riha: Natursachbuchillustration »März« (Ausschnitt); Severin Fleck & Michael Thomson, die Moderatoren des EDBD 2013



# Inhalt



28



24

*Liebe Kolleginnen und Kollegen* \_ 03

*Editorial* \_ 04

*Design Leadership* \_ 05 European Design Business Dialogue 2013: Mit Design zum Erfolg – Managing Design for Success | \_ 12 »The Power of Design« – Ein Buch zu den UNESCO Cities of Design von Karl Stocker

*Designwissenschaft* \_ 13 Bernd E. Bürdek: Von der Produktsprache zur Designsprache | \_ 15 Roswitha Peintner: Designforschung Goes Public

*Illustration* \_ 19 Über das Illustrieren von Kinderbüchern | \_ 20 Nicht nur ein Illustrator von Kinderbüchern – Alexander Strohmaier im Gespräch | \_ 23 Geschichten in Bildern erzählen lernen

*DA Activities* \_ 24 designaustria ist »BEDA Centre of Competence« | Schulprojekt: We are all astronauts | \_ 25 ExpertsCluster Experience Design | |design|er|leben| Band 9 und 10

*DA-Studioporträt* \_ 26 Perndl+Co

*Nachruf* \_ 28 Gerhard Heufler (1944–2013)

*Members at Work* \_ 30 Julian Vacaescu-Linder | \_ 31 Dejana Kabiljo | Design Ballendat | GP designpartners & Artweger | \_ 33 EOOS | Adam Wehsely-Swiczinsky | \_ 34 Spirit Design | alessandridesign | \_ 35 Julia Landsiedl & Cora Akdogan | \_ 36 Qarante | illustria

*Veranstaltungen* \_ 37 AGI Open 2013 – Dialogue | Open Set – Dutch Graphic Design Summer School

*Ausstellungen* \_ 38 Illustration im Bilderbuch – Kommunikation auf Augenhöhe | \_ 39 Tour de Monde – Fahrradgeschichten | \_ 40 Nomadic Furniture 3.0 – Neues befreites Wohnen

*Erfolge* \_ 41 Die schönsten Bücher Österreichs 2012 | \_ 42 100 beste Plakate 12 Deutschland Österreich Schweiz 2012

*Wettbewerbe | Calls* \_ 44 Romulus-Candea-Preis 2013 | James Dyson Award 2013

*Material & Bedarf* \_ 45 Grasl FairPrint | \_ 46 Antalis

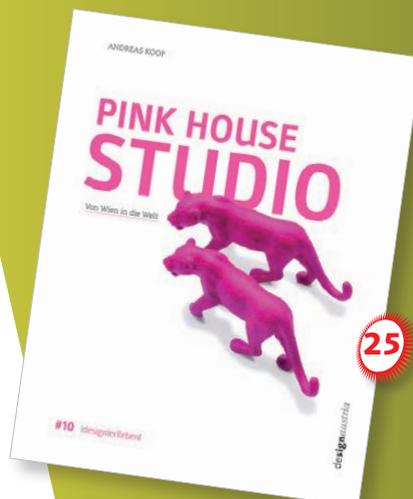
*Impressum* \_ 47



34



20



25



## Liebe Kolleginnen und Kollegen,

»Words divide, images unite.« Einer der großen Sätze von Otto Neurath (1925), der Taten folgen ließ, um die Grenzen der Sprache zu überwinden und somit die Disziplin der Infografik weiter zu stärken. Bilder, die ja mehr als tausend Worte sagen sollen (Fred Barnard, 1921), geben Heimat, Identifikation und Orientierung.

Umso wichtiger daher die Bilder, die – abseits des internationalen Mainstreams – aus dem lokalen Kontext entstehen, aufgegriffen und festgehalten durch die Kinderbuchillustration, die uns richtungsweisend ins Leben führt und uns später erinnern lässt.

Dass wir gemäß der Wirkungs- und Wahrnehmungsforschung eigentlich nicht lesen, sondern letztlich Buchstabenbilder sehen, zeigt, dass das Wort – als elementarer Bestandteil der Kommunikation – uns als Bild nicht trennt, sondern zusammenbringt.

So wie der EDBD – der European Design Business Dialogue –, der uns mit fantastischen Projekten bekannt gemacht und uns eine alles andere als trennende Kommunikation mit interessanten DesignerInnen und PhilosophInnen von Finnland bis China bereitet hat. Mehr dazu in diesem Heft.

Übrigens, voller Stolz gratulieren wir Severin Filek zur offiziellen Verleihung des Titels »BEDA Center of Competence« an designaustria.

Also auch diesmal wieder ganz besonders: schön bei designaustria zu sein.

Martin Fößleitner

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

## Editorial

### — EUROPEAN DESIGN BUSINESS DIALOGUE 2013

#### Illustration im Bilderbuch Kommunikation auf Augenhöhe



designaustria



Am Anfang dieser Ausgabe steht ein ausführlicher Rückblick auf den diesjährigen **European Design Business Dialogue (EDBD)**, der 2013 zum vierten Mal und zum ersten Mal an zwei Veranstaltungsorten – in Wien und Graz – stattgefunden hat. Graz hat sich mittlerweile auch international als Designstadt profiliert – es wurde 2011 von der UNESCO zur City of Design ernannt und hat sich damit zu den zehn Designmetropolen dieser Welt als elfte dazugesellt. Das Buch »The Power of Design« von Karl Stocker, Lehrgangsdirektor an der FH Joanneum, ist eine Reise durch diese elf Städte und geht dem gesellschaftlichen, kulturellen und wirtschaftlichen Nutzen, den eine solche Ernennung mit sich bringt, auf den Grund. Der Autor beleuchtet die unterschiedlichen Zugänge zu Design, die jedoch alle eine Dynamisierung der regionalen Entwicklung bewirken. Diese Kraft, die Design in vieler Hinsicht in sich trägt, haben auch die SprecherInnen des EDBD, der von designaustria ins Leben gerufenen Designkonferenz, eindrucksvoll vermittelt. Für sein Engagement, das **designaustria** als Kompetenz- und Wissenszentrum an den Tag legt, um Design Thinking in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu verankern, ist der österreichischen Interessenvertretung für Design nun vom Bureau of European Design Associations (BEDA) der Status eines **Centre of Competence** für den Bereich »Design & Business« zuerkannt worden.

Über all dem liegt der Schatten, dass **Gerhard Heufler**, der als herausragender und international erfolgreicher Produktgestalter, Vordenker in Sachen Design und Begründer und Lehrgangsdirektor des Studiengangs Industrial Design an der FH Joanneum in Graz viel zum Designbewusstsein in Österreich beigetragen hat, nicht mehr unter uns ist. Er verstarb unerwartet wenige Tage vor dem EDBD. In dieser Ausgabe veröffentlichen wir einen Nachruf.

Weitere Schwerpunkte widmen sich den Themen **Designwissenschaft** und **Illustration**. Bernhard **E. Bürdek** und **Roswitha Peitntner** bringen in ihren Beiträgen zum Ausdruck, wie wichtig es ist, Design eine Sprache zu geben und es als (wissenschaftliche) Disziplin zu verankern. Gespräche mit den KinderbuchillustratorInnen **Susanne Riha**, **Winfried Opgenoorth** und **Alexander Strohmaier** geben Einblicke in einen spannenden und bereichernden Beruf, der auch zur Berufung werden kann, und leiten damit über zur großen Ausstellung **Illustration im Bilderbuch – Kommunikation auf Augenhöhe**, die den Sommer über im designforum Wien zu sehen ist und von den KinderbuchillustratorInnen des EC illustraria konzipiert wurde.

Über all das und mehr lesen Sie in diesem Heft. Wir wünschen einen schönen Sommer!

Die Redaktion.

# Design Leadership

## European Design Business Dialogue 2013 – Managing Design for Success

Wenn DesignerInnen und DesignmanagerInnen internationaler Spitzenunternehmen wie Airbus, Kone, Pfizer, Roca oder Eternit und weltweit agierende DesignkonsulentInnen beim European Design Business Dialogue zu Gast sind, liegt auf der Hand: Design ist definitiv ein Erfolgsfaktor im globalen Wettbewerb, der nicht außer Acht zu lassen ist. Erstmals wurde die von **designaustria** ins Leben gerufene und nun bereits zum vierten Mal stattfindende Konferenz gemeinsam mit der regionalen Netzwerkorganisation **Creative Industries Styria** (cis) in Wien und Graz, der UNESCO City of Design, veranstaltet. Besser konnte man Zeitpunkt und Orte nicht wählen: Erst jüngst erhielt designaustria ([www.designaustria.at](http://www.designaustria.at)) vom Bureau of European Design Associations (BEDA) für seine Verdienste um die Kommunikation zwischen DesignerInnen und Wirtschaft und als Networking-Plattform den Status eines European Centre of Competence für den Bereich »Design and Business« zugesprochen. Und das Land Steiermark wurde vom Ausschuss der Regionen der EU als Europäische Unternehmerregion 2013 ausgezeichnet und damit für seine unternehmerischen Visionen und zukunftsorientierte Wirtschaftspolitik gewürdigt, die nicht zuletzt durch die cis ([www.cis.at](http://www.cis.at)) auf den Weg gebracht wurden.

Dem Namen der Konferenz gerecht werdend, traten die ReferentInnen mit ihren Showcases in einen Design-Business-Dialog mit den KonferenzteilnehmerInnen, um eindrucksvoll aufzuzeigen, wie Unternehmen und Organisationen vom richtigen Umgang mit Design profitieren können. Kreativität wird erst dann zum Wirtschaftsfaktor, wenn es gelingt, sie in Industrie, Dienstleistungssektor und Kommunalwesen zu integrieren – eine Aufgabe, die nicht nur der Wirtschaft selbst, sondern auch der Politik zufällt. Nur so entsteht das, was die Wirtschaft so dringend braucht, nämlich Innovation, Wachstum und Wertschöpfung. Wenn es gelingt, Design verstärkt in das regionale Innovationssystem einzubinden, können wir damit die nationale Konkurrenzfähigkeit unterstützen, zu einer besseren Lebens- und Arbeitsumwelt beitragen und darüber hinaus auch die kulturelle Identität stärken. Der Anspruch des European Design Business Dialogue 2013, EntscheidungsträgerInnen in Unternehmen, Behörden und Öffentlichkeit sowie DesignerInnen eine konkrete Vorstellung davon zu vermitteln, welche Möglichkeiten und Potenziale die Implementierung von Design eröffnet, wurde überzeugend umgesetzt.

Die Begrüßung am ersten Konferenztag im designforum Wien obliegt designaustria-Geschäftsführer **Severin Filek** und **Eberhard Schrempf**, dem Geschäftsführer der Creative Industries Styria. Laut der von designaustria 2012 in Auftrag gegebenen Studie »Designbewusstsein in österreichischen Unternehmen« sind 86 Prozent der österreichischen Unternehmerinnen und Unternehmer davon überzeugt, dass Design neue wirtschaftliche Impulse liefern kann; aber nur 9 Prozent

nutzen es bereits maßgeblich. Zahlreiche europäische Länder haben bereits erkannt, dass Design ein wesentliches strategisches Instrument ist, um innovativ und wettbewerbsfähig zu bleiben und erfolgreich(er) zu werden. Hierzulande herrscht immer noch Unsicherheit, wie Design erfolgreich im Betrieb, in Unternehmens- und Alltagskultur zu verankern ist, damit seine Wahrnehmung über bloßes Styling hinausgeht. Österreich muss, so Filek und Schrempf, hier anschließen, will es seine Wettbewerbsfähigkeit auf internationalem Level erhalten und Standortentwicklung betreiben. Kreativität, Ideenreichtum und Innovation sind heute wichtige Assets im globalen Wettbewerb. »Hier wollen wir vermitteln, wodurch sich Unternehmen auszeichnen, die Kooperation, Offenheit und die Bereitschaft zur Innovation von Produkten, Dienstleistungen und selbst Geschäftsmodellen als überlebensnotwendig erachten, wie designorientierte Unternehmen neue Designprozesse in ihre täglichen Arbeitsabläufe und in ihr unternehmerisches Denken integrieren und wie sich heute Unternehmen einen Vorteil verschaffen, indem sie Design als strategisches Instrument anwenden.« **Petra Gregorits** von der Wirtschaftskammer Wien, spricht sich stellvertretend für Präsidentin **Brigitte Jank** für Design als Impulsgeber und Motor des Fortschritts aus: »Der bewusste Einsatz von Design wird für Wirtschaftstreibende aller Branchen immer wichtiger, denn der Wiedererkennungswert eines Produkts oder Unternehmens ebnet den Weg zum Erfolg. Design schafft einen starken Bindungseffekt und ist überall auf der Welt verständlich – es ist die Sprache der Kreativität.« Sie führt aus, dass die Zahl an Designunternehmen in Form von Kleinstbetrieben im Zunehmen begriffen ist; die jungen Start-ups konzentrieren sich häufig auf Marktnischen, verlegen sich auf Branchen wie Gastronomie und Mode, betreiben evolutionäres Marketing oder arbeiten für designorientierte und besonders innovative Unternehmen. Doch sie agieren großteils immer noch an den Rändern und werden auf breiter Basis zu wenig wahrgenommen.

Auf unorthodoxe Weise führen nach den Begrüßungsworten die »Philosophen« in Form eines Zwiegesprächs, das unter dem Motto »Die Ökonomie & Philosophie des Designs« steht, ins Konferenzthema ein. Der Wirtschaftsphilosoph **Rahim Taghizadegan** ([www.rahim.cc](http://www.rahim.cc)) lehrt an Universitäten in Österreich, Deutschland, Liechtenstein und Südafrika. Gemeinsam mit seinem Gesprächspartner **Eugen Maria Schulak** ([www.wertewirtschaft.org](http://www.wertewirtschaft.org)) ist er u. a. Autor der Bücher »Vom Systemtrotteln zum Wutbürger« und »Das Ende der Wut«. Schulak, Departmentleiter an der Siemens Academy of Life und Lektor an mehreren Fachhochschulen, ist Gründer der Philosophischen Praxis in Wien, einem Beratungsunternehmen, das sich auf philosophische Fragen in den Bereichen Wirtschaft und Gesellschaft spezialisiert hat. Obwohl Design unsere Zeit prägt, so die beiden Denker, wird seine Tragweite kaum verstanden. Vielfach wird es als Luxus, nebensächliche Behübschung von Produkten oder als Kunst betrachtet, doch ist es zentraler Bestandteil jeder realen Ökonomie. Seit der Neuzeit gestaltet der Mensch bewusst. Sein Geist hat sich emanzipiert, er möchte sich die Erde untertan machen, sich über den Durchschnitt, die



1 European Design Business Dialogue 2013 – die »Wiener Gruppe« im designforum Wien

2 Severin Filek und Michael Thomson, die Moderatoren des EDBD 2013

3 Pfizer: Multifunktionstool »Handygrip«

4 Zwiegespräch der »Philosophen« Rahim Taghizadegan und Eugen Maria Schulak

5 Vortrag Clive Grinyer: »Customer Experience«

Normalität erheben. In der Tat lässt sich Design, das sich vom lateinischen »designare« ableitet und daher soviel wie »bezeichnen« bedeutet, auch philosophisch gut mit dem Wesen der Ökonomie in Verbindung bringen, die ihrerseits nicht nur von messbaren Größen und nüchternen Fakten abhängt, sondern auch von Empathie, einer Domäne des Designs. Viele faszinierende Aspekte lassen sich hier aufwerfen, etwa das Verhältnis zwischen physischem Ding und Subjektivität, zwischen Materie und Form, Form und Idee, Wirklichkeit und Möglichkeit. Einerseits wird Design unterschätzt, andererseits läuft es Gefahr, der Übertreibung zu erliegen. Es schwankt zwischen Seelenlosigkeit und Heimeligkeit, bedient sich der Tradition, übt Kritik am Zeitgeist oder experimentiert. Kultur ist eine Ansammlung von Formen und die Welt ein Schauplatz, den es zu gestalten gilt.

Von diesem großen Blick auf die Welt leitet die Wirtschaftswissenschaftlerin **Réka Poszszár**, seit 2006 Senior Brand Manager bei Pfizer in Ungarn ([www.pfizer.hu](http://www.pfizer.hu)), zu einem ganz spezifischen Thema über. Der Pharmakonzern startete vor zwei Jahren eine Sensibilisierungskampagne für rheumatische Arthritis, eine schwere und immer noch unheilbare Krankheit, und nutzte diese zugleich als Marketingtool für das Unternehmen. Studierende der ungarischen Kunstuniversität MOME wurden beauftragt, ein Designobjekt zu gestalten, das den in der Beweglichkeit ihrer Hände eingeschränkten PatientInnen den Alltag erleichtern soll. Über einen Zeitraum von zwei Monaten setzten sich fünf von Lehrenden betreute Teams intensiv mit den Problemen der Betroffenen und ihrem Tagesablauf auseinander. Unter den Produktvorschlägen, alle nach den Prinzipien von Inclusive Design entwickelt, wurde »Handygrip«, ein multifunktionales Hilfsgerät, von einer Fachjury zum Sieger gekürt. Es besteht aus einem weichen, gut in der Hand liegenden Griff und mehreren Aufsätzen, die fix an diversen Gegenständen, etwa an einem Messer, montiert werden können. Mithilfe des Griffs lassen sich nun ganz unterschiedliche Vorrichtungen leichter bewerkstelligen. Der Gewinnerentwurf wurde in einem aufwendigen und kostenintensiven Produktionsprozess, in dessen Verlauf mehrere Anpassungen am Prototyp vorgenommen wurden, in einer Auflage von 5.000 Stück realisiert. Das Produkt wird aus ethischen und rechtlichen Gründen nicht verkauft; stattdessen wurde die gesamte Produktion an eine Interessengruppe gespendet, die für eine gezielte Verteilung sorgt. Mit der Kampagne ist es gelungen, PatientInnen, MeinungsbildnerInnen, ExpertInnen, Öffentlichkeit und Medien zu erreichen. Fazit: Hilfe für die Betroffenen, Erfahrungsgewinn für die Studierenden, großes Echo und Imageanhebung für das Unternehmen.

Den Abschluss des ersten Konferenztags bestreitet der britische Produktdesigner und Designmanager **Clive Grinyer** ([www.clivegrinyer.com](http://www.clivegrinyer.com)), der für seinen aktuellen Auftraggeber Cisco digitale Kundenerlebniswelten für Klienten der Bereiche Handel, Finanzdienstleistungen und öffentlicher Sektor gestaltet. Zu seinen jüngsten Projekten zählen digitale Anwendungen wie der »Interieur Inspirator« für Marks & Spencer Home oder der »Magic Mirror«, der das Anprobieren von Kleidung zu einer neuen Erfahrung macht. Grinyer war für die Innovationsagentur IDEO als Designberater tätig und einer der Gründer des Designunternehmens Tangerine. Als Verfechter firmeneigener Designteams hat er die europäische Designabteilung für Samsung aufgebaut und war Leiter der Designabteilung von Orange France Telecom in London und Paris. Ihm geht es vor allem um eine auf den Menschen zugeschnittene Gestaltung von Kundenerfahrung im digitalen Zeitalter. Die Reise eines Kunden durchkreuzt in Organisationsstrukturen eine Vielzahl von Berührungspunkten, Angeboten und Erlebnissen, guten wie schlechten, wobei ein Unternehmen immer an dem gemessen wird, was am wenigsten entspricht. Die Kundenreise zu verstehen und sie den Kundenanforderungen entsprechend zu gestalten ist, so Grinyer, das »Schlachtfeld« für Marken und Dienstleistungen. In Zeiten einer nicht zum Stillstand kommenden technologischen Entwicklung ist dies eine noch größere Herausforderung geworden. Doch Technologie ist für Grinyer nicht alles: Es gilt, menschliche Verhaltensweisen zu berücksichtigen. Um dies zu veranschaulichen, bringt er ein paar Negativbeispiele. Ein digitaler Chip, der für einen großen Gastronomiebetrieb der Luxusklasse entwickelt wurde, um den Bezahlvorgang zu optimieren, wurde sowohl vom Personal als auch von den Gästen boykottiert. Der Grund dafür: Trinkgelder waren bei der Bezahlung über den Chip nicht vorgesehen. Ein ähnliches Schicksal ereilte eine mit allen technologischen Raffinessen ausgestattete Konferenzinfrastruktur. Die Geräte gaben im ohnehin schweißtreibenden Sommer zu viel Hitze ab und wurden daher nicht in Betrieb genommen. Um innovativ zu sein, muss man – als Unternehmen und als DesignerIn – das Leben kennen. Es gilt, Verantwortung zu übernehmen und dies auch zu zeigen, etwa durch Omnichannel Experience und Personalisierung oder über Social Media. Zudem empfiehlt der Innovationsexperte, voranzudenken, in die Zukunft zu blicken: In zehn Jahren kann viel geschehen. Und stellt mit einem Augenzwinkern die Waschmaschine der Zukunft vor, bei der der Reinigungsvorgang ökologisch verantwortungsvoll mit Pflanzen statt mit einem Waschmittel erfolgt. Dauer des Waschvorgangs: eine ganze Woche.

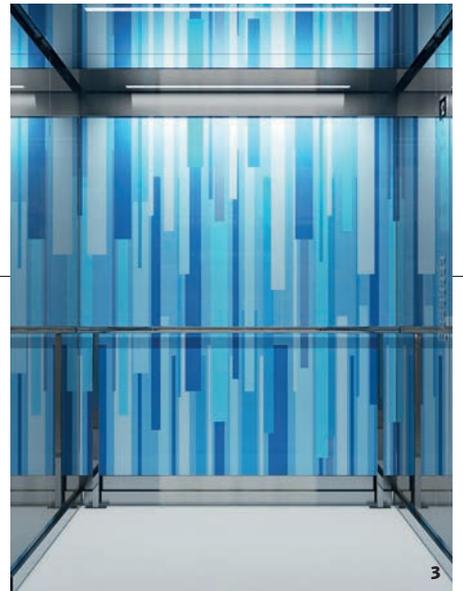
- 1 Die »Grazer Gruppe«
- 2 EDBD 2013 in der Alten Universität Graz
- 3 Kone-Aufzugkabine »Blue Interior«
- 4 Kone-Aufzugkabine »Classic Interior«
- 5 Airbus 350-900
- 6 Innenausstattung Airbus 350XWB

Nächster Schauplatz ist die Alte Universität in Graz, wo mit dem zweiten Konferenztage auch der Designmonat Graz ([www.designmonat.at](http://www.designmonat.at)) eingeläutet wird. Nach den Begrüßungsworten von Gastgeber **Eberhard Schrempf** und DA-Vorstandsmitglied und Informationsdesigner **Martin Föbleitner** ([www.high-pe.at](http://www.high-pe.at)) ist die Eröffnungsrede durch **Christian Buchmann**, Landesrat für Wirtschaft, Europa und Kultur, ein willkommenes Bekenntnis zur Designpolitik. Wie schon in Wien führen auch in Graz **Severin Filek** und **Michael Thomson** als eingeschworenes Duo durch den Konferenztage; als ehemalige Präsidenten des Bureau of European Design Associations (BEDA) haben sie maßgeblichen Anteil daran, dass Design heute in der Innovationsstrategie der Europäischen Union ganz oben steht.

Mit viel Überzeugungskraft vermittelt als erster Sprecher des Tages **Paul Edwards**, Head of Industrial Design bei Airbus in Hamburg ([www.airbus.com](http://www.airbus.com)) und damit verantwortlich für Designlösungen beim größten europäischen Flugzeughersteller, wie sich der Wert von Design maximieren lässt. Der Brite, der als Senior Design Manager bei Philips Design auch in der Konsumgüterbranche Erfahrungen gesammelt hat, verweist auf die eindrucksvollen Facts & Figures, die das Design Council ([www.designcouncil.org.uk](http://www.designcouncil.org.uk)) zum Mehrwert von Design veröffentlicht hat. Doch auch abseits der Zahlenspiele wird deutlich: Design hilft dem Wachstum. Vor allem dann, wenn es strategisch und konsequent eingesetzt wird: Neben der Planung von Faktoren wie Zeit, Kosten und Erwartungen gilt es, die Bedürfnisse des Kunden – und das sind bei ihm nicht nur die Airlines, sondern auch die Passagiere – ins Zentrum zu stellen: Die Kundenerfahrung macht nicht nur das Produkt aus, sondern – wie Apple eindrucksvoll bewiesen hat – auch das Service, das User-Interface. Konsequente Differenzierung zieht unweigerlich Kundenloyalität nach sich. Die Vision, die ein Unternehmen für sich entwickelt, muss klar fokussiert und von allen Ebenen im Unternehmen getragen werden. Bei Airbus arbeiten Designer und Entwickler von Beginn an Hand in Hand, wobei der kreative Part der Technologie nicht nur auf den Weg hilft, sondern ihr auch etwas entgegenhält. Es geht um die Herstellung einer Balance zwischen den harten Fakten der Technik und den »soft values« von Design. Edwards: »With the passenger at heart and the company in mind«. Die Designabteilung betreibt auch Trendforschung, bei der sie durchaus über den Tellerrand in ganz andere Bereiche blickt, um künftige Bedürfnisse zu lokalisieren. Offenheit gegenüber Veränderungen ist eine Voraussetzung für den Erfolg: »The most expensive word in business: we've always done it that way.« Man sieht Szenarien von atemberaubendem Komfort und ungeahnter Flexibilität in der Kabinenausstattung. Und auch nicht positiv besetzten Ent-

wicklungen wie Übergewicht, einem immer größer werdenden Problem im Flugverkehr, wird Rechnung getragen. Das Marketing trägt seinen dazu Teil bei, um die Innovationen zu kommunizieren. Gezeigt wird ein Video, bei dem durchschnittlich aussehende und abgehetzte Passagiere abends ins Flugzeug steigen, um es am nächsten Morgen als strahlende Beauties und Beaux zu verlassen. Nicht unbedingt realistisch, aber toll gemacht. Um die Potenziale von Design auszuschöpfen, so Edwards, sind die Arbeit im Team und die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Abteilungen unerlässlich. Keiner hat ein Monopol auf gute Ideen, und Integration und Servicedenken haben Priorität. Keineswegs darf es bei Neuentwicklungen nur um eine kosmetische Überarbeitung gehen. Edwards: »Design ist zwar kein Zaubertrank, aber richtig angewendet sorgt es dafür, dass die Henne goldene Eier legt.«

Die Finnin **Anne Stenros**, Design Director bei Kone ([www.kone.com](http://www.kone.com)), dem weltweit zweitgrößten Rolltreppen- und Aufzugshersteller, stellt ihren Vortrag, den sie dem Thema Zukunftsgestaltung widmet, auf eine Metaebene, zumal sie die Produkte ihres Unternehmens nicht unbedingt »so sexy« findet. Stenros war Managing Director des finnischen Designforums und Executive Managing Director des Hong Kong Design Centre. Sie lehrt weltweit und veröffentlicht Beiträge über Architekturtheorie und -philosophie, Design und Innovation. Ihr neuestes Buch »Design @Evolution« befasst sich mit Designstrategien für Wirtschaftsunternehmen. Designteams und Führungsetagen müssen sich eng am Puls der Zeit bewegen, wollen sie zukünftige Trends und Innovationen nicht verpassen. Stenros sieht dies als Kernpunkt ihres wissenschaftlichen Ansatzes und gibt Anregungen, wie zukünftige Entwicklungen effektiver prognostiziert werden können. Es kommt darauf an, die Zukunft als etwas nicht Greifbares greifbar zu machen. Dabei, so meint sie, gibt es nicht nur eine Zukunft, und macht die Probe aufs Exempel. Mit geschlossenen Augen lässt sie das Auditorium in die Zukunft zeigen, und siehe da: Jeder macht es anders. DesignerInnen und UnternehmerInnen rät sie, über die Zukunft zu fantasieren, von ihr zu träumen, sie zu planen, aber sich dabei nicht allzu weit von der Gegenwart wegzubewegen, um den Kontakt zum Kunden nicht zu verlieren. Wünsche und Sehnsüchte spielen ihrer Meinung nach eine größere Rolle als tatsächliche Bedürfnisse. Der Wunsch bereitet ein Bedürfnis vor; es ist das, was noch nicht gemacht ist, das motiviert. Beim Blick in die Zukunft unterscheidet sie zwischen kurzfristigen Trends, mittelfristigen Szenarien und langfristigen Utopien. Visionen, für die man sich entscheidet und für deren Entwicklung Prognosen wie die von UNICEF zur künftigen Urbanisierung oder individuell erstellte Trend Maps durchaus nützlich sein können, müssen die gesamte



Unternehmensorganisation durchdringen. Für ihr eigenes Unternehmen setzt sie derartige Zukunftsforschungen ein, um Energieeffizienz, Fahrkomfort und Kabinendesign zu optimieren. Design Leadership ohne Zukunftsvisionen ist für sie undenkbar. Und sie bringt das Gleichnis von der Hummel, die nur fliegt, weil sie nicht weiß, dass sie es aufgrund ihres Körperbaus gar nicht könnte.

Nach der Theorie die Praxis: Ein Beispiel für die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen einem Designer und einem Unternehmen stellt der vielfach ausgezeichnete österreichische Gestalter und Professor für Produktdesign an der Muthesius Kunsthochschule in Kiel **Thomas Feichtner** ([www.thomas-feichtner.com](http://www.thomas-feichtner.com)) vor, der bereits für Traditionsunternehmen wie J. & L. Lobmeyr, Augarten Porzellan, die Wiener Silber Manufactur und die Neue Wiener Werkstätte gearbeitet und Projekte in Kooperation mit Vitra und FSB verwirklicht hat. In enger Zusammenarbeit mit **Stefan Berger**, dem Designmanager von Eternit in Vöcklabruck ([www.eternit.at](http://www.eternit.at)), hat er für den Baustoffkonzern das Regalsystem »Basso« entwickelt. Das Unternehmen Eternit kann bereits auf eine lange Geschichte der Kooperation mit renommierten Architekten und Designern wie Le Corbusier oder Rainer Mutsch zurückblicken. Eternit ist es ein Anliegen, für einen traditionellen Werkstoff innovative Anwendungen zu finden und dabei neue Distributionskanäle zu erschließen. Die bisher entstandenen Produkte, die auf Ausstellungen und Biennalen in Europa, Asien und Nordamerika gezeigt wurden, finden international großen Anklang. Am Anfang der Zusammenarbeit mit Thomas Feichtner stand ein dreitägiger Workshop in Vöcklabruck, zu dem Berger mehrere Designer eingeladen hatte, um mit dem Material Faserzement zu experimentieren und seine Möglichkeiten auszuloten. Thomas Feichtner fing Feuer; nach ein paar Ideen, die im Sande verliefen, entschied man sich schließlich dafür, ein modulares Regalsystem für den Innenraum zu entwickeln und dabei das Grundmaterial, das in der Regel im Außenbereich Anwendung findet, mit Holz zu kombinieren. Auf Grundlage von Feichtners Entwurf wurde gemeinsam mit den Facharbeitern im Werk ein Prototyp gebaut, um die Machbarkeit zu überprüfen. Nach mehreren Adaptionen wurde die Serienform geschaffen. »Basso«, das durch die Materialkommunikation besticht und sich übereinander gestapelt und versetzt zusammenbauen lässt, wurde auf der Vienna Design Week 2012 vorgestellt und im Frühjahr 2013 auf den Möbelmessen in Mailand und Köln präsentiert.

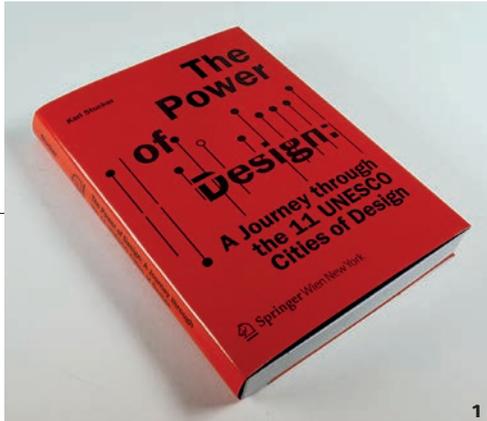
Als letzter Sprecher des European Design Business Dialogue 2013 spricht sich der Ire Raymond Turner von **Raymond Turner Associates** ([www.designleadership.com](http://www.designleadership.com)) mit seinem Vortrag

- 1 Outdoor-Sofa »Dune« von Rainer Mutsch für Eternit
- 2 Pflanzengefäß »Palma« von Rainer Mutsch für Eternit
- 3 Regalsystem »Basso« von Thomas Feichtner für Eternit (Detail)
- 4 Regalsystem »Basso« von Thomas Feichtner für Eternit
- 5 Heathrow Terminal 5, Außenansicht
- 6 Heathrow Terminal 5, Innenansicht
- 7 Heathrow Express, Innenausstattung
- 8 Heathrow Express

noch einmal klar für Design Leadership aus. Der internationale Konsulent für Designstrategie und -management hat 40 Jahre Erfahrung als Designer, Designmanager, Berater und Direktor aufzuweisen. Neben dem weltweit führenden Hersteller von Badezimmerkeramikprodukten Roca zählen Regierungen, Rundfunkanstalten und Unternehmen in den Bereichen Transport, Bau und Stadtplanung zu seinen Kunden. Designmanagement ist für ihn ein wirtschaftliches und gesellschaftspolitisches Gebot. Es sorgt für Differenzierung und die Aufrechterhaltung von Wettbewerbsvorteilen, verschafft der Gesellschaft langfristigen Nutzen und ermöglicht Leistungen von Weltrang, die nachhaltig in die Zukunft wirken. Wenn Unternehmen das Potenzial von Designmanagement außer Acht lassen, handeln sie gegen die Interessen ihrer Teilhaber, denn sie enthalten ihnen das volle Ausmaß an Erträgen aus ihren Investitionen vor. Sie verwehren dem Staat die optimale Nutzbarmachung höherer Steuereinnahmen und beschränken damit die Möglichkeit, das Leben der Allgemeinheit sicherer und angenehmer zu gestalten. Hinter Design steckt die einfache Intention, damit erfolgreich zu sein. Und dieser Erfolg ist messbar. Design schlägt sich positiv im Unternehmensgewinn, im Kapitalertrag, in den Betriebskosten und in der Kundenloyalität nieder. Designmanagement kann dazu auf unterschiedlichen Ebenen beitragen: Es ist ein nachvollziehbares und praktisches Bindeglied zwischen den Entscheidungen auf Vorstandsebene und den tagtäglichen Abläufen im Unternehmen. Als Unternehmenswerkzeug macht es strategisches Denken greifbar. Es steigert den Wert der Marke und senkt Entwicklungskosten. Es hilft dabei, Ziele für die Zukunft zu definieren und stellt die Werkzeuge zur Verfügung, um diese zu erreichen. Und Turner weiß, wovon er spricht. Er war maßgeblich beteiligt an der Entwicklung und Gestaltung des Eurotunnels, des Heathrow Express und der Unternehmenszentrale von British Airways sowie bei Projekten der British Airport Authority und von Galway City. Design ist für ihn eine überlebensnotwendige Strategie.

Den Abschluss der Konferenz bildeten am dritten Tag die Workshops »Designmanagement als Strategie zur Schaffung von Wettbewerbsvorteilen« unter der Leitung von Michael Thomson ([www.designconnectlondon.blogspot.com](http://www.designconnectlondon.blogspot.com)) und »Marketing für Designunternehmen – Wie man Kunden findet, gewinnt, behält und erzieht« unter der Leitung von Shan Preddy ([www.preddy.co.uk](http://www.preddy.co.uk)). Beide beraten von Großbritannien aus Klienten in aller Welt. Preddys Bücher »How to Market Design Consultancy Services« und »How to Run a Successful Design Business« sind internationale Bestseller.





## The Power of Design – Eine Reise durch die UNESCO Cities of Design

Das Buch »The Power of Design« von Karl Stocker versteht sich als kompakte Einführung in die derzeit elf UNESCO Cities of Design. Jede einzelne Stadt wird mit wichtigen statistischen Daten und detaillierten Fakten zur Designentwicklung porträtiert; vertiefend werden an konkreten Fallbeispielen die sehr unterschiedlichen Zugänge der einzelnen Städte beschrieben. Dazu kommen Interviews mit DesignerInnen, AktivistInnen, Verantwortlichen und kritischen BeobachterInnen, die der Autor während seiner Reisen und per E-Mail durchgeführt hat. Resultat ist ein reich bebildertes Lesebuch, das sogenannte harte Fakten mit persönlichen Eindrücken und subjektiven Sichtweisen kombiniert.

Seit als erste Stadt 2005 Buenos Aires zur UNESCO City of Design ernannt wurde, kamen mittlerweile – in alphabetischer Reihenfolge – Beijing, Berlin, Graz, Kobe, Montréal, Nagoya, Saint-Étienne, Seoul, Shanghai und Shenzhen dazu. Um von der UNESCO als City of Design akzeptiert zu werden, muss eine Stadt über eine etablierte Designindustrie, eine entwickelte Kulturlandschaft mit adäquaten Bauwerken, einschlägigen Ausbildungsstätten und Forschungszentren und eine aktive Kreativszene verfügen. Sie muss Erfahrung in der Durchführung von Messen, Events und Ausstellungen zum Thema Design haben. Designorientierte Creative Industries wie Architektur, Innenarchitektur, Mode- und Textildesign, Schmuck- und Accessoiresdesign, Interaction Design, Urban Design oder Sustainable Design müssen in der Stadt vorhanden sein.

Im Jahr 2009 entschieden die Verantwortlichen der Stadt Graz, sich um den Titel UNESCO City of Design zu bewerben. Als Leiter von Designstudiengängen an der FH Joanneum mit einem starken Interesse am Ausbau der internationalen Vernetzung arbeitete der Autor im Beirat der Creative Industries Styria (cis) mit – in jener Organisation also, welche die Bewerbung durchgeführt hat und hauptsächlich dafür verantwortlich gemacht werden kann, dass Graz am 14. März 2011 als UNESCO City of Design akzeptiert wurde. Erste Reisen und Präsentationen in die bereits akkreditierten Designstädte fanden schon vor der Aufnahme von Graz statt; mittlerweile stehen immer mehr die Initiierung und Durchführung von konkreten Projekten mit Partnerstädten auf dem Programm. Längerfristiges Ziel der Studiengänge an der FH Joanneum ist die Erweiterung des Netz-

werks von Partneruniversitäten. Erste Verträge wurden mittlerweile mit der Higher School of Art and Design Saint-Étienne, der Universität von Shenzhen und der Universität von Nagoya abgeschlossen. Auch ein erstes intensives Projekt ist zustande gekommen: Gemeinsam mit Studierenden der Universität von Nagoya erarbeiten die Studierenden des Masterstudiengangs Ausstellungsdesign eine Ausstellung über die Stadt Nagoya, die nun im Mai 2013 im Rahmen des Designmonats Graz präsentiert wurde.

Aber nicht nur für die Designstudiengänge der Fachhochschule, sondern auch für die Stadt Graz selbst erweist es sich als Vorteil, Teil des Netzwerks der UNESCO Cities of Design zu sein. Ziel ist es, den Ausbau internationaler Kooperationen zwischen den Städten im Sinn des Austauschs und einer nachhaltigen Entwicklung anzuregen. Das System, das erst vor acht Jahren ins Leben gerufen wurde und in dem Graz gerade erst zwei Jahre eingebunden ist, birgt noch viel Entwicklungspotenzial. So verschieden die Zugänge der einzelnen Städte auch sein mögen: Es ist in jedem Fall sinnvoll, aus den Erfahrungen der Partnerstädte zu lernen und miteinander zu kooperieren. Überall wird versucht, mit Design die Stadtentwicklung zu dynamisieren und damit auch Rahmenbedingungen für eine Verbesserung der Lebensbedingungen der Bevölkerung zu schaffen. Die vorliegende Publikation versteht sich als Beitrag dazu.

**[www.graz-cityofdesign.at](http://www.graz-cityofdesign.at), [www.cis.at](http://www.cis.at), [www.unesco.org](http://www.unesco.org)**

*Das Buch ist Ende März bei Springer Wien-New York in englischer Sprache erschienen. Paperback, 224 Seiten.*

**1** Karl Stocker: »The Power of Design«

**2** Graz UNESCO City of Design

# Designwissenschaft

## Von der Produktsprache zur Designsprache

Kaum eine andere Disziplin kann so wenig über sich selbst sagen wie Design: die Archäologie, die Chemie, die Medizin, die Physik und viele andere sind in der Lage, ihre Ziele, Gegenstände und Methoden sehr genau zu benennen und inhaltlich zu beschreiben. Im Design stellt man indes immer wieder eine große Sprachlosigkeit fest, wenn sich beispielsweise DesignerInnen zu ihren Produkten äußern sollen. In den allermeisten Fällen kommen sie über pseudofunktionale Produktbeschreibungen nicht hinaus: Was ein Produkte macht und tut, was es leistet, aus welchen Materialien es besteht und wie es gefertigt wurde. Viel weiter geht es kaum. Und selbst bei renommierten Designjurs wie dem iF in Hannover oder dem red dot in Essen bleibt es beim üblichen Gestammel. Ich vermute, in Österreich wird es nicht viel anders sein.

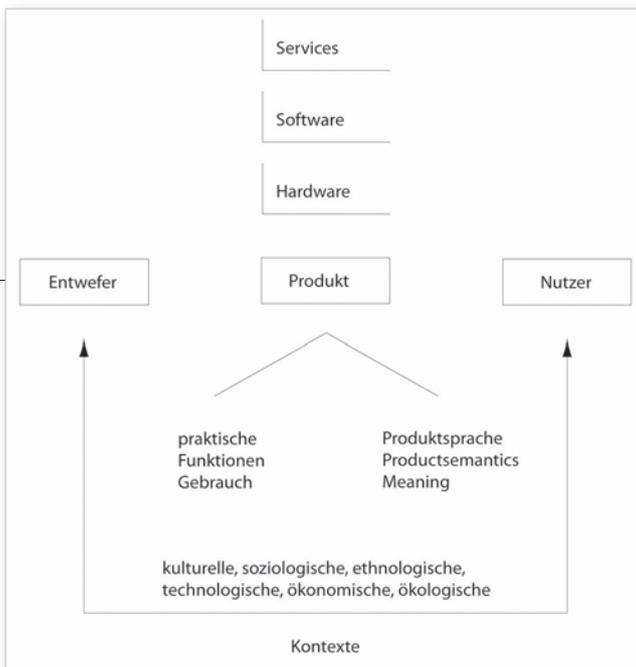
Andererseits staunt man über die pseudointellektuellen Höhenflüge, die über Design auf theoretischer Ebene angestellt werden. Man kann dabei den Schluss ziehen, dass eigentlich nur das Design die Welt retten kann: Ob Globalisierung, Nachhaltigkeit, Ökologie, globale Erwärmung, das Abschmelzen der Gletscher, die Trinkwasserproblematik – DesignerInnen können sich mit all diesen Themen auseinandersetzen und konstruktive Lösungen vorschlagen, müssen die Gesamtverantwortung für diesen Planeten übernehmen. Nach der Reaktorkatastrophe von Fukushima im Jahr 2011 schrieb der renommierte US-amerikanische Psychologe Donald A. Norman in einem E-Mail an die PHD Design List: »I am also rather annoyed at the design profession, a profession that largely lacks any technical background, neither engineering nor social sciences (yes, with notable exceptions), thinking that somehow or other design can cure all of the world's ailments: hunger, war, poverty, medical care, and now, the extreme difficulties in Japan.«

Autoren überbieten einander mit Plädoyers dafür, wie Design eigentlich sein müsse: undiszipliniert, inter-, trans-, multi- und metadisziplinär. Insgesamt herrscht also über weite Strecken die Tendenz, Design als Disziplin zu negieren. Der Soziologe und Medienwissenschaftler Manfred Fassler von der Goethe-Universität in Frankfurt kommentierte diesen gesammelten Unfug in einem Vortrag einmal ganz schlicht: »Der ganze Quatsch der Interdisziplinarität, Transdisziplinarität etc. Forscher werden für ihre disziplinäre Forschung bezahlt.« Denn erst wenn man mit disziplinärem Wissen aufwarten kann, macht es Sinn, in interdisziplinären Projekten mitzuwirken und dort

spezifisches Designwissen einzubringen. Solches zu generieren muss übrigens das vornehmste Ziel von Designwissenschaft sein. Der Soziologe Dirk Baecker hat dies sehr anschaulich beschrieben: »Interdisziplinär kann man sich jedoch nur auf Themen, nicht auf Fragen verständigen, weil Fragen viel zu disziplinär gebundenes Vorwissen voraussetzen.«<sup>1</sup> Diese Diskrepanz führt nicht zuletzt dazu, dass Design in der seriösen Forschungslandschaft überhaupt nicht anerkannt wird; vielmehr suggerieren dessen schrille und schräge Produkte in den Massenmedien, wie kreativ und erfindungsreich die Designergilde heutzutage ist. Aber sie trägt damit auch recht nachhaltig zu einem exorbitanten Konsummüll bei, denn in der Praxis kommt diese Art von eingangs erwähnter Theorie überhaupt nicht an.

Design als Disziplin – auf dem Weg dorthin befinden wir uns seit Längerem. In den 1970er-Jahren wurde im Fachbereich Produktgestaltung an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach am Main damit begonnen, an der Ausprägung und Präzisierung von Design und seiner Theorie mitzuwirken.<sup>2</sup> Anknüpfend an die Überlegungen von Theodor Ellinger (zitiert von Gert Selle) führten wir dafür den Begriff der »Produktsprache« ein. Gemeint ist damit, dass Produkte jenseits ihrer Funktionalitäten auch Bedeutungen besitzen und als Symbole interpretiert werden können. Darüber hinaus formulierten wir formalästhetische Prinzipien des Gestaltens (u. a. basierend auf den Wahrnehmungs- und Gestalttheorien der 1930er-Jahre). Mit dem Begriff »Anzeichenfunktion« wird beschrieben, wie durch gestalterische Maßnahmen der Gebrauch von Produkten für die BenutzerInnen visualisiert werden kann – ein Thema, das durch die mikroelektronische Revolution in den 1980er-Jahren bedeutsam für DesignerInnen wurde (Stichworte Interaction und Interface Design). Mit dem Begriff der »Symbole« werden die gesellschaftlichen Kontexte bezeichnet, in denen Produkte agieren und rezipiert werden. In den 1980er-Jahren brach die Postmoderne die Dogmen des (insbesondere deutschen) Funktionalismus auf; dies geschah zeitgleich in der Architektur und im Design. Das »Forum Design Linz« (1981) hatte dies anschaulich gemacht und wurde deshalb zum Wegbereiter einer neuen Betrachtungsweise von Architektur und Design.<sup>3</sup>

Die dadurch verursachte paradigmatische Wende im Design habe ich einmal mit »From function to meaning« beschrieben.<sup>4</sup> Ein wichtiger Beitrag für eine Neubestimmung wurde 2005 vorgenommen, mit dem die »Heilige Offenbacher Dreifaltigkeit«<sup>5</sup> (Formalästhetik, Anzeichen- und Symbolfunktion) inhaltlich erweitert wurde. Heute ist vollkommen unstrittig, dass es die Bedeutungen sind, die den Produkten zugewiesen werden und diese so begehrtestenwert machen. Das so oft zitierte Beispiel von



Bernhard E. Bürdek: produktsprachliches Modell des »Offenbacher Ansatzes«

Apple kann dazu gerne herangezogen werden.<sup>6</sup> Dieses zeigt auch, dass es im Design schon lange nicht mehr darum geht, Bedürfnisse zu befriedigen, sondern Begehren gerecht zu werden (Gernot Böhme). Und diese sind eben nicht funktional, sondern heute über weite Strecken nur noch produktsemantisch oder gar symbolisch zu interpretieren.

Hartmut Esslinger, der von 2005 bis 2011 überaus erfolgreich die Meisterklasse ID2 an der Universität für angewandte Kunst in Wien geleitet hat, beschreibt in seinem kürzlich erschienenen Buch »Design Forward«,<sup>7</sup> dass Designstrategien, die auf neue Produktkulturen abzielen, maßgeblich durch die Anthropologie, die Produktsemantik, die Technologie und durch das Business Design bestimmt werden. Von Kunst ist dabei übrigens keine Rede! Vielmehr geht es im Kern darum, die DNA der Unternehmen herauszufinden, diese sichtbar zu machen und zu kommunizieren. Zu einer durchaus ähnlichen Aussage bin ich in meiner 2012 an der »Angewandten« verteidigten Dissertation gekommen, in der die drei Bereiche Ökonomie, Technologie und Kultur als die zentralen Kontexte für die Produktsprache und Produktsemantik beschrieben werden.<sup>8</sup>

Der semantische Ansatz im Design hat sich als der »disziplinäre Kern« von Designtheorie und Designpraxis bewährt. In Österreich war es insbesondere Gerhard Heufler an der FH Joanneum in Graz, der in diversen Publikationen diesen Ansatz vertritt. Klaus Krippendorff, ein Absolvent der legendären Hochschule für Gestaltung in Ulm, hat dies als die »semantische Wende« bezeichnet,<sup>9</sup> die seit den 1980er-Jahren die Diskurse im und über Design nachhaltig prägt. Den eigentlichen Durchbruch erfuhr die Produktsemantik in Deutschland 1998 anlässlich einer Veranstaltung in München. Wir haben die designtheoretisch und designhistorisch so bedeutsamen Dokumente gerade vor Kurzem gestellt: <http://www.hfg-offenbach.de/w3.php?nodeId=3392&page=3>. Die Weiterführung dieser Thematik wird momentan unter dem Stichwort »Designsprachen« geführt. Insbesondere die weltweit agierenden Automobilunternehmen bemühen sich momentan intensiv, ihre jeweiligen Fahrzeugkonzepte designsprachlich zu kommunizieren. Auch dies zeigt, dass dieser Ansatz sowohl theoretisch als auch praktisch tragfähig ist. Mehr kann man von einer Theorie eigentlich nicht erwarten.

(Bernhard E. Bürdek)

<sup>1</sup> Dirk Baecker: »Studien zur nächsten Gesellschaft«, Frankfurt am Main 2007.

<sup>2</sup> Siehe dazu: Bernhard E. Bürdek: »Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung«, Köln 1991. Das Buch wurde ins Chinesische, Holländische, Italienische und Spanische übersetzt.

<sup>3</sup> Bernhard E. Bürdek: »Forum Design Linz – Einblicke und Ausblicke«, in: Martin Hochleitner, Gabriele Hofer (Hrsg.): »Der Fall Forum Design. Index zu einem Kulturprojekt«, Ausst.-Kat. Landesgalerie Linz am Oberösterreichischen Landesmuseum, Linz 2009.

<sup>4</sup> Bernhard E. Bürdek: »From function to meaning. In the long run everything is design«, in: »Bloch-Jahrbuch 2008, Ernst Bloch und das Bauhaus. Gestern und heute«, hrsg. von Francesca Vidal im Auftrag der Ernst-Bloch-Gesellschaft, Mössingen-Talheim 2008.

<sup>5</sup> Bernhard E. Bürdek: »Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung«, 3. erw. Auflage, Basel, Boston und Berlin 2005. Dazu gibt es Übersetzungen ins Englische, Chinesische, Italienische und Portugiesische.

<sup>6</sup> Bernhard E. Bürdek: »Design in Kalifornien«, in: »Apple Design«, hrsg. von Sabine Schulze und Ina Grätz, Leinfelden 2011.

<sup>7</sup> Hartmut Esslinger: »Design Forward. Creative Strategies for Sustainable Change«, Stuttgart 2012.

<sup>8</sup> Bernhard E. Bürdek: »Design auf dem Weg zu einer Disziplin« (Dissertation, Wien), Hamburg 2012.

<sup>9</sup> Klaus Krippendorff: »Die semantische Wende. Eine neue Grundlage für Design«, Basel 2013 (Originalausgabe: »The Semantic Turn. A New Foundation for Design«, Boca Raton, London und New York 2006).

#### Über den Autor:

Bernhard E. Bürdek, Jahrgang 1947, studierte Produktgestaltung an der Hochschule für Gestaltung Ulm, an der Staatlichen Werkkunstschule in Kassel sowie am Institut für Umweltplanung der Universität Stuttgart; Diplom der HfG Ulm 1971. Es folgte ein Studium der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre an der Universität Stuttgart. Seit 1971 Tätigkeit als Designer und Konsulent für Produktplanung und -gestaltung. 1972 Berufung an die Hochschule für Gestaltung Offenbach am Main für die Bereiche Designtheorie und Designmethodologie; 1979 Ernennung zum Professor. 1990 Mitbegründer des Designbüros Vision & Gestalt in Obertshausen bei Frankfurt am Main für Produktgestaltung, Designkommunikation und Interface Design. Zahlreiche Publikationen. 2012 Promotion zum Dr. phil. an der Universität für angewandte Kunst Wien. [www.buerdek.info](http://www.buerdek.info)

## Designforschung Goes Public

Ab Herbst 2013 wird es bei designaustria einen neuen Experts-Cluster für Designforschung geben. Er soll DissertantInnen und Lehrenden einen Austausch ermöglichen und Interessierten ein Diskussionsforum bieten. Mit Ausstellungen, Publikationen und Workshops soll auf ein bisher in Öffentlichkeit und Wirtschaft kaum wahrgenommenes Tätigkeitsfeld aufmerksam gemacht werden, das nicht nur relevant für die Entwicklung innerhalb des Designs ist, sondern auch für die Zukunft der Gesellschaft und der Märkte. Dabei sollen nicht nur Forschungsergebnisse gefördert und veröffentlicht werden, sondern es wird auch um die Praxis der Designforschung gehen: um die Voraussetzungen für Dissertationen, die (Mit-)Gestaltung von Curricula, die Auswahl von Themen und deren gesellschaftliche und wirtschaftliche Relevanz, methodische Ansätze, organisatorische Aspekte etc. Wir betrachten ein Dissertationsstudium im Design als gesellschaftlich und wirtschaftlich relevantes Projekt und nicht als ein Beurteilungsverfahren unter Ausschluss einer nicht akademischen Öffentlichkeit. Hier geht es um einen Beitrag zu einer weniger hierarchisch organisierten Welt und die Schaffung von relevantem neuem Wissen. Ein besonderes Anliegen des Clusters ist die Diskussion einer geisteswissenschaftlich orientierten Methode disziplinärer Designforschung, des sogenannten »Offenbacher Ansatzes« (siehe dazu auch den vorangehenden Beitrag von Bernhard E. Bürdek), der eine auf die Designdisziplin zugeschnittene analytische Methode anbietet (Grundlagen sind der Publikation »Design als Produktsprache – Der »Offenbacher Ansatz« in Theorie und Praxis« zu entnehmen, die 2000 von Dagmar Steffen mit Beiträgen von Bernhard E. Bürdek, Volker Fischer, Jochen Gros herausgegeben wurde und im Verlag form in Frankfurt am Main erschienen ist). Dieser Ansatz, der an den Kunstuniversitäten in Wien und Linz weder gelehrt noch praktiziert wird, lässt interessante Diskurse erwarten. Es soll überprüft werden, inwieweit er geeignet ist, für das Design insgesamt, das heißt für Industrie-, Grafik-, Mode- und Landschaftsdesign, identitätsstiftend zu wirken. Im größeren Zusammenhang geht es dem Cluster um die außeruniversitäre Vernetzung sowie um die Profilierung von Designtheorie, -forschung und -praxis. Näheres wird mit der offiziellen Cluster-Gründung auf der DA-Website bekannt gegeben.

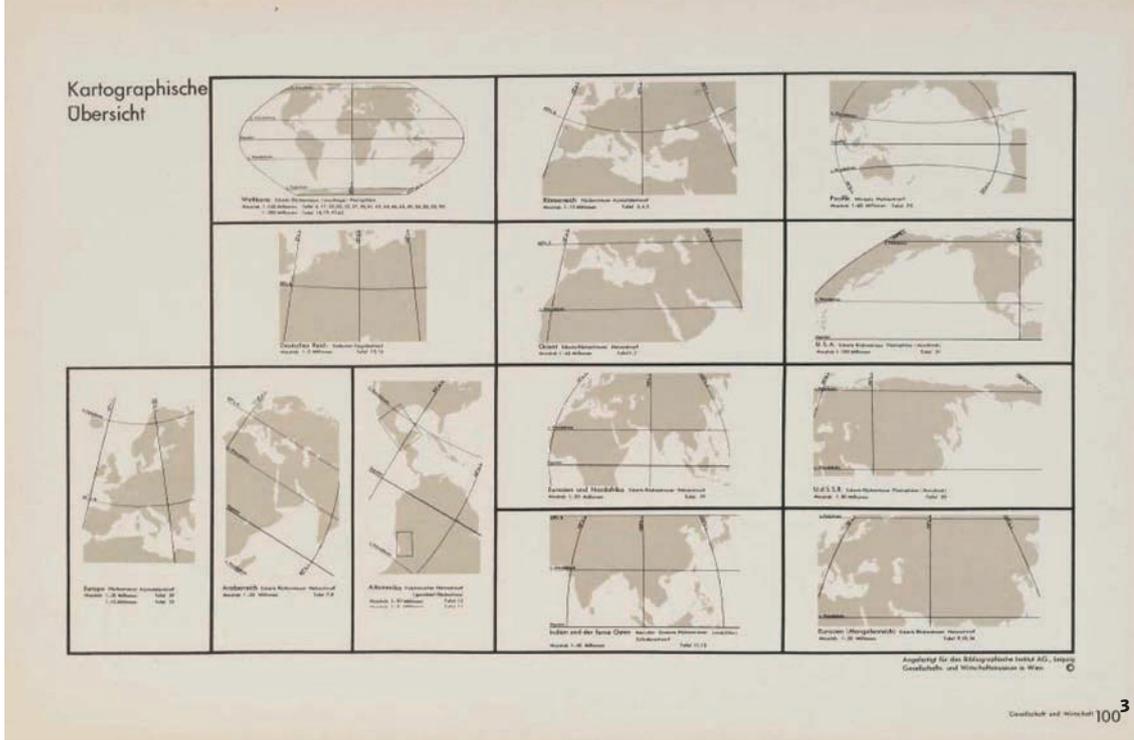
Der vorliegende Text gibt Einblick in eine Reise durch Disziplinen und reflektiert das Für und Wider von Disziplinarität und Interdisziplinarität im Design anhand persönlicher Erfahrungen mit verschiedenen Methoden. Ausgangspunkt waren Fragen, welche sich mir 2008 als Grafikdesignerin in der Zusammenarbeit mit NachhaltigkeitsforscherInnen bei der Visualisierung globaler Forschungsdaten anhand von Karten stellten. Welche Welt soll hier vermittelt werden? Wie beeinflussen Karten die Weltsicht, wie können sie zu einer humaneren Gesellschaft beitragen? Dazu kamen Fragen zur Wissensproduktion: Wie wird (Karten-)Wissen konstruiert, welches Wissen wird gebraucht? Inwiefern ist Design eine Wissenschaft? Alles begann also in der Designpraxis. Ich erhielt an der Universität für angewandte Kunst am Institut für Kunst- und Wissenstransfer die Möglich-

keit, im Rahmen meiner Dissertationsforschungen 2010/11 zu diesen Fragen einen zweisemestrigen interdisziplinären Arbeitskreis einzurichten, von dem auch andere Studierende, Lehrende und Interessierte profitieren konnten. Der Titel »Enter Cartography« deutet auf den Umstand hin, dass es um die Aneignung fremden Wissens geht. Interdisziplinarität bedeutete im konkreten Fall: Kartografinnen, HistorikerInnen, Geografinnen, AstronomInnen, MathematikerInnen, ArchitektInnen, StadtforscherInnen, Kultur- und MedienwissenschaftlerInnen, SozialwissenschaftlerInnen, PhilosophInnen, DesignerInnen und KünstlerInnen – also Angehörige jener Disziplinen, die an der Produktion von Karten beteiligt sind oder damit arbeiten. Aus den erweiterten Beiträgen des Arbeitskreises ist das Buch »Kartographisches Denken«, herausgegeben von Christian Reder und 2012 bei Springer Wien-New York erschienen, entstanden. Auch aus heutiger Sicht war dieser Austausch über die Disziplinen hinweg in der ersten Orientierungsphase ein sehr gutes Konzept.

Im weiteren Verlauf meiner Dissertation begann ich mich mit Otto Neuraths sogenanntem »Atlas der Gesellschaft und Wirtschaft«, seinem 1930 erschienenen »Bildstatistischen Elementarwerk«, auseinanderzusetzen. Die Entscheidung, diesen Atlas zu analysieren, hatte für mich auch den Wechsel von einem interdisziplinären zu einem disziplinären Blickwinkel zufolge, wodurch sich auch die Frage nach einer geeigneten Methode stellte. Durch Bernhard E. Bürdek bin ich auf den eingangs erwähnten »Offenbacher Ansatz«, eine fundierte Designforschungsmethode, gestoßen. Ausgehend von einer Definition des Designbegriffs wird ein Modell für eine umfassende Betrachtung und Interpretation von Designprodukten entwickelt. Unter dem Titel »Design auf dem Weg zu einer Disziplin« ist 2012 Bürdeks Dissertation, die sich mit Design aus Sicht der Forschung beschäftigt, in Buchform erschienen (Verlag Dr. Kovač, Hamburg). Zu erwähnen ist außerdem sein Standardwerk »Design. Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung«, das u. a. auch den »Offenbacher Ansatz« thematisiert und mit Vitruv im 1. Jahrhundert vor Christi Geburt beginnt. Der ins Altertum datierte Ursprung des Designs scheint mir für die Identität der Disziplin und jener, die sie ausüben, wichtig. Zumindest ich konnte mich nie mit einem Design identifizieren, das erst mit der Industrialisierung begonnen haben soll. Wie wichtig eine Korrespondenz von Designtheorie, -geschichte und -methodologie im Kontext heutiger Designforschung ist, würde ich gerne im Cluster diskutieren.

Aus meiner Sicht kann der in Offenbach entwickelte produktsprachliche Ansatz in seiner Bedeutung für das Design mit jener der Kunstgeschichte für die Kunst verglichen werden. Ohne Aby Warburg oder Erwin Panofsky würde in der Kunst und Kunstvermittlung wohl dieselbe Sprachlosigkeit oder Oberflächlichkeit herrschen wie oft im Design. Auch in der Produktgestaltung braucht man Sprache, um Dialoge und Diskurse zu führen. »Die semantische Wende« überwindet die Sprachlosigkeit im Design, das sich bis Ende der 70er-Jahre weitestgehend auf das Funktionieren der Gegenstände konzentrierte – doch jetzt geht es um die Unterscheidbarkeit von Formen, Materialien,

2010-06-10 1.	2010-06-24 2.	2010-10-07 3.	2010-10-21 4.	2010-11-04 5.
<b>CHRISTIAN REDER</b> Kontextuelle Formen für Büro und Wohnbereich: <i>Agenda</i> Einführung: 10 Jahre Ulrich Cartography	<b>CHRISTIAN REDER</b> Einfache Strukturen <b>MIKEI MIURA</b> Kameras, Kartierte Kontextuelle Puck Vorarbeiten Zwischen die Räume <b>BERNHARD KELLNER</b> Kontext Handarbeit <b>AINO KORVENKYLÄ</b> Kontextuelle Kontextuelle Was in der Mappe? Was in der Mappe?	<b>BURGHART SCHMIDT</b> Prozesse und Objekte, Wien Kontextuelle <b>BREDA SILLÄ</b> Kontextuelle Kontextuelle <b>MARIUS HÄFLER</b> Kontextuelle Einfache und Sublime <b>ROSWITHA PEINTNER</b> Kontextuelle Einfache, Kontextuelle Einfache Cartography Jah-Wies 2 Die Welt	<b>GEORG GARTNER</b> Einfache TU Wien Berichte für Geschäftsleute und Kontextuelle Kontextuelle <b>MARIELA SCHMIDT</b> Kontextuelle: TU Wien Einfache Kontextuelle <b>KAROL KRIZ</b> Kontextuelle, Kartograph Einfache für Geschäftsleute Einfache Kontextuelle	<b>DORIS GRASSO</b> Einfache Einfache Einfache
2010-11-18 6.	2010-12-02 7.	2010-12-16 8.	2011-01-13 9.	2011-01-20 10.
<b>ANTJE LEHN</b> Kontextuelle Lernen in der Akademie der Kontextuelle Kontextuelle Kontextuelle	<b>ANDRÉAS RIEDL</b> Einfache Einfache Einfache	<b>PETER ALLMAYER BECK</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>NIKOLAUS SCHNÖLL</b> Kontextuelle Einfache	<b>BREVIOR PAGLEN</b> Kontextuelle Einfache Einfache Einfache	<b>JARO VARGA</b> Kontextuelle Einfache Einfache Einfache
2011-03-10 11.	2011-03-24 12.	2011-04-07 13.	2011-04-14 14.	2011-05-05 15.
<b>PHILIPPE REZECQ</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>KARL W. MILLER</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>RENATE MINATICH</b> Kontextuelle Einfache Einfache	<b>RENATE BIENENBERGER</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>MICHAEL ASCHAUER</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>BURGHART SCHMIDT</b> Kontextuelle Einfache	<b>NIKOLAUS SANSTERER</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>MIKEI MIURA</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>GÜNTER BEYREHED</b> Kontextuelle Einfache	<b>JAN HOEKE</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>MICHAEL HUEY</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>JOHANNA REISNER</b> Kontextuelle Einfache	<b>PETRA SVETEK</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>HANS KATZGRABER</b> Kontextuelle Einfache Einfache
2011-05-19 16.	2011-06-09 17.	2011-06-16 18.	<b>ENTER CARTOGRAPHY</b>	
<b>ANDRÉAS STALZER</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>CLAUDIA ROHRHAUER</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>HANS WINKLER</b> Kontextuelle Einfache Einfache	<b>FRANZ KERSCHBAUM</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>HANS NAVLIEK</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>PETRA MATZ</b> Kontextuelle Einfache Einfache	<b>HANS NAVLIEK</b> Kontextuelle Einfache Einfache <b>PETRA MATZ</b> Kontextuelle Einfache Einfache		
<p>PROJEKT-IDEEN, KOOPERATIONEN, DISKUSSION - Koordination Mag. Ravilsha Peintner Zentrum für Kunst und Wissenschaften, e.U. Univ.-Prof. Dr. Christian Reder, 1020 Wien / Postgasse 6, 1. Stock, T +43 1 71133 3541 / F: R. Peintner</p>				



- 1 Kalender des Arbeitskreises »Enter Cartography«
- 2 Buchcover »Kartographisches Denken«
- 3 Titel und Innenseite »Gesellschaft und Wirtschaft – Bildstatistisches Elementarwerk« von Otto Neurath

Funktionen und Problemen in ihrem Zusammenspiel und ihrer Wirkung«, schreibt Bürdek in seinem Vorwort zur deutschsprachigen Ausgabe des Buches von Klaus Krippendorff »Die semantische Wende«, das als US-amerikanisches und auch international anerkanntes Gegenstück zum »Offenbacher Ansatz« gelten kann. Krippendorff hat den von der HfG Ulm ausgehenden Ansatz von der Semiotik hin zur Produktsemantik mit ins Leben gerufen (zusammen mit Reinhart Butter, wie Krippendorff ein Absolvent der HfG Ulm), sodass beide Erklärungsmodelle denselben Ursprung haben. Die Produktsemantik, auch »semantische Wende« genannt, ersetzt die Kausalmodelle naturwissenschaftlicher Erklärungen durch eine kulturwissenschaftlich orientierte Interpretation. Die Unterschiede zu diskutieren scheint mir vielversprechend.

Die angesprochene Sprachlosigkeit im Design habe ich zu allererst an mir selbst festgestellt, spätestens in der Zusammenarbeit mit WissenschaftlerInnen anderer Disziplinen, wo verstärkter Argumentationsbedarf besteht, aber auch im Rahmen meiner wissenschaftlichen Arbeit, wo Verschriftlichung eine zentrale Anforderung ist. Diese Problematik thematisiert auch Dagmar Steffen in der eingangs erwähnten Publikation zum »Offenbacher Ansatz«: »Als ein wesentlicher Vorteil der Lehre wie auch bei Produktpäsentationen hat sich bislang die Begriffsbildung erwiesen. Wie schon eine alte philosophische Einsicht besagt, können viele Sachverhalte erst dann wahrgenommen werden, wenn man sie mit Begriffen benennen kann. Das Differenzierungsniveau der Wahrnehmung korrespondiert hierbei mit dem des Sprachgebrauchs.« Bezeichnend scheint in diesem Zusammenhang auch folgendes Zitat aus dem 2006 von Tulga Beyerle und Karin Hirschberger herausgegebenen Nachschlagewerk »Designlandschaft Österreich 1900–2005«, das deutlich macht, welche Konsequenzen eine Lücke in der Lehre – und dafür halte ich das Fehlen eines diskursiven, wissenschaftlich orientierten Analysemodells im Design – insbesondere an den Universitäten für angewandte Kunst, haben kann: »Die Tatsache, dass das Designverständnis in Österreich – mangels einer stringenten Designpolitik und einer damit verbundenen selbstbewussten Kommunikationspolitik, aber auch mangels einer wissenschaftlichen Aufarbeitung – eher schwach ausgeprägt ist, und die Designleistungen des Landes national wie international unterschätzt werden, hat uns zur Herausgabe des vorliegenden Nachschlagewerkes bewogen.«

Was sich seit der Herausgabe dieser Publikation in der Designwirtschaft Österreichs verändert hat, wäre anhand einer Studie festzustellen. Für die Designcity Berlin wurde beispielsweise 2010 eine Potenzialanalyse beauftragt, welche unter

anderem zeigt, wie Lehre, Forschung, Praxis, Kreativwirtschaft, Wirtschaft etc. vernetzt sind, wo Stärken und Schwächen liegen und wo es an Vernetzungen fehlt. Einerseits gehen durch die fehlende Anerkennung und Förderung von Designforschung dem Markt und der Gesellschaft in Österreich wesentliche Potenziale verloren, andererseits gibt es aufgrund des fehlenden Bewusstseins kaum Zukunftsaussichten für DesignforscherInnen.

Als ich 1991 bis 1995 an der damals noch »Hochschule für angewandte Kunst« genannten Institution Grafik- und Landschaftsdesign studierte, war dort von wissenschaftlicher Forschung im Design noch keine Rede, während in Offenbach die ersten Artikel und Publikationen zur Produktsemantik bereits in den 1970er-Jahren erschienen sind; durch das »Forum Design Linz« (1980) wurde auch in Österreich ein Schritt in Richtung dieser aktualisierten Betrachtungsweise von Design gesetzt. Ansonsten kamen die einzigen Methoden zur Betrachtung und Auslegung von Werken aus der Kunstgeschichte. Das Dreistufenschema von Erwin Panofsky (»Ikonographie und Ikonologie – Bildinterpretation nach dem Dreistufenmodell«, englische Originalausgabe 1955, deutschsprachige Ausgabe erschienen 2006 bei DuMont, Köln) war dann auch mein erster Ansatz zur Analyse meines Forschungsgegenstandes, des »Atlases« von Neurath, bis ich eben auf den produktsprachlichen Ansatz verwiesen wurde. Im Kern sind sich die beiden Methoden sehr ähnlich: vorkonografisch = formalästhetische Funktionen; ikonografisch = semantische Funktionen; ikonologisch = produktsprachliche Auslegung. Der Unterschied ist hauptsächlich dort zu suchen, wo sich auch das Kunstwerk vom Gebrauchsgegenstand unterscheidet, nämlich im Werkzeug zur Analyse der praktischen Funktionen.

Eine Definition des Designbegriffs, wie sie dem »Offenbacher Ansatz« zugrunde liegt, macht klar, dass vieles ganz selbstverständlich zum Fach Design gehört, was oft mit dem Begriff »Interdisziplinarität« ausgelagert oder mangels Kenntnis von Gestaltungsprozessen nicht mit Design assoziiert wird. Design wird dabei als Verhältnis von BenutzerInnen, Produktfunktionen und Produkt beschrieben. Daraus ergibt sich, dass die Gestaltung von Produkten bzw. ihrer »praktischen und produktsprachlichen Funktionen« ein intensiver gesellschafts- und menschenbezogener Verhandlungsprozess ist, bei dem ökologische, soziale, technische und wirtschaftliche Aspekte auf die Generierung von Formen einwirken, welche wiederum von den NutzerInnen als Bedeutungsträger interpretiert werden. Aus dieser Sicht scheint mir manche Zusatzbezeichnung wie soziales oder ökologisches Design oder auch Prozessdesign als suspekter

Verdoppelung, und ich frage mich, welche Differenzierungen Design sinnvoller neu positionieren könnten.

Dass die Recherche in anderen Fachgebieten bei komplexen Aufgaben oft mehr als 50 Prozent oder auch ein Vielfaches der Zeit des sichtbaren Prozesses einnimmt, könnte mit unzähligen Beispielen belegt werden. Mit der hier diskutierten Designdefinition wird genau dieser spezifischen Disziplinarität Rechnung getragen. Einerseits wird damit eine ausreichende Abgrenzung gegenüber anderen Disziplinen geschaffen, sodass man sich als GestalterIn bzw. ForscherIn nicht in ihren Diskursen und Praktiken verliert; andererseits wird genügend Spielraum gegeben, um relevante Zusammenhänge und gesellschaftlichen Wandel am Produkt fassbar zu machen. Das ist wohl der Vorteil einer Methode und Theorie, die in der Designpraxis entwickelt wurde.

Am Anfang meiner Reise durch die Disziplinen bin ich davon ausgegangen, dass inhaltliche Diskurse nur außerhalb des Designs, in anderen Disziplinen, aufzufinden und zu verfolgen sind, und fühlte mich daher mit meinen Fragen aus der Praxis und Theorie meines Fachs hinausgeschleudert. Diskussionen zur Konstruktion von Identität und Wissen wurden innerhalb meines Grafikdesignstudiums nicht im Kontext von Gestaltung diskutiert. Überhaupt fehlte damals jegliche ausdrückliche Auseinandersetzung mit der Vielfalt möglicher Diskurse und Bedeutungen. Heute, nachdem ich mir gewisse Kenntnisse in diversen Disziplinen angeeignet und mich mit der produktsprachlichen Methode auseinandergesetzt habe, gehe ich davon aus, dass man sich als DesignerIn für konkrete Designaufgaben immer Wissen anderer Disziplinen aneignen muss, um das für die Gestaltung notwendige disziplinäre Wissen zu generieren und zu aktualisieren; dass dieses Vorgehen also nicht als interdisziplinär interpretiert werden kann, sondern vielmehr der spezifischen Disziplinarität des Designs entspricht. Disziplinarität ist wohl auch die Voraussetzung für eine sinnvolle Zusammenarbeit mit anderen Disziplinen. Und solange Forschung vornehmlich disziplinär finanziert ist, garantiert sie auch nur auf diese Weise die soziale Existenz der ForscherInnen. Genau darauf ist Bernhard E. Bürdek auch in seiner bereits erwähnten Wiener Dissertation eingegangen.

Bei den DissertantInnen-Treffen des Betreuers meiner Dissertation, Univ.-Prof. Dr. Christian-Hubert Ehalt, am Institut für Kulturwissenschaften an der Universität für angewandte Kunst Wien bin ich aufgrund der Tatsache, dass er an mehreren Universitäten lehrt, auch mit den Methoden anderer Fächer konfrontiert, was ich als bereichernd empfinde. Begreift man Wissenschaft, Kunst, Religion und auch Design als Kultur-

praktiken innerhalb einer Gesamtkultur, so ist Design an diesem Institut richtig positioniert. Ohne eine designspezifische Methode wäre meine Forschungsarbeit jedoch dort schwer durchführbar, zumal die Kulturwissenschaften an Artefakten in anderer Art und Weise interessiert sind als das Design. Diese analysieren zwar die Auslöser von Veränderungen im menschlichen Verhalten, sind aber nicht an den Gestaltungsprozessen selbst interessiert.

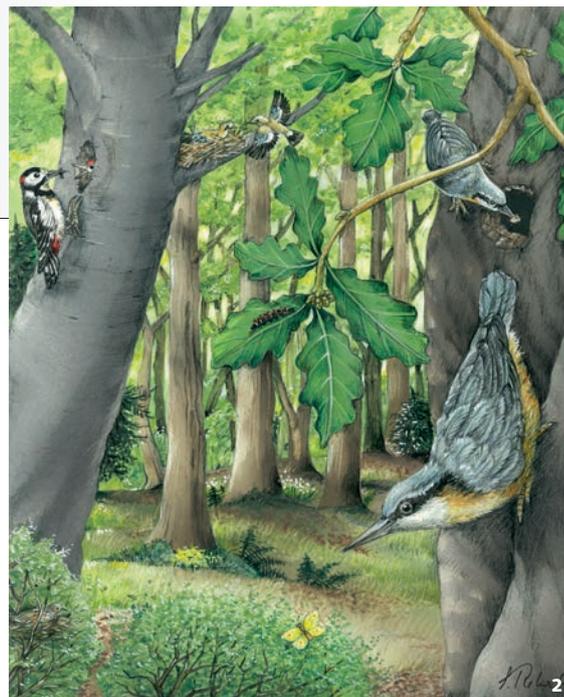
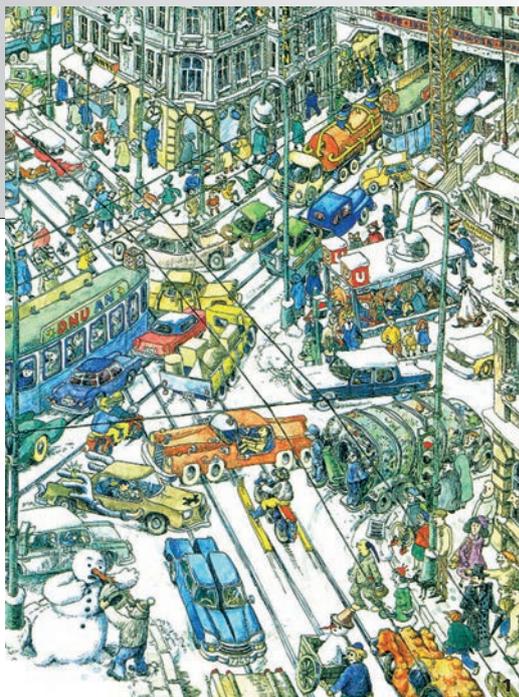
*(Roswitha Peintner)*

*Über die Autorin:*

*Roswitha Peintner, 1962 in Vorarlberg geboren, studierte von 1991 bis 1995 Grafikdesign und Landschaftsdesign an der Universität für angewandte Kunst Wien. Seit 2009 betreibt sie dort auch ihr Dissertationsstudium. Im Zusammenhang mit ihren Forschungen war sie für die Entwicklung und Koordination des interdisziplinären Arbeitskreises »Enter Cartography« zuständig und Mitkuratorin der von Christian Reder herausgegebenen Publikation »Kartographisches Denken«. Ab Februar 2014 wird Roswitha Peintner an der Donau-Universität Krems in einem Grundmodul im Lehrgang Informationsdesign das produktsprachliche Modell des »Offenbacher Ansatzes« vermitteln.*

Bitte richten Sie Fragen und Anregungen direkt an: [yocoto@chello.at](mailto:yocoto@chello.at)

# Illustration



1 Winfried Opgenoorth: Kinderbuchillustration »Schneemann in der Stadt«

2 Susanne Riha: Natursachbuchillustration »März«

## Über das Illustrieren von Kinderbüchern

*Die Kinderbuchillustratorin Susanne Riha (SR) und der Kinderbuchillustrator Winfried Opgenoorth (WO) in einem Frage-Antwort-Gespräch*

### Wie wird man KinderbuchillustratorIn?

**Susanne Riha:** Allererste Voraussetzung ist sicher, dass man gut zeichnen kann. Ich selbst habe die »Graphische« in Wien besucht und anschließend ein paar Jahre als Grafikerin gearbeitet. Mit meinen Arbeiten bin ich schließlich zu einem Verlag gegangen, mit dem dringenden Wunsch, Kinderbücher zu illustrieren. Das Lektorat stellte mir daraufhin eine Aufgabe, das Resultat gefiel, und es folgten für die nächsten Jahre Aufträge zu Buchcovers und Illustrationen nach vorgegebenen Texten.

**Winfried Opgenoorth:** Ich bin gelernter Tiefdruckretuscheur und habe eine Werkskunstschule besucht. Bei mir hat es beim zweiten Anlauf bei einem Verlag geklappt. Vorerst für Illustrationen zu Schulbüchern. Bis ich eines Tages ein fertiges Konzept zu einem Bilderbuch samt Text vorgelegt habe. Man mochte meine Zeichnungen, aber nicht den Text. So riet man mir, die Autorin Mira Lobe dafür zu gewinnen. Sie schrieb einen gereimten Text zu meinen Bildern, und so entstand 1979 das Buch »Hokuspokus in der Nacht«. Es wurde sehr erfolgreich und ist heute in einer Neuauflage wieder im Handel. Ich konnte noch weitere Bücher für Texte von Mira Lobe zeichnen, später dann auch für viele andere ausgezeichnete AutorInnen. Bis heute rund 70 Bücher...

**SR:** Auch ich habe mich bald als Autorin versucht und konnte 1985 mein erstes Natursachbuch mit eigenen Texten veröffentlichen. Es folgte 1988 ein Buch über den Winterschlaf der Tiere mit dem Titel »Wir schlafen, bis der Frühling kommt«, das bis heute erhältlich ist. Seither bin ich fast ausschließlich beim Thema Natursachbuch für Kinder geblieben.

### Wie entsteht die Illustration zu einem Buch?

**WO:** Bei mir vom Text zum Bild. Ich bekomme den Text, in Originalgröße gesetzt, und teile ihn Seite für Seite ein. Dann skizziere ich dazu meine Illustrationen. Ich mache also zu Beginn ein Layout des gesamten Buches.

**SR:** So exakt geht es bei mir nicht zu. Nachdem ich mein Naturthema genau recherchiert habe, teile auch ich das Buch grob in einzelne Kapitel (Themenbereiche) ein. Dann schreibe ich den Text zu einem Kapitel, skizziere die Illustrationen und führe sie auch aus. Dann kommt das nächste Kapitel dran usw.

### Welche Rolle spielt das Alter der Zielgruppe bei Illustrationen?

**SR:** Eine sehr wichtige. Ich versuche, meine Texte und Bilder durch die Augen meiner jungen LeserInnen zu sehen.

**WO:** Natürlich hat man die Zielgruppe immer im Auge.

### Welche Techniken gibt es und wechseln IllustratorenInnen ihre Technik je nach Buchinhalt?

**WO:** Techniken gibt es viele: Buntstift, Aquarell, Tusche, Tempera, um nur einige zu nennen. Für meine detailreichen Illustrationen verwende ich meistens die Tuschfeder und aquarelliere die Tuschzeichnungen. Denn wer Geld ausgibt, soll auch viel zum Anschauen haben. Für einen flotteren Stil verwende ich aber auch Buntstift und Aquarell.

**SR:** Bei mir ist es fast immer eine Kombination aus Airbrush, Deckfarbe und Buntstift. Eine aufwendige Arbeit, aber notwendig für naturgetreue Darstellungen.

### Ist es wichtig, einen unverkennbaren Stil als Markenzeichen zu entwickeln?

**WO:** Der Stil entsteht, das ist einfach so!

**SR:** Und wenn man einmal einen Stil hat, wird man auch darauf festgelegt.

### Welche Bedeutung haben Illustrationen, um jungen LeserInnen den Zugang zu einem Buch zu erleichtern?

**WO:** Für ein Bilderbuch ist die Illustration das A und O, sie soll aber mit dem Text eine Einheit bilden.

**SR:** Ein guter Verlag legt auch Wert auf tolle Texte oder gute Reime, vor allem für kleinere Kinder.

### Was ist das Schöne am Beruf eines Illustrators, einer Illustratorin?

**SR:** Gestalten zu können, der Fantasie freien Lauf zu lassen, einfach in die Arbeit abzutauchen.

**WO** (lacht): Das Schöne ist 1.) das Abgeben der fertigen Illustrationen, 2.) wenn das Buch erscheint, und 3.), wenn es sich gut verkauft. Denn niemand weiß im Voraus, woran es liegt, dass sich ein Buch gut verkauft oder nicht.

### Und die Nachteile des Berufs?

**SR:** Es ist ein einsamer Beruf. Jeder für sich. Irgendwo an einem Zeichentisch.

**WO:** Deshalb treffen wir uns beim Stammtisch, den »Federhasen«. Nachdem sich anfangs nur einige wenige AutorInnen und IllustratorInnen in einem Atelier oder einer Wohnung getroffen haben, gibt es seit März 1991 diesen Stammtisch, an jedem ersten Montag im Monat. Wie ich auf den Namen gekommen bin, weiß ich nicht mehr. Wird wohl etwas mit dem Federzeichnen zu tun gehabt haben. Hier hat schon so mancher Illustrator/so manche Illustratorin einen Autor/eine Autorin gefunden, und viele junge IllustratorInnen haben Tipps und Anregungen erhalten.

**SR:** Bei designaustria, der größten Interessenvertretung für DesignerInnen in Österreich, hat sich vor zwei Jahren die IllustratorInnen-Gemeinschaft illustria gebildet. Dazu gehören auch die meisten »Federhasen«, nämlich zur Untergruppe illustria-Kinderbuch: [www.illustria-kinderbuch.at](http://www.illustria-kinderbuch.at).

*Susanne Riha*

*Geboren 1954 in Wien, Ausbildung zur Grafikerin, seit 1982 Illustratorin von Natursachbüchern für Kinder nach eigenen Texten. [www.susanneriha.at](http://www.susanneriha.at)*

*Winfried Opgenoorth*

*Geboren 1939 in Düsseldorf, 1972 Übersiedlung nach Wien, seit 1979 Illustrator von Kinderbüchern, darunter viele Musikbilderbücher. [www.kibu-retop.at](http://www.kibu-retop.at) (zu Winfried)*

**Ab 21. Juni 2013 ist im designforum Wien die Ausstellung »Illustration im Bilderbuch – Kommunikation auf Augenhöhe« zu sehen – siehe unter »Ausstellungen«.**

## Nicht nur ein Illustrator von Kinderbüchern Alexander Strohmaier im Gespräch

### Wie aus Texten Kinderbücher und Diplomarbeiten werden

»Petka, die Mikrobe« ist der Titel des aktuellen von Alexander Strohmaier illustrierten Kinder- und Vorlesebuchs. Er hat es uns zu Beginn dieses Gesprächs überreicht. Kinderbücher illustriert er erst seit rund vier Jahren, erzählt er. Sein Zeichenstil ist ungewöhnlich, meist reduziert auf ausdrucksstarke Gesichter, die alle Emotionen der Handlung in sich tragen. Alexander Strohmaier holt etwas aus und erzählt. Er unterrichtet gerne und viel, um den jungen Leuten zu vermitteln, was Illustration ist und kann.

»Ich selbst wollte mich als Illustrator schon zurückziehen, als Melanie Laibl mit einem Projekt für den Rewe-Konzern zu mir kam. Idee war, einen erweiterten Flyer zu gestalten, eine Art Bilderbuch, um die Marke Billa zu emotionalisieren. Daraus wurde nichts, aber ich bekam viele Texte von Melanie Laibl, und meine Studentinnen und Studenten machten Bilderbücher daraus und konnten eine Diplomarbeit verfassen.« Auf eine dieser Arbeiten ist Strohmaier besonders stolz: auf die Illustrationen von Dorothee Schwab zu Melanie Laibls Buch »Ein Waldwicht fliegt in den Oman«. Diese Arbeit ist in seiner Meisterklasse für Grafik- und Kommunikationsdesign entstanden. Schwab bekam dafür den von designaustria ausgeschriebenen Romulus-Candea-Preis 2008, viele weitere folgten. Und da begann er plötzlich wieder selbst zu illustrieren, ebenfalls einen Text von Melanie Laibl: »Von der Krähe, die einen Vogel hat« ist sein erstes Kinderbuch, das bei Luftsacht erschienen ist. Auch heute noch sagt er über seine Arbeit als Illustrator: »Ich arbeite gerne mit einem fertigen Thema. Ich mische mich nicht in den Text des Autors ein. Meistens kann ich das Layout und die Illustrationen frei gestalten.«

Zum Malen verwendet er Plakat- oder Gouachefarben, deckende Wasserfarben. »Der Vorteil dieser Farben ist, dass sie gedruckt fast so wie das Original aussehen. Mich fasziniert das Gedruckte, die Vervielfältigung meiner Illustrationen.«

### Handwerk und expressiver Künstler

Alexander Strohmaier hat in jungen Jahren für die GGK in Sao Paolo gearbeitet. Unsere Bewunderung für seine Arbeit in einer der größten internationalen Werbeagenturen versucht er zu relativieren. »Ich war in Sao Paolo eher ein Underdog, arbeitete nur als Layouter, als Zeichner mit meinen Copic-Markern. Später



habe ich dann auch lieber als Illustrator für Werbeagenturen, große Unternehmen, Verlage gearbeitet.«

Die Auftraggeber haben die Frage nach dem Fertigstellungstermin meist mit »gestern«. beantwortet. »Daraus ergab sich immer eine gewisse Oberflächlichkeit der künstlerischen Arbeit, die Kreativität wurde nicht wertgeschätzt. Und ja, unter fremd erzeugtem Zeitdruck wird Kreation bald auf Technik und Routine reduziert.« Früher, in den 1990er-Jahren, hatte er oft 50 bis 60 Kunden pro Jahr und »nebenbei noch an die 20 Ausstellungen gemacht. Irgendwann wollte ich dann nur mehr Jobs haben, die Spaß machen.«

Er wollte schon immer als Künstler leben. Ein Grafikbüro mit einigen Angestellten, wie sein Vater es hatte, sei nichts für ihn gewesen. Das liberale Umfeld in seiner Jugend, die »Kulturwelt«, in der seine Eltern lebten, haben ihn aber doch sehr geprägt. Etwas Künstlerisches, das Vater und Sohn gemeinsam haben, ist die Musik. In den 1970ern machte sein Vater Jazz, und das hat Alexander Strohmaier wahrscheinlich zur Musik gebracht. »Ich habe zuerst Xylophon und Blockflöte gespielt, wie vermutlich viele Kinder. Und dann habe ich mir selbst ein Schlagzeug gebaut, aus allen möglichen Trommeln. Das hatte

1 Alexander Strohmaier: Kinderbuchillustration »Von der Krähe, die einen Vogel hat« (erschienen 2009 bei Luftschacht)

2 Alexander Strohmaier: autobiografische Graphic Novel (erscheint 2014 bei Luftschacht)

damals noch kaum jemand. Später habe ich dann ein tolles Schlagzeug geschenkt bekommen und in einer Schulband gespielt.« Heute spielt er Percussion. Carlos Santanas Band mit dem Rhythmus aus Rock und Latin hat ihm imponiert. Hat er ein Instrument gelernt? »Nein.« Der Autodidakt spielt in fünf Bands.

»Wenn ich zeichne, dann bin ich alleine, nicht besonders sozial, sondern zurückgezogen. Ich stehe kaum vom Platz auf. Ich mache mein ›Handwerk‹. Bei ausführenden Arbeiten schalte ich Musik ein, Jazz. Keine Klassik. Mache ich selbst Musik, dann ist das expressiv. Ich gehe hinaus zu den anderen Musikern, muss mit ihnen kommunizieren. Das ist gut so.« In seinem Lebenslauf kann man auch lesen, dass er an genreübergreifenden Kunstprojekten beteiligt war und ist. Was kann man sich darunter vorstellen? »Ein Bühnenbild für einen brasilianischen Künstler, Teppichentwürfe für bosnische Stickerinnen, dreidimensionale Tiere.« Zwei Seelen in der Brust eines Künstlers oder das logische Ergebnis des familiären Umfelds?

### **Der lehrende Künstler**

Von seinen erfolgreichen Diplomandinnen und Diplomanden hat Alexander Strohmaier bereits zu Beginn unseres Gesprächs erzählt. Da war sehr viel Engagement herauszuhören, auch nach zwanzig Jahren Lehrtätigkeit: an der Universität für angewandte Kunst, an der »Graphischen« und an der Werbeakademie des WIFI in Wien und am New Design Center in St. Pölten. Die Frage, welche Inhalte er unterrichtet, lässt ihn plötzlich aufrecht sitzen: Der lockere Künstler, der über Graphic Novels und Musik plaudert, wird zum Professor. »Es gibt ja wenige Theoriebücher zu meinen Fächern. Ich verwende unter anderem die von Steven Heller, aber auch Helmut Lortz und Scott McCloud.«

In einem seiner Unterrichtsfächer geht es um die Geschichte der Illustration. »Meine Studentinnen und Studenten sollen verstehen, dass Illustration nicht mit Buchmalerei gleichzusetzen ist. Da hole ich dann in die Geschichte aus. Eine historisch wichtige Zeit für die Kunst der Illustration war das 15. Jahrhundert, als die ersten Flugzettel verbreitet wurden, die weitgehend auf Text verzichteten. Damals konnte ja die Masse noch nicht lesen, und die Botschaft, die übermittelt werden sollte, musste gut illustriert sein, damit sie verstanden wurde.« Interessant hört sich auch das Unterrichtsfach »Ideenfindung im Zeichenprozess« an. Ziel ist es, dass die Studierenden laufend ihr Formenvokabular erweitern, also ihre eigenen Stilelemente entdecken und festigen. Alexander Strohmaier lässt deshalb seine Studentinnen und Studenten aus dem Gedächtnis zeichnen und scribbeln. Praktischer Unterricht steht im Vordergrund.

### **Der Illustrator als Kenner von Graphic Novels**

Zum Thema Graphic Novels: Alexander Strohmaier lehnt sich zurück. Lacht und erzählt, dass er gerade an einer schreibt. Geplanter Erscheinungstermin: Frühjahr 2014, bei Luftschacht. »Ich möchte meine Lebensgeschichte schreiben. Und die ersten Graphic-Novel-Veröffentlichungen waren autobiografische Werke.« Als Illustrator und Zeichner ist er dafür prädestiniert. Und noch etwas qualifiziert ihn: In seiner Jugend hat Alexander

Strohmaier nur Comics gelesen – Asterix, Lucky Luke, Bessie und viele andere. Erst später kamen Bücher, zum Beispiel »Die unendliche Geschichte«, dazu. »Ich musste sofort neben dem Lesen zeichnen, so starke Bilder hat dieser Roman bei mir erzeugt.«

Sind Graphic Novels in der Kunst und/oder der Literatur einzuordnen? »Endlich sind Comics in die Buchhandlungen einbezogen, haben dort einen Platz gefunden. Früher hat man sie nur als lustige Geschichten abgetan, auch als Schund bezeichnet. Graphic Novels sind eine neue Form ernster Literatur und bezeichnen damit zugleich eine Gattung.« Offenbar sprechen wir über eines seiner Lieblingsthemen. Drei Namen fallen ihm spontan ein: Art Spiegelman, Robert Crumb, Will Eisner. Art Spiegelman, der für »Maus« (die Geschichte seines Vaters, eines Überlebenden von Auschwitz) 1992 den Pulitzer-Preis erhielt, begann kurze Zeit nach den Terroranschlägen in New York (9/11), »Im Schatten keiner Türme« zu zeichnen und damit die traumatischen Erlebnisse zu verarbeiten. Robert Crumb konnte Strohmaier schon sehr früh in seiner Jugend lesen konnte, weil er »sehr liberale Eltern« hatte. Viele der von Crumb gezeichneten Comicfiguren wurden später zu Ikonen des Antiestablishment, so auch der arbeitsscheue, sexbesessene und drogen-süchtige Fritz the Cat. Will Eisner führte schließlich 1978 den Begriff der Graphic Novel ein. Wenn es um die Vermittlung der Stimmung geht, ist eine Graphic Novel gegenüber herkömmlichen Romanen, so Alexander Strohmaier, wahrscheinlich sogar im Vorteil. »Der Text kann reduziert werden, weil ja Bilder vorhanden sind. Wenn man sich die japanischen Graphic Novels anschaut: Mit Zeichnungen kann man sehr schnell jede Stimmung erzeugen.«

*Das Gespräch führten Lieselotte Stalzer und Hans Marseille von der Buchhandlung beim Augarten – [www.buchhandlung-beimaugarten.at](http://www.buchhandlung-beimaugarten.at). Etliche Arbeiten von Alexander Strohmaier sind auf [www.strohmaierillustration.com/editorial.html](http://www.strohmaierillustration.com/editorial.html) zu sehen.*



**illuskills**  
die illustrationsausbildung

## Geschichten in Bildern erzählen lernen

Die Illustratorenschule illuskills, die sich insbesondere an Kreative, DesignerInnen und Leute in Medienberufen richtet, aber auch allen offen steht, die gerne zeichnen, bildet neuerdings auch Story Artists aus. Ab Herbst 2013 bietet illuskills den Lehrgang Visual Storytelling mit Comiczeichnerin Nina Dietrich und Filmemacher Klaus Charbonnier an. Es werden visuelle Erzähltechniken der Comic- und Filmgestaltung in Kombination mit dramaturgischen Grundkenntnissen vermittelt. Story Artists sind Produzenten von medialem Content, die nicht nur zeichnen, texten und visuell denken können, sondern auch dramaturgische Techniken beherrschen. Der Schwerpunkt der Ausbildung liegt auf der praktischen Arbeit. Geschult wird die Fähigkeit, eine Geschichte in lesbaren Bilderfolgen zu schildern. »Gute Zeichentechnik ist hilfreich, aber nicht Grundvoraussetzung«, meint Nina Dietrich, Co-Initiatorin des Lehrgangs.

Visual Storytelling ist die Kunst des seriellen Erzählens. Der Bedarf an visuell kommunizierten Botschaften wie Musik-Clips, Computerspielen oder Handy-Apps steigt mit der wachsenden Zahl der Abspielformate. Was später auf Tablet PCs oder öffentlichen TV-Screens konsumiert wird, besteht nicht nur aus atmosphärischen Bildern. Benötigt werden neben handelnden Figuren und dramatischen Settings vor allem auch stringente Erzählbögen. »Wir helfen den Zeichnern, zu denken wie Autoren, und den Autoren, grafisch zu denken«, meint Nana Swiczinsky, Leiterin von illuskills. Story Artists können ComicautorInnen oder KinderbuchillustratorInnen sein, Game- und Set Designer, Kameralleute oder RegisseurInnen, die ihre Projekte als Storyboards visualisieren oder in der Werbung arbeiten wollen.

Der Lehrgang ist erstmals vom **28. September 2013 bis 22. Juni 2014** berufs begleitend an Wochenenden oder kompakt wöchentlich vom **18. Februar bis 30. April 2014** buchbar. [www.illuskills.com](http://www.illuskills.com)

### Kontakt:

*illuskills—die illustrationsausbildung*

Mag. Nana Swiczinsky

Guglgasse 8/4/92 Gasometer B Schild

1110 Wien

T (01) 966 38 84 (Mo + Do 9.00–13.00 Uhr)

E [office@illuskills.com](mailto:office@illuskills.com)



# DA Activities



## designaustria ist BEDA Centre of Competence

designaustria verleiht nicht nur Österreichs Designschaffenden eine starke Stimme, sondern auch der Disziplin als solcher. Mit Öffentlichkeitsarbeit, Wissenstransfer und Veranstaltungen wie dem European Design Business Dialogue (EDBD) – siehe auch den Bericht über die große österreichische Designkonferenz in diesem Heft – arbeitet die Organisation nun schon seit geraumer Zeit dem Ziel entgegen, Österreich zur Designnation zu machen – Design in Wirtschaft und Politik zu implementieren, um die Wettbewerbsfähigkeit des Landes auf dem globalen Markt zu sichern und auszubauen. Immer mehr Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft haben in den letzten Jahren den Weg zu designaustria gefunden. Für sein Engagement wurde designaustria nun im März 2013 vom Bureau of European Design Associations (BEDA) mit dem Titel »Centre of Competence« für den Bereich Design & Business ausgezeichnet.

Bis vor wenigen Jahren sah sich designaustria in erster Linie als Interessenvertretung für Berufsausübende der Sparten Produkt- und Grafikdesign und Illustration. »Auch heute macht die Unterstützung der DesignerInnen einen wesentlichen Teil unserer Arbeit aus«, sagt Geschäftsführer Severin Filek. »Wir beraten bei Firmengründungen, bei rechtlichen, finanziellen und wirtschaftlichen Fragen, bieten Präsentationsmöglichkeiten und fördern den Austausch untereinander.« Letzteres geschieht vor allem in den ExpertsClusters, Gruppen von Mitgliedern, die sich Schwerpunkten wie Service Design, Corporate Design oder Sustainable Design widmen. Mitglieder profitieren zudem von der Vernetzung mit nationalen Ausbildungsstätten und Partnerorganisationen. Auch international kooperiert designaustria mit Verbänden und Institutionen. Doch neben Aktivitäten für Designschaffende setzt designaustria vermehrt Maßnahmen, um das allgemeine Bewusstsein und die Wertschätzung für Design zu heben. »Hier hinkt Österreich im internationalen Vergleich nach«, so Filek. »Wir möchten den Nutzen von Design in Gesellschaft und Wirtschaft auf breiter Basis anschaulich machen.« Kernthema der kommenden Jahre ist es, eine Plattform für Vernetzung, Wissensaustausch und Kooperationsvermittlung im Bereich Design zu sein.

## Schulprojekt: We are all astronauts

»Culture Connected« ist eine österreichweite Initiative des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur mit dem Ziel, Kooperationsprojekte zwischen Schulen und Kulturpartnern zu fördern. Kindern und Jugendlichen soll so die Beschäftigung mit Kultur ermöglicht werden.

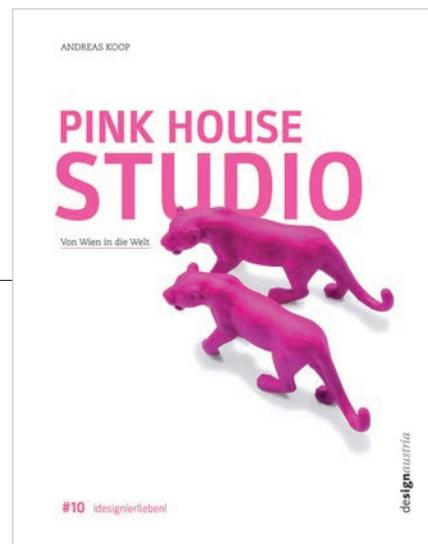
designaustria und das IDRV (Institute of Design Research Vienna) unterstützen diesen Vermittlungsgedanken und sind während des Sommersemesters 2013 Partner des Schulprojekts »We are all astronauts«, das sie gemeinsam mit der Klasse 4A der Bundesbildungsanstalt für Kindergartenpädagogik 8 durchführen. Ziel des Projekts ist es, in Anlehnung an Richard Buckminster Fullers Idee des »World Game« ein Spiel zu entwickeln, das sich mit der Verteilung von Ressourcen auf der Erde befasst. Die Ungleichverteilung von Ressourcen, Infrastruktur und Bildung auf der Welt soll aufgezeigt werden, mit dem Ziel, eine Gleichverteilung zu erreichen.

Das Spiel wird von den SchülerInnen eigenständig entwickelt. Unterstützung erhalten sie im Geografie-, Zeichnen- und Handwerken-Unterricht sowie im Rahmen von Kreativworkshops mit dem IDRV und designaustria. Das Spiel wurde am 27. Mai 2013 im **MuseumsQuartier Wien/designforum Wien** präsentiert und gemeinsam gespielt.

[www.culture-connected.at](http://www.culture-connected.at)



Schulworkshop »We are all astronauts«



## ExpertsCluster Experience Design |design|er|leben| Band 9 und 10

Mitte Mai 2013 wurde im designforum Wien der neue designaustria-ExpertsCluster Experience Design ins Leben gerufen, dem DA-Mitglied Markus Mickl als Clustermanager vorstehen wird. Experience Design beschäftigt sich mit dem inszenierten Erleben von Produkten und/oder Räumen. Visuelle, haptische, akustische und olfaktorische Elemente bilden ein ganzheitliches Produkterlebnis. Innerhalb dieses Erlebnisses können Funktion und Service optimal platziert werden. Dieser Ansatz versteht sich als nutzerzentrierte Erweiterung des klassischen Corporate Designs, mit Fragestellungen wie:

- Welche Soundelemente eines Audiologos verbinden den Klang von Produkten mit ihrer Marke?
- Was leistet Corporate Scent – von der Shopinszenierung über das Unpacking bis zum subtilen Trigger beim Gebrauch eines Produktes?
- Wie entwickelt man Corporate Touch bei digitalen Oberflächen/im Fahrzeug/in Hotels?

Ziel des EC Experience Design ist es, der Öffentlichkeit und Wirtschaft, aber auch GestalterInnen aus verwandten Bereichen die Disziplin näherzubringen, verständlich und nutzbar zu machen. Als Teil des Design Thinking soll der Approach von Experience Design als feste und wichtige Größe etabliert und raffiniert werden. Es gilt, Gestaltung zum Erlebnis zu machen.

Wer Interesse an einer Mitarbeit im EC Experience Design hat, meldet sich bei Clustermanager Markus Mickl unter [m.m@maupi.com](mailto:m.m@maupi.com).

[www.designaustria.at](http://www.designaustria.at)

Zwei weitere Bände der von Andreas Koop initiierten und inhaltlich und gestalterisch betreuten Buchreihe sind erschienen und wurden aus gegebenem Anlass Ende Mai im aut. architektur und tirol in Innsbruck präsentiert: Beide Bände sind Tiroler Gestaltern gewidmet.

**Band 9 – »Tirol in tausend Facetten«** – beleuchtet das Schaffen von **Gustav Sonnewend**, der zwar fest in Tirol verankert blieb, dessen Wirkungskreis aber durchaus international war: Swissair, die Basler Messe und die Schweizer Handelskammer zählten zu seinen Kunden. Die bekannteste seiner Arbeiten ist sicherlich das Signet für das in Imst in Tirol gegründete SOS-Kinderdorf.

**Band 10 – »Von Wien in die Welt«** – erzählt den Werdegang von **Pink House Studio**, das 1971 von den beiden Tirolern Raimund Mair und Herwig Laggner gegründet wurde. Ihr erster Auftrag brachte sie zum Thema Ausstellungen, das die beiden schließlich in die halbe Welt führen sollte. Für die Stadt Wien gestalteten sie zahllose Broschüren, Geschäftsberichte und Flyer für die verschiedensten Anlässe und Orte.

designaustria widmet die Reihe »|design|er|leben|« der Generation von GestalterInnen, die das Design in Österreich nach 1945 geprägt haben. Auch die zwei neuen Titel dokumentieren das Leben und Schaffen dieser »GebrauchsgrafikerInnen«, deren Arbeiten von beeindruckender Qualität und auch heute noch von Relevanz sind. Sie vor dem Vergessen zu bewahren und als Spiegel ihrer Zeit im geschichtlichen Kontext zu zeigen hat sich der Autor und Gestalter Andreas Koop zur Aufgabe gemacht. Die bislang zehn erschienenen Bände zeigen nicht nur das unglaubliche gestalterische und technische Können und die große Bandbreite dieser österreichischen DesignerInnen, sondern vermitteln auch ein fast schon vergessenes Bild des Arbeitens vor der Computerrevolution. Nähere Informationen und Bestellmöglichkeit auf [www.designaustria.at](http://www.designaustria.at).

# DA-Studioporträt



[www.perndlco.at](http://www.perndlco.at)

Das Büro wurde 1995 von Josef Perndl gegründet. Regula Widmer, Gerhard Bauer und Josef Perndl sind die GesellschafterInnen.

Unsere Schwerpunkte sind: Identity und Editorial Design, Ausstellungsgestaltung und Leitsysteme sowie Corporate Design und Markenentwicklung.

- 1 Austrian Film Commission, Corporate Design
- 2 Eva Schlegel, »In Between«, Katalog
- 3 Schauspielhaus Wien, Corporate Design
- 4 Wolf Haas, Romane
- 5 Wienmuseum, Jahresprogramm
- 6 Wienbibliothek, Plakat-Bücher
- 7 Recheis, Manual Markenentwicklung
- 8 Wiener Silber Manufactur, Markenauftritt
- 9 Volkstheater, Jahresprogramm
- 10 Wienbibliothek, Publikationen



# Nachruf



## Gerhard Heufler (1944–2013)

Mit Gerhard Heufler ist einer der führenden und international erfolgreichsten Produktdesigner Österreichs, ein passionierter Lehrer und liebenswerter Kollege, der sich auch innerhalb von designaustria viele Jahre engagiert und in den frühen 1990er-Jahren den Bereich Produktdesign innerhalb der Interessenvertretung mit auf den Weg gebracht hat, ganz unerwartet verstorben. Er erlag am 29. April 2013 einem erst kurz davor diagnostiziertem Herzleiden.

Gerhard Heufler wurde 1944 in Dornbirn, Vorarlberg, geboren. Er studierte Architektur an der TU Graz und startete seine Laufbahn als Produktdesigner 1970 bei Siemens in München. Seit 1975 war er freiberuflich als Industriedesigner in Graz tätig, dessen Schwerpunkte auf Investitionsgütern, Medizintechnik, Umwelttechnik und Schienenfahrzeugen lagen. Von 1979 bis 1995 lehrte er Designanalyse und Ergonomie an der TU Graz und an der Kunstuniversität Mozarteum in Salzburg. Ab 1995 war Gerhard Heufler maßgeblich am Aufbau des Studiengangs Industrial Design an der FH Joanneum in Graz beteiligt, den er bis zu seinem Tod leitete und zu einem der führenden Design-Ausbildungslehrgänge in Österreich und Europa machte. Er erhielt mehrere österreichische Staatspreise für Design, darunter für den 1996 entwickelten »Mimid Miniature Mine Detector«, das kleinste Minensuchgerät der Welt, sowie 2005 für den unbemannten Helikopter »Camcopter S-100« (beide für Schiebel Elektronische Geräte), die beide in die ständige Designsammlung des Museum of Modern Art in New York aufgenommen wurden. Ebenfalls 2005 wurde er für die Kompostwendemaschine »Topturn X53« der Firma Komptech als erster Österreicher in den Vereinigten Staaten mit dem Industrial Design Excellence Design Award (IDEA) in Gold, dem amerikanischen »Design-Oscar«, ausgezeichnet. Die Jury meinte damals zu Heuflers Gestaltung: »Das ist brillantes und durchdachtes Design. Schwere Maschinen können anmutig, intelligent und ökonomisch sinnvoll sein. Der Kompostwender geht aber weiter. Die Maschine ist extrem elegant, und die Idee, die Führerkabine hydraulisch senken zu können, sodass der Fahrer ebenerdig einsteigen kann und sich dann nach oben heben lässt, wo er einen Rundblick von 360 Grad hat, ist fantastisch.«

Ein großes Anliegen Gerhard Heuflers war es, jungen Menschen etwas von seiner Begeisterung für Design mitzugeben. Dass ihm das gelungen ist, belegen die Karrieren der Absolventinnen und Absolventen seines Studiengangs im In- und Ausland. Mit seinem Motto »Design ist mehr als oberflächliche Produktbebühschung, vielmehr ein ganzheitlicher Problemlösungsprozess« ermutigte er die Studierenden stets dazu, Produkte zu gestalten, die nicht nur ästhetisch, sondern auch funktionell einen Mehrwert für die Gesellschaft darstellen. »Design hat für den Menschen die Technik bedienbar, die Funktionen erlebbar und die Qualität sichtbar zu machen. Ökonomische Kriterien sind dabei genauso zu beachten wie ökologische, gesellschaftliche und kulturelle«, lautete Heuflers Credo. Seine Bücher »Design Basics – Von der Idee zum Produkt«, »Design Products – Projektarbeiten der FH Graz« und »Design-Impulse« sind auf Deutsch, Englisch und Chinesisch erschienen und gelten längst als Standardwerke für den Bereich des Industriedesigns.

Gerhard Heufler war einer der zentralen Impulsgeber in der kreativen Szene der Steiermark und weit darüber hinaus und leistete einen wesentlichen Beitrag dazu, Graz als Designstadt – als UNESCO City of Design – zu positionieren. Seine Innovationskraft, seine unermüdliche Einsatzbereitschaft, seine Passion, und seine große Kollegialität werden uns in Erinnerung bleiben.



1



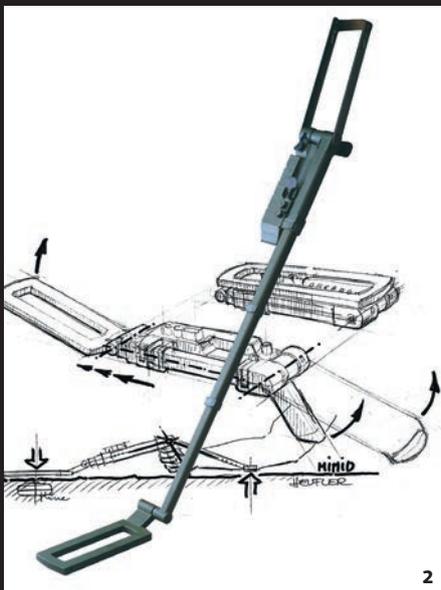
1



2



3



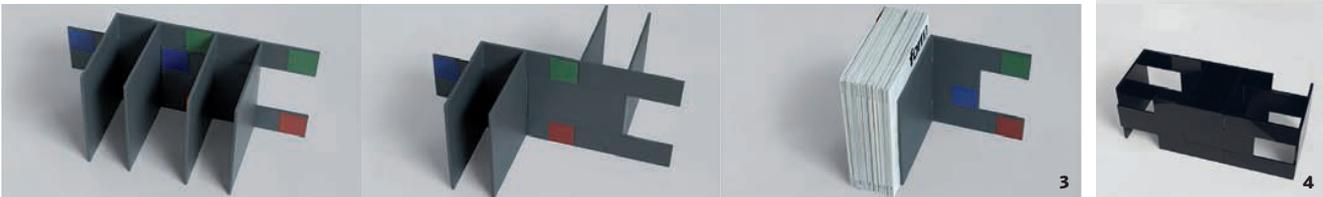
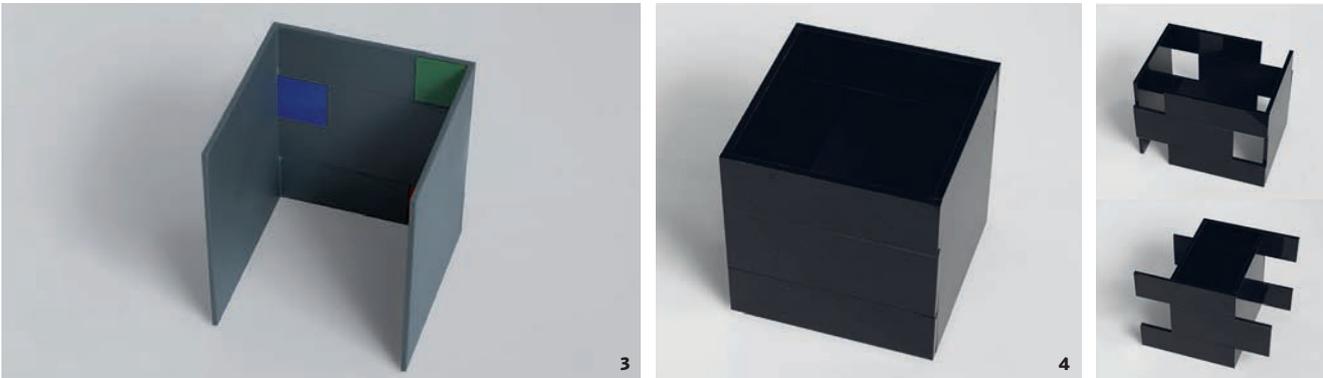
2



4

- 1 Gerhard Heufler: unbemannten Helikopter »Camcopter S-100«  
 2 Gerhard Heufler: Minensuchgerät »Mimid Miniature Mine Detector«  
 3 Gerhard Heufler: Kompostwendemaschine »Topturn X53«  
 4 Gerhard Heufler: Papiermaschine »Andritz«

# Members at Work



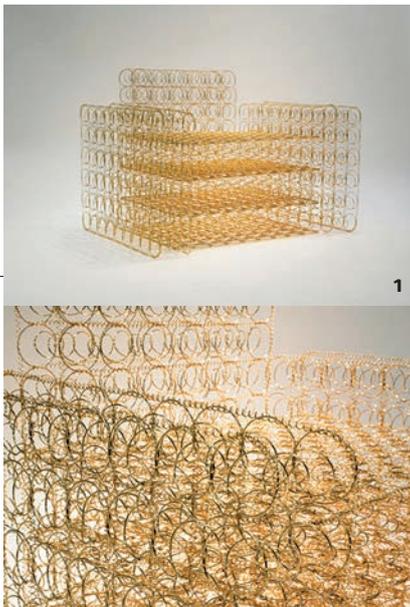
- 1 Julian Vacarescu-Linder: Untersetzer »To and Fro – Circle«  
 2 Julian Vacarescu-Linder: Untersetzer »To and Fro – Square«  
 3 Julian Vacarescu-Linder: Buchstütze »UC – more or less«  
 4 Julian Vacarescu-Linder: Buchstütze »The Cube – more or less«

Der aus Rumänien stammende Produktdesigner **Julian Vacarescu-Linder**, der seit 1987 in Österreich lebt und arbeitet, hat an den Kunstuniversitäten Klausenburg und Linz studiert. Zu seinen jüngsten Kreationen zählen die Untersetzer **To and Fro – Circle** und **To and Fro – Square** aus Acryl, mit denen sich wie von Zauberhand faszinierende visuelle Effekte erzeugen lassen. Die konzentrischen Kreise oder Quadrate können außen durch das Schieben der transparenten Deckplatte oder – im Fall des kreisförmigen Untersetzers – auch von innen mithilfe eines Magneten bewegt werden. Es ergeben sich Eyecatcher-Motive, die den Blick auf den Gegenstand lenken, den der Untersetzer trägt – egal, ob Kaffeetasse, Teller, Vase oder Kerzenständer. Vacarescu-Linders verstell- und erweiterbare Buchstütze **UC – more or less**, die mehr oder weniger von den Büchern, die sie hält, zu erkennen gibt, ist dagegen ein Klassiker des Designers, der schon 1993 entstanden ist. Die aus Polystyrol im Spritzgussverfahren hergestellte Buchstütze besteht aus zwei unterschiedlichen L-förmigen und auf einer Achse symmetrischen Elementen, die ineinandergesteckt werden. Durch das Ein- und Ausziehen der Elemente ist sie beliebig verstellbar. Das Einstecken zusätzlicher Elemente ermöglicht zahlreiche Formvarianten. Die Buchstütze ist (unendlich) nach beiden Seiten erweiterbar und für alle gängigen Formate geeignet. Sie stützt Bücher oder Magazine mit einem Gesamtgewicht von rund 20 kg. Geeignet für Bibliotheken, Buchhandlungen, Buchmessen, Büros und natürlich für Zuhause. Die erst 2012 entwickelte Buchstütze **The Cube – more or less** aus Acryl setzt sich hingegen aus zwei identischen U-förmigen Elementen zusammen, die ineinandergeschoben werden. Hinsichtlich Kombinationsmöglichkeiten und Erweiterbarkeit steht sie dem Vorgängermodell um nichts nach. Am besten eignet sie sich für A4-Formate, während ihre Schwester, **The Ashlar – more or less**, dank ihrer Maße auch amerikanische Formate aufnimmt. Geeignet auch als Prospektspender, Zeitungs- und Zeitschriftenbox etc. Informationen unter [v.design@reflex.at](mailto:v.design@reflex.at).

Der aus Kroatien stammenden, in Belgrad und Mailand ausgebildeten und heute in Wien lebenden Designerin **Dejana Kabiljo** war während der **Mailänder Designwoche** im Palazzo Amman eine Ausstellung gewidmet, in der sich alles um das Spiel mit materieller und spiritueller Anwesenheit und Abwesenheit drehte. Die Gestalterin ist bekannt für ihre innovativen Kreationen, die sich mit menschlichen Verhaltensweisen, Fetischen, Lastern und Obsessionen auseinandersetzen. Zu sehen war unter anderem die mit 24-karätigem Gold überzogene Version ihres Lehnstuhls **FE/AU**, der aus auf dem Müll gelandeten Matratzenfedern alter jugoslawischer Armeebetten besteht. Luxus und Trendbewusstsein werden hier den Erinnerungen an Krieg, gefahrenvolles Soldatenleben und Leid gegenübergestellt. [www.kabiljo.com](http://www.kabiljo.com)

Ebenfalls in Mailand, auf dem **Salone del Mobile**, war auch der in Deutschland und Österreich arbeitende Designer **Martin Ballendat** mit seinen Möbelmodellen auf den Ständen von fünf Ausstellern vertreten. Sein im Spritzguss gefertigter Stuhl **Monolink** für **Casala** (Niederlande) ist der erste Stapelreihensstuhl, der aus nur einem Teil besteht, inklusive der Verkettungs- und Stapelelemente. Die rechten und linken Stuhlbeine unterscheiden sich voneinander und sind so beschaffen, dass sich ihre Profile beim Verketteln ergänzen und ineinander verhaken. Gleichzeitig greifen die Beine beim Übereinanderstapeln ineinander. Der Stuhl wurde mit dem Interieur Innovationspreis des Rats für Formgebung ausgezeichnet. Für den größten französischen Bürostuhlhersteller **Soko** hat Ballendat die Modellreihe **M5** entwickelt. Eine Besonderheit der Drehstuhlfamilie ist die strenge Gestaltungslinie der geraden Netzbespannung für Sitz und Rücken und die Mechanik in Form einer Brücke. **Voglauer** (Österreich) präsentierte neben Ballendats Neuinterpretation des alpinen Wohnens auch das Programm **Spirit**, dessen Tisch bereits in Chicago mit dem Green Good Design Award und in Essen mit dem red dot ausgezeichnet wurde. Das Regal aus der Serie erhielt den Interieur-Innovationspreis der IMM. Auch **Tonon** (Italien) und **Venjakob** (Deutschland) zeigten Stuhlcreationen des Designstudios: die erfolgreiche Familie **Up-chair**, die rund 30 Modelle umfasst, bzw. den Freischwinger **Lova** mit passenden Tischen, der 2013 ebenfalls einen red dot erhalten hat. [www.ballendat.com](http://www.ballendat.com)

Über einfache Dinge denkt man oft erst dann nach, wenn sie irgendwann beschwerlicher werden. Etwa übers Baden. Für Menschen, die in ihrer Beweglichkeit eingeschränkt sind, haben **GP designpartners** in Zusammenarbeit mit und für **Artweger** den **Artlift** entwickelt, der funktional wie ästhetisch überzeugt. Der auch nachträglich in eine Dusch-Badewanne integrierbare Komfort-Hebesitz lässt sich per Knopfdruck langsam in die Wanne absenken, bis man eine bequeme Liegeposition erreicht hat. Wird der Sitz nicht benötigt, dient er hochgeklappt als Rückenlehne. Schon vor seiner Markteinführung erhielt der »Artlift«, der den Prinzipien von Inclusive Design entspricht, im Frühjahr 2013 drei Auszeichnungen: den Design Plus Award, der sich selbst als »Gütesiegel für Produkte mit Zukunftsfähigkeit, innovativem Design und energieeffizienter Technik« bezeichnet; und den universal design award im Doppelpack – der »Artlift« überzeugte sowohl die Fachjury als auch die VerbraucherInnen, die ihn zum »universal design consumer favorite« wählten. Damit konnte Artweger den Erfolg der Dusch-Badewanne **Twinline 2** von 2011 wiederholen. [www.gp.co.at](http://www.gp.co.at), [www.artweger.at](http://www.artweger.at)



1



2



3



2



4



5



6

1 Dejana Kabiljo: Lehnstuhl »FE/AU«

2 Martin Ballendat: Stapelreihenstuhl »Monolink«

3 Martin Ballendat: Bürodrehstuhl »M5«

4 Martin Ballendat: Regal »Spirit«

5 GP designpartners: Dusch-Badewanne »Twinline 2« mit »Artlift« für Artweger

6 GP designpartners: »Artlift« mit heruntergeklapptem Sitz



Im Rahmen des 2011 von der Bill & Melinda Gates Stiftung initiierten Wettbewerbs »Reinvent The Toilet Challenge« zur Neuerfindung der Toilette überzeugte das österreichische Designstudio EOOS in Zusammenarbeit mit dem Wasserforschungsinstitut **Eawag** der ETH Zürich mit dem Sanitärkonzept **Diversion Toilet**, das im August 2012 mit einem Sonderpreis für hervorragendes Design in Höhe von 40.000 US-Dollar ausgezeichnet wurde. Von April bis Juni 2013 wurde nun der Prototyp in einer Pilotphase in Uganda in Afrika in Community Centers und Einzelhaushalten getestet. Außerdem war die »Diversion Toilet« im Frühjahr 2013 auf der Foire de Paris ausgestellt. Die neuartige Toilette soll den Bedürfnissen der Armen in städtischen Gebieten in Entwicklungsländern entsprechen und nicht mehr als 5 US-Cents pro Person und Tag kosten. Weitere Anforderungen sind Benutzerfreundlichkeit, eine komplette Aufbereitung der Abwasser-Ressourcen sowie die Unabhängigkeit von Infrastruktur wie Wasserleitungen, Kanalisation und Elektrizität. In den letzten Wochen regnete es auch für andere Kreationen des international erfolgreichen Designstudios Auszeichnungen: Die Duschtrennwand **OpenSpace** für **Duravit** erhielt beim red dot award: product design ein »best of the best« sowie einen iF Award in Gold und den German Design Award, der vom Rat für Formgebung verliehen wird und zu den renommiertesten Designauszeichnungen Deutschlands zählt. Ebenfalls einen iF Award in Gold gab es für den LED-Strahler **Discus Evolution** für Zumtobel. Und **Gordon**, die neueste Sitzgelegenheit für **Walter Knoll**, wurde von Wallpaper\* in der Kategorie »Best Sofa« prämiert. [www.eoos.com](http://www.eoos.com)

In einem After Work Meeting Point im **MAK Design Shop** präsentierte **Adam Wehsely-Swiczinsky** im April seine neue Upcyclingvase **Irmi**, die in den Farben Weiß, Schwarz, Rot und Grün zu haben ist. Sie macht aus leeren Gurken-, Honig-, Marmeladen- und anderen Konservengläsern fröhliche, bunte Vasen für Blumen und Kräuter. Der Aufsatz, der auf alle 80mm-Gläser mit Twist-Off-Verschluss passt, wird einfach aufgeschraubt. Und für alle, die gerade kein passendes Glas zur Hand haben, gibt es das nützliche Stück alternativ auch zusammen mit dem Unterteil. Das Betätigungsfeld des integrativ denkenden Wiener Designers reicht von Schibindungen (red dot award: product design 2009 und 2011) über Gitarren (Nominierung Adolf Loos Staatspreis 2007) bis hin zu Orthesen (iF Design Award 2009, German Design Award 2010). Mit seiner »Lampe DIN A4« war er bereits erfolgreich im MAK Design Shop vertreten. [www.awsdesign.cc](http://www.awsdesign.cc)

1 EOOS: Hocktoilette »Diversion Toilet«

2 EOOS: Duschtrennwand »OpenSpace« für Duravit

3 EOOS: LED-Strahler »Discus Evolution« für Zumtobel

4 EOOS: Sofa »Gordon« für Walter Knoll

5 Adam Wehsely-Swiczinsky: Upcyclingvase »Irmi«



1 Spirit Design: Multi-Transporter »Reform Muli T10 X«

2 Spirit Design: Multi-Transporter »Reform Muli T10 X« im Ganzjahreseinsatz

3 Spirit Design: BMVIT-Einsatzboot »Linz«

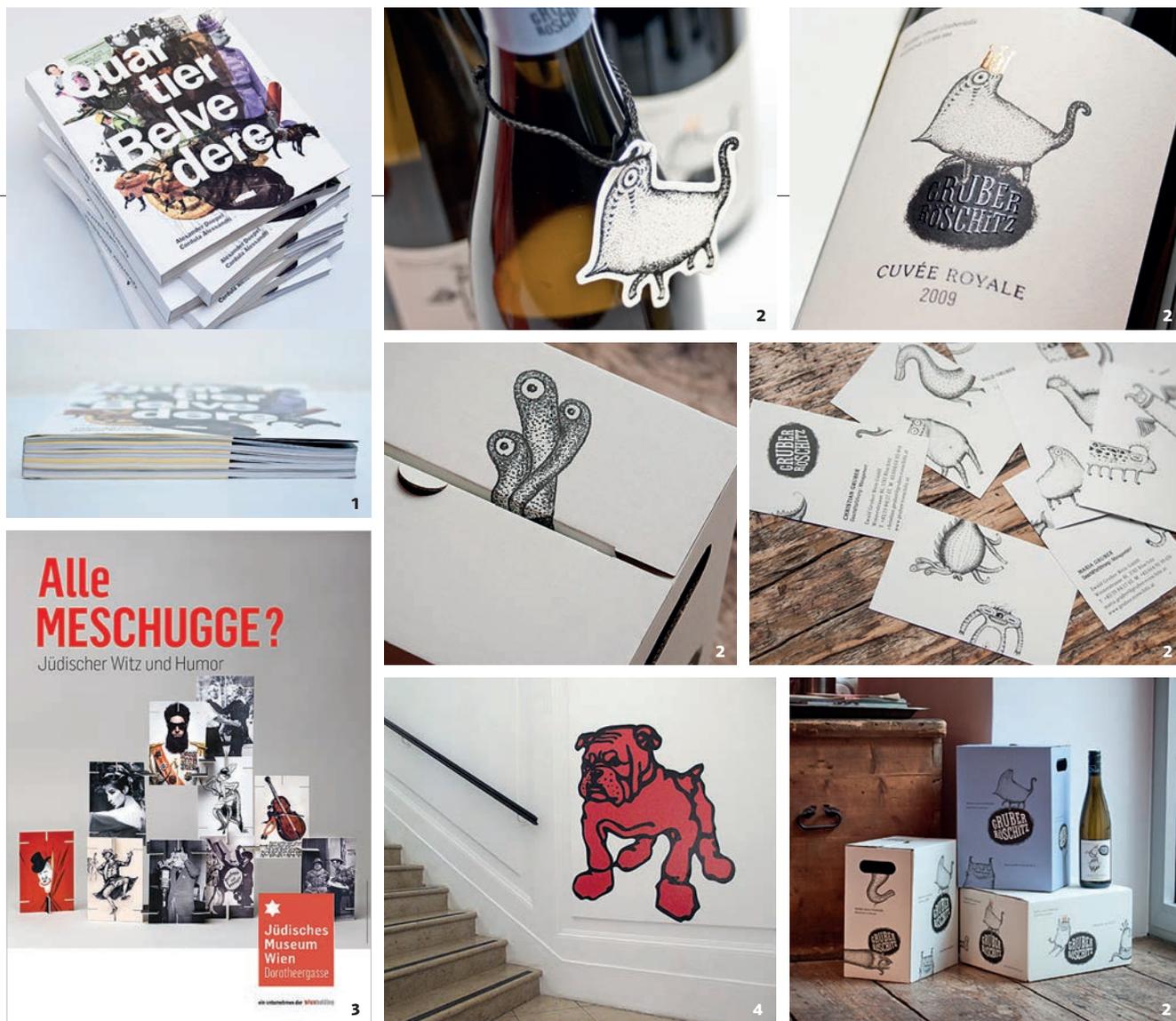
Mit dem Multi-Transporter **Reform Muli T10 X** ist **Spirit Design** und den **Reform Werken Bauer & Co** aus Wels, einem der europaweit führenden Spezialisten für Bergland- und Kommunaltechnik, eine überzeugende Verbindung von Innovation und Tradition gelungen. Bereits vor Produktionsbeginn im April 2013 verbuchte das neue Topmodell sensationelle Verkaufserfolge. Und beim red dot award: product design konnte sich seine Gestaltungsqualität und charakteristische Formensprache unter 4.662 eingereichten Arbeiten aus 54 Ländern durchsetzen. Das strategische Designunternehmen mit Sitz in Wien übernahm sowohl die Designkonzeption als auch die Entwicklung der Produktmarke und die Inszenierung des Transporters durch innovative begleitende Kommunikationsmaßnahmen. Verkaufsleiter Stefan Augl: »Wir konnten erstmals bereits vor dem eigentlichen Produktionsbeginn mehr als 40 Bestellungen aus Österreich, der Schweiz, Italien, Deutschland und Frankreich verzeichnen. Die Präsentation der ersten Serienmaschine verspricht eine Fortsetzung dieses Erfolges.« Von der ersten Idee bis zur Auslieferung nahm die Entwicklung des neuen Flaggschiffs der beliebten Baureihe rund drei Jahre in Anspruch. Das in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden erstellte Innen- und Außendesign wurde im Werk mit viel Liebe zum Detail umgesetzt. Die umfassende Erprobung zweier Prototypen in der Versuchsabteilung diente genauso der kontinuierlichen Qualitätssicherung wie intensive Praxistests. Im Fokus der Produktentwicklung standen Arbeitseffizienz und Sicherheit. Neben dem äußeren Erscheinungsbild wurden Ergonomie, Arbeitsplatzgestaltung, Rundumsicht und technische Merkmale verbessert. Das auf Purismus ausgelegte Design verzichtet auf verspieltes Styling und transportiert die funktionalen Eigenschaften sowie die dynamische Robustheit des Transporters.

[www.spiritdesign.com](http://www.spiritdesign.com)

Das von **Spirit Design** konzipierte neue **Dienstboot** der **Schiffahrtssaufsicht** Linz, das im Frühjahr von Bundesministerin Doris Bures aus der Taufe gehoben wurde, ist heute das modernste Einsatzboot des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie. Es zeichnet sich durch die Verwendung neuartiger Leichtbaumaterialien, eine innovative, energiesparende Antriebs- und Rumpfform, seine ideale Ergonomie im Arbeits- und Aufenthaltsbereich und optimierte Wartungsfreundlichkeit aus. Die Verkehrsministerin in ihrer Ansprache: »Mit der »Linz« setzen wir in der österreichischen Schiffahrtssaufsicht völlig neue Maßstäbe. Durch den sukzessiven Austausch der alten Flotte gegen die hochmoderne neue Generation

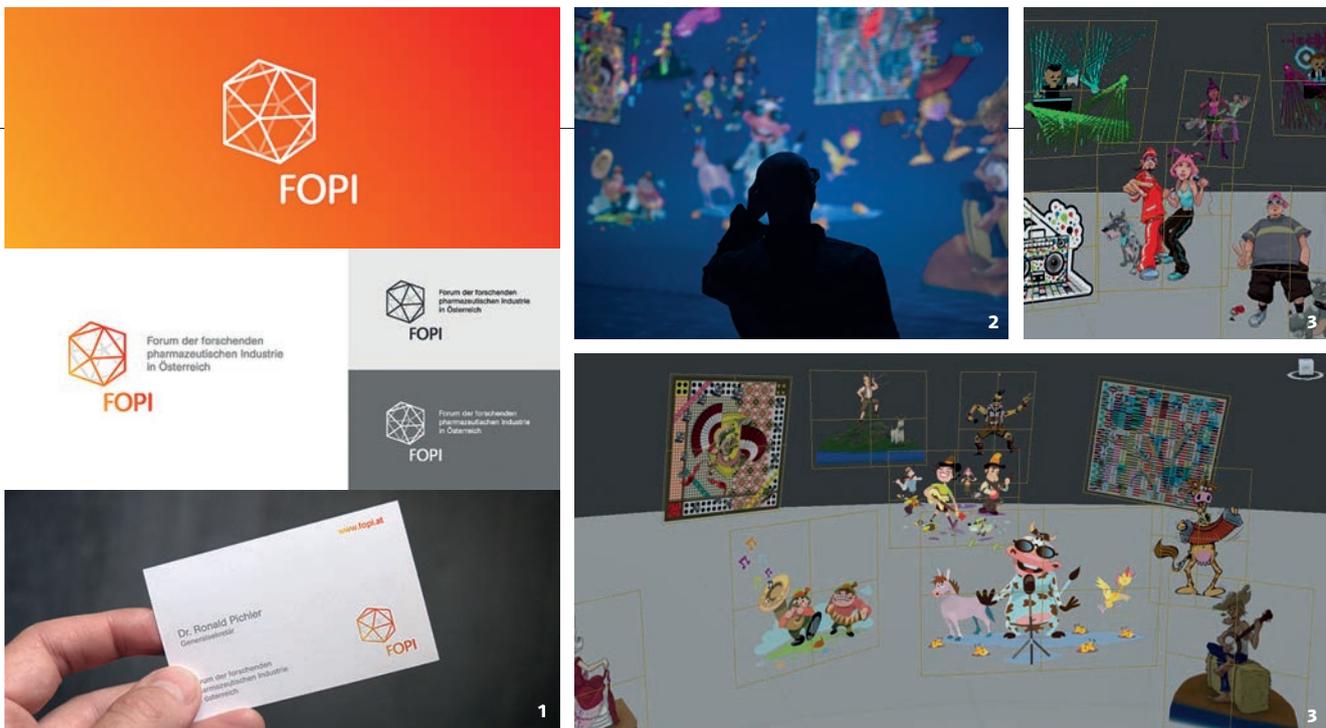
von Einsatzbooten sorgen wir für noch mehr Sicherheit auf einer der wichtigsten Wasserstraßen Europas.« Das Einsatzboot erfüllt als fahrende Dienststelle und Infozentrale Aufgaben der Verkehrsregelung und des Notfallmanagements wie Bergung und Hilfeleistung. DI Reinhard Vorderwinkler von der Obersten Schifffahrtsbehörde: »Zahlreiche innovative Funktionalitäten wie etwa die neuartige Personenbergeeinrichtung, diverse Schleppmöglichkeiten, flexible Überstiegsstege, ein neues Feuerlöschsystem sowie Navigations- und Informationssysteme gewährleisten, unterstützt durch die gelungene Gestaltung von Spirit Design, die optimale Erfüllung aller Behördenaufgaben.« Daniel Huber, Managing Partner von Spirit Design, erläutert die Grundidee der Gestaltung: »Das kraftvolle Formenprinzip vermeidet Überflüssiges und ist auf die produkttechnologischen Anforderungen abgestimmt. Trotz bewusst gewählter Schlichtheit und der im Vordergrund stehenden Funktionalität vermittelt das Erscheinungsbild Dynamik, Vertrauen und Sicherheit. In diesem Segment ist die Mischung aus Schnell-, Transport- und Arbeitsboot absolut neuartig.« Die neuen Dienstboote werden bis Mitte 2014 an insgesamt sechs Stützpunkten entlang der rund 350 km langen österreichischen Donaustrasse stationiert sein. [www.spiritdesign.com](http://www.spiritdesign.com)

Gleich drei Preise konnte sich **alessandridesign** bei der Venus 2013, der großen Leistungsschau des Creativ Club Austria, sichern, der alljährlich die beste Werbung und das beste Kommunikationsdesign des Landes auszeichnet. Damit landete das Wiener Studio, das für seine ideenreichen, gut recherchierten und mit viel Liebe zum Detail gestalteten Arbeiten bekannt ist, mitten unter den großen Werbeagenturen im Top-Ranking auf Platz 5. Eine Silberne Venus gab es in der Kategorie Editorial für das Buch **Quartier Belvedere** (Design: Alexander Doepel, Cordula Alessandri, Art Direction: Georg Illy), einen raffiniert gestalteten Bildband zum neuen Stadtviertel beim Wiener Hauptbahnhof, von dem viele erwarten, dass es sich zu einem Hot Spot entwickeln wird. Dass alessandridesign Spezialist für den Auftritt von Erzeugern edler Tropfen ist, stellte das Studio abermals unter Beweis: Für das Corporate Design und die Verpackungsgestaltung des Weinguts **Gruber Röschitz** (Illustration und Design: Barbara Hoffmann, Design: Georg Illy, Creative Direction: Cordula Alessandri) gab es Gold und Silber. Anregen ließen sich die GestalterInnen von einem Blick durchs Mikroskop. Die netten Tierchen bevölkern Etiketten, Kartons und Briefpapier. [www.alessandri-design.at](http://www.alessandri-design.at), [www.creativ-club.at](http://www.creativ-club.at)



- 1 alessandridesign: Buchgestaltung »Quartier Belvedere«  
 2 alessandridesign: Corporate Design und Verpackungsgestaltung für Gruber Röschitz  
 3 Julia Landsiedl, Cora Akdogan: Ausstellungsplakat »Alle meschugge? Jüdischer Witz und Humor«  
 4 Julia Landsiedl, Cora Akdogan: Wandgestaltung »Alle meschugge? Jüdischer Witz und Humor«

Anlässlich ihrer ersten gemeinsam gestalteten Ausstellung luden **Julia Landsiedl** und **Cora Akdogan** im Mai zu einer Führung ins **Jüdische Museum Wien**. Die Schau **Alle meschugge? Jüdischer Witz und Humor** bietet auf über 500 Quadratmetern Einblick in das breite Spektrum des jüdischen Humors: von der jiddischen Tradition über den Humor in Wien und Berlin in den 1920er- und 30er-Jahren, das Lachen im Exil und im Angesicht der Shoah bis hin zur Gegenwart in Israel und den USA. Die Ausstellung ist noch bis 8. September 2013 zu sehen. [www.jeplus.at](http://www.jeplus.at), [www.coraakdogan.com](http://www.coraakdogan.com), [www.jmw.at](http://www.jmw.at)



Anlässlich der Tagung in Alpbach 2012, wo das **Forum der forschenden pharmazeutischen Industrie FOPI** mit Vorträgen und Diskussionsforen präsent war, sollte das Erscheinungsbild der Interessenvertretung in der Forschung aktiver Pharmaunternehmen neu gestaltet werden. **Qarante**, die Wiener Agentur für Brand, Identity und Corporate Design, entwickelte das neue Design basierend auf einer nüchternen, kristallinen Form, die den wissenschaftlichen Fokus der Pharmaforschung deutlich macht. Der »glühende« Verlauf von Gelb nach Rot ist ein warmer Gegensatz zu den kühlen Formen und knüpft an die Farbenwelt des alten Erscheinungsbilds an. Die Neugestaltung umfasste Logo, Drucksorten, Folder und Website. Die Anliegen des FOPI wurden auf klare Botschaften reduziert. [www.qarante.com](http://www.qarante.com), [www.fopi.at](http://www.fopi.at)

Das ganze Jahr 2013 hindurch wird den IllustratorInnen vom **NextComic Festival**, das ganz im Zeichen der Musik steht, ein virtueller Raum – das Projekt **Mangarium** – im Deep Space des Ars Electronica Centers in Linz zur Verfügung gestellt, der zum Thema Musik bespielt wird. Ermöglicht wurde das durch das Engagement der beiden Linzer IllustratorInnen **Wolfgang Hauer** und **Roland Reznicek**, Mitglieder von *illustria*, dem ExpertsCluster für Illustration von *designaustria*. BesucherInnen des Museums können den Raum das ganze Jahr – auch nach dem Festival – besuchen. Zehn ZeichnerInnen (Michaela Konrad, Florian Satzinger sowie Mitglieder von *illustria*) interpretieren vier Musikrichtungen und gestalten damit eine Bildserie für den virtuellen Raum. Sie zeigen dabei Umgebungen, die Musik hervorbringen: Menschen, Orte, Gegenstände, Gebäude, Kleidung und vieles mehr werden dabei zu Spuren der für sie typischen Musik – zu Spuren der Töne, Rhythmen und Klangfarben. Sie laden ein zu einer Reise durch Epochen und rund um die Welt. [www.nextcomic.org](http://www.nextcomic.org), [www.designaustria.at](http://www.designaustria.at)

- 1 Qarante: Corporate Design für das FOPI
- 2 Impression aus dem Deep Space des AEC
- 3 *illustria*: Screenshots »Hip Hop/Rap«, »Volksmusik«

# Veranstaltungen



## AGI Open 2013: Dialogue

Wenn es im Grafikdesign eine Weltmeisterschaft geben würde, dann könnte man sagen, dass sie am **26. und 27. September 2013** in London stattfinden wird. Dieser Event ist jedoch kein konkurrenzrender Wettbewerb, sondern genau das Gegenteil. Das öffentliche Designevent der Alliance Graphique Internationale ist für alle GrafikdesignerInnen und Designinteressierte – Professionals wie Studierende – eine einmalige Gelegenheit, hautnah am internationalen zeitgenössischen Designdiskurs teilzunehmen. Veranstaltungsort ist das Kunst- und Kulturzentrum **The Barbican** in der City.

Die 1952 gegründete AGI, der Eliteclub der GrafikdesignerInnen, vereint die Besten der Besten weltweit. Derzeit zählt sie rund 370 Mitglieder aus 32 Ländern. DA-Mitglied Elisabeth Kopf ist zurzeit im AGI-Vorstand vertreten und wird ebenfalls in London mit dabei sein. Weitere AGI-Mitglieder aus Österreich, allesamt aus den Reihen von designaustria, sind: Cordula Alessandri, Walter Bohatsch, Reinhard Gassner und Clemens Theobert Schedler sowie die internationalen DA-Mitglieder Stefan Sagmeister (New York) und Henry Steiner (Hongkong). Da in derselben Woche auch der AGI Congress stattfinden wird, werden zahlreiche AGI-DesignerInnen im Publikum anzutreffen sein.

Die diesjährige Veranstaltung steht unter dem Motto »Dialogue«, das auch im Format der Konferenz seinen Niederschlag finden wird: Die Präsentation der Beiträge wird in Interview- und Gesprächsform stattfinden, und TeilnehmerInnen haben die Gelegenheit, mit den SprecherInnen zu diskutieren. Darüber hinaus wird ein Panel weltweit führender DesignerInnen zur Verfügung stehen, um Fragen über Design und alles, was damit verbunden ist, zu beantworten. Mit dem Konferenzthema soll auch die Wichtigkeit hervorgehoben werden, die Zusammenarbeit im Designberuf spielt: mit KundInnen und KollegInnen, AutorInnen und VerlegerInnen, Druckereien, ProgrammiererInnen, AnimatorInnen, IllustratorInnen, FilmemacherInnen etc. Sie bestimmt letztlich die Qualität des Endprodukts.

Die diesjährigen SprecherInnen sind: Ian Anderson, Pierre Bernard, Michael Bierut, Irma Boom, Ben Bos, Tony Brook, Margaret Calvert, Marion Deuchars, Angus Hyland, Henrik Kubel, Roger Law, Jeremy Leslie, Hamish Muir, Lars Müller, Christoph Niemann, Pablo Martín, Sean Perkins, Stefan Sagmeister, Peter Saville, Paula Scher, Adrian Shaughnessy, Astrid Stavro und Patrick Thomas. Bis Ende Juni gilt noch der Early-Bird-Tarif. [agi-open.com](http://agi-open.com)



## Open Set – Dutch Graphic Design Summer School

In Studioatmosphäre findet in Breda in den Niederlanden von **19. bis 31. August 2013** eine zweiwöchige Workshopreihe statt, die von renommierten holländischen und internationalen DesignerInnen geleitet wird, darunter Jonathan Barnbrook, Petr van Blokland, Catalogtree, Jan van Toorn, Willem Velthoven, Martijn Engelbregt, Max Bruinsma (Chefredakteur von ITEMS) und Geert Lovink (Leiter des Institute of Network Cultures, Amsterdam). Die Veranstaltung wendet sich an junge GestalterInnen und GrafikdesignerInnen. Soziale Aspekte der Gestaltung, Diskussionen, Erfahrungs- und Wissensaustausch und die Umsetzung von Erfahrungen in Formen der visuellen Kommunikation stehen im Vordergrund. Es handelt sich dabei um eine unabhängige StudentInneninitiative, die vom Grafikdesignfestival Breda und der Kunstakademie St. Joost unterstützt wird.

[www.openset.nl](http://www.openset.nl)

# Ausstellungen

## Illustration im Bilderbuch Kommunikation auf Augenhöhe



designforum™



1 Susanne Riha: Kinderbuchillustration »Waldkauz«

2 Lisbeth Zwerger: Kinderbuchillustration »Der kleine Häwelmann«

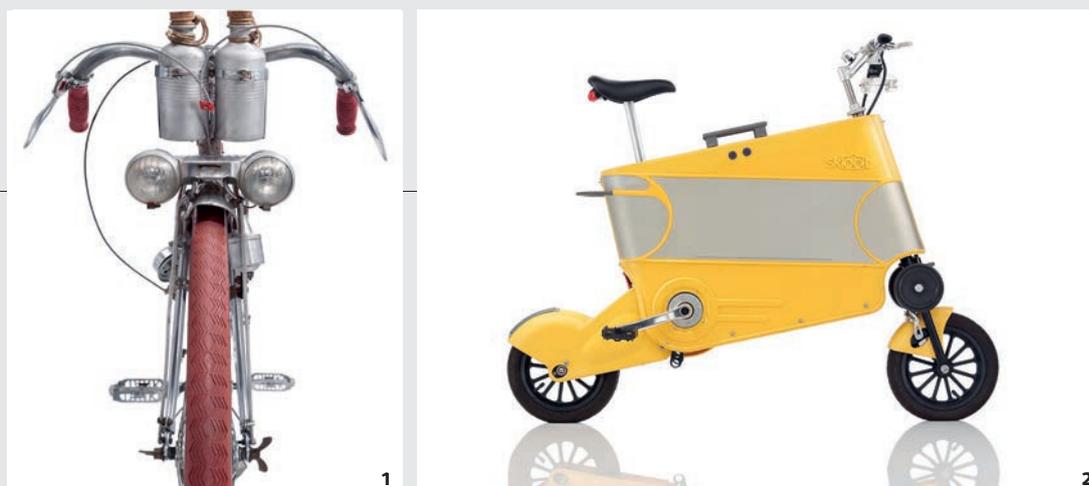
3 Sigrid Eyb-Green: Kinderbuchillustration »Siebensemmelhunger«

4 Carola Holland: Kinderbuchillustration »Winterschaf«

## Illustration im Bilderbuch – Kommunikation auf Augenhöhe

Das Wort »illustrieren« kommt vom lateinischen »illustrare« und bedeutet »erleuchten, erhellen«. In diesem Sinn gewährt die vom ExpertsCluster illustraria und designaustria präsentierte Ausstellung, die von **21. Juni bis 25. August 2013** im **designforum Wien** zu sehen ist, Einblicke in die Welt der Kinderbuchillustration. Zur Eröffnung am **20. Juni** (ab 19.00 Uhr) sprechen Irmgard Harrer von der Österreichischen Nationalbibliothek und der Karikaturist Gerhard Haderer.

Wer Zugang zu Kindern hat weiß um die Faszination des Bilderbuchs, kennt die konzentrierte Aufmerksamkeit, mit der Auge und Ohr sich der Komposition von Text und Bild widmen. Auf verschiedenen Ebenen erzählt das Bilderbuch von Welt und Welterfahrung und ist keineswegs auf eine Altersstufe beschränkt, sondern gehört zum Genre der All-Age-Bücher, an



dem Erwachsene, die ihr Kindsein nicht verdrängt haben, sich gleichermaßen erfreuen. Für das Kind ist es die erste Begegnung mit der Kunst, denn in seiner besten Form ist das Bilderbuch ein Kunstwerk. Als kulturelles Zeitdokument neben Fernsehen, Film und Computer muss es seinen Wert und Platz behaupten und verlangt im Gegensatz zu den anderen Medien das ruhige Verweilen des Auges auf dem Bild, denn nur so kann das Dargestellte richtig erkannt werden, von dem aus dann das Spiel der Fantasie seinen Lauf nehmen kann.

Die in der Ausstellung präsentierten Original-Illustrationen von renommierten und mit höchsten internationalen Preisen ausgezeichneten Illustratorinnen und Illustratoren, darunter Lisbeth Zwerger, Erwin Moser, Susanne Riha und Winfried Opgenoorth, zeigen ein Spektrum an Techniken und Stilen im Wechselspiel und in der Verflechtung mit dem Text zu Genres wie erzählendes Bilderbuch, Märchen und Fantasy, Sachbuch, Comics für Kinder sowie projects in progress. Informative Texte an den Ausstellungswänden erläutern die einzelnen Bereiche. Zusätzlich werden in einem Parcours der Techniken die verschiedenen Arbeitsweisen der IllustratorInnen erklärt. Die Ausstellung lädt nicht nur zum Betrachten ein. Die BesucherInnen haben die Möglichkeit, auf einer Zeichenwand selbst zu illustrieren und in vielen Bilderbüchern zu schmökern. Die Illustratoren-gemeinschaft *illustria* will mit dieser Ausstellung das Bilderbuch als künstlerisches Medium präsentieren und wendet sich damit gleichermaßen an Kinder und Erwachsene sowie an Verlage und den Buchhandel.

[www.illustria-kinderbuch.at](http://www.illustria-kinderbuch.at), [www.designaustria.at](http://www.designaustria.at),  
[www.designforum.at](http://www.designforum.at)

## Tour de Monde. Fahrradgeschichten

Eine der Sommerausstellungen des MAK, zu sehen von **13. Juni bis 6. Oktober 2013** in der **MAK-Ausstellungshalle**, ist dem Thema Fahrrad gewidmet. Über 40 Fahrradikonen des 20./21. Jahrhunderts aus der renommierten Sammlung des Wiener Architekten Michael Embacher zeugen von der gestalterischen Qualität und Vielfalt dieses Fahrzeugklassikers. Vor dem Hintergrund eines wachsenden Bewusstseins für Nachhaltigkeit und des virulenten Themas Mobilität in Ballungszentren erfährt das bewährte Individualverkehrsmittel eine Renaissance und

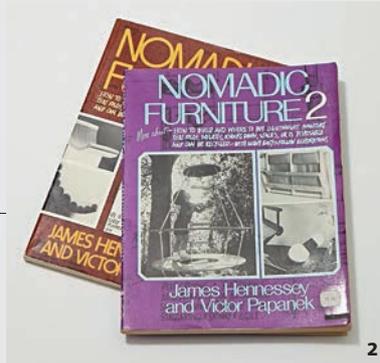
wird zum trendigen Symbol eines urbanen Lebensstils. Die Exponate laden zu einer Reise durch die Geschichte des Kultobjekts Fahrrad, an dessen sukzessive veränderter Technologie und Formgebung sich auch Innovations- und Designgeschichte ablesen lassen. Die 2003 angelegte Sammlung umfasst über 210 Serienmodelle, Unikate und Kuriositäten, von Kinder-, Sport- und Freizeiträdern bis zu Nutz- und Falträdern. Auf einem Dachboden in Wien gelagert und öffentlich nicht zugänglich, dienen diese Meisterwerke des Designs und der Ingenieurskunst Michael Embacher nicht nur als Inspirationsquelle, sondern auch als Gebrauchsobjekte. Für die Präsentation der Fortbewegungsmittel hat Embacher eine Installation in der MAK-Ausstellungshalle entwickelt.

Embacher teilt seine Begeisterung für das intelligente Produkt Fahrrad mit zahlreichen Kollegen. Architekten und Designer wie Ron Arad, Richard Sapper, Marc Newson oder James Dyson sehen in dem kürzlich verstorbenen britischen Ingenieur und Fahrradbauer Alex Moulton, auch Entwickler der Gummifederung im legendären Ur-Mini, geradezu einen Helden. So wie die revolutionären Stahlrohrmöbel der Bauhaus-Künstler Mart Stam, Marcel Breuer und Mies van der Rohe einst mit Komponenten der italienischen Fahrradrahmenschmiede A. L. Colombo umgesetzt wurden, lassen sich auch heute Gestaltungsprinzipien und technische Detaillösungen aus der Fahrradtechnik transdisziplinär anwenden. Kein Wunder also, dass die Begeisterung gerade bei den Kreativen groß ist; nicht wenige von ihnen bewegen sich selbst mit einer Spezialanfertigung oder einem Vintage-Modell durch die Stadt. Zur Ausstellung ist der von Michael Embacher herausgegebene Katalog »Cyclopedia. Modernes Fahrrad-Design« erschienen. Ein wesentlicher Aspekt der Ausstellung sind die den Objekten eingeschriebenen Geschichten. Auf iPad-Stationen wird die preisgekrönte, von Heuristic Media in Zusammenarbeit mit Thames & Hudson ergänzend zum Sammlungskatalog entwickelte App »Cyclopedia« zur Verfügung gestellt. Sie zeigt die gesamte EMBACHER-COLLECTION® und lässt chronologische und technische Bezüge zwischen den Objekten und deren Geschichten zu. Die Fahrraderlebnisse des Musikers und Fahrradaktivisten David Byrne auf Konzertreisen in neun Metropolen, darunter New York, Berlin, Istanbul und Manila, begleiten die Schau als eine Art Subtext.

[www.mak.at](http://www.mak.at)

1 Mercier-Langstreckenrad »Mecadural Pélissier«, Frankreich, um 1950 (Detail)

2 Vincent & Vaughan Fallon: Kofferfahrrad Skoot, Großbritannien, 2001



## Nomadic Furniture 3.0 – Neues befreites Wohnen

Als zweite Schau des heurigen Sommers wartet die **MAK-Ausstellungshalle** von **12. Juni** bis **6. Oktober 2013** mit einer Ausstellung zur Kultur des Selbermachens auf, die nahezu allgegenwärtig ist: Ob Mode, Möbel, Kulinarik oder Kommunikation – es gibt kaum einen Bereich des täglichen Lebens und der materiellen Kultur, der von der DIY-Revolution nicht erfasst worden ist. Mit Fokus auf den Bereich des Möbeldesigns untersucht die von MAK-Designkurator Thomas Geisler und Gastkuratorin Martina Fineder zusammengestellte Ausstellung diese zwischen Subkultur und Mainstream zu verortende Bewegung erstmals auch im historischen Kontext: Bereits in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts galt der Möbelselbstbau als Lösungsansatz für eine sozial engagierte und seit Ende der 1960er-Jahre auch ökologisch nachhaltige Gestaltung.

Die heute sogenannte Prosumer-Kultur, also die kollaborative Verschränkung von Produzent und Konsument, bedeutet nicht nur grundlegende Veränderungen im kreativen Prozess. Die semiprofessionelle Involvierung des Endverbrauchers in das Gestalten und Produzieren impliziert weitreichende gesellschaftliche Problemfelder, wie die Kritik am Massenkonsum und an der drohenden Ressourcenknappheit, die Befreiung von Konsumzwang und Gestaltungsnormen und nicht zuletzt die Demokratisierung und Dezentralisierung der automatisierten Massenproduktion vor dem Hintergrund eines Strebens nach Nachhaltigkeit.

Bis heute bieten die für die Ausstellung titelgebenden Handbücher »Nomadic Furniture« 1 und 2, verfasst 1973/1974 vom österreichisch-amerikanischen Designer Victor Papanek (1923–1998) und James Hennessey (\*1945), einem jungen und kreativen Publikum konkrete Anleitungen für den Bau einfacher und billiger Möbel. Prototypische Klassiker der DIY-Möbelkultur

wie der berühmte von Gerrit Rietveld entworfene »Crate Chair« (1934) gelten noch heute als wesentliche Inspirationsquellen. Eine der ersten einschlägigen Schriften im deutschen Sprachraum war die Reihe »Wie baue ich mir selbst ...?«, die ab 1911 Anleitungen zum Selberbauen diverser Objekte bot, bis in den 1950er-Jahren ein medialer Hype des Selbermachens einsetzte; wie man Möbel selber macht erfuhr man damals am besten in den englischen Heimwerker-Zeitschriften »Popular Handicrafts and Craftworker Magazine«, »Handyman« oder »Do-it-Yourself«. Neue Kommunikations- und Beteiligungsmöglichkeiten von Internet und Web 2.0 lösten im vergangenen Jahrzehnt eine neue DIY-Welle aus.

Neben zahlreichen Entwürfen, die mit einfachen Werkzeugen aus Holz hergestellt werden können – etwa der »MAK-Table« der italienischen Gruppe Recession Design –, machen Objekte aus seriellen Halbfertigteilen einen gewichtigen Teil der jungen, flexiblen Wohnkultur aus. Das Spektrum reicht von betont funktionalen Möbeln bis zu den feinteiligen Leuchtobjekten, wie sie die New Yorker Designerin Lindsey Adelman fabriziert. Auch DesignerInnen wie Jerszy Seymour oder Matali Crasset beschäftigen sich immer wieder mit den vielfältigen Möglichkeiten, Möbel zum Selberbauen zu entwickeln. Das jüngste Projekt des holländischen Designkollektivs Droog, »Design for Download«, ist auf professionelle Schnittstellen ausgerichtet: Droog stellt Entwürfe ins Netz und vergibt dafür Produktionslizenzen.

**www.mak.at**

1 Vandyse: »Chair«, 2008

2 Cover der Publikationen »Nomadic Furniture 1« und »Nomadic Furniture 2« von James Hennessey und Victor Papanek, New York 1973 und 1974

3 João Silva, Paola de Francesco: »MAK-Table«, 2009, Ausführung: Recession Design

4 Jerszy Seymour: »amateur workshop«, 2010, Centre Georges Pompidou, Paris

# Erfolge



## Die schönsten Bücher Österreichs 2012

Dieser Wettbewerb, bei dem Bücher für ihre hervorragende Gestaltung und Herstellung ausgezeichnet werden, möchte einen wichtigen Aspekt der Buchproduktion an die Öffentlichkeit bringen und ihm die Anerkennung verschaffen, die ihm gebührt. Die Bewertung der eingereichten Bücher, die zum Großteil in Österreich produziert worden sein müssen, nimmt eine Fachjury vor, die sowohl nach technischen als auch nach gestalterischen und konzeptionellen Kriterien urteilt. Erstmals fand der Festakt dieses Jahr im Audienzsaal des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur statt. »Was ein Buch zu einem schönen Buch macht, ist in erster Linie die Qualität der Verarbeitung und eine gelungene Verbindung von Inhalt und Form«, so Bundesministerin Claudia Schmied im Rahmen der mittlerweile 59. Verleihung. Und sie betonte: »Hier geht es darum, all jene Menschen ins Rampenlicht zu stellen, die rund ums Buch beschäftigt sind.« Die diesjährige Jury, in der neben Zita Bereuter (Journalistin und Grafikerin), Michael Freund (Journalist), Bernhard Cella (Salon für Kunstbuch) und Reto Ziegler (Verleger) die DA-Mitglieder **Susanne Dechant** (Grafikdesignerin) und

**Markus Hanzer** (Medien- und Buchgestalter) vertreten waren, kürte aus mehreren hundert eingereichten Büchern die fünfzehn »schönsten« in sechs Kategorien.

Unter den drei 2013 vergebenen Staatspreisen gehen zwei an Mitglieder von designaustria. Der in London stationierte Gestalter **Paulus Dreibholz** überzeugte in der Kategorie Sachbücher und wissenschaftliche Bücher mit **Unbuildable Tatlin?!** (Herausgeber: Klaus Bollinger, Florian Medicus, Verlag: edition angewandte/Springer, Druck: Holzhausen, Wien), zu dem die Jury meinte: »Ein wunderschönes Buch, welches in Konzeption, Gestaltung, Materialität und Umsetzung überzeugt: durch die stoffliche und formale Vielschichtigkeit des Umschlags aus Leim und robustem Karton sowie aus solider fetter Schrift und delikat-filigraner Architekturzeichnung; durch konsequenten Einsatz der Farbe Rot als Referenz zum russischen Konstruktivismus in Form des Leinens, des Binfadens, des Papiers und der Schrift; durch die Wahl einer adäquaten Schrift: der Futura, eine geometrisch konstruierte serifenlose Schrift im Geist der Zeit Tatlins; und nicht zuletzt durch eine zurückhaltende und doch differenzierte Typografie. Was für ein Dialog zwischen Text und Bild!« In der Kategorie Kunstbände und Fotobücher gelang ein vergleichbares Bravourstück **Günter Eder, Roman Breier** und **Marcel Neundörfer** (grafisches Büro, Wien) mit **Hands**

- 1 Paulus Dreibholz: Buchgestaltung »Unbuildable Tatlin?!«
- 2 grafisches Büro: Buchgestaltung »Hands have no tears to flow – Reports from/without architecture«
- 3 Manuel Radde: Buchgestaltung »Das Bild der Anderen / Picturing Others – Fotografien von Vera Brandner«
- 4 Martha Stutteregger: Buchgestaltung »Morgan Fisher. two exhibitions«
- 5 Martha Stutteregger: Buchgestaltung »The Secession Talks – Exhibitions in Conversation 1998–2010«
- 6 Nik Thoenen, Walter Pamminer: Buchgestaltung »Phallus Collage«
- 7 Dasha Zaichenko, Lukas Novak: Buchgestaltung »Zoo der imaginären Tiere«
- 8 Reinhard Gassner, Marcella Merholz: Buchgestaltung »Bergtee«
- 9 Andy Hope 1930, Typejockeys: Buchgestaltung »Am Abend sollte ich die Nacht ertragen«
- 10 Michael Roher: Kinderbuch »Zugvögel«

**have no tears to flow – Reports from/without architecture** (Herausgeber: Arno Ritter, Verlag: Springer, Druck: gugler, Melk; Stainer Siebdruck, Salzburg), über das die Jury befand: »Zuerst ist alles schwarz. Doch durch die eigene Körperwärme und den direkten Kontakt verändert sich langsam der scheinbar spröde Umschlag, und der individuelle Handabdruck wird am Cover erkennbar. So stellt dieses Buch schon vor dem Öffnen eine persönliche Verbindung mit dem Betrachter her. Im Innenteil folgt auf einen stringent choreografierten, atmosphärischen Bildteil ein erklärender Textteil, verknüpft mit Referenzziffern. Die Typografie ist schlicht, aber im Detail differenziert und souverän.« Das dritte Buch im Bunde der drei höchsten Auszeichnungen ist der von **Manuel Radde** gestaltete Fotoband **Das Bild der Anderen/Picturing Others – Fotografien von Vera Brandner** (Verlag: Fotohof edition, Druck: Samson Druck, St. Margarethen), für den es folgendes Lob der Jury gab: »Das Ergebnis ist ein (selbst)reflexives wie überzeugendes Zusammenspiel – der Betrachter wird durch den Blick der Abgebildeten selbst zum Betrachteten.«

In der Bestenliste fanden sich eine Reihe weiterer Titel, in deren visuelle Realisierung Mitglieder von designaustria involviert waren: zwei von **Martha Stutteregger** gestaltete Bücher – **Morgan Fisher. two exhibitions** (Herausgeber: Generali Foundation, Verlag der Buchhandlung Walther König, Druck: Grasl FairPrint, Bad Vöslau) und **The Secession Talks – Exhibitions in Conversation 1998–2010** (Herausgeberin: Sylvia Liska, Verlag der Buchhandlung Walther König, Druck: Remaprint, Wien) –, denen zum einen »eine zarte, aber deutliche Navigation und die schönste Anwendung von Schriftgröße 5 pt in diesem Jahrzehnt« und zum anderen »feinste Typografie, gerahmt in flirrend rotem Buchschnitt, unpräzise und unaufdringlich gesetzt« bescheinigt wurden; der von **Nik Thoener** und **Walter Pamminger** konzipierte Kunstband **Phallus Collage** (Autorin: Suzy Kirsch, Verlag: Sonderzahl, Druck: Remaprint, Wien) – »ein gelungenes Beispiel, wie mit wenigen, aber konsequent eingesetzten Mitteln eine überzeugende, wirkungsstarke Buchgestaltung möglich ist«; das von **Dasha Zaichenko** und **Lukas Novak** gestaltete Kunstbuch **Zoo der imaginären Tiere** (Autor: Ernst Strouhal, Christian Brandstätter Verlag, Druck: Grasl FairPrint, Bad Vöslau) – »ein literarisches wie zeichnerisches Vergnügen, das ein gestalterisches Geheimnis birgt«; das von **Reinhard Gassner** und **Marcella Merholz** gekonnt umgesetzte Sachbuch **Bergtee** (Herausgeberinnen: Elisabeth Burtscher, Barbara Fuchs, Susanne Grasser, Verlag: Verein für Alternative Wirtschaft, Druck: Buchdruckerei Lustenau), das der Aufdringlichkeit kulinarischer Bücher »eine solide Unaufdringlichkeit entgegengesetzt – die Gestaltung als beste Werbung für den Inhalt«; und die von **Andy Hope 1930** und den **Typejockeys** gestaltete Sonderproduktion **Am Abend sollte ich die Nacht ertragen** (Autor: Schorsch Kamerun, Harpune Verlag, Druck: Queiser, Scheibbs) – »ein freches Buch im Retrodesign, das in seiner wissenden Auseinandersetzung mit Pop- und Trashkultur aber zugleich ganz unverkennbar und überzeugend im Jahre 2012

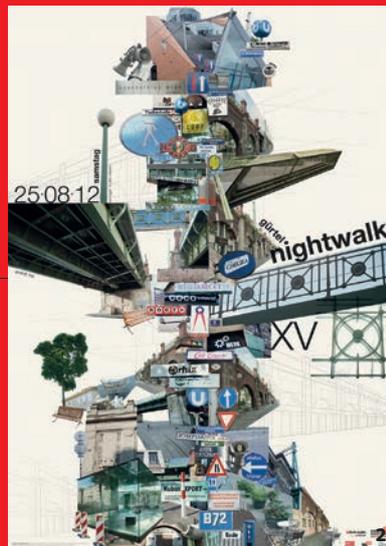
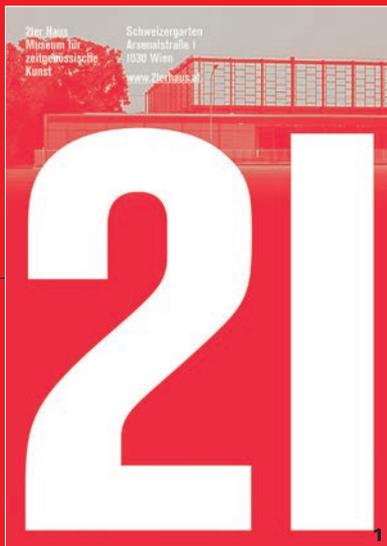
steht«. Romulus-Candea-Preisträger **Michael Roher** erhielt für sein gemeinsam mit **Dorothea Löcker** gestaltetes Kinderbuch **Zugvögel** (Picus Verlag, Druck: Theiss, St. Stefan/Lavanttal), dessen »herbstlich gestimmte, melancholische Bilderwelt« gefiel, eine von zwei lobenden Erwähnungen in der Kategorie Kinder- und Jugendbücher.

Die hier erwähnten und alle weiteren ausgezeichneten Titel werden im Detail auf [www.schoenstebuecher.at](http://www.schoenstebuecher.at) vorgestellt. Die prämierten Bücher werden u. a. durch die Präsentation auf den Buchmessen in Leipzig und Frankfurt, der London Book Fair, der Buch Wien und bei der Ausstellung »Die schönsten Bücher Österreichs, Deutschlands, der Schweiz und der Niederlande 2012« in der Hauptbibliothek Wien (Dezember 2013) gefördert. Darüber hinaus nehmen sie am internationalen Wettbewerb der Stiftung Buchkunst in Leipzig »Schönste Bücher aus aller Welt« und bei der Ausstellung »Buchkunst international« teil.

## 100 beste Plakate 12 Deutschland Österreich Schweiz

Die GewinnerInnen des Wettbewerbs um hervorragendes Plakatdesign aus dem deutschsprachigen Raum stehen fest. Der Jury, besetzt mit Christian Brändle (Schweiz), Ronald Curchod (Frankreich), Joanna Górska (Polen), Eike König (Deutschland) und Josef Perndl (Österreich), lagen rund 680 Einzelplakate vor, die es aus der Online-Vorauswahl von rund 1.700 in die Endrunde geschafft hatten. Am Wettbewerb hatten sich 510 (darunter 180 studentische) EinreicherInnen beteiligt, davon 110 Agenturen bzw. Grafik- und Designbüros, 386 EinzelgestalterInnen und 14 AuftraggeberInnen. Von den EinreicherInnen kamen 361 aus Deutschland, 33 aus Österreich und 116 aus der Schweiz. In der Länderwertung der 100 prämierten Plakate, die alle als gleichwertige Sieger gelten, führt Deutschland mit 49 vor der Schweiz mit 47 und Österreich mit 3; dazu kommt eine Koproduktion Österreich/Schweiz. Dabei handelt es sich um 75 Auftragsarbeiten, 6 selbst initiierte Plakate bzw. Eigenwerbung und 19 Arbeiten aus dem Kontext studentischer Projektaufträge. Für das Corporate Design des aktuellen Jahrgangs zeichnet hesign Berlin verantwortlich.

Die erfolgreichen Beiträge aus Österreich: Das Plakat **21er Haus** von **Bueronardin** (Christof Nardin) unter Verwendung eines Fotos von Markus Oberndorfer für die Österreichische Galerie Belvedere/21er Haus entstand nach der Wiedereröffnung des Museums 2011 und ist gleichzeitig eine Hommage an einen Entwurf des Gestalters Georg Schmid aus dem Jahr 1963 für das 20er Haus. **Nightwalk XV** von **3007** (Konzept, Design, Illustration: Eva Dranaz, Foto, Montage: Jochen Fill) für die Ottakringer Kulturfreunde bewirbt eine jährliche Stadtteil-Kulturveranstaltung am Wiener Gürtel, deren Rahmen die historischen Stadtbahnbögen und deren Lokalszene bilden. Ausgehend davon entstand eine Collage, die als abstrahierte visuelle

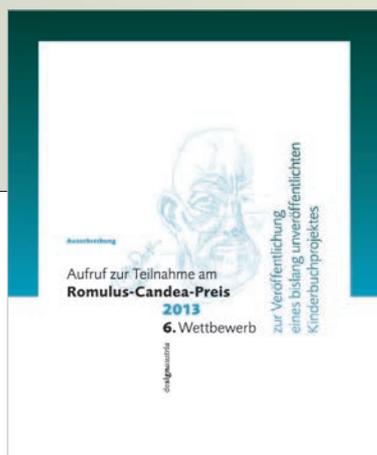


- 1 Bueronardin: Kulturplakat »21er Haus«
- 2 3007: Veranstaltungsplakat »Nightwalk XV«
- 3 Benjamin Hirte, Melchior Imboden: Ausstellungsplakat »Benjamin Hirte the classic mob ballet«
- 4 3007: Plakatserie »rhiz – unmixed 2012«

Wegbeschreibung der Veranstaltung diene. Die aus zwölf Plakaten bestehende Serie **rhiz – unmixed 2012** von **3007** (Konzept, Design, Illustration: Eva Dranz, Bildbearbeitung: Jochen Fill) für das Wiener Musiklokal rhiz-bar modern steht für Reduktion der Farbe, unbehandelte Skizzen, Expression, Abstraktion, kreative Energie und musikalische Ausdruckskraft. Die handgemalten und -geschriebenen Sujets spielen mit Form und Fläche. Das Plakat **Benjamin Hirte – The Classic Mob Ballet** von **Benjamin Hirte** (künstlerisches Konzept) und **Melchior Imboden**, Schweiz, unter Verwendung eines Fotos von Martin Imboden für das MAK Österreichisches Museum für angewandte Kunst/Gegenwartskunst versteht sich als Teil einer künstlerischen Produktion. Benjamin Hirte greift hier ein Sujet aus der MAK-Fotosammlung auf. Er erweitert Kontexte von Sammlungsinhalten durch die Zusammenarbeit mit DesignernInnen, wie in diesem Fall mit einem Grafikerdesigner.

Die Auftaktausstellung und Buchpräsentation des im Verlag Hermann Schmidt Mainz erschienenen Jahrbuchs fand bereits Ende Mai in Berlin statt. Die Schau wird im Laufe des Jahres auch in Essen, Nürnberg, Luzern und Wien zu sehen sein. Der Wettbewerb um die 100 besten Plakate – begründet Mitte der 1960er-Jahre in der DDR, zwischen 1990 und 2000 in der Bundesrepublik ausgeschrieben – wurde mit dem Jahrgang 2001 zum internationalen Leistungsvergleich erweitert. Seit dem Jahrgang 2010 werden die Ergebnisse in drei Kategorien (Auftragsarbeiten, Eigenwerbung, studentische Projektaufträge) ausgewiesen. Alle 100 Plakatsmotive des Jahres 2012 werden in einer Online-Galerie auf [www.100-beste-plakate.de](http://www.100-beste-plakate.de) in Wort und Bild vorgestellt.

# Wettbewerbe | Calls



## Romulus-Candea-Preis 2013

Seit mindestens fünf Jahren in Österreich lebende IllustratordInnen 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. [www.designaustria.at](http://www.designaustria.at)



## James Dyson Award 2013

Nicht nachhaltige Fischereipraktiken sorgen dafür, dass Fischbestände schwinden. Für dieses Problem suchte der Vorjahrgewinner Dan Watson, Absolvent des Royal College of Art, eine Lösung. Er entwickelte beleuchtete Ringe, die nachträglich in die Fischernetze eingebaut werden können, sodass junge und kleine unverkäufliche Fische entkommen können. Das Preisgeld nutzte er dafür, seine Idee, das »Safety Net«, zu schützen und weiterzuentwickeln. Da so etwas sehr teuer und zeitaufwändig sein kann, wurde das Preisgeld für den diesjährigen Award um insgesamt rund 65.000 Euro auf 109.000 Euro erhöht. Die James Dyson Foundation sucht auch 2013 nach jungen IngenieurInnen und ProduktdesignerInnen, die »etwas entwickeln, das ein Problem löst«. Dabei wird nicht nur Wert auf Einfallsreichtum und Kreativität, sondern auch auf nachhaltige Lösungen gelegt. Noch bis zum **1. August 2013** können Studierende und AbsolventInnen (bis vier Jahre nach Abschluss) aus den 18 Teilnehmerländern – darunter Österreich, Deutschland und die Schweiz – ihre Entwürfe einreichen. Prototypen und Angaben zum Entwicklungsprozess sind erwünscht. In einem mehrstufigen Auswahlverfahren werden die eingereichten Projekte von nationalen Gremien und den Dyson-Ingenieuren bewertet. Der internationale Gewinner, der am 7. November 2013 von James Dyson bekannt gegeben wird, erhält 30.000 Pfund (34.000 Euro) – weitere 10.000 Pfund gehen an seine Universität. An die Zweit- und Drittplatzierten, deren Hochschulen, sowie die Landessieger werden ebenfalls Geldpreise ausbezahlt. [www.jamesdysonaward.org](http://www.jamesdysonaward.org)

# Material & Bedarf



## Bei Grasl FairPrint ist alles im grünen Bereich

Die Themen Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Ressourcenschonung sind präsent wie nie zuvor und zählen zu den wichtigsten Aufgaben unserer Gesellschaft. Grasl FairPrint ist hier ein europaweit anerkannter Vorreiter in der Druckbranche und steht für faire Produktion: fair gegenüber Mensch und Umwelt.

Grasl FairPrint verwendet Papiere aus garantiert ökologisch, ökonomisch und sozial verantwortungsvoller Waldbewirtschaftung, druckt mit umweltfreundlichen Pflanzenölfarben und veredelt mit reinen Wasserlacken. Die Herstellung im Druckhaus erfolgt ausschließlich mit erneuerbaren Energien. Zahlreiche nationale und internationale Zertifizierungen und Audits garantieren den Kunden die ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit bei der Produktion aller Druckwerke. Die Gesamtherstellung im eigenen Druckhaus mit Crossmedia, Druckvorstufe, Druckerei, Buchbinderei, Lager und Logistik garantiert kurze Produktionszeiten, größtmögliche Flexibilität, absolute Zuverlässigkeit und erstklassige Qualität. Die persönliche Beratung durch fachlich versierte Mitarbeiter wird von den Kunden besonders geschätzt.

### Grasl FairPrint auf einen Blick:

- Eigentümergeführtes Familienunternehmen mit 100 engagierten MitarbeiterInnen
- Seit mehr als 100 Jahren erfolgreich am Markt
- Europaweiter Vorreiter und Branchenführer im Bereich Umweltschutz und Ressourcenschonung sowie sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung
- Im eigenen Druckhaus werden pro Jahr 60 Millionen Bogen umweltfreundliches Papier mit reinen Pflanzenölfarben und Wasserlacken bedruckt und veredelt.
- Zahlreiche nationale und internationale Auszeichnungen beweisen die außerordentlich hohe Qualität der Produkte.

Service und Beratung für Kunden werden bei Grasl FairPrint groß geschrieben. DA-Mitglieder können das neue »FairPrint Papier- und Druckmusterbuch« kostenlos auf [www.grasl.eu/musterbuch](http://www.grasl.eu/musterbuch) bestellen. Für eine individuelle Beratung steht Ihnen Karl Grasl sehr gerne persönlich zur Verfügung.

Übrigens: Gleich vier im Wettbewerb »Die schönsten Bücher Österreichs 2012« ausgezeichneten Bücher (siehe unter »Erfolge«) wurden von Grasl FairPrint produziert. Über die Bedeutung gedruckter Bücher besteht auch bei Karl Grasl kein Zweifel: »Gerade in Zeiten einer überbordenden Nutzung digitaler Medien bekommt das gedruckte Buch einen immer höheren Stellenwert. Das optische, haptische und sensorische Erlebnis beim Betrachten und Lesen eines Buches erzeugt ein besonderes Wohlgefühl, das in unserer schnelllebigen Zeit immer wichtiger wird.«

### Kontakt:

Grasl FairPrint  
Druckhausstraße 1  
2540 Bad Vöslau  
T 02252 402-0  
E k.grasl@grasl.eu  
www.grasl.eu



**lange wird unser haase auf der  
palette nicht sitzen bleiben!**



**Fordern Sie die aktuelle Abverkaufsliste bei unseren Verkaufsberatern an.  
Einmalige Angebote bei Bogenware und Briefhüllen warten auf Sie.**



[www.antalis.at](http://www.antalis.at)



# 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 Designnation. 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 Fößleitner, 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, AutorInnen, Institutionen, Veranstaltern, Verlagen etc. bzw. bei deren FotografInnen. Namentlich wurden uns genannt: Swoboda-Ullmann (EDBD Wien), Jori Konstantinov (EDBD Graz), Österreichisches Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseum (Designforschung Goes Public/Otto Neurath), IDRV/Wolfgang Thaler (Culture Connected/Installation »Weltangelegenheiten«), Erwin Polanc (Porträt Gerhard Heufler), Pedro Salvadore (Alles meschugge), Florian Voggeneder (NextComic), Embacher Collection®/Bernhard Angerer (Tour de Monde – Fahrradgeschichten), MAK/ Georg Mayer (Nomadic Furniture 3.0)

**Layout und Artdirektion**

zeitmaß, Sandra Steiger  
Kandlgasse 16, 1070 Wien

**Papier**

Tom & Otto silk, 170 g/m<sup>2</sup>,  
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.

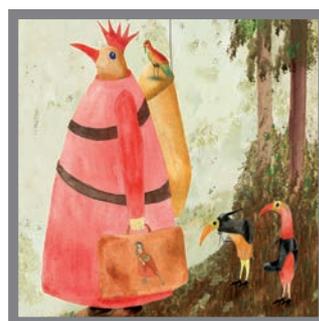
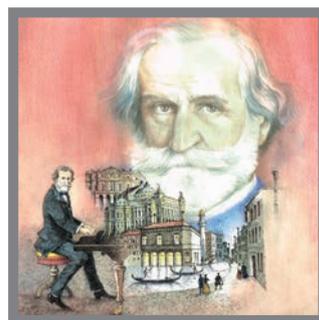
**ISSN 1022-9566**

mit Unterstützung des Bundesministeriums  
für Unterricht, Kunst und Kultur

**bm:uk**

# Illustration im Bilderbuch

## Kommunikation auf Augenhöhe



Ausstellung im designforum,  
MQ Wien, 1070,  
Museumsplatz 1 / Hof 7  
21. Juni – 25. August 2013,  
Mo – Fr: 10 – 18 Uhr,  
Sa, So: 11 – 18 Uhr

Das designforum<sup>WIEN</sup> ist eine Initiative von

designaustria®  
Wissenszentrum & Innovationsstrategie  
Knowledge center & innovation organization

die österreichische  
designstiftung

Unterstützt durch

bmwfi  
Geldmehrwertsteuer  
Wirtschaft, Familie und Jugend

bm:uk

impulse  
aus der medien

aws  
aus der medien

illustria