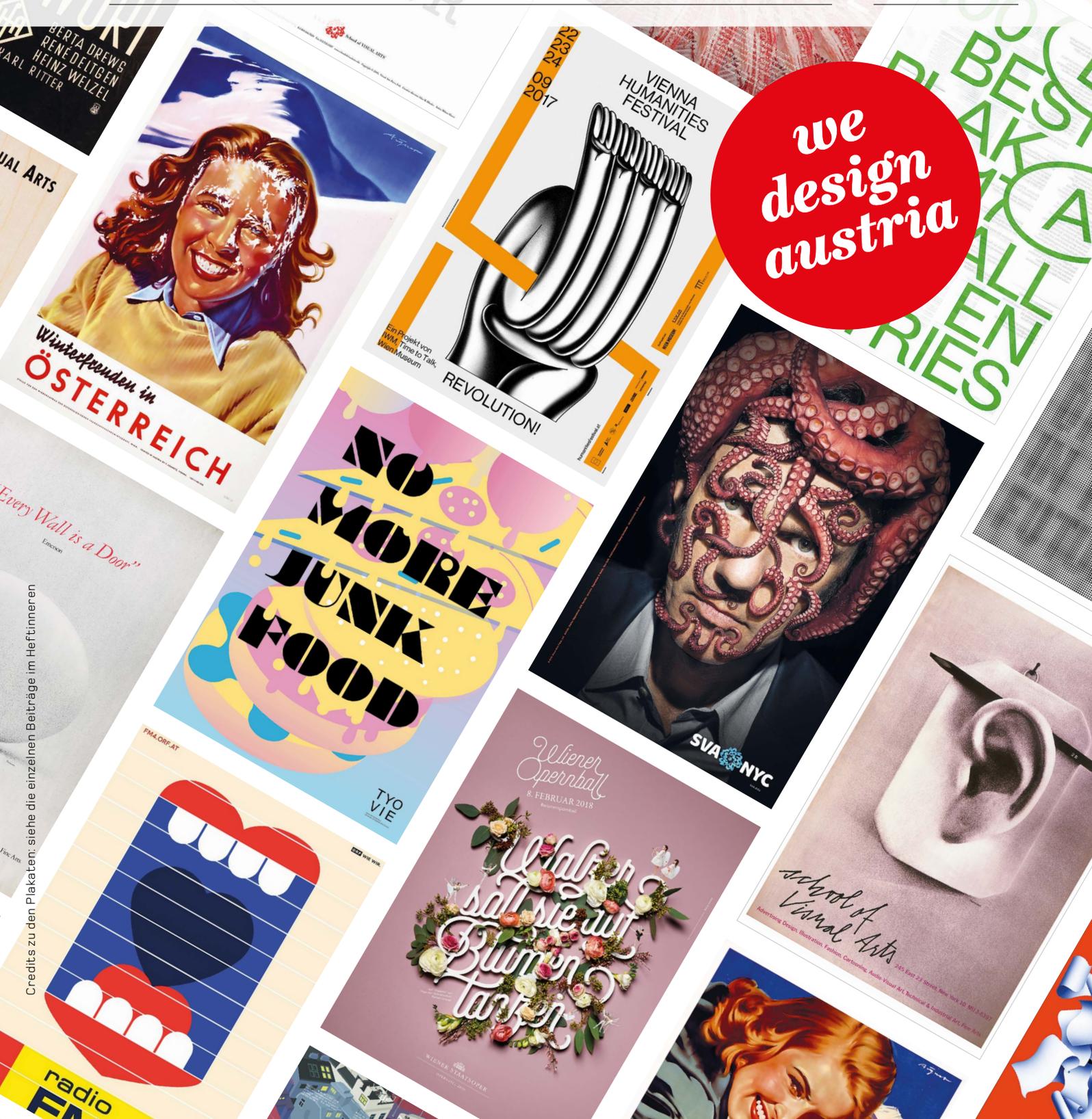


designaustria® mitteilungen

Bernhard Denscher: Paul Aigner – Der filmische Blick in der Werbung | Sven Ingmar Thies:
Plakate bewegen unbewegt | What Matters Now: Plakatprojekt und -ausstellung
in Tokio und Wien | Das Erscheinungsbild der »100 Besten Plakate 17« |
Rückschau: Underground Images: Subway Posters der School of Visual Arts New York |
Neue Publikationen: »Design: Auftrag & Recht« und »Design: Kalkulation & Honorar« |
Ausstellung designforum Wien: »Go West! American Illustration« | Da geht das Poster ab!
100 Beste Plakate 17 Deutschland Österreich Schweiz

1 2 3 4 2018

we
design
austria



Credits zu den Plakaten: siehe die einzelnen Beiträge im Heftinneren



INHALT



04 PLAKAT

- 04 **Bernhard Denscher: Kritischer Bewahrer des visuellen Gedächtnisses**
- 08 **Sven Ingmar Thies: Plakate bewegen unbewegt**
- 09 **What Matters Now: Plakatprojekt und -ausstellung in Tokio und Wien**
- 12 **Das Erscheinungsbild der »100 Besten Plakate 17«**

14 RÜCKSCHAU

- 14 **Underground Images: Subway Posters der School of Visual Arts New York**

16 DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

- 16 **designaustria-Vorstandswahl 2018–2020**
- 16 **Wer hat das gestaltet???**
- 17 **Neue Publikationen: »Design: Auftrag & Recht« und »Design: Kalkulation & Honorar«**

18 DESIGNAUSTRIA-STUDIOPORTRÄT

- 18 **Maria Lechner – Art Director & Designer**

20 NACHRUF

- 20 **Gut geworben – gut gestaltet: Nikolai Borg (1919–2018)**

22 GESTALTUNGSORTE

- 22 **Zu Gast bei Why**

24 MEMBERS@WORK

- 24 **Alles Walzer!**
- 25 **Wien wird WOW**
- 26 **Gestalterische Reisebegleitung**
- 26 **Dantes Universum als multimediales Erlebnis**
- 27 **Die Marke im Blick**
- 27 **What Designers Can Do**
- 28 **Meet Gretel!**
- 28 **Gezeichnete Diagnosen**
- 29 **Raum für Comic und Artverwandtes**
- 29 **Verspieltes**
- 30 **Inklusiv – das neue Exklusiv**
- 32 **Tatsächlich verwoben**
- 32 **Gold für Kindergarten**
- 33 **Life und Work in Balance**
- 34 **Perfekter Sitz**
- 34 **Biologische Unkrautbekämpfung**

35 AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

- 35 **Go West! American Illustration**
- 37 **Geschenk der Natur: Die Illustratorin Brigitte Baldrian**
- 37 **Lehrgang: Die Kunst der Illustration – Kinderliteratur**
- 38 **Workshops und Fortbildungsprogramm Juli – September 2018**
- 39 **CPC 2018: Analoge Revolution!**

40 ERFOLGE

- 40 **Da geht das Poster ab! 100 Beste Plakate 17 Deutschland Österreich Schweiz**
- 42 **Romulus-Candea-Preis 2017: Ergebnis der Kinderbuchjury**

43 **MATERIAL & BEDARF**
Antalis Austria

42 **SERVICE**

42 **IMPRESSUM**

DESIGNAUSTRIA-MITTEILUNGEN & DESIGNAUSTRIA-WEBSITE FÜR DESIGNAUSTRIA-MITGLIEDER

Wir freuen uns über Informationen zu euren Aktivitäten, Projekten, Veranstaltungen und Erfolgen, über Themenvorschläge und Beiträge in Wort und Bild!

redaktion@designaustria.at

webredaktion@designaustria.at

Follow us on  and 



EDITORIAL

Das (gute alte?) *Plakat* steht im Zentrum dieser Ausgabe. Ein Beitrag ist dem großen österreichischen Kultur- und Plakathistoriker *Bernhard Denscher* gewidmet, der Ende 2017 mit dem Preis des Deutschen Plakat Museums für Plakatpublizistik und Anfang des heurigen Jahres von der Stadt Wien mit dem Großen Silbernen Ehrenzeichen ausgezeichnet wurde. Wir veröffentlichen die Kurzfassung seines in Essen gehaltenen Festvortrags über den Gebrauchsgrafiker Paul Aigner, der Mitglied und Kurzzeitpräsident unseres Vorläuferverbands BÖG war. *Sven Ingmar Thies* von der Universität für angewandte Kunst Wien bestreitet den Rest des Themenschwerpunkts mit gleich drei Beiträgen: zu einem Plakatausstellungsprojekt zwischen Wien und Tokio, zum Thema der Bewegtheit im und durch das Plakat und zum Erscheinungsbild der aktuellen Auflage der 100 Besten Plakate Deutschland Österreich Schweiz, das im Rahmen seiner Lehrveranstaltung an der Angewandten entstanden ist. Und weil sie gerade vorliegen, präsentieren wir in der Rubrik »Erfolge« auch gleich die Ergebnisse dieses renommierten Plakatwettbewerbs. Zu guter Letzt gibt's eine Rückschau auf die *Plakatausstellung »Underground Images«* im designforum Wien und eine Vorstellung der *Opernball-Plakate* des Wiener Studios Dasuno.

designaustria-Mitglieder sind aufgerufen, sich zahlreich an der noch bis **18. Juni 2018** laufenden *Online-Vorstandswahl* zu beteiligen, die der im Dezember stattfindenden Generalversammlung vorausgeht. Außerdem liegen dieser Ausgabe die Publikationen »Design: Auftrag & Recht« und »Design: Kalkulation & Honorar« bei, die als umfassende berufswirtschaftliche Kompendien bei der professionellen Abwicklung eines Gestaltungsauftrags und bei der Honorarkalkulation unterstützen. Alle Kolleginnen und Kollegen erhalten je ein kostenloses Exemplar als Benefit ihrer Mitgliedschaft bei designaustria. Ebenfalls in der Beilage: die überarbeiteten Basisinformationen »Mittätiger Ehepartner« und »Musterhonorarnote und Musterhonorarschätzung«.

Nach Redaktionsschluss kam folgende Erfolgsmeldung: designaustria wurde Ende April im Rahmen der *World Industrial Design Conference 2018* in Hangzhou, China, als »Top Design Service Platform« mit dem *Top Innovation Award (TIA)* ausgezeichnet! Den Preis nahm Geschäftsführer Prof. Severin Filek entgegen. Weitere Gewinner aus Österreich: das Institut Product & Transportation Design der FH JOANNEUM (»Top Design Education Institution«), KISKA (»Top Design Company«) und Adam Wehsely-Swiczinsky von aws Designteam (»Top Outstanding Designer«). Ein ausführlicher Bericht folgt in der nächsten Ausgabe.

Wir wünschen einen schönen Sommer!

--- **Die Redaktion**



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Wir können sie nicht überblättern oder abschalten: Habt ihr schon einmal versucht, die Plakate zu zählen, an denen ihr täglich vorbeispaziert oder vorüberfährt? Es müssen Hunderte sein. Politische Plakate, Filmplakate, Veranstaltungs- und Ausstellungsplakate, Gesellschaftsplakate und viele, viele Werbetafelplakate. Nur wenige davon nehmen wir bewusst wahr. Aber wie viele Botschaften setzen sich in unserem Unbewussten fest? Beeinflussen sie unsere Meinung, unsere Gefühle, unseren Lebensstil und unsere Konsumentscheidungen, ohne dass wir es merken?

Werbung möchte mehr verkaufen. Die Welt ist aber mehr als ein Markt. Unser ökologischer Fußabdruck zeigt, dass wir unseren Planeten überstrapazieren, zu viele Ressourcen verbrauchen. Mehr produzieren, mehr konsumieren ist offensichtlich alles andere als sinnvoll. Design ist aber nicht Werbung. Während der Werber/die Werberin nicht nach dem Sinn fragt, möchte der Designer/die Designerin etwas verbessern, nach vorne schauen und intelligenter gestalten.

Ein sinnvolles Plakat manipuliert nicht, es weckt Interesse, regt zum Nachdenken an und hilft uns, ein bewusstes, achtsames Leben zu führen. Lasst uns viele davon gestalten!

Anna Maislinger
stellvertretend für Benno Flotzinger,
Martin Föbleitner, Jürgen Schremser und
alle designaustria-Mitglieder

Adam Wehsely-Swiczinsky, Miltos Oliver Kountouras (FH JOANNEUM), Ferdinand Klauser (KISKA Shanghai), Severin Filek (designaustria) bei der Preisverleihung des TIA in China

BERNHARD DENSCHER: KRITISCHER BEWAHRER DES VISUELLEN GEDACHTNISSES

Der emeritierte Leiter der Kulturabteilung der Stadt Wien Bernhard Denscher ist designaustria seit Langem durch Vorträge, Publikationsbeiträge und sein Interesse an der Geschichte und den gegenwärtigen Aktivitäten unseres Verbandes verbunden. Im vergangenen Herbst wurde Bernhard Denscher in Essen mit dem Preis des Deutschen Plakat Museums für Plakatpublizistik gewürdigt, im Februar dieses Jahres erhielt er das Große Silberne Ehrenzeichen für Verdienste um das Land Wien. Wir gratulieren herzlich zu diesen Auszeichnungen und bedanken uns für viele Jahre wohlwollender Begleitung. Eine Fundgrube für an visueller Kommunikation Interessierte ist seine Website austrianposters.at, auf der laufend spannende Beiträge zu unterschiedlichen historischen und aktuellen Themen aus dem weiten Feld der visuellen Kommunikation gepostet werden und der auch der nachstehende Text über BÖG-Mitglied und Kurzzeitpräsident Paul Aigner entnommen ist – ein Auszug aus dem Festvortrag, den Bernhard Denscher anlässlich der Preisverleihung in Essen hielt.

PAUL AIGNER – DER FILMISCHE BLICK IN DER WERBUNG

I von Bernhard Denscher

Paul Aigner schuf sowohl eines der wichtigsten österreichischen Tourismusplakate (Abb. 5) als auch, mit einem Porträt von Konrad Adenauer, eines der bedeutendsten politischen Plakate (Abb. 4) der deutschen Geschichte. Trotz seines Beitrags zur visuellen Kultur beider Länder ist sowohl in Deutschland als auch in Österreich relativ wenig über ihn bekannt.

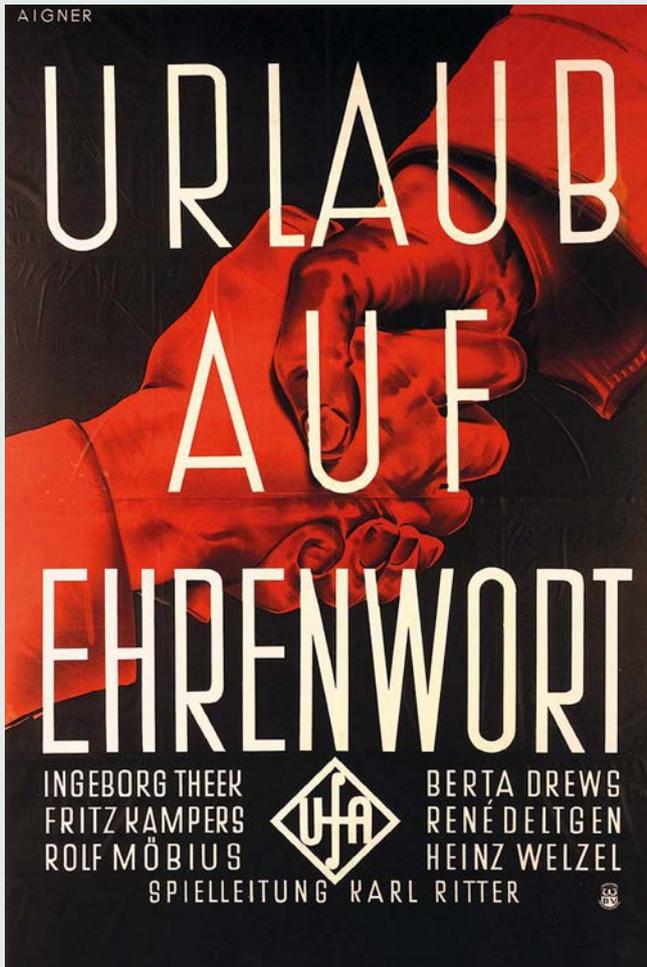
Paul Aigner wurde am 23. Mai 1905 in Wien geboren. Er entstammte einfachen Verhältnissen. Sein Grafikerkollege Alfred Proksch schrieb später über Aigners frühe Entwicklung: »Aigner war ein sogenanntes Naturtalent, welches, in den wirtschaftlich schwierigen Zeiten der 20er- und 30er-Jahre aufgewachsen, sich mühsam auf autodidaktischem Wege das Rüstzeug für den Beruf eines Gebrauchsgraphikers erarbeiten musste.«

Aus dem Jahr 1931 ist Paul Aigners erstes Plakat erhalten, das den populären Film »Weekend im Paradies« bewarb. Für lange Jahre waren in der Folge Kinoplakate Aigners wesentlichster Tätigkeitsbereich. Auch nach dem »Anschluss« Österreichs an das nationalsozialistische Deutschland war er im Filmgeschäft tätig. 1940 erreichte Aigner – obwohl kein NSDAP-Mitglied – den zweiten Platz bei einem Plakatwettbewerb zur Bewerbung des Films »Die Geierwally« (Abb. 2). Erster wurde Hanns Wagula, den dritten Platz erreichte Emmerich Weninger. Alle drei Entwürfe wurden realisiert und zur Bewerbung des melodramatischen Films eingesetzt.

Auch Aigner musste zur deutschen Wehrmacht einrücken und geriet in russische Kriegsgefangenschaft. Spätestens 1947 war er wieder zurück in Wien. Hier begann er eine enge Zusammenarbeit mit der Kommunistischen Partei, für die er eine Reihe von Büchern sowie Zeitschriften und später auch Plakate gestaltete (Abb. 3). Das hinderte ihn aber nicht daran, ab 1949 regelmäßig für die konservative Österreichische Volkspartei Wahlplakate zu gestalten und allenfalls auch vor der »roten Gefahr« zu warnen.

1948 hatte Paul Aigner einen besonderen Erfolg zu verzeichnen: Bei einem Plakatwettbewerb zur touristischen Bewerbung Österreichs gewann er die Kategorie »Winterplakat« mit dem Bild eines lachenden Mädchens, das die Reste eines Schneeballs im Gesicht hat (Abb. 5). Darüber hinaus gewann er mit dieser Arbeit auch den internationalen Wettbewerb für Fremdenverkehrsplakate in Paris. Die Verantwortlichen der Stelle für den Wiederaufbau der österreichischen Fremdenverkehrswirtschaft waren von diesem Erfolg so angetan, dass Aigner ohne Ausschreibung die Aufträge für zwei weitere Plakate erhielt (Abb. 6, 7). Bald meldeten sich jedoch kritische Stimmen zu dieser Vorgangsweise zu Wort. So tauchte auch der Vorwurf auf, dass die so hochdekorierte Arbeit in Wahrheit ein Plagiat sei, weil sie nach der Vorlage eines Zeitschriftenfotos aus dem Jahr 1941 gezeichnet worden war. Der Ehrenbeleidigungsprozess, den Aigner deswegen führte, brachte mit der Verurteilung des Hauptkritikers die Rehabilitation des Grafikers. Denn alle Experten hatten betont, dass die Verwendung von Fotografien

- 1 Paul Aigner: Filmplakat »Urlaub auf Ehrenwort«, 1938
- 2 Paul Aigner: Filmplakat »Die Geierwally«, 1941
- 3 Paul Aigner: politisches Plakat »Mit den Kommunisten am 1. Mai«, 1948
- 4 Paul Aigner: politisches Plakat »Keine Experimente! Konrad Adenauer – CDU«, 1957



1



2



3



4



5

bei der Plakatgestaltung üblich sei und nicht den Tatbestand eines Plagiats darstelle.

Bald begann auch das Filmgeschäft wieder zu boomen, und Aigner konnte damit zu seinen künstlerischen Wurzeln, dem Kinoplakat, zurückkehren. Diese Sparte prägte auch andere Bereiche seiner Arbeit, denn genau genommen brachte Aigner in nahezu alle seine Plakate einen gewissen filmischen Aspekt mit ein. So erzählt jedes seiner Plakate eine Geschichte mit visuellen Mitteln.

Mit seinem »amerikanisch-realistischen« Stil, wie man es damals nannte, wurde Aigner auch zu einem der erfolgreichsten Pin-up-Maler Österreichs. Seine diesbezüglichen Arbeiten waren oft mit einer schwülstigen Erotik aufgeladen, die immer wieder in den Sexismus abgleiten konnte. Aigner erhielt vermehrt Aufträge aus den Produktsparten Bademode und Damenunterwäsche, wobei gleich seine erste derartige Arbeit, ein Amazone-Strumpflakat aus dem Jahr 1951 (Abb. 9), vom Jugendamt der Stadt Wien verboten wurde.

Ab der zweiten Hälfte der 1950er-Jahre begann der Wiener Grafiker für deutsche Illustrierte wie etwa die »Revue« oder das Jugendmagazin »Bravo« als Illustrator zu arbeiten. Damals übersiedelte er auch nach Deutschland und hatte bis zu seinem Lebensende seinen Wohnsitz in Bayern.

Im Jahr 1957 erhielt Aigner den wohl wichtigsten Auftrag seiner Karriere: Für die deutsche Bundes-



6

tagswahl 1957 schuf er das Porträtplakat für Konrad Adenauer (Abb. 4), den amtierenden Kanzler und Spitzenkandidaten von CDU/CSU. Als versiertem Zeichner gelang es ihm, den 81-jährigen Kanzler durchaus realistisch, aber doch etwas verjüngt und mit dynamischem Flair darzustellen. Darüber hinaus schuf Aigner ähnliche Porträts für die Plakate weiterer christdemokratischer Kandidaten. Das Konzept des CDU-Managements war ein kurzer, aber intensiver Wahlkampf – Medien sprachen von der größten »Propagandalawine« der Nachkriegszeit. Laut Uwe Kitzingers Studie über den Wahlkampf 1957 wurden von CDU/CSU »mindestens 10 Millionen Plakate« affiziert. Die Strategie war von beachtlichem Erfolg gekrönt: CDU/CSU erreichten mit 50,2% das bis heute beste Ergebnis eines Wahlwerbers bei einer deutschen Bundestagswahl und erzielten damit auch das einzige Mal eine absolute Mehrheit.

Bis auf ein paar Ausnahmen hatten die handgezeichneten Grafiken auf Plakaten und in den Magazinen in den 1960er-Jahren ausgedient. Agenturen, die vor allem mit Fotografen arbeiteten, hatten in relativ kurzer Zeit die Herrschaft über die Werbeszene übernommen, und Fotografien kamen auch den Illustrierten billiger. Da blieb für einen alleine agierenden Grafiker wie Aigner wenig Raum übrig. In der Folge war er mit konservativ-nostalgisch gehaltenen Ölgemälden auf einem lokalen, aber durchaus lukrativen bayrischen Kunstmarkt recht erfolgreich. Am 19. Oktober 1984 verstarb Paul Aigner in Chieming am Chiemsee.

Weiterführende Literatur:
Bernhard Denscher,
»Paul Aigner – Von Konrad
Adenauer, Pin-ups und
Kommunisten«, in: »Preis
des Deutschen Plakat
Museums«, Essen 2017,
S. 18–61



- 5 Paul Aigner: Tourismusplakat
»Winterfreuden in Österreich«, 1948
- 6 Paul Aigner: Tourismusplakat
»Wintersport in Österreich«, 1951
- 7 Paul Aigner: Tourismusplakat
»Winterfreuden in Österreich«, 1949
- 8 Paul Aigner: Filmplakat »Hallo
Dienstmann!«, 1953
- 9 Paul Aigner: Werbeplakat für
Amazon-Strümpfe, 1954 (Ausschnitt)

Herrn DI Lazaros Papoulis wird für die Genehmigung der Abbildungen von Paul Aigners Arbeiten gedankt.

ÜBER DEN AUTOR

Mag. Dr. phil. Bernhard Denscher wurde 1954 in Wien geboren, studierte Geschichte und Germanistik an der Universität Wien und trat 1979 als Referent in die Plakat-sammlung der Stadt Wien ein. 1989 wurde er stellvertretender Direktor der Wiener Stadt- und Landesbibliothek und Leiter von deren Druckschriftensammlung, von 1991 bis 2016 fungierte er als Leiter der Kulturabteilung der Stadt Wien. Er hat bei vielen Ausstellungen mitgewirkt und unzählige Artikel in Zeitschriften und Sammelbänden veröffentlicht; er ist Herausgeber und Co-Autor des Ausstellungskatalogs »Tagebuch der Straße. Geschichte in Plakaten« (1981) und Verfasser zahlreicher Publikationen zu den Themenbereichen Visual History und Designgeschichte, so u. a. von »Humor vor dem Untergang. Tobias Seicherl – Comics zur Zeitgeschichte 1930 bis 1933« (1983), »Kunst und Kommerz« (1985), »Gold gab ich für Eisen. Österreichische Kriegsplakate 1914–1918« (1987), »Österreichische Plakatkunst« (1992), »Ornament und Reduktion. Wiener Plakate als Beitrag zur Entwicklung der visuellen Massenkommunikation« (2003), »Ottokar Mascha, a Viennese Connoisseur« (2013) und »Kunst und Werbung. Interferenzen und Divergenzen in der stilistischen Entwicklung« (2016).

austrianposters.at

EHRUNGEN FÜR BERNHARD DENSCHER

Am 6. Oktober 2017 erhielt Bernhard Denscher im Museum Folkwang in Essen den Preis des Deutschen Plakat Museums für Plakatpublizistik. Die Laudatio sprach der Leiter des Plakatmuseums René Grohnert. Unter dem Titel »Von Konrad Adenauer, Pin-ups und Kommunisten« hielt Denscher im Rahmen der Veranstaltung einen Vortrag über den österreichisch-deutschen Grafiker Paul Aigner (1905–1984). Wie schon bei den früheren Preisträgern Hellmut Rademacher (2011) und Alain Weill (2015) erschien zur Ehrung eine Publikation, die den Festvortrag, die Laudatio sowie eine Kurzbiografie des Preisträgers enthält und die zur Gänze auf der Website austrianposters.at in digitaler Form aufliegt. Am 22. Februar 2018 wurde Bernhard Denscher im Namen des Landeshauptmanns von Wien durch Stadtrat Andreas Mailath-Pokorny das Große Silberne Ehrenzeichen für Verdienste um das Land Wien verliehen.

PLAKATE BEWEGEN UNBEWEGT GEDANKEN ÜBER NEUERE PLAKATKATEGORIEN, DEREN ZUKUNFT UND QUALITÄTSANSPRÜCHE

I von *Sven Ingmar Thies*

Adolphe Jean-Marie Mouron, genannt *Cassandre*, sagte: »Der heutige Mensch hat es eilig. Wo will er denn so schnell ankommen, fragt man sich unwillkürlich. Er hat es eilig, eilig, eilig, und immer ist er ungeduldig. Er hat keine Zeit mehr für Haarspaltereien. Er bewundert die Kürze, die Skizze, die gerade Linie, zieht Gewalt der Stärke vor, den Schrei dem Gespräch. Aus diesem Grund liebt er das Plakat, das damit vielleicht der ehrlichste Ausdruck dieser Zeit geworden ist [...].« Dies sagte er vor über 75 Jahren. Heute empfinden viele Menschen denselben Zwang oder auch Wunsch, schnell zu sein.

QUALITÄTSANSPRÜCHE

Daher lauten auch heute noch die Qualitätsansprüche an ein Plakat: Es sollte auffallen, schnell verstanden und nachhaltig erinnert werden. *Cassandre* warb im Stil des *Art déco* für das Abenteuer einer Bahnfahrt oder einer Ozeanüberquerung. Heute werden andere Abenteuer beworben. Zu den neuen Abenteuern kommen neben dem klassischen Plakatanschlag noch viele andere Signale und Informationen auf uns zu; andere ruhende Medien, sich bewegende Medien, sogar Medien, die wir selbst bewegen, unsere Smartphones. Und auch Plakate bewegen sich. Allerdings werden diese nicht wie ganz zu Beginn von einem Plakatträger umhergetragen. Es sind auch keine Plakatserien oder zeitlich versetzte »Teaserplakatkampagnen«, keine Laufbandplakate, die durch Motivwechsel Aufmerksamkeit erzeugen. Es sind auch nicht die wiederentdeckten herumfahrenden Plakatautos oder Lastwagen. Es sind vielmehr Plakate, deren Gestaltungselemente sich bewegen; genauer: es sind Plakatdisplays, die an vertrauten Plakatplätzen hängen oder neue Orte erobern. Im einfachsten Fall sind es Bildwechsel. Etwas aufwendiger oft schnittbildhafte, noch aufwendiger gekonnte Animationen. Oder es sind kurze Filme dargestellt. Und in aufwendigster Form werden diese interaktiv oder eröffnen die Welt der *Augmented Reality*.

AUGMENTED REALITY

Spätestens für Letzteres benötigen die Betrachtenden zusätzlich zu den Augen auch ein Werkzeug, ein digitales Medium – zum Beispiel, stets dabei: ein Smartphone. Mit Hilfe dieses »Tools« gelangen sie in die *Augmented Reality*. Direkt übersetzt bedeutet dies »erweiterte Realität«. Erklärend übersetzt meint *Augmented Reality* die »computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung«. Steckt darin nicht aber ein Widerspruch? Kann Realität erweitert werden? Nein, der Mensch kann lediglich anderes, Zusätzliches, wahrnehmen. Realität wird immer zur *Virtualität*, wie *Paul Milgram* es formuliert. Somit

wird dieses Mehr nicht real, sondern bleibt virtuell, eine *Fantasie*. Real bleibt real. Virtuell bleibt virtuell. Übertragen auf Plakate bleibt die Frage: Was bringt uns Betrachterinnen und Betrachtern *Virtualität*?

INFORMATION WIRD ZUR UNTERHALTUNG

Augmented Reality benutzt das Plakat lediglich als Auslöser zur *Virtualität* und ist die momentan extremste Nutzung des Plakats, zumindest des Plakatbegriffs. Das Plakat dient lediglich als Startpunkt und führt zur »Unterhaltung«. Oft wird dabei »Information« durch »Unterhaltung« ersetzt, die einer Zeitspanne bedarf. Das gedruckte Plakat hat im Idealfall dann bereits sein Ziel zu »informieren« erreicht.

MOVING POSTERS

Dies gilt auch für eine neuere Spielart des Plakats, »animiertes Plakat« oder »*Moving Poster*« genannt. Seine Stärke liegt in der Bewegung, die – zumindest in einem ruhigen Umfeld – Aufmerksamkeit erzeugt. Oft entstehen durch diese Bewegungen aber lediglich Effekte, keine Ideen, und im schlimmsten Fall ist ein erschwertes Erfassen des Inhalts die Folge. Sich stets bewegende Buchstaben des Titels einer Veranstaltung lassen sich nicht gerne lesen. Sich in Endlosschleifen bewegende visuelle Elemente oder Bilder langweilen. Alles sich Bewegende benötigt Zeit. Das gedruckte Plakat will aber viel schneller verstanden werden.

Die deutsche Sprache ermöglicht zudem die Unterscheidung zwischen »Plakat« und »Poster«. Ein Plakat kommuniziert Inhalte. Ein Poster verschönert. Viele »*Moving Posters*« schaffen nur Verschönerungen oder nehmen den Umweg über sie, um Inhalte zu kommunizieren. So wird oft die eigentliche gestalterische Idee, vom Inhalt ausgehend, mit der Idee eines animierten Effekts kombiniert. Dies führt dazu, dass zwei Ideen eine zu viel ist, da sie um Aufmerksamkeit buhlen und sich gegenseitig schwächen.

ANIMIERTE DISPLAY IMAGES

Daraus ergeben sich folgende Fragen: Sind die genannten Kommunikationsformen noch Plakate? Informieren diese schnell? Nein, nicht schneller als ein gedrucktes Plakat, da sie etwas »sich Bewegendes« dazugeben. Verdichten sie Informationen? Nein, im Gegenteil, sie erweitern. Sie lassen das Signal einer Millisekunde, eines Augenblicks, zum Rauschen einiger oder vieler Sekunden eines Zeitabschnitts werden. Aus Verdichtung wird Dehnung. Und formen sie durch Vereinfachung eine Idee? Nein, sie stellen Inhalte komplexer dar. Daher sind die meisten dieser »neueren« Kommunikationsformen keine Plakate. Es sind animierte GIFs oder technisch anders umgesetzte »Filme«. Sie hängen

1



2



Symbolische Darstellungen

1 Plakat

2 animiertes Display

Image

oder stehen an bisher üblichen Plakatanschlagplätzen, Plakate sind es aber nicht. Sie funktionieren nicht auf Papier, sondern benötigen einen Bildschirm. Also sollten sie »animierte GIFs...« oder »Filme...« oder »Augmented Reality...« »...auf Plakatdisplays« genannt werden. Zusammenfassend benannt, wären es »animierte Display Images«; zwar lang im Klang, aber korrekter in der Beschreibung.

FOLGEN FÜR DIE BETRACHTENDEN

Ein weiteres Kriterium, das auf gute Plakate zutrifft und welches für »gedruckte Plakate« und »animierte Display Images« gleichermaßen gilt, ist die Kraft und Herausforderung der Auseinandersetzung mit dem Gesehenen. Verflacht die gezeigte bzw. gesehene »Animation« die Fantasie des Betrachters/der Betrachterin, der/die im Fall eines ruhenden Motivs selbst bestimmt, ob sich dort etwas und wie es

sich bewegt? Auf jeden Fall benötigt das »sich Bewegende« eine andere gestalterische Mechanik, einen anderen Wert in Methodik und Ausdruck. All dies führt zu dem Anspruch, die ursprünglichen Gestaltungsqualitäten gedruckter Plakate auch auf diese erweiterten gestalterischen Möglichkeiten und Ausdrucksmittel der Bewegung für wahre Ideen heranzuziehen. Denn beides hat seine Berechtigung und seinen eigenen Reiz. Egal ob »Plakat« oder »animiertes Display Image«: Beide sollten den Betrachtenden bewegen.

ÜBER DEN AUTOR

Sven Ingmar Thies ist selbstständig als Designer tätig und unterrichtet in der Klasse für Ideen der Universität für angewandte Kunst Wien.

www.thiesdesign.com www.klassefuerideen.at



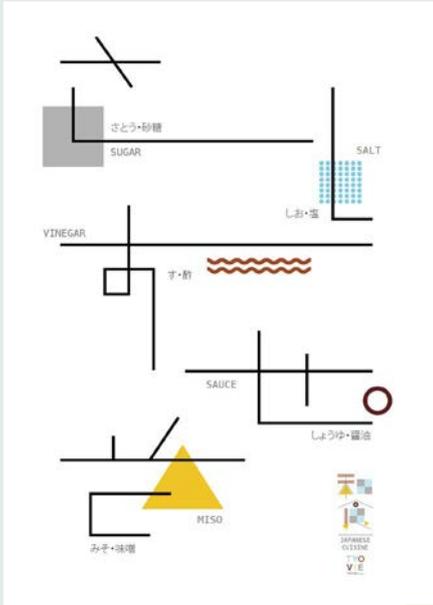
WHAT MATTERS NOW PLAKATPROJEKT UND -AUSSTELLUNG IN TOKIO UND WIEN

Welche Themen beschäftigen heutige Studierende? Was erscheint ihnen wichtig und worüber diskutieren sie? Finden sie Lösungen für Probleme, denen sie sich stellen? Sind es in Japan und Österreich dieselben Themen, über die junge Menschen nachdenken?

Studentinnen und Studenten in Tokio und Wien wählten ihnen wichtige Themen, entwickelten Ideen, diese textlich und visuell umzusetzen, und

finden ihre eigenen Ausdrucksformen. Die Plakate sind Ergebnis eines Kooperationsprojekts der Tama Art University Tokyo und der Universität für angewandte Kunst Wien. Sie entstanden in Professor Toshio Yamagatas Kurs sowie in Professor Matthias Spaetgens' Klasse für Ideen im Kurs »Gestaltung, Plakate entwickeln« von Sven Ingmar Thies. Ausgestellt wurden die über 40 Plakate in zwei zeitgleich stattfindenden Ausstellungen in Tokio und Wien.

www.klassefuerideen.at www.tamabi.ac.jp



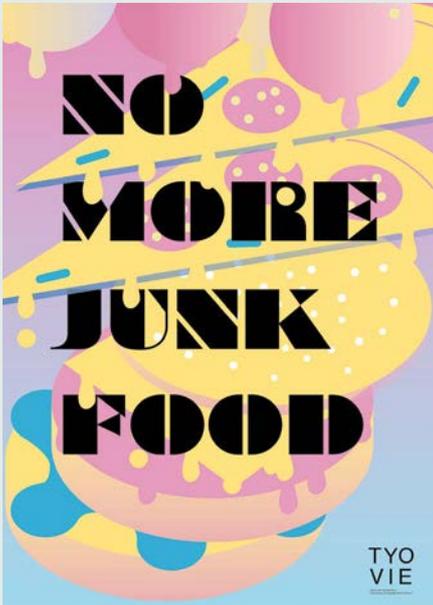
1



2



3



4



5



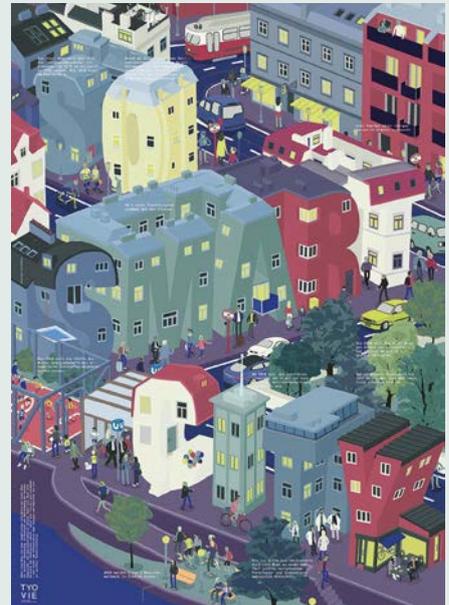
6



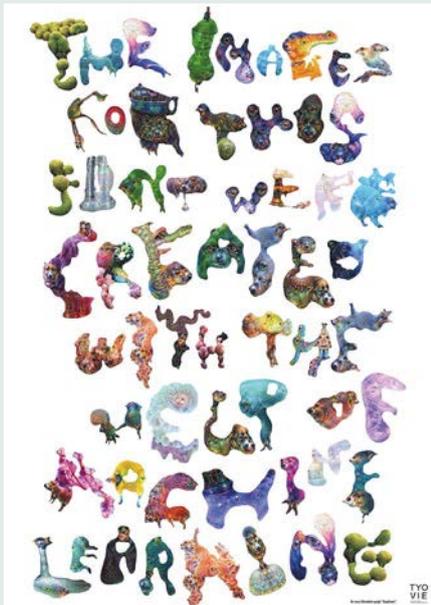
7



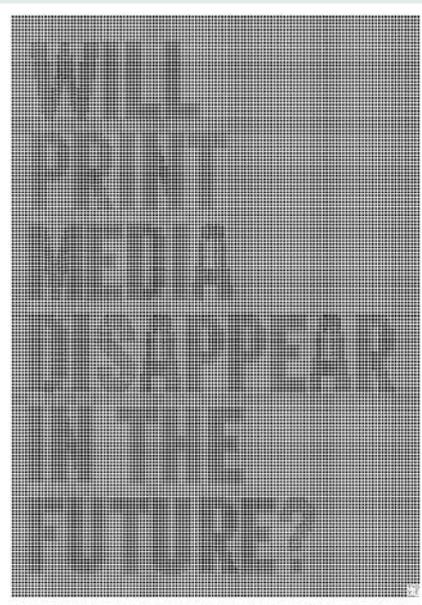
8



9



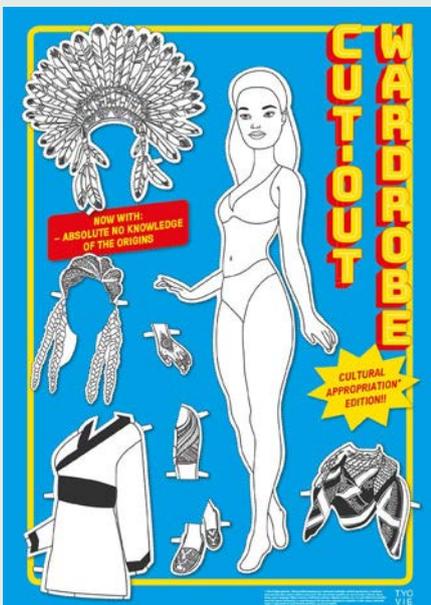
10



11



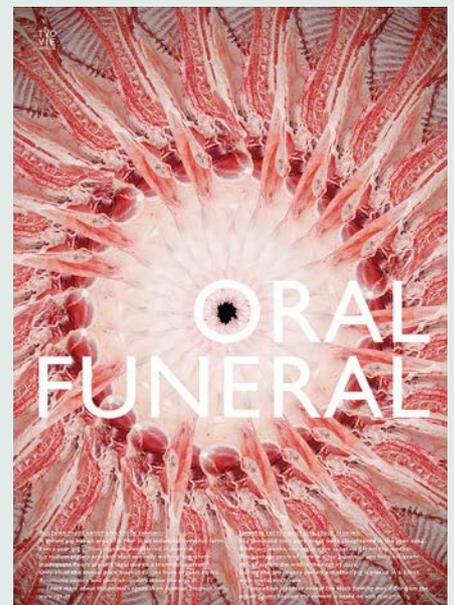
12



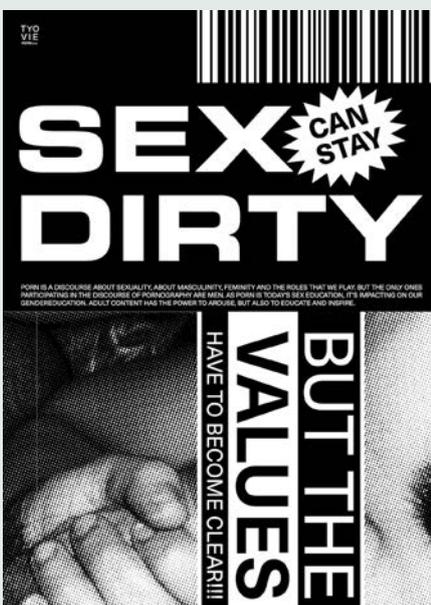
13



14



15



16

- 1 Yang Yang: »Sa Shi Su Se So – Japanese Cuisine«
- 2 Chika Amachi: »Shining Vividly Life«
- 3 Momoko Kohashi: »Love Is in a Meal«
- 4 Jun Ren: »No More Junk Food«
- 5 Kie Honma: »Originally Everyone Is the Same«
- 6 Asuka Miyake: »Blue Sky, Blue Ocean, Blue Mountain«
- 7 Hikari Yoshizaki: »60s Movie World«
- 8 Alexandra Dzhiganskaya: »SHE«
- 9 Felix Malmberg: »Smart City Vienna«

- 10 Franziska Brunner: »The Images for This Font Were Created with the Help of Machine Learning«
- 11 Liza Borovskaya: »Will Print Media Disappear in the Future?«
- 12 Mami Kamiya: »Parent-Child Relationship«
- 13 Martha Schultz: »Cut-out Wardrobe – Cultural Appropriation Edition!!«
- 14 Paulina Slivkova: »Money vs. Climate«
- 15 Raffael Strasser: »Oral Funeral«
- 16 Stefanie Wurnitsch: »Sex Can Stay Dirty«

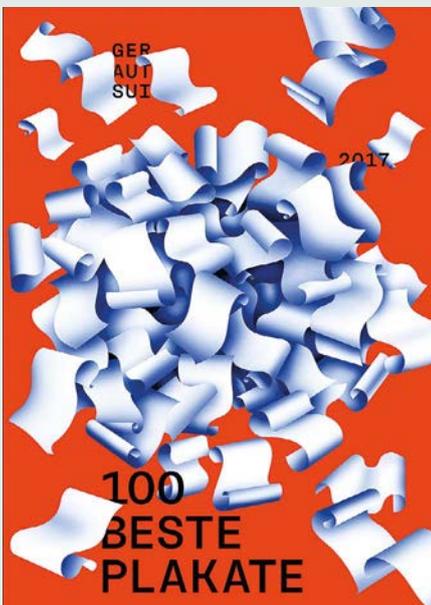
DAS ERSCHEINUNGSBILD DER »100 BESTEN PLAKATE« KLASSE FÜR IDEEN GESTALTET GANZHEITLICH

In Matthias Spaetgens' Klasse für Ideen in Grafik und Werbung an der Universität für angewandte Kunst Wien wurden in Sven Ingmar Thies' Kurs »Ganzheitliches Design« Konzepte des Erscheinungsbilds des Wettbewerbs »100 BESTE PLAKATE 17 Deutschland Österreich Schweiz« entwickelt und gestaltet. Ziel war, die Arten der Mediennutzung zu hinterfragen und medienübergreifend ein ganzheitliches Erscheinungsbild zu entwickeln – beginnend bei Druckmedien und der Website über soziale Medien bis hin zur Ausstellungsgestaltung.

Der Entwurf von Tessa Sima sah zum Beispiel vor, Gestalter und Nicht-Gestalter zu fragen, was sie über Plakate denken. Die Antworten wären in allen Anwendungen in einem festgelegten Gestaltungsstil gezeigt worden, dessen Layout angepasst hätte. Ziel war es, eine grundsätzliche Auseinandersetzung mit dem Thema Plakat anzuregen. Aus 11 Gruppen und 18 Konzepten wählte die Jury das Konzept von Jakob Mayr und Kilian Wittmann aus, welches mit einer noch unveröffentlichten Schrift des Gestalters Paul Katterl und für den Wettbewerb zusätzlich gezeichneten Glyphen umgesetzt wurde. Im Ausstellungsbuch regen reproduzierte 1:1-Ausschnitte aller Plakate dazu an, sich des Unterschieds zwischen »realen« und »abgebildeten« Plakaten bewusst zu werden. Dieses Konzept setzten die beiden für den aktuellen Wettbewerb um.

www.klassefuerideen.at www.100-beste-plakate.de

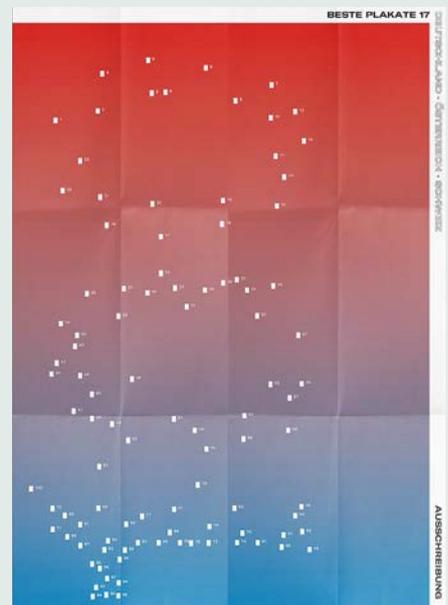
1



2



3



1 Michael Niedermaier & David Leitner

2 Alexandra Dzhiganskaya & Martha Schultz

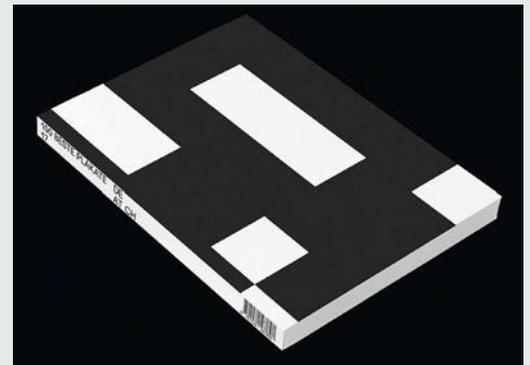
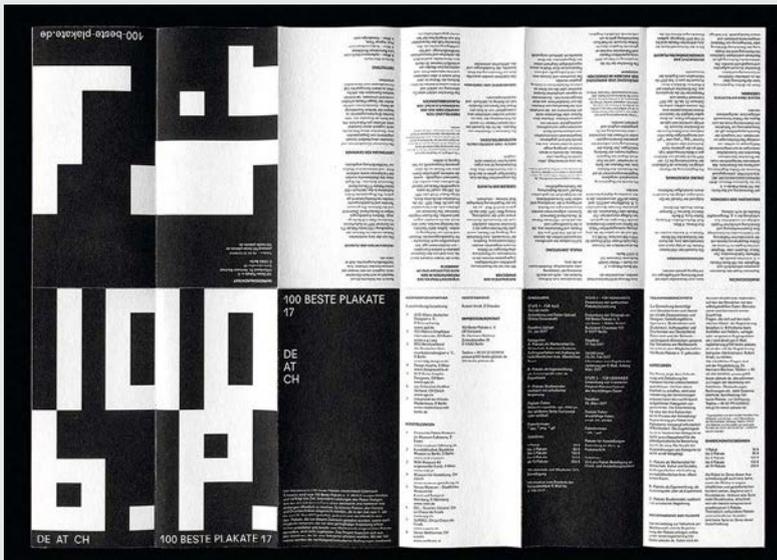
3 Felix Malmberg & David Gallo



2



3



4

- 4 Liza Borovskay & Stefanie Wurnitsch
- 5 Michael Plessl & Raffael Strasser
- 6 Tessa Sima
- 7 Jakob Mayr & Kilian Wittmann
(realisierter Entwurf)

100 BESTE PLAKATE 17 IM MAK

Auch 2018 werden die Sieger des Wettbewerbs *100 BESTE PLAKATE 17*. Deutschland Österreich Schweiz im MAK präsentiert. Wirkungsvoll und dicht geht ideenbasiertes Plakatdesign erneut auf die Suche nach aktuellen Trends. Die Schau läuft von **27. Juni** bis **23. September 2018** im MAK Design Labor. (Siehe auch unter »Erfolge«.)

www.mak.at | www.100-beste-plakate.de



5



7



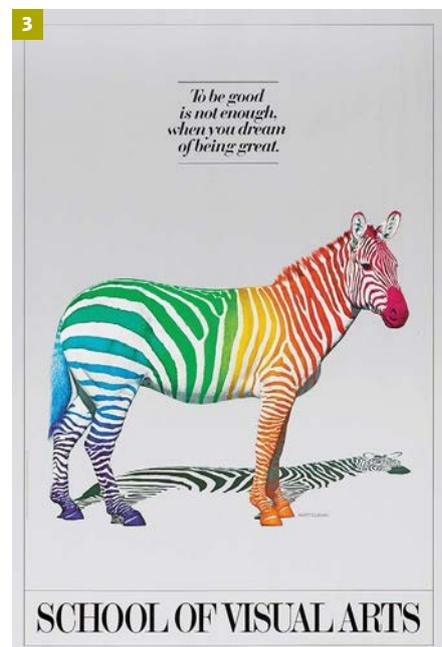
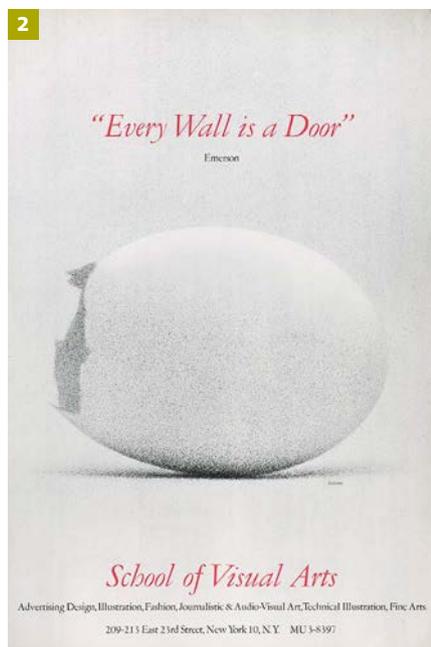
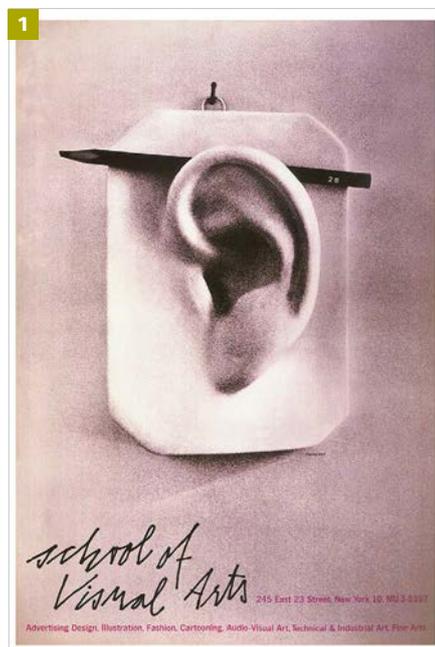
6

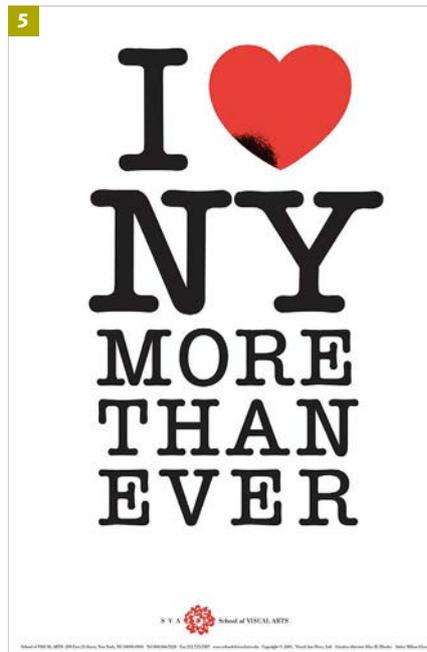
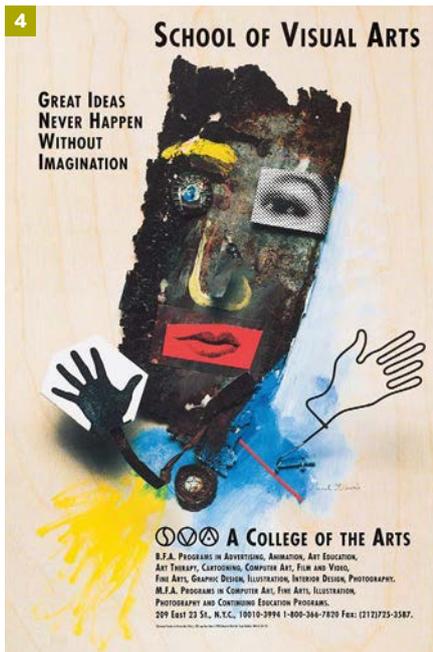
UNDERGROUND IMAGES SUBWAY POSTERS DER SCHOOL OF VISUAL ARTS NEW YORK

Die Ausstellung »Underground Images« im designforum Wien präsentierte im März und April sechzig Posters, die für den »Untergrund« – das weitläufige New Yorker U-Bahn-Netz – entstanden sind. Alle Plakatentwürfe stammten von Lehrenden der renommierten School of Visual Arts (SVA) und wurden ab 1947 umgesetzt. Kuratiert wurde die Wanderausstellung von Anthony P. Rhodes, Executive Vice President der SVA. Für alle, die nicht die Möglichkeit hatten, die Schau zu besuchen, bringen wir hier einen kleinen Rückblick!

In den 1950er-Jahren sah man in den U-Bahn-Gängen von New York zumeist nur knallharte Produktwerbung und Reklamen für Broadway-Shows. Dieses Bild änderte sich mit den Posters der School of Visual Arts. Die künstlerisch anspruchsvollen und für damalige Sehgewohnheiten ungewöhnlichen Plakate, die der Eigenwerbung der angesehenen Hochschule dienten, erzählen auch eine Geschichte der Entwicklung von Grafik- und Informationsdesign. Ab Mitte der 1950er-Jahre setzte die School of Visual Arts auf eine alternative Strategie, um neue Studierende zu akquirieren. Sie eignete sich die Bahnsteige der New Yorker U-Bahn an, indem sie von heute legendären Kommunikationsdesignern wie Ivan Chermayeff, Milton Glaser, George Tscherny oder Stefan Sagmeister ersonnene Sujets affichierte, die sowohl als Eyecatcher fungierten, als auch zum Nachdenken anregten. Gestaltet wurden sie allesamt von an der SVA beheimateten Kreativen, die mit ihren Arbeiten die Möglichkeiten des künstlerischen Ausdrucks zum Zweck der Wissensvermittlung ausloten wollten. Wie die Hochschule selbst wurden diese U-Bahn-Plakate, die als Ausdruck von Kreativität und Risikobereitschaft zu werten sind, ein untrennbarer Bestandteil der Stadt.

In der Ausstellung waren Werke von 32 Künstlerinnen und Künstlern zu sehen: Gail Anderson, Marshall Arisman, Gene Case, Ivan Chermayeff, Paul Davis, Sal De Vito, Stephen Doyle, Louise Fili, Audrey Flack, Nathan Fox, Bob Gill, Robert Giusti, Milton Glaser, Phil Hays, Steven Heller, Mirko Ilic, Viktor Koen, Stephen Kroninger, Marvin Mattelson, Clay Patrick McBride, James McMullan, Jerry Moriarty, Tony Palladino, Edel Rodriguez, Stefan Sagmeister, David Sandlin, Paula Scher, Yuko Shimizu, Eve Sonneman, George Tscherny, James Victore und Robert Weaver. Seit gut siebzig Jahren ist die School of Visual Arts eine der führenden Ausbildungsstätten für KünstlerInnen, DesignerInnen und Kreative weiterer Disziplinen. Mit hochrangigen SpezialistInnen, einem dynamischen Lehrplan und ihrem Fokus auf kritischem Denken ist die SVA ein Katalysator für Innovation und soziale Verantwortung. Mit über 6000 Studierenden am Campus Manhattan und 35.000 AbsolventInnen in über hundert Ländern repräsentiert die SVA eine der einflussreichsten künstlerischen Communities weltweit.





STATEMENTS VON SVA-GESTALTERN¹

Paul Davis (geb. 1938)

»In den frühen 50ern boten die U-Bahnen nur knallharte Produktwerbungen und Reklame für Broadway-Shows – nichts wirklich Hochwertiges. Als Silas [Anm. d. Red.: Silas H. Rhodes, Gründer der SVA] mit dem Poster-Format für die School of Visual Arts daherkam, brachte er tatsächlich das Thema Kunst in die U-Bahn-Gänge. Seit Cassandre [Anm. d. Red.: A. M. Cassandre, russisch-französischer Grafiker und Künstler] in den 30ern hatten Posters nicht mehr eine solche Wirkung auf die Öffentlichkeit. Es war eine geniale Idee. Davor waren Plakate generell rückläufig gewesen.«

Milton Glaser (geb. 1929)

»Wenn man für die School of Visual Arts Plakate gestaltet, spricht man ein visuelles, anspruchsvolles und auch theoretisch an visuellen Dingen interessiertes Publikum an – ein Publikum, das fähig ist, mit Vielschichtigkeit und Mehrdeutigkeiten umzugehen. Für diese Leute kann man Dinge machen, die über herkömmliche Möglichkeiten hinausgehen. Jede Art von Gestaltung ist kontextbezogen, und jedes Design beginnt damit, dass man dem Publikum Rechnung trägt. Wenn es kein Interesse an Bildern und kein Zugeständnis an Zwischentöne gibt, wählt man nicht diese Form, um sein Publikum anzusprechen. Ich glaube, dass die Arbeiten, die ich für die Hochschule geschaffen habe, experimentierfreudiger sind als alles, was ich sonst gemacht habe – vor allem wegen des Publikums.«

George Tscherny (geb. 1924)

»Zu jener Zeit, als ich das Ei und auch den Bleistift im Ohr (Abb. 1, 2) schuf, war es unüblich, Fotos für die Gestaltung von Plakaten heranzuziehen. Plakate waren zumeist nicht konkret illustriert, sondern in einem Hard-Edge-Design gestaltet – der Einfluss Cassandres war immer noch präsent. Fotografen

zu engagieren, war damals wirklich etwas Neues. Interessanterweise habe ich das ein wenig umgedreht – als Reaktion auf den Computer. Heutzutage versuche ich, auf Technologien basierende Lösungen möglichst zu umgehen.«

Marvin Mattelson (geb. 1947)

»Ein Plakat für die School of Visual Arts zu gestalten, bedeutete mir viel. Die Künstler, die vor mir Posters gemacht hatten, hatten die Latte sehr hoch gelegt. Ich fühlte mich wirklich unter Druck, etwas zu schaffen, das die Bedeutung meines Plakattitels widerspiegeln würde. Wenn ich ein Credo für mich selbst als Person und Künstler hätte wählen müssen, dann hätte ich mich für eben diesen Titel entschieden. Ich bin nie mit etwas zufrieden. Ich möchte immer, dass es besser und großartiger wird. Das klassische Zebra (Abb. 3) war eine Definition meiner selbst.«

Marshall Arisman (geb. 1937)

»Plakate gehören zu den spannendsten Aufträgen, die ich erhalten habe, vor allem, weil ich damit die Möglichkeit habe, etwas Visuelles zu schaffen, das in der Größe eines Gemäldes reproduziert werden wird. Man möchte, dass es von der Ferne wirkt, und wie bei allen guten Illustrationen besteht das Ziel darin, dass dem Betrachter sofort etwas vermittelt wird. Die Poster-Aufträge für die SVA machen besonders viel Spaß, denn wenn man in New York City lebt, trifft man in jeder U-Bahn-Station auf die eigenen Werke und sieht auch die Reaktionen der Menschen, die sie betrachten. Es kommt so selten vor, dass man Menschen dabei beobachten kann, wie sie etwas ansehen, dass man manchmal vergisst, dass Kunst tatsächlich eine Verbindung zu einem Publikum außerhalb der eigenen Familie und dem eigenen Freundeskreis herstellt.«

- 1 George Tscherny: »Ohne Titel«, 1959
- 2 George Tscherny: »Every Wall Is a Door«, 1961
- 3 Mattelson Marvin: »To Be Good Is Not Good Enough. When You Dream of Being Great.«, 1982
- 4 Paul Davis: »Great Ideas Never Happen Without Imagination«, 1992
- 5 Milton Glaser: »I Love New York More than Ever«, 2001
- 6 Arisman Marshall: »Art Is the Space Between Angels & Demons«, 2014

¹ »SVA Gold: 50 Years of Creative Graphic Design«, PBC International, Inc., 1997

DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

we
design
austria

DESIGNAUSTRIA- VORSTANDSWAHL 2018–2020

Am Freitag, dem **7. Dezember 2018** findet im designforum Wien die designaustria-Generalversammlung samt der Wahl des Vereinsvorstands für die Periode 2018–2020 statt. Mitglieder, die sich bei designaustria, der Interessenvertretung und dem Wissenszentrum für Design in Österreich engagieren und über die Zukunft der Organisation mitentscheiden wollen, hatten bis 30. April Gelegenheit, sich als Vorstandsmitglied bewerben.

Die vom Wahlbeirat aufgestellten KandidatInnen präsentieren sich seit 30. Mai online auf der designaustria-Website. Noch bis **18. Juni 2018** haben alle designaustria-Mitglieder die Möglichkeit, sich an der Online-Wahl zu beteiligen und die KandidatInnen ihres Vertrauens zu wählen. designaustria-Mitglieder haben rechtzeitig ein Erinnerungsmail mit Link zur Wahl erhalten.

SO FUNKTIONIERT'S:

___ Einloggen mit Namen und designaustria-

Mitgliedsnummer auf designaustria.at/wahl2018

___ Es können bis zu fünf KandidatInnen gewählt werden. Wenn man sich für keine/n der aufgestellten KandidatInnen entscheiden möchte, besteht auch die Möglichkeit, weiß zu wählen – einfach, um sein Interesse an designaustria zu zeigen.

Die Ergebnisse der Online-Wahl werden am 20. Juni 2018 bekannt gegeben. Der aktuelle Vorstand, bestehend aus Benno Flotzinger, Martin Föbleitner, Anna Maislinger und Jürgen Schremser, wird den Zeitraum bis zur Generalversammlung Anfang Dezember für die Amtsübergabe nutzen und gegebenenfalls Zuständigkeitsbereiche an neu gewählte KandidatInnen übertragen. Im Dezember 2018 wird der Online ermittelte Wahlvorschlag von den anwesenden Mitgliedern in der Generalversammlung bestätigt.

Weitere Informationen zur designaustria-Vorstandswahl 2018 auf:

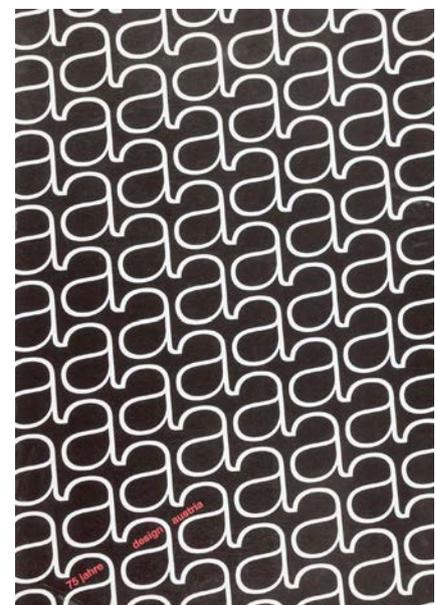
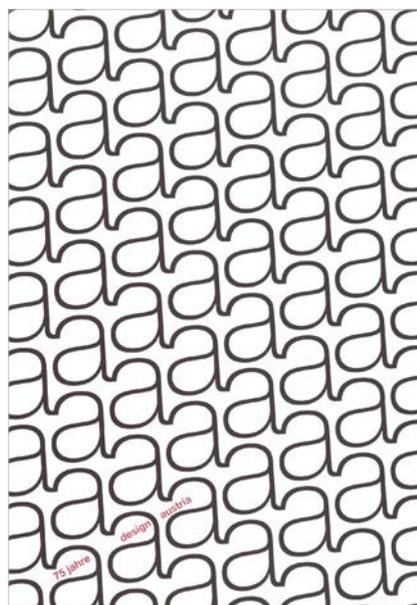
designaustria.at/wahl2018

WER HAT DAS GESTALTET???

Zu den Jubiläen von designaustria – zum 75er, 80er, 85er und jüngst zum 90er – haben Mitglieder und Freunde des Verbandes immer wieder Plakate gestaltet und uns zum Geschenk gemacht. designaustria bereitet die Herausgabe eines Jubiläumsfolders vor, in dem alle diese Affichen als stolze Sammlung abgebildet werden sollen. Drei zum 75-jährigen Bestehen gestaltete Plakate aus dem Jahr 2002 konnten bedauerlicherweise keinem Urheber/keiner Urheberin mehr zugeordnet werden. Wir vermuten, dass sie aus einer Vorarlberger Kreativschmiede stammen. Sachdienliche Hinweise, um welchen Gestalter/welche Gestalterin es sich konkret handelt, werden gerne unter redaktion@designaustria.at entgegengenommen.

□ Anonym: Plakate

»75 Jahre designaustria«



NEUE PUBLIKATIONEN: »DESIGN: AUFTRAG & RECHT« UND »DESIGN: KALKULATION & HONORAR«

Neben professionellem Gestalten sind die professionelle Abwicklung und Kalkulation eines jeden Gestaltungsauftrags das Um und Auf in der täglichen Arbeit eines/einer GestalterIn. Um hier Unterstützung und Hilfe zu bieten, war es das Ziel von designaustria, mit den Publikationen »Design: Auftrag & Recht« und »Design: Kalkulation & Honorar« umfassende berufswirtschaftliche Kompendien vorzulegen, die unter Mitwirkung von GestalterInnen und JuristInnen entstanden sind.



»DESIGN: AUFTRAG & RECHT«

Die fundierten berufsrechtlichen Informationen und Publikationen von designaustria, insbesondere die Allgemeinen Auftragsbedingungen designaustria (AAB DA), Musterverträge und Urheberrechtsinformationen werden im Band »Design: Auftrag & Recht« aktualisiert zusammengefasst. Die Publikation soll in komprimierter Form nicht nur die kreativen Berufsausübenden selbst, sondern auch deren AuftraggeberInnen unterstützen und ein professionelles Vorgehen während des gesamten Prozesses eines Gestaltungsauftrags gewährleisten. Dass sich Design zu einem nicht mehr wegzudiskutierenden Wirtschafts- und Wachstumsfaktor entwickelt hat, bezeugen zahllose Beispiele; wie sich AuftraggeberInnen diesen zunutze machen können, dokumentieren die nachfolgenden Schlagworte, die jederzeit auch als Argumentarium eingesetzt werden können:

Design bietet ...

- ___ benutzerfreundliche und attraktive Produkte
- ___ eine wettbewerbsfähigere Marktposition
- ___ bessere Verkaufsergebnisse
- ___ höhere Umsätze und Gewinne
- ___ Professionalisierung der Unternehmensführung
- ___ effiziente Unternehmensprozesse
- ___ Kostenersparnis
- ___ Exportsteigerung
- ___ starkes Image
- ___ klare Unternehmenskommunikation
- ___ Antworten auf tatsächliche Kundenbedürfnisse
- ___ kreative und neue Lösungen
- ___ hohe Kundenzufriedenheit

Die Publikation bietet neben rechtlichen Informationen und umfassenden Hinweisen zur Auftragsabwicklung auch Checklisten für die Bereiche Grafikdesign, Produktdesign und Illustration an. Natürlich stellt Design auch einen Kostenfaktor dar; entscheidend ist, dass dieser primär als Investition zu sehen ist, denn – wie oben dargelegt – es rechnet sich!

»DESIGN: KALKULATION & HONORAR«

Wie dieser Kostenfaktor aufgebaut ist, was in ein Gestaltungshonorar einfließt und wie ein angemessener und fairer Preis für Kreativleistung zu kalkulieren ist – damit beschäftigt sich der Band »Design: Kalkulation & Honorar«, der als lange erwartetes Orientierungshilfe für Designschaffende erschienen ist. Qualitativ hochwertige Gestaltung erfordert neben Talent und fundierter Ausbildung eine professionelle kaufmännische und rechtlich abgesicherte Auftragsabwicklung. Dafür hat designaustria nun in Kooperation mit der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer Wien einen berufswirtschaftlichen Leitfaden vorgelegt, der in komprimierter Form Unterstützung für Berufsausübende und deren AuftraggeberInnen anbietet, um Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten. Konkret erfährt man, wie Stundensätze kalkuliert werden, was es mit der Berechnung von Nutzungsrechten auf sich hat und wie es um das allgemeine Honorarniveau in Österreich bestellt ist.

Weitere Orientierungshilfe leistet die Dokumentation von Ergebnissen extern beauftragter Umfragen zur Marktsituation und wirtschaftlichen Lage der Berufsausübenden in Österreich in den einzelnen Teilbereichen Grafik- und Kommunikationsdesign, Produkt- und Industriedesign sowie Illustration. Erhobene Wirtschaftsdaten geben Einblick in Status und Entwicklung der Branche und erlauben zudem Rückschlüsse und Prognosen. »Design: Kalkulation & Honorar« zieht darüber hinaus einen Ländervergleich mit Deutschland: In Relation gesetzt werden Auftragsquellen, Einkommen und Berufszufriedenheit.

Band 1 »Design: Auftrag & Recht« und Band 2 »Design: Kalkulation & Honorar« liegen dieser Ausgabe der designaustria-Mitteilungen als kostenloses Exemplare für designaustria-Mitglieder bei. Weitere Exemplare können zum Preis von Euro 79,20 (Band 1) bzw. Euro 92,40 (Band 2) unter service@designaustria.at bestellt werden. Preise inkl. 10% USt.



MARIA LECHNER – ART DIRECTOR & DESIGNER



Maria Lechners Verständnis von gutem Grafikdesign ist mit wenigen Worten präzise beschrieben: Gutes Design schafft Verbindungen, weckt Emotionen und stiftet Identität – gelungene Umsetzungen wissen Menschen zu berühren und eine unmittelbare Wirkung zu erzielen. Dementsprechend bilden visuelle Kommunikation und visuelle Gestaltung die Schwerpunkte in der Arbeit der gebürtigen Salzburgerin mit Lebensmittelpunkt Wien. Selbstständig ist sie seit dem Jahr 2015. Sie setzt dabei auf große Vielseitigkeit.

Buchgestaltung und Webdesign beschäftigen sie ebenso wie Corporate Design, Editorial Design und Fragen der visuellen Identität. Aber auch Coding gehört zu den Tätigkeitsbereichen ihres Büros. Und ihr Verhältnis zum Thema Typografie ist ausgesprochen leidenschaftlich. Vielfalt war immer schon ein großes Thema. Als Art Director und Leiterin der Grafikabteilung des Bohmann Verlags war Maria Lechner mehrere Jahre lang für ein breites Spektrum an Medien der Stadt Wien verantwortlich. Heute zählen Medienhäuser wie der Falstaff Verlag, aber

auch große Unternehmen wie EVVA Sicherheitstechnologie sowie kommunale Auftraggeber wie Magistratsabteilungen der Stadt Wien zu ihren Kunden. Auch für klein- und mittelständische Unternehmen konzipiert und realisiert sie Kommunikationslösungen von Print bis Digital. An der »Graphischen« unterrichtet Maria Lechner im Fachbereich Grafik und Kommunikationsdesign.

Zudem versteht sie sich als Netzwerkerin, die ihre Projekte sehr pragmatisch angeht, wie etwa ihr Engagement für Ladies, Wine & Design demonstriert – eine Plattform für junge Grafikerinnen und Designerinnen, die ursprünglich von der US-amerikanischen Designerin Jessica Walsh in New York ins Leben gerufen wurde. Maria Lechner hat Walshs Initiative für Wien adaptiert und veranstaltet monatliche Abende im Zeichen des Austauschs und der Vernetzung. Gestaltungsfragen werden dabei ebenso thematisiert wie etwa die ökonomischen Aspekte des Designberufs.

www.marialechner.com

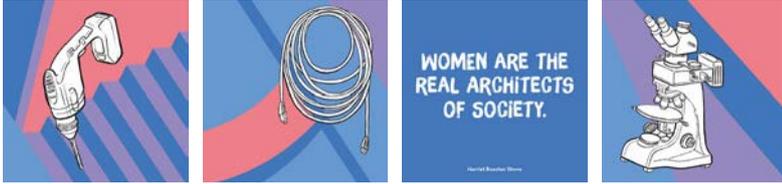
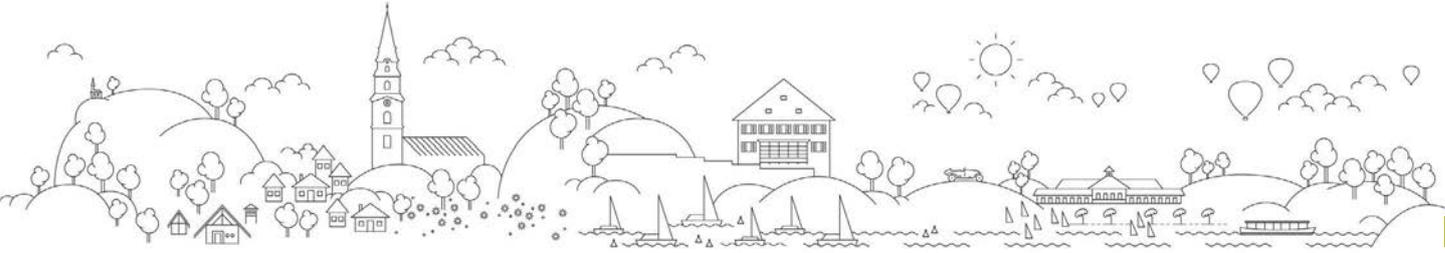


- 1 Art Direction für Falstaff Living sowie für Man's World
- 2 Gezählt, gemessen, inszeniert – ein Buch über Wien. Über 40 Themen wurden in Form von Infografiken umgesetzt. Entstanden in Zusammenarbeit mit Johannes Luxner und Jennifer Lippert.
- 3 Im Herzen des Salzburger Seenlandes liegt Mattsee, idyllisch eingebettet zwischen drei Seen. Im Zuge der Entwicklung des neuen Erscheinungsbilds entstanden Illustrationen, die High-Lights der Region herausstreichen.

- 4 Der Wiener Töchtertag hat zum Ziel, Mädchen für handwerkliche oder technische Ausbildungen zu begeistern. Entwicklung der Key Visuals 2018–2020
- 5 Visuelles Erscheinungsbild für POSH cycling, ein kleines, feines Fahrradgeschäft in Ybbs an der Donau, das sich feinstem Handwerk verschrieben hat.



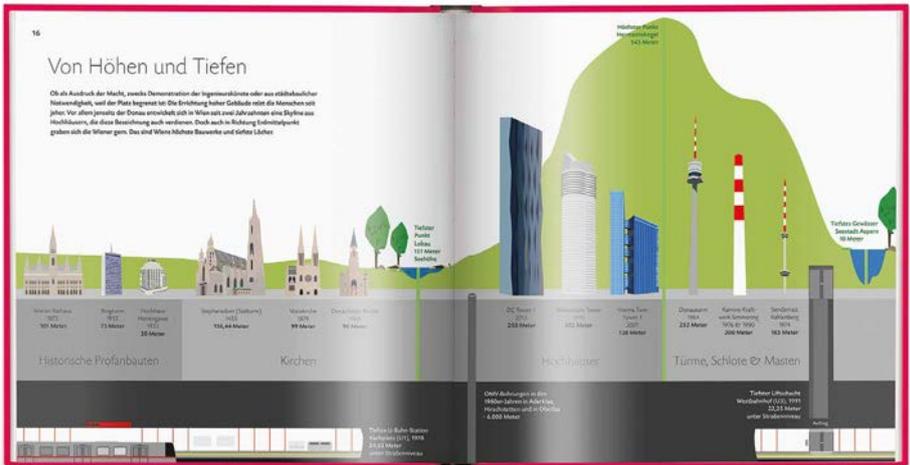
2



4



5



DIE NÄCHSTEN TERMINE FÜR LADIES, WINE & DESIGN IN WIEN:



Ladies, Wine & Design Vienna ist eine monatlich stattfindende Gesprächsreihe, die im Februar 2016 von Maria Lechner gestartet wurde, mit dem Ziel, auch in Wien einen kleinen Beitrag zu mehr Kooperation unter kreativen Frauen zu leisten. Inspiriert ist die Initiative von Jessica Walsh, Partnerin bei Sagmeister & Walsh, New York.

18. Juni, 19 Uhr THE ART OF COMMUNICATION

mit Cora Akdogan

@ Hotel am Brillantengrund

Die Qualität der Kommunikation ist im kreativen Prozess entscheidend. Wer sich versteht, bringt Gemeinsames besser ins Ziel und erhöht die Präzision in der medialen Vermittlung. Doch gute Kommunikation ist eine hohe Kunst, die nicht zuletzt auf Empathie beruht – sei es im Arbeitsprozess mit KollegInnen oder im Austausch mit dem Kunden. Buchdesignerin Cora Akdogan, deren berufliche Wurzeln im Ausstellungsdesign liegen, macht die Relevanz bedachter Kommunikation zum Thema.

www.capitale.wien

23. Juli, 19 Uhr HALF-BAKED IDEAS

mit Julia Schäfer und Sabine Ortlieb

@ 101 Coding und Design

Der Start der neuen LWD-Studio-Edition führt in die Räume der Agentur 101, wo zum Auftakt der Kreativprozess im Mittelpunkt stehen wird.

www.101.at

Für die Teilnahme schickt eine Mail an hi@ladieswinedesign-vie.at. Die Teilnahme ist kostenlos, Reservierung erforderlich (first come, first serve). Weitere Termine und Infos auf der Website:

www.ladieswinedesign-vie.at

GUT GEWORBEN – GUT GESTALTET NIKOLAI BORG (1919–2018)

von *Andreas Koop*



Wenige Tage vor seinem 99. Geburtstag starb Nikolai Borg am 22. Januar 2018 in Klagenfurt. Mein Anruf für eine Gratulation wurde zur Beileidsbekundung an seine Frau. Einen Nachruf auf ihn zu schreiben ähnelt jetzt ziemlich genau der Aufgabe vor acht Jahren, als es galt, seine Biografie (und vor allem seine Arbeiten) auf 48 Seiten darzustellen. Denn mit ihm wurde die Reihe »design|er|leben« begründet – mittlerweile sind bereits 19 Bände mit Porträts von Designerinnen und Designern erschienen. Sein Leben hier in kurzen Zügen nachzuzeichnen, erscheint also einigermaßen aussichtslos. Und trotzdem sei es versucht: Geboren wurde Borg am 7. Februar 1919 in Münster, Westfalen, doch schon im nächsten Jahr folgte der Umzug ins schwedische Stockholm. Nach dem Tod des Vaters 1923 – er hatte dort eine Lokomotivfabrik geleitet – zog er 1927 mit seiner Mutter und dem älteren Bruder nach Berlin, ging zur Schule und schätzte die lebendige Stadt sehr. Ich bin dabei immer geneigt, an »Emil und die Detektive« zu denken, was zeitlich und vom Stadtteiler her sogar passt!

Den Einstieg in die Grafik – in die Gebrauchsgrafik – machte Borg nach der Oberrealschule 1935 an der Meisterschule für das grafische Gewerbe, zwei Jahre später folgte der Wechsel an die Kunstakademie. Ausführungen zu seinen Lehrern (Boeland, Hadank), seinem Umfeld und dieser Zeit generell würden hier zu weit führen: Aber der Borg gewidmete Band #01 der »design|er|leben« ist ja noch erhältlich! 1938 gab es einen bundesweiten Wettbewerb für die Gestaltung eines Signets für die Deutschen Jugendherbergen, den der junge Student gewonnen hatte

und danach von Fritz Todt beauftragt wurde, auch eines für das KdF-Seebad in Rügen zu gestalten und ein weiteres für den KdF-Wagen (den Vorläufer des Volkswagens) – eine Sache, deren Ausgang ihn bis zum letzten Tag seines Lebens umtrieb und wütend machte. Doch gaben die Zeitläufte erst einmal eine andere Richtung vor: die Einberufung zur Armee. Nach zwei Jahren bekam Borg dann überraschend die Möglichkeit, sein Studium abzuschließen. 1943 heiratete er, und das erste Kind ließ nicht lange auf sich warten. Dazwischen und danach gab es wieder Kriegseinsätze – mit einer schweren Verwundung im Winter 1943/44. Über Finnland ging es dann zur »Wiederauffrischung« nach Südfrankreich. Doch endete diese letztlich in einem Lazarett in Berlin, wo er unterernährt und mittellos kurz vor Kriegsende entlassen wurde. Er arbeitete einige Zeit in Norddeutschland bei einem Bauern, wo seine Familie untergekommen war – das zweite Kind kam dort auf die Welt – und sie mehr schlecht als recht über die Runden kamen. Mit Zeichnungen und Kinderbüchern (als Tauschware!) begann er, wieder gestalterisch zu arbeiten.

1948 fand dann der Umzug an den Bodensee statt, nach Meersburg, wo Nikolai Borg ein Studio einrichtete und über alte Kontakte versuchte, an Arbeit zu kommen. Der erste Auftrag kam von einem Eau-de-Cologne-Hersteller in Köln. Es folgten andere – so wurde Borg langsam zum Spezialisten für Verpackungen und die Bewertung ihrer Inhalte. Es entstanden aber auch Bücher wie die Firmenchronik für Karstadt (eines der »Schönsten Bücher Deutschlands« 1956), für die er auch das inhaltliche Konzept entwickelt hatte. Weil er nach und nach immer mehr zu einer Werbeagentur wurde, gründete er 1957 mit einem Kaufmann zusammen die Wirtschaftswerbung GmbH; kurz darauf zogen Familie und Büro nach München. In den 1960er-Jahren hatte er seine erfolgreichste Zeit. Zu den Kunden des Büros gehörten Bahlsen, Sprengel, Danone, Kreuzer, Inka-Kosmetik und viele mehr. Borg war einer der Ersten, der beispielsweise Kekse nicht mehr malte, sondern als Fotografie darstellte – und der die Verbindung von Marke, Erscheinungsbild, Verpackung und Werbung sah. Einen herben Rückschlag musste er 1964 hinnehmen, als ihn sein Partner hinterging und mit vielen gemeinsamen Kunden eine eigene Agentur gründete; sein eigenes neues Unternehmen benannte er daraufhin um in »AB – Agentur Borg«. Diese war wieder kleiner, was ihm nicht unrecht war, denn die tagtägliche Arbeit hatte immer weniger der »eigentlichen« geglichen. In den 1970er-Jahren wurde – das erzählen unisono alle Grafikerinnen und Grafiker dieser Zeit – das Geschäft schwerer: Immer mehr amerikanische Großagenturen witterten einen Markt in Europa, präsentierten mit viel Hokuspokus, gingen in Vorleistung, versprachen viel und boten alles aus einer Hand.

- 1 Logos: Volkswagen, Soletti, Bahlsen, Karstadt
- 2 Verpackung Leibniz-Butterkeks für Bahlsen
- 3 Verpackung Kinderkeks »Zoo« für Bahlsen
- 4 Verpackungen Wein- und Sektkellerei Deinhard



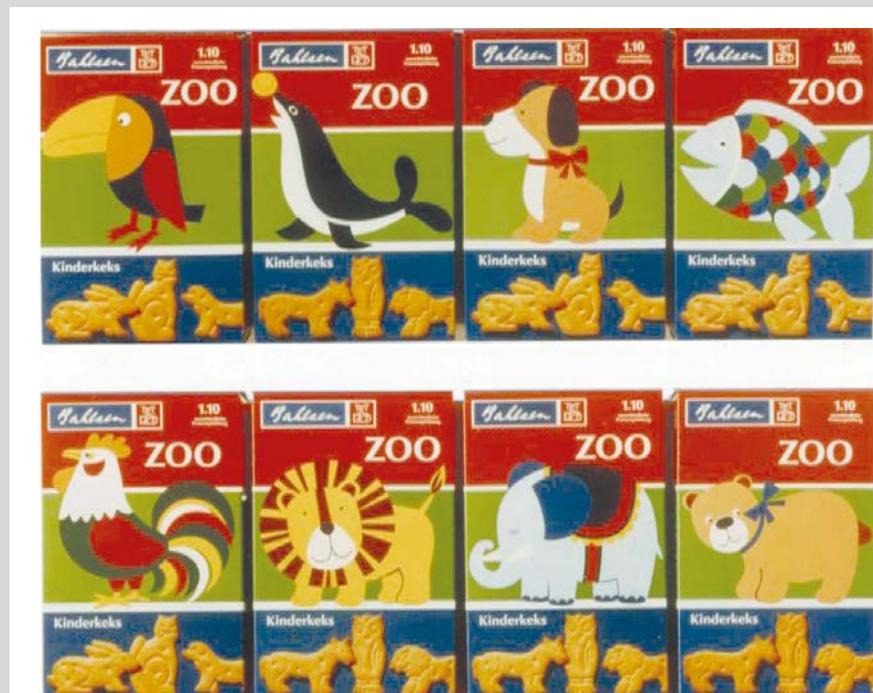
1977 zog er schließlich mit seiner späteren zweiten Frau nach Thiersee in der Nähe von Kufstein, wo die beiden vorher schon oft im Urlaub gewesen waren und eine Art zweiten Wohnsitz hatten. Damit war man weiter weg vom Geschehen, »vom Schuss«. 1982 kam es schließlich zur Heirat mit Doris, die ihn bis zum letzten Tag zuhause pflegte und für ihn da war. Mit dieser Ehe wurde Borg auch österreichischer Staatsbürger. Immer mehr widmete er sich seinen freien künstlerischen Arbeiten, in denen er sich beispielsweise mit der damals neuen Euro-Währung oder mit dem Thema Umweltverschmutzung auseinandersetzte und die in München, Wien, Innsbruck und Bozen ausgestellt wurden. Es entstand auch eine Reihe von Reliefs von Gebäuden und Städten – etwa eine historische Bildkarte der »Gefürsteten Grafschaft Tirol« und eine Bildkarte Kärntens. 1988 trat er offiziell in den Ruhestand, ab 2007 lebte er in Klagenfurt.

Im Jahr 2004 ging der – von designaustria unterstützte – Prozess gegen die Volkswagen AG über die Bühne. Nikolai Borg wollte als Urheber des VW-Signets bestätigt werden. Weniger aus finanziellen Gründen als um der Anerkennung im buchstäblichen Sinn willen. Das aber ging mehr oder minder schief, aus für Außenstehende nur schwer nachvollziehbaren Gründen – wie so oft, wenn Nicht-Gestalter über Design reden und es bewerten. Zudem gab es wohl tatsächlich eine gewisse »Parallel- oder Doppelschöpfung«. Wie auch immer, der Autobauer wollte nicht nachgeben, der Autor konnte nicht recht beweisen, was vor vielen Jahrzehnten gewesen war und zu allem Überfluss auch noch in einer zerbombten Wohnung verbrannte. Immerhin kam ich auf diese Weise – indem ich zufällig einen Artikel darüber las – mit Herrn Borg in Kontakt, woraus eine besondere Freundschaft entstand. Eine, für die ich sehr dankbar bin. Nikolai Borg war für mich immer auch ein Fenster in eine vergangene Zeit, die mich selbst sehr beschäftigt.

2



3



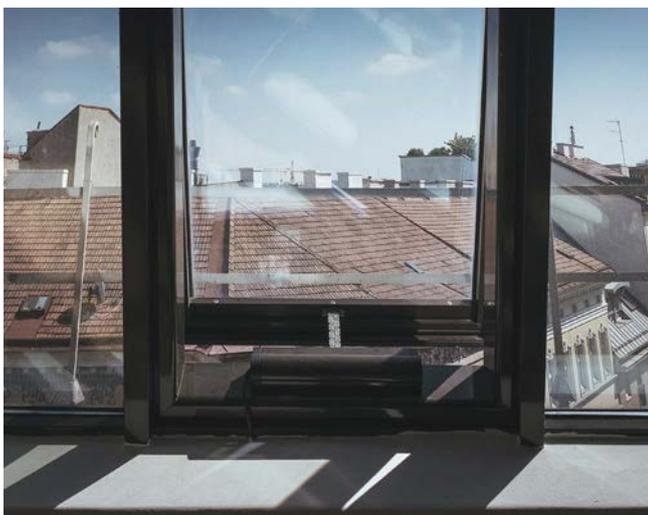
4



»Gestaltungsorte« ist ein Fotoreportagen-Format der designaustria-Mitteilungen und erscheint fortlaufend. In jeder Ausgabe präsentiert der Designer Philip Reitsperger eine/n österreichische/n DesignerIn in ihrem/seinem Arbeitsumfeld. »Gestaltungsorte« ist Teil von Reitspergers Projekt »Place and Culture«. Auf seiner Homepage können die Reportagen in visueller und auditiver Form in einem interaktiven Format erlebt werden: www.philipreitsperger.com



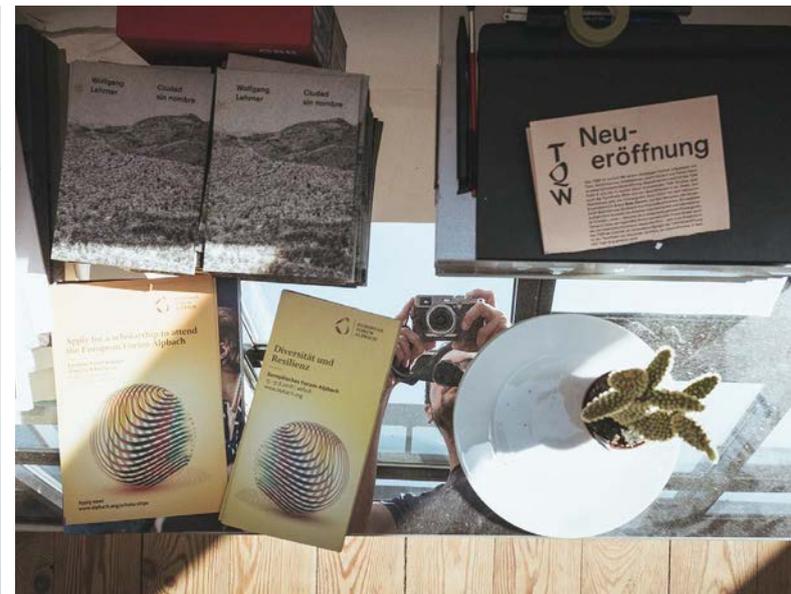
ZU GAST BEI WHY



Das österreichische Konzept- und Designstudio wurde 2015 von Christopher Edi und Wolfgang Lehrner gegründet. Seitdem steht die Frage nach dem »Warum« bei allen ihren Projekten im Vordergrund. Studio Why: »Intuition und Forschung bestimmen unseren Prozess. Wir fragen lieber zweimal nach, wenn wir komplexe Ideen und Konzepte analysieren um – schlussendlich – die passende Antwort zu finden.«

www.why.studio

Alle hier gezeigten Fotos wurden im Studio von WHY im 2. Bezirk in Wien aufgenommen.



MEMBERS@WORK

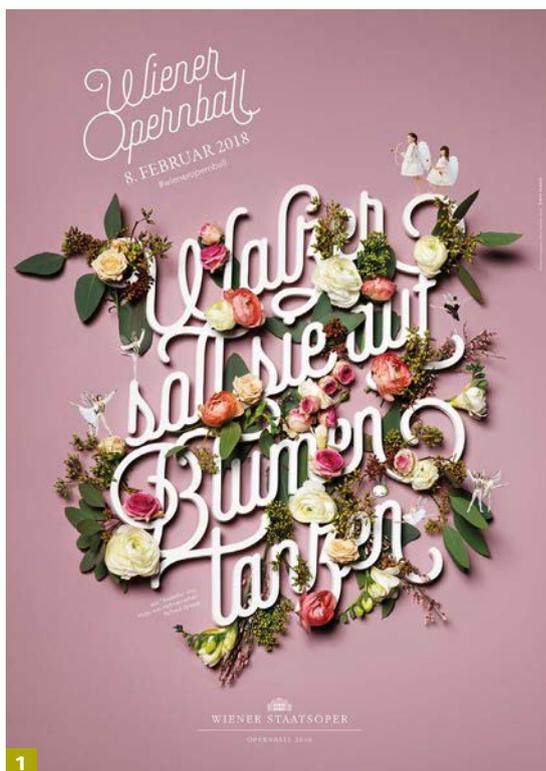
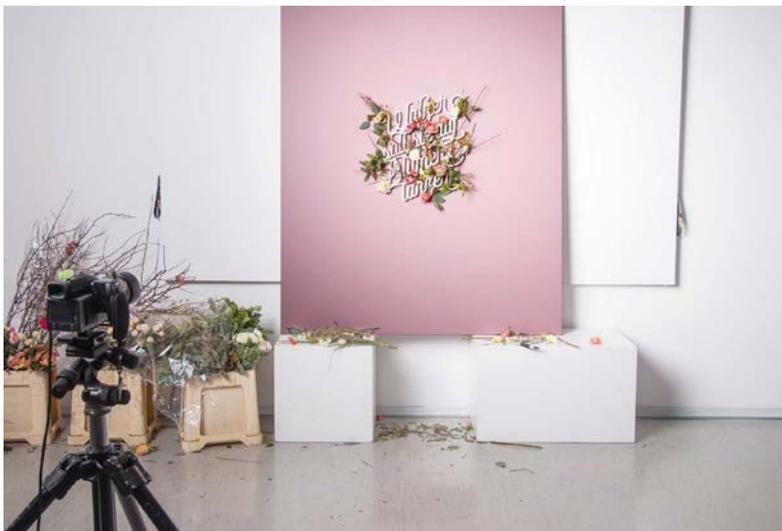
ALLES WALZER!

Die Wiener Werbeagentur *Dasuno* steht mit Kreativdirektorin und Geschäftsführerin *Nora Sri Jascha* und Kundenberaterin *Susanne Safer* für besonders feinsinnige und konzeptuell wie handwerklich ausgeklügelte visuelle Kommunikation, die sich durch einen eigenständigen Illustrationsstil auszeichnet und sich zuweilen mit einem hintergründig-verträumtem Flair umgibt: genau passend für den *Wiener Opernball*, für den *Dasuno* in zwei aufeinanderfolgenden Jahren – 2017/2018 – das Plakat gestaltet hat. Nora Sri Jascha zum Sujet 2018: »Nichts ist so zauberhaft und dabei so vergänglich wie eine gelungene Ballnacht. In Anleihe an den Blumenschmuck des Opernballs ließen wir dafür das Hofmannsthal-Zitat »Walzer soll sie auf Blumen tanzen« aus der Strauss-Oper »Arabella« aus Holz schneiden und verwendeten es

als Ausgangsbasis für ein gelegtes Bild mit echten Blüten. Dieser lebendige Werkstoff bedingt, dass man mit dem Motiv in einen Dialog tritt. Die organischen Formen sind nicht planbar, und nur durch Ausprobieren, Verwerfen und neues Gestalten kann ein Entwurf zustande kommen, der genau die Leichtigkeit und Eleganz einer Opernballnacht zum Ausdruck bringt.« Das fertig gelegte Bild wurde abfotografiert und im Layout durch Tänzerinnen und Tänzer der Staatsoper kollagenhaft ergänzt. Diese wie elegante Bienen umherschwirrenden Figuren bestäuben die Blüten stellvertretend für die Künstlerinnen, die das Haus durch ihr Talent und ihre Arbeit befruchten. Im Jahr 2017 stand das Plakat unter dem Thema *Alles Oper*: Es fängt den Zauber und die Vielfalt der Institution Wiener Staatsoper ein. Dabei werden die Vergangenheit und die Tradition des Hauses mit modernen Stilmitteln zum Ausdruck gebracht, um die anhaltende Relevanz der Oper zu dokumentieren. Eine Collage aus Originalfotos und neuen Illustrationen zitiert wichtige Meilensteine des Hauses. Die schwunghaft gesetzten Farbakzente verleihen dem Sujet Leichtigkeit und Eleganz. Das Studio ist darauf spezialisiert, Traditionsmarken mit Zeitgeist zu erfüllen, sie behutsam zu transformieren und zu modernisieren.

dasuno.com www.wiener-staatsoper.at/opernball

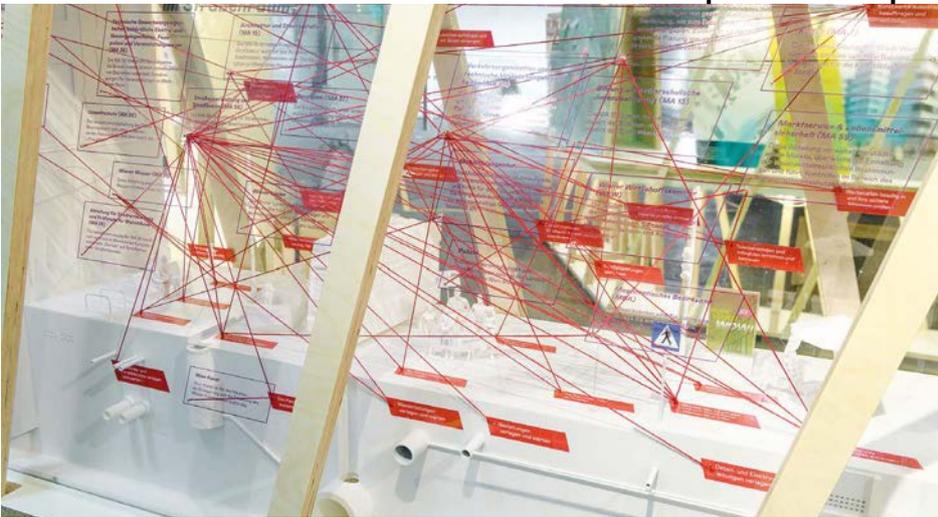
- 1 Dasuno: Opernballplakat 2018 »Walzer soll sie auf Blumen tanzen«
- 2 Dasuno: Opernballplakat 2017 »Alles Oper«



1



2



WIEN WIRD WOW

Der Startschuss für die mobile interaktive Ausstellung der *Stadt Wien* zum Thema Stadtplanung und -entwicklung fiel im April in der Nordbahnhofhalle (bis 3. Juni). Bis 2020 wird sie an verschiedenen Orten in der Stadt zu sehen sein. Für die grafische Gestaltung, das Screen- und Informationsdesign sowie die Modelle von *Wien wird WOW* zeichnet das Wiener Studio *Lichtwitz Leinfellner visuelle Kultur* verantwortlich. Stadtplanung ist eine komplexe Materie, die sich mit Fragestellungen in unterschiedlichen Zeit- und Größenmaßstäben auseinandersetzt, vom individuellen Grätzlgefühl bis zu langfristigen Entwicklungsstrategien. Die Schau will die Aktivitäten in diesen Bereichen vor Ort kommunizieren, in Gebieten, die von aktuellen Veränderungen betroffen sind. Als mobiler Workshop bietet das Projekt BürgerInnen auch einen Kanal, über den sie eigene Ideen, Wünsche und Ängste artikulieren können. Eine unfertig erscheinende freistehende Rasterstruktur aus Birkenperrholz ist als Möbel oder Gebäude lesbar. Durch seitliches Kippen der vertikalen Stäbe entsteht der Eindruck von Dynamik.

o o Lichtwitz Leinfellner
visuelle Kultur: grafische
Ausstellungs- und Modellgestaltung
»Wien wird WOW«



Die Typografie, die Textpaneele und die Benutzeroberflächen nehmen diese »Kursivierung« auf. Um die Vielschichtigkeit der Thematik abzubilden, sind die Ausstellungsinhalte in verschiedenen Schichten bis auf eine Höhe von fast acht Metern mit dieser Struktur und miteinander verwoben – ohne den Anspruch, alles vollständig oder in einer bestimmten Reihenfolge konsumieren zu müssen. Bildschirmapplikationen und physische Elemente machen abstrakte Aspekte der Stadtplanung spielerisch erfahrbar.

www.lichtwitz-leinfellner.com



GESTALTERISCHE REISEBEGLEITUNG



- Julia Landsiedl: Ausstellungsgestaltung »Haydn auf Reisen. In 18 Tagen von Wien nach London«

Die mit ihrem Studio auf Strategic Design, Storytelling und Szenografie spezialisierte Designerin *Julia Landsiedl* bittet zu einer fröhlichen Kutschenfahrt ins Haydnhaus nach Eisenstadt, wo sie die von Walter Reicher und Theresia Gabriel kuratierte Ausstellung *Haydn auf Reisen. In 18 Tagen von Wien nach London* gestaltet hat. Am 15. Dezember 1790 brach Josef Haydn das erste Mal mit der Postkutsche von Wien in die Hauptstadt des englischen Königreichs auf. Mit dem Schiff ging es von Calais nach Dover, dann weiter Richtung London. 1794 trat der Komponist diese weite Reise ein zweites Mal an. Die Ausstellung widmet sich der beschwerlichen Fortbewegung mit Kutsche und Schiff im Allgemeinen und beleuchtet die wichtigsten Stationen der beiden Reisen Haydns im Speziellen. Durch eine überdimensionierte Landkarte betritt der Besucher/die Besucherin die Sonderausstellung und begibt sich auf einen abenteuerlichen Trip durch Europa. Die Schau läuft noch bis **11. November 2018**.

www.jeplus.at | haydnhaus.at

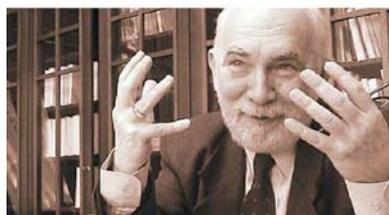
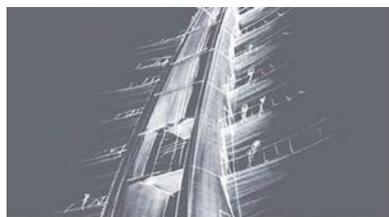
DANTES UNIVERSUM ALS MULTIMEDIALES ERLEBNIS

Als Bestandteil seiner Dissertation *Multimedialität und Wissensvermittlung* an der Universität für angewandte Kunst Wien konzipierte der Kommunikationsdesigner, Künstler und Autor *Gerhard Rihl* in den Jahren 2004–2006 das Projekt *Dantes Universum*, das Dantes »Divina Comédia« interaktiv erfahrbar macht. Dabei wird dem Benutzer/der Benutzerin einerseits die Möglichkeit geboten, das ins Bild gesetzte »Dante-Universum« – bestehend aus Höllentrichter, Läuterungsberg und Himmel – non-linear zu durchwandern, andererseits vermitteln Video-Interviews mit ExpertInnen und KunstsammlerInnen aus mehreren Ländern Hintergrundinfor-

- Gerhard Rihl: interaktives Multimedia-Projekt »Dantes Universum«

mation und Einblick in die Dante-Rezeption. Das Projekt vereint dabei spielerische Elemente mit einer kulturwissenschaftlichen Dokumentation. Der spielerische Aspekt von *Dantes Universum* basiert überwiegend auf dem Projekt *The Divine Adventure*, das als Adventure Game konzipiert war und 2003 unter der Projektleitung und künstlerischen Federführung von Gerhard Rihl unter Mitarbeit von *Sebastian Grandits* und *Daniela Zobel* mit Fördergeldern des EU-Media-Programms entwickelt wurde. Später verwarf Rihl das Spiel zugunsten von *Dantes Universum* mit seiner experimentellen und künstlerisch-kulturwissenschaftlichen Intention.

www.buero.rihl.at





DIE MARKE IM BLICK

Will man Österreichs Bundesländer grafisch in einer Briefmarkenserie darstellen, so eignet sich nichts besser, als uralte grafische Codes heranzuziehen: Die Wappen der neun österreichischen Bundesländer, die bis zurück ins 12. Jahrhundert verweisen, als Herolde die Aufgabe hatten, Freund und Feind nach Wappen und Fahne zu unterscheiden. Sie 1:1 abzubilden, wie es 1976 zuletzt der Fall war, würde dem modernen Österreich nicht mehr entsprechen. Für die neue Dauerbriefmarkenserie *Heraldik Österreich* hat Designerin *Anita Kern* Ausschnitte gewählt, die ungewöhnliche Ansichten und Einsichten zulassen. Wie in einer Nahaufnahme wird das jeweilige Wappen gezoomt, um Details sichtbar zu machen und dabei gleichzeitig dem Briefmarkenformat gerecht zu werden. Es eröffnet sich ein Reichtum an Bildern und neuen Perspektiven. Alle Wappendetails wirken in ihren kraftvollen Farben

und Formen, meist ornamental, zuweilen geometrisch. Die originalen Formen der Wappenelemente wurden nicht verändert, die heraldisch korrekte Farbgebung beibehalten. Grundsätzlich gehen die Bundesländerwappen auf jene Adelsgeschlechter zurück, die im jeweiligen Land – vom Kaiser eingesetzt – Herrscher und Lehnsherren waren. Nach dem Zerfall der Monarchie 1918 – und ein weiteres Mal nach 1945 – wurden Wappen neu geschaffen oder verändert. Dieses kulturelle Erbe berücksichtigend, bleiben auch in der Republik Österreich bis heute feudale visuelle Merkmale wie Kaiseradler, Fürsten- und Herzogshüte, Hermelin oder ritterliche Turnierhelme erhalten. Die neuen selbstklebenden Dauermarken sind in Nennwerten von 0,25 Euro bis 4 Euro auf Rollen und in Sets erhältlich.

kerndesign.at | onlineshop.post.at

o Anita Kern: Dauerbriefmarkenserie »Heraldik Österreich«

WHAT DESIGNERS CAN DO



Das *Institut Design & Kommunikation der FH Joanneum* in Graz hat sein neues Jahrbuch – mittlerweile das achte – präsentiert. *Was Designer alles machen* präsentiert sich im neuen Design. Abgesehen vom komplett überarbeiteten Grafikdesign wurde auch der Inhalt völlig neu gestaltet und mit Interviews von Lehrenden und Award-GewinnerInnen bereichert. Die Publikation präsentiert 86 Abschlussarbeiten aus dem Bachelorstudiengang *Informationsdesign* sowie aus den Masterstudiengängen *Ausstellungsdesign* und *Communication, Media, Sound and Interaction Design* des Studienjahrs 2016/17. Das Buch ist über das Institut käuflich zu erwerben.

www.fh-joanneum.at

o Institut für Design & Kommunikation: Jahrbuch »Was Designer alles machen«

MEET GRETEL!

Gretel ist eine schwungvoll-schrullige Script aus der Foundry der *Typejockeys*, die es in sich hat! Vor allem die optischen Größen... Die drei Fonts umfassende Schrift – Grande, Piccolo und Caps – basiert auf handgeschriebenen Vorlagen von Kalligrafin



Natascha Safarik. Alle Glyphen wurden von Hand digitalisiert, die Kurven harmonisiert, um *Gretel Script* zum Leben zu erwecken. Design: *Michael Hochleitner, Christoph Schütz, Simon Liesinger, Franziska Weitgruber*. Bis zu zehn Alternativen pro Schriftzeichen sorgen für eine authentische handschriftliche Anmutung (siehe Beilage). designaustria-Mitglieder erhalten bis **30. Juni 2018** beim Kauf von Gretel **25% Rabatt** (Voucher-Code: designaustria)! Zur neuen Schrift gibt's auch eine neue *Website*, welche die jüngsten Arbeitsschwerpunkte des Studios – handgezeichnetes Lettering und Corporate Fonts für bekannte Unternehmen wie Mautner Markhof, OMV, Park Hyatt etc. – präsentiert. Wer gern einmal schnuppern möchte, hat die Möglichkeit, Testversionen aller Schriften aus der Typejockeys-Schmiede kostenlos herunterzuladen. Beim direkten Kauf der Vollversionen – die dann natürlich mehr bieten und mehr Spaß machen – über die Website wird man automatisch mit kostenlosen Software-Updates versorgt.
www.typejockeys.com

1

2



- 1 Typejockeys: neue Website
www.typejockeys.com
- 2 Typejockeys: Gretel Script

GEZEICHNETE DIAGNOSEN

Seit seinen beruflichen Anfängen fühlte sich der gelernte Architekt *Franz Quinz* der Karikatur verbunden. Ab 1981 erschienen seine bösen politischen Zeichnungen in diversen österreichischen Tageszeitungen und Nachrichtenmagazinen. Weinbau, Sport und Gesundheit sind weitere Themen, denen er sich mit spitzer Feder gewidmet hat. Aus seinem Engagement für das Magazin der Ärztekammer ist wohl auch die Idee zu seinem im Eigenverlag erschienenen Buch *Diagnosen* hervorgegangen, das im März 2018 im Rahmen der Eröffnung einer Ausstellung seiner Arbeiten in seiner Heimatstadt Graz präsentiert wurde. Auf den ersten 40 Seiten finden sich Karikaturen zu unterschiedlichen »Krankheitsbildern«, entstanden von 2012 bis 2017. Im zweiten Teil werden frühere Beispiele Quinz' karikierender Aktivitäten chronologisch und thematisch geordnet dargestellt. Das Buch kann auf persönliche Anfrage beim Karikaturisten käuflich erworben werden.

ev.franz@a1.net



► Franz Quinz: Diagnose
»Backhendallergie«



☐ Sonderedition 10 Jahre
KABINETTpassage

RAUM FÜR COMIC UND ARTVERWANDTES

2017 feierte die *KABINETTpassage*, der von den ZeichnerInnen *Thomas Kriebaum* und *Sibylle Vogel* geleitete »Raum für Comic und Artverwandtes« im Wiener MQ, ihr zehnjähriges Bestehen. Zehn Jahre Pflege von Wort und Bild unter »strengen« Vorgaben und freiem Himmel: Grund genug für eine Rückschau. Alle bisher erschienenen und normalerweise im Automaten erhältlichen 36 Einzelhefte, welche die Ausstellungen der Passage begleitet haben, wurden nun als auf 100 Stück limitierte Sonderedition aufgelegt. Diese kommt in Form von zwei Boxen daher, denen auch noch vier signierte und nummerierte Original-Siebdrucke von *Michael Hacker*,

Nicolas Mahler, *Sibylle Vogel* und *Thomas Kriebaum* beiliegen. Die Sonderedition kann zum Preis von Euro 55 unter post@kabinett.at bestellt werden. Bis Ende Januar war im Kabinett für Wort und Bild die Schau »Universum« der beiden Wiener Illustratorinnen *Nina Dietrich* und *Sibylle Vogel* zu sehen; die aktuelle Ausstellung »Neigen Sie zum Weinen?« der Hamburgerin *Jul Godon* läuft noch bis **27. Juni 2018**; gleich im Anschluss präsentiert Romulus-Candea-Preisträger *Franz Suess* bis **15. Oktober 2018** Arbeiten zum Thema »Sonntage (Hall und Echo)«. Wir freuen uns auf die nächste Sonderedition!

www.kabinettpassage.at

VERSPIELTES

Aus dem *Lesel*, dem Nachwuchsförderprojekt für Text und Illustration der *St. Nikolausstiftung*, des *Kinderbuchhauses im Schneiderhäusl* und des *Tyrolia-Verlags*, ist das mittlerweile siebte Buch hervorgegangen. In *Wir wollen doch nur spielen* offenbart sich die Innovationskraft von zwei jungen Künstlerinnen: *Berenike Oppermann* (Text) und *Elisabeth Kihßl* (Illustration). Die rationale Erwachsenenwelt und die Fantasiewelt der Kinder sind im Alltag oft nicht kompatibel, auch wenn beide ihre Berechtigung haben. Um diesen Zwiespalt geht es im Erstlingswerk der beiden jungen Frauen. Anhand von zwölf

Szenen wird beschrieben, wie sich dieser ausdrücken kann. Während die Erwachsenensicht im Text verbleibt, erschafft die Illustratorin mit ihren Bildern aus Aquarell, Tusche und Collage wundersame Szenen. Da schwirren Fledermäuse durchs nächtliche Kinderzimmer und gleiten Wale durch die Brunnen der Stadt. Elisabeth Kihßl studierte Grafikdesign an der New Design University in St. Pölten; es folgten ein Diplom in Buchgestaltung und ein Lehrgang für Buchillustration. Sie lebt und arbeitet in Wien und Niederösterreich.

www.tyrolia-verlag.at



☐ Elisabeth Kihßl:
Kinderbuchillustrationen
»Wir wollen doch nur
spielen«

INKLUSIV – DAS NEUE EXKLUSIV

Design ist nur dann gut, wenn es für alle gut ist – davon ist *Andreas Koop* überzeugt. Mit seinem Büro, der *designgruppe koop*, widmet er sich seit 1995 vorrangig sozialen und ökologischen Themen. Signaletik und Szenografie haben sich dabei zu wichtigen Arbeitsfeldern entwickelt. Neue Maßstäbe setzt ein barrierefreies Leitsystem im *Landratsamt Ostallgäu*. Auf einer auf vier Ebenen verteilten Fläche von 13.000 m² bündeln spezielle Standflächen in einer Anwendung Informationen zum Sehen, Tasten und Hören. Die bauliche Barrierefreiheit wurde durch Aufzüge mit Sprachansagen und Türen mit automatischer Öffnung erreicht. Die taktilen Bodenindikatoren mit ihren Führungslinien und Aufmerksamkeitsfeldern wurden in Tests mit Betroffenen optimiert. Die mithilfe einer Arbeitsgruppe stark vereinfachte Logik des Leitens kommt allen BesucherInnen entgegen. Das Orientierungssystem beginnt

bereits vor dem Gebäude mit einem Tastmodell, das für eine erste »Einschätzung« sorgt. An der Information steht eine induktive Höranlage bereit, auf die man jedoch nicht angewiesen sein muss: Übergreifendes Ziel war, dass sich die Menschen selbstbestimmt, ohne fremde Hilfe, bewegen zu können. Andreas Koop: »Im Mittelpunkt stand die bestmögliche Lösung – die in einer entsprechenden Arbeitsgruppe zusammen mit der Behindertenbeauftragten des Landkreises gemeinsam erarbeitet wurde.« Der zuständige Staatssekretär: »Ein so umfassender Abbau von Barrieren verdient höchsten Respekt.«

Inklusiv wurde auch die Dauerausstellung »Von Schafen und Schäfern« im *Fränkischen Freilandmuseum Bad Windsheim* umgesetzt: Sie ist speziell für blinde und sehbehinderte Menschen konzipiert – taktil (was besonders auch Kindern gefällt) und mit begleitendem Audio-Guide. Die Anforderungen

- 1 designgruppe koop: barrierefreies Leitsystem im Landratsamt Ostallgäu
- 2 designgruppe koop: inklusive Ausstattungs-gestaltung »Von Schafen und Schäfern« im Fränkischen Freiland-museum



1



waren nicht leicht zu erfüllen: Hier sollte etwas möglichst groß und deutlich geschrieben sein, dort taktil erfassbar und haptisch angenehm, vielleicht auch zum Anhören oder besonders einfach formuliert. Leichte Sprache gesellt sich zu leichter Grafik: Es gibt animierte Darstellungen, die verschiedenen Themen einfach und verständlich erklärt. Hauptexponat ist ein über ein Glaselement im Zentrum einsehbarer Schafstall, der auch akustisch und olfaktorisch wahrnehmbar ist. Hands-on-Exponate tun das Ihre, um die wechselseitige Berührung zwischen Mensch und Schaf zu vermitteln.

www.designgruppe-koop.de

www.buerger-ostalgaue.de | freilandmuseum.de



2



TATSÄCHLICH VERWOBEN

1 Beate von Harten:
Leinenteppich
»Linen Water«

2 Beate von Harten:
Tapiserie »Moved –
Heaven & Earth II«,
Wolle und Seide



Reines Leinen als komplementäres Material zu Glas, Stahl und Stein oder Holz – nachhaltige Fäden verbinden sich zu abstrakten gewebten Landschaften. Das Atelier *Beate von Harten* entwirft und webt in freiem Entwurf oder als Auftragsarbeit für ein konkretes Interieur. Die matte, elegante Oberfläche ist alles andere als oberflächlich, sie lässt Materialien edel erscheinen oder einfach sein, dominiert nicht, hält sich zurück. Das Leinen, das gesehen, gefühlt und begriffen werden möchte, fügt sich durch die Modernität seiner farbigen Felder als eine neue Komponente in coole Räume ein: als künstlerisches Objekt, das gleichzeitig eine raumgestaltende Funktion übernimmt. Es entstehen eigenständige Werke, malerisch gedacht und »weberisch« gemacht. Feinste Farbübergänge in Off-Tönen evozieren Musik und Rhythmus. Beate von Harten gründete ihr Atelier für Textildesign in Wien und entwirft und fertigt seit 1984 Tapiserien, Teppiche und Stoffe für Boden und Wand. Es entstehen Einzelstücke für Wohnräume, moderne Architektur, Unternehmensgebäude. Ihre Textilien stehen für gute Atmosphäre und berühren mit ihren akustischen und haptischen Eigenschaften. Die lebendige Kommunikation mit Auftraggebern steht an erster Stelle. Für höchste Qualität und Ästhetik werden edelste Materialien wie reines



Leinen, Wolle und Seide vorgeschlagen. Gewebt wird ausschließlich fair und ökologisch nachhaltig in Wien. Profunde Kenntnisse aus der Textilrestauration und -konservierung fließen in zeitlose Werke ein, die auch 500 oder gar 1000 Jahre überdauern können.

www.beatevonharten.at

GOLD FÜR KINDERGARTEN

Aus 5000 Einreichungen wurden beim *German Design Award 45* Gold-GewinnerInnen ermittelt. In der Kategorie »Signage and Wayfinding« ging diese Auszeichnung an *Sägenvier DesignKommunikation* – für das Leitsystem des *Kindergartens Markt in Dornbirn*. Sägenvier versteht unter Signaletik nicht nur Kommunikation, die den Weg weist: Sigi Ramoser und sein Team machen mit ihren Beschriftungen und Beschilderungen Identität sichtbar: »Orientierung zu geben, ist Pflicht. Spürbar zu machen, mit wem man es zu tun hat, die Kür.« Die Jury: »Mit einem Projekt dieser Art betritt der Designer dünnes Eis. Aber hier hat es funktioniert. Absolut eindrucksvoll und

abseits üblicher Leitsysteme.« Das Besondere bestand darin, dass die Kinder selbst mit der Gestaltung »beauftragt« wurden. In derselben Kategorie erhielt Sägenvier für das Leitsystem der Volksschule Edlach ein »Special Mention«. Zweimal die Auszeichnung »Winner« gab es in der Kategorie »Urban Space and Infrastructure«: für die Fassadengestaltung der temporären Parlamentspavillons am Wiener Heldenplatz und einen Lüftungsschacht mit Sitzgelegenheit und Illustration in Feldkirch. Die Jury: »Eine schöne Idee, die intelligent umgesetzt wurde und dadurch für viel gute Laute sorgt.«

www.saegenvier.at www.german-design-award.com



00 Sägenvier Design
Kommunikation:
Signaletik für den
Kindergarten Markt





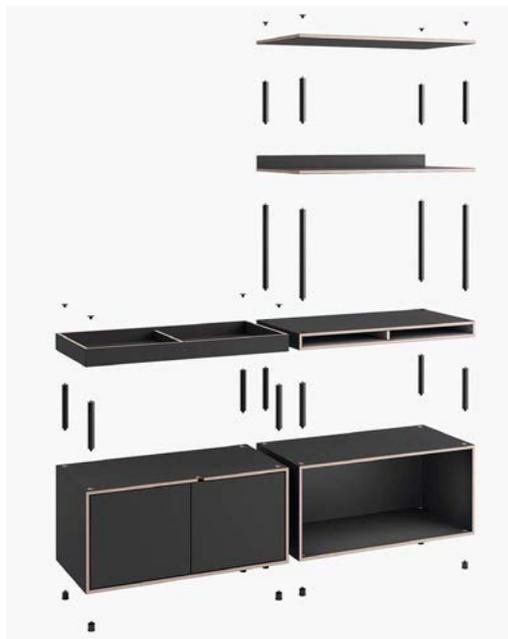
LIFE UND WORK IN BALANCE

Zusammen mit Produktdesigner *Thomas Feichtner* hat *Bene* das Möbelprogramm *STUDIO* entwickelt – ein modulares Workplace-System, das dem persönlichen Arbeits- und Lebensstil folgt. Tisch, Regal und Accessoires präsentieren sich im reduzierten Design und erlauben dank smarter Funktionalität, das Arbeitsumfeld nach den persönlichen Bedürfnissen zu gestalten. Der Mensch ist heute mobiler und flexibler denn je. Die logische Konsequenz: Arbeitsplätze, die Individualität, Flexibilität und Organisation fördern. Die zunehmende Verschmelzung von Beruf und Privatleben hat Thomas Feichtner zu einer doppelten Tischplatte inspiriert. Arbeits- und Ablagefläche bieten Platz für all die persönlichen Dinge des Alltags. In der Organisationsleiste lässt sich das gesamte Arbeitsequipment smart arrangieren. Dadurch finden auch die mobilen Devices Platz und können einfach an- und abgesteckt werden. *STUDIO* steht für die Möglichkeit, über

Design, Funktion und Dekor selbst zu entscheiden. Je nach Einsatzbereich können die Komponenten, was Farbgebung und Material, Steher und Platten angeht, individuell konfiguriert werden – funktional, exklusiv oder wohnlich. Das modulare Regalsystem offeriert ein Maximum an Flexibilität. Im Handumdrehen lassen sich die einzelnen Elemente über Gewindestangen miteinander verbinden und bieten damit höchste Stabilität, egal wie oft umgebaut oder erweitert wird. Das System lässt sich auch mit Sideboards in unterschiedlichen Größen und Formen kombinieren. Die flexible Anordnung von Regalfächern und Ladenelementen ergibt ein Möbelstück nach Maß, das mit den persönlichen Anforderungen wächst. Das System kann auch zur Zonierung und Raumtrennung eingesetzt werden.

www.thomasfeichtner.com | bene.com

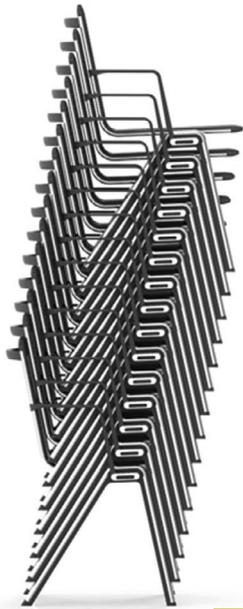
Thomas Feichtner:
Möbelsystem
»STUDIO« für Bene



PERFEKTER SITZ

Im Jahr 2017 wurden die Produkte von *Design Ballendat* mit insgesamt 15 internationalen Designpreisen ausgezeichnet. Seit über 25 Jahren erzielt das in Österreich und Deutschland stationierte Studio, das sich vornehmlich mit perfekt gestalteten Stühlen profiliert hat, kontinuierlich Erfolge, zählt jährlich zu den Gewinnern wichtiger internationaler Auszeichnungen, darunter Green Product Award in Leipzig, IIDA Award in Las Vegas, Award BD-West in Los Angeles, German Design Award, GOTrend in China, Red Dot Award: Product Design in Essen, Good Design Award in Chicago oder iF Design Award in Hannover. Der Dank, so *Martin Ballendat*, gebührt vor allem seinen Kunden aus inzwischen 14 Ländern, die immer wieder auf die Kreativität seines Studios setzen und sich für *Design Ballendat* als Partner entscheiden. Kürzlich gab es Auszeichnungen beim Stylepark Award der IMM Köln 2018 – für den Stuhl *fl@t* von *Tonon Italia* – und beim German Design Award 2018 des Rats für Formgebung – für den Stapelreihenstuhl *Blaq* von *Hiller*.

www.ballendat.com | tontonitalia.com
www.hiller-moebel.de



1



2



1 Design Ballendat:

Stapelreihenstuhl

»Blaq« für Hiller

2 Design Ballendat:

Stuhl »fl@t« für Tonon

BIOLOGISCHE UNKRAUTBEKÄMPFUNG

WiGL Design:
 Gehäuseentwicklung und
 -gestaltung »Pathfinder«
 für ANA-U GmbH

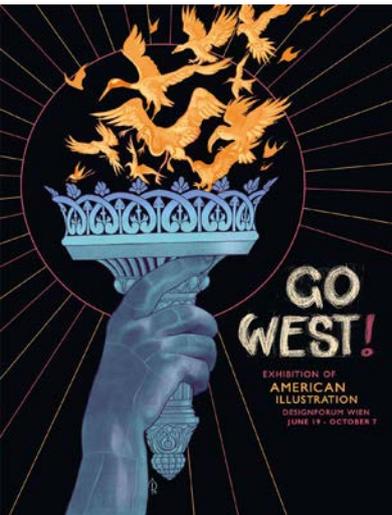


Biologische Landwirtschaft und Spritzmittel passen nicht zusammen. Im Biolandbau wird Unkrautbekämpfung daher mechanisch durchgeführt, was aufwendig und teuer ist. Aus dieser Problemstellung heraus hat das steirische Unternehmen *ANA-U* ein computergesteuertes Unkrauterfassungssystem entwickelt – ein hochintelligentes Produkt, das speziell auf unebenem Gelände und auf kleinen Traktoren einsetzbar ist. Eine Kamera unterscheidet zwischen Kulturpflanzen und Unkraut, eine mechanische Hacke entfernt es zentimetergenau. Ganz ohne Chemie. Bei dem von *WiGL Design* konzipierten Gehäuse des *Pathfinder* entschied man sich für Stahlblech in Verbindung mit Frästeilen: Beides erlaubt eine kostengünstige Herstellung auch in geringen Stückzahlen. Besondere Herausforderungen an die Gehäusegestaltung waren die geforderte Wasserdichtheit und Schlagbeständigkeit. Das Designstudio begleitete das Produktdesign bis zur Serienfertigung und überwachte die Fertigung der ersten Prototypen und den Zusammenbau des Gehäuses. Auch heuer werden wieder Tausende Tonnen von Pestiziden auf unseren Äckern landen. Diese Entwicklung aus der Steiermark könnte vieles davon verhindern.

www.wigl-design.at | www.ana-u.com

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

AUSSTELLUNG DESIGNFORUM WIEN GO WEST! AMERICAN ILLUSTRATION



Die von Illustrator und designaustria-Mitglied Peter Diamond kuratierte Schau »Go West!« präsentiert das Beste, was die USA im Bereich Illustration zu bieten haben. Die Bandbreite an Künstlerinnen und Künstlern reicht von jungen Talenten bis hin zu etablierten Veteranen der Disziplin. Vertreten sind 17 in den USA tätige Illustratorinnen und Illustratoren, die für eine Vielfalt an Stilen und Nationalitäten stehen – welche wiederum in unseren Augen die amerikanische Illustrationsszene so abwechslungs- und einflussreich machen. »Go West!« läuft als große Sommerausstellung von **20. Juni bis 7. Oktober 2018** im *designforum Wien*.

Immer noch strömen junge Illustratorinnen und Illustratoren aus aller Welt in Städte wie New York und Los Angeles, um sich auf dem florierenden und

lukrativen amerikanischen Markt einen Namen zu machen. Mit ihrer bunten Mischung aus zugewanderten und indigenen Talenten repräsentiert die amerikanische Illustrationsszene die womöglich lebendigste und prägendste visuelle Kultur weltweit. »Go West!« präsentiert eine spannende Auswahl einiger der besten in den USA tätigen Illustratorinnen und Illustratoren, deren jeweiliges Schaffen eine ganz individuelle Sichtweise vermittelt. Vertreten sind: Tim O'Brien, Yuko Shimizu, Agata Nowicka, Red Nose Studio, Roman Muradov, Victo Ngai, Armando Veve, Teagan White, Marcos Chin, Chris Buzelli, Zharia Shinn, Maëlle Doliveux, Jeffrey Alan Love, Tran Nguyen, Sterling Hundley und ShinYeon Moon. Von jedem/jeder in der Ausstellung vertretenen Künstler/in sind zumindest zwei Arbeiten in Form von in Wien produzierten hochwertigen Faksimile-Kunstdrucken zu sehen, wobei nach Möglichkeit Auftragswerke selbstinitiierten Projekten gegenübergestellt werden. Ziel von »Go West!« ist es, die Fülle und Lebendigkeit sowie den Individualismus von amerikanischer Illustration vor Augen zu führen. Nach wie vor ist die amerikanische Kultur prägend für Europa, wobei wir meinen, dass gerade der Bereich Illustration in dieser Hinsicht Besonderes zu bieten hat.

www.designforum.at www.peterdiamond.ca

ERÖFFNUNG

19. Juni 2018

18.30 Uhr



1 Sterling Hundley



2



3

2 Jeffrey Alan Love

3 Zharra Shinn

4 Tran Nguyen

4

GESCHENK NATUR: DIE ILLUSTRATORIN BRIGITTE BALDRIAN

1 Brigitte Baldrian: freie Arbeit »Seemann, lass das Träumen!«

2 Brigitte Baldrian: Spielkartenfigur »Schnurdli«

3 Brigitte Baldrian: Naturkalender

Brigitte Baldrian ist gelernte Gärtnerin und Biologin. Seit rund zehn Jahren ist sie als selbstständige Illustratorin tätig und arbeitet für Naturschutzorganisationen, Nationalparks und Verlage. Der *Kleine Salon für Illustration* in Wien widmet ihr derzeit eine Ausstellung, die noch bis **3. Juli 2018** zu sehen ist. Präsentiert werden große Originalillustrationen und Bücher, witzige Tierporträts und ein Sortiment an feinen Papierwaren: Kunstdrucke, Spiele, Geburtstagskalender, Karten und vieles mehr. »Brigitte

Baldrian bildet vor allem die heimische Tier- und Pflanzenwelt in Aquarell ab. Mit Sorgfalt widmet sie sich den kleinsten Details, wodurch ihre naturgetreuen Illustrationen einen ganz besonderen Zauber bekommen. Auch in ihren großen Landschaftsbildern sorgt der Detailreichtum für eine liebevolle Stimmung. Mit viel Humor malt die Künstlerin auch große Tierporträts, die sie gekonnt vermenschlicht.« (Susanne Riha)

www.kleinersalonillustration.at www.brigittebaldrian.com



1



2



3

LEHRGANG DIE KUNST DER ILLUSTRATION: KINDERLITERATUR



Der berufsbegleitende Lehrgang im Kinderbuchhaus im Schneiderhäusl wendet sich an künstlerisch Begabte und visuell Interessierte mit zeichnerischen Vorkenntnissen, an GrafikerInnen und natürlich an IllustratorInnen. Es geht darum, Bildwelten, visuelle Sprachen und Erzählweisen im Kinderbuch erforschen, die eigenen Möglichkeiten zu schulen und zu erweitern, unterschiedliche Ausdrucksformen zu erkennen, zu analysieren und anzuwenden. Der elf Module umfassende Lehrgang, der sich in die Bereiche Theorie, Praxis und Coaching gliedert, startet im Juli 2018 und dauert rund zwei Jahre. Bei Verfügbarkeit können die einzelnen Module auch unabhängig vom Lehrgang gebucht werden. Dieser schließt im Sommer/Herbst 2020 mit einem Zertifikat ab.

Der Lehrgang bietet sowohl theoretische Einblicke als auch eine intensive praktische Auseinandersetzung mit den Bildwelten der nationalen und internationalen Kinder- und Jugendliteratur. Unter der Leitung von Renate Habinger sowie renommierten GastdozentInnen aus dem In- und Ausland liegt der Fokus auf den visuellen Ausdrucksformen im Bilderbuch und im illustrierten Kinderbuch. Ziel des Lehrgangs ist es, das eigene Sehen zu schulen und die Fähigkeit zum selbstreflektierten, professionellen Arbeiten auszubilden. Die Ausbildungsangebote des Kinderbuchhauses sind zertifiziert und somit förderfähig.

kinderbuchhaus.at

DESIGNAUSTRIA: WORKSHOPS UND FORTBILDUNGSPROGRAMM JULI – SEPTEMBER 2018

we
design
austria

we
design
austria

Als Wissenszentrum bietet designaustria laufend ein Fortbildungs- und Veranstaltungsprogramm für Mitglieder und Designinteressierte an. Diese haben nicht nur die Möglichkeit, ihr Wissen zu erweitern und neues Know-how zu erwerben, sondern auch Gelegenheit, mit Gleichgesinnten ins Gespräch zu kommen, Kontakte zu knüpfen und sich von neuen Ansätzen und Ideen inspirieren zu lassen. Im zweiten Halbjahr 2018 gibt es unter dem Motto **#DenkWeiter** erneut ein vielfältiges Angebot an Workshops, Vorträgen und Infoabenden, bei denen diskutiert, ausprobiert, kommuniziert und reflektiert wird. Wir freuen uns auf euer Kommen!



PORTFOLIO-CHECK

Patrik Sünwoldt, Designerdock
Montag, **9. Juli 2018**, 16–19 Uhr
Eine Portfolioberatung kann wichtige Prozesse in der eigenen Entwicklung voranbringen. Ehrliches Feedback soll ermutigen, sich seiner Fähigkeiten bewusster zu werden. Patrik Sünwoldt, der auf langjährige Erfahrung als Creative Director zurückblicken kann und heute gemeinsam mit Maria Roth das Wiener Designerdock, die größte Personalberatung für Kommunikation und Marketing im deutschsprachigen Raum, leitet, gibt Input zu Themen, Stil und eigenen Visionen sowie Anstöße und Ideen, um realistische Ziele zu formulieren. Für StudentInnen und BerufseinsteigerInnen aus den Bereichen Grafikdesign und Werbung/Konzept.
Vergeben werden 8 Einzeltermine à 20 Minuten. kostenlos
beschränkte Teilnehmerzahl
Anmeldung bis 2. Juli 2018 an projekte@designaustria.at

VORTRAG

DSGVO FÜR SPÄTZÜNDER

Meinhard Ciresa
Montag, **23. Juli 2018**, 16–20 Uhr
Das Thema Datenschutz und Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) kursiert in den Medien. Betrifft mich dieses Thema? Wenn ja, was ist zu tun? Bis wann? Welche konkreten Veränderungen bringt die DSGVO für Selbstständige und EinzelunternehmerInnen? Rechtsanwalt DDr. Meinhard Ciresa gibt konkrete Handlungsweisungen betreffend Analyse von Geschäftsprozessen, Umsetzung der gesetzlichen Vorgaben, Auswirkungen auf die Buchhaltung und Lohnverrechnung, IT-Sicherheit, Auskunftsrechte, Kundendatenbanken und e-Marketing. Der Vortrag verschafft einen detaillierten Überblick über die neue Rechtslage.

150 Euro Normalpreis
kostenlos für designaustria-Mitglieder und Studierende
Anmeldung bis 17. Juli 2018 an katrin.weber@designaustria.at

ANKÖ-INFOABEND

SCHNELL UND EINFACH ZU ÖFFENTLICHEN AUFTRÄGEN

Vergabe-ExpertInnen des ANKÖ
Mittwoch, **12. September 2018**, 17–19 Uhr
In Österreich vergibt die öffentliche Hand Aufträge mit einem Volumen von bis zu 60 Milliarden Euro pro Jahr, das auch für DesignerInnen ein enormes Potenzial birgt. Egal ob es um spezielle Druckwerke, Werbematerialien, Corporate Identity, Signaletik oder um Design & Architektur geht – immer wieder suchen öffentliche AuftraggeberInnen nach passenden AnbieterInnen. Der Infoabend führt

Schritt für Schritt durch den Vergabeprozess. Wie findet man passende Aufträge? Wie zeigt man, dass man geeignet ist? Wie erfolgt die Angebotsabgabe?

20 Euro Normalpreis
kostenlos für designaustria-Mitglieder und Studierende
Anmeldung bis 5. September 2018 an katrin.weber@designaustria.at

WORKSHOP

SOVERÄNE PREISVERHANDLUNG IM DESIGNGESCHÄFT

Victoria Ringleb
Freitag, **14. September 2018**, 13–17.30 Uhr
Der richtige Preis ist von internen wie externen Faktoren beeinflusst, die letztlich alle in der Preisbereitschaft der AuftraggeberInnen münden. Damit und mit der daraus resultierenden Preisgestaltung beschäftigt sich der erste Teil des Workshops. Im zweiten Teil wird erprobt, wie man Investitionen für Designleistungen souverän verhandelt und durchsetzt, die vermutete Preisbereitschaft verifiziert, mit Einwänden umgeht und auf Gesprächssituationen reagiert.

180 Euro Normalpreis
100 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende
Anmeldung bis 7. September 2018 an projekte@designaustria.at

WORKSHOP

KALLIGRAFIE FÜR DESIGNERINNEN

Claudia Dzengel
Freitag, **28. September 2018**, 10–17 Uhr
Immer öfter werden von DesignerInnen handschriftliche Lösungen gewünscht. Hier wird vermittelt, wie

CPC 2018: ANALOGUE REVOLUTION!



vielfältig die eigene Handschrift in der Gestaltung einsetzbar ist. Dabei geht es nicht um das Schönschreiben im historischen Sinn, sondern um Ausdruck und Persönlichkeit im Schriftbild. Proportionen werden analysiert, mit unterschiedlichsten Werkzeugen wie Plakat-, Noten- oder Spitzfeder werden kurze Texte und Wortkombinationen kreiert. Eine schöne Handschrift ist nicht erforderlich, dafür Lust und Neugier auf neue Schreiberfahrungen. Papier und Werkzeuge werden zur Verfügung gestellt. Mitzubringen sind Lieblingsstifte wie Fineliner, Füllfeder oder Brush-Pen sowie ein bis zwei kurze Texte zum Arbeiten.

220 Euro Normalpreis

140 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Mittagspause zur freien Verfügung

Anmeldung bis 23. September 2018 an

projekte@designaustria.at

Alle Veranstaltungen finden im *designforum Wien* statt. Detaillierte Informationen sind der Website und dem *beiliegenden Folder* zu entnehmen, der das gesamte Programm bis Jahresende enthält. Wir bitten um rechtzeitige Anmeldung. Anmeldungen gelten als verbindlich (die Nennung einer Ersatzperson ist möglich). Alle Preise inkl. 20% USt.

www.designaustria.at/fortbildung



Mit der siebten *Creative Paper Conference (CPC)* wird die Revolution ausgerufen: Print feiert aufgrund der vielen neuen Entwicklungen in Druck und Veredelung eine Renaissance und bietet damit nicht nur Kreativen eine Spielwiese, sondern avanciert auch zum Marketingfaktor. Neun SprecherInnen aus unterschiedlichen Disziplinen werden dies am **25. und 26. Oktober 2018** in der *Alten Kongresshalle* in München verdeutlichen.

Der Wunsch, innovative Materialien, neue technische Entwicklungen und kreative Möglichkeiten zu präsentieren, ist in diesem Jahr besonders groß: Über dreißig AusstellerInnen werden ihre Wundertüten auspacken, Fragen fachkundig beantworten und BesucherInnen viele neue Ideen und Muster mit auf den Weg geben. Das Vortragsprogramm beleuchtet nicht nur den Status quo, sondern auch die Zukunft des Print. Mit dabei ist Holger Windfuhr, Art Director der »FAZ«, der Einblicke in das Leseverhalten und damit auch in die Gestaltung von Printmedien geben wird. Ganz handwerklich wird es mit Herr und Frau Rio, die endlich einmal erklären, was es mit dem riesigen Hype um die Risografie auf sich hat und wie sich damit großartige Artworks realisieren lassen. Als Print-Innovator der Schweiz ist Lorenz Boegli mit seinem neuen RGB-Druckverfahren über alle Grenzen hinweg bekannt. Die Studios Oeding und Moodley präsentieren reizvolle Verpackungen und prägnante Erscheinungsbilder, die sich durch clevere Materialwahl und Veredelungen auszeichnen. Die Typejockeys nehmen das Publikum mit auf einen typografischen Ausritt, der auch über diverse Printpfade führt. Spannende Einsichten vermitteln die Leute von Bob Design, die von London und Zürich aus den Fokus auf Materialität und Buchbindekunst legen und dies mit digitalen Räumen verbinden. Zu guter Letzt wird eine knackige Pecha-Kucha-Runde besondere Projekte in den Mittelpunkt rücken.

Wer bis 26. Juni 2018 bucht, kommt noch in den Genuss des Early-Bird-Tarifs; für Studierende gelten stark vergünstigte Preise. Die Teilnahmetickets inkludieren Frühstücks-, Lunch- und Kuchenbuffet, Kaffee und Tee sowie alkoholfreie Getränke während der Konferenz.

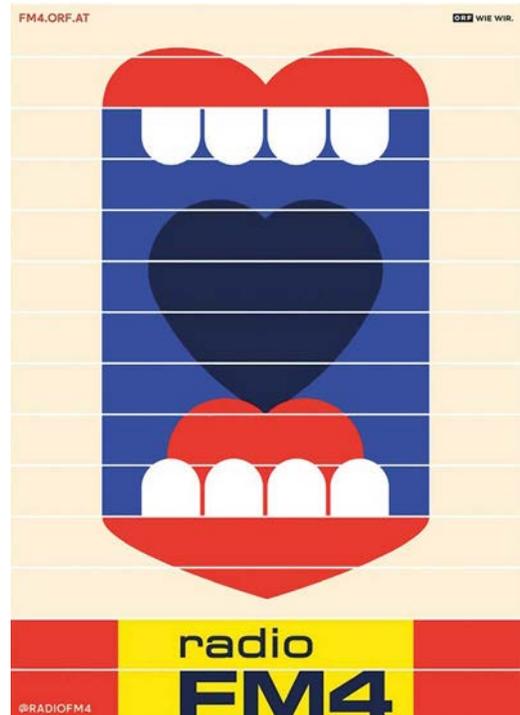
Für designaustria-Mitglieder bietet der Veranstalter eine Ermäßigung von 10% an, novum-AbonnentInnen erhalten einen Rabatt von 15%. Der Aktionscode kann unter Angabe von Mitglieds- bzw. Abonnemur per Mail angefordert werden: cpc@novum.graphics. Weitere Informationen und Ticketbuchung auf: www.creative-paper.de

ERFOLGE

DA GEHT DAS POSTER AB!

100 BESTE PLAKATE 17

DEUTSCHLAND ÖSTERREICH SCHWEIZ



- 1** Beton: Festivalplakat »Performing New Europe 2018« für die Szene Salzburg
- 2** LWZ: Plakatserie für Radio FM4 – »Wo ist die Liebe hin?« / »Für Musik – gegen Musik« / »You Are at Home Baby«
- 3** Studio Es: Festivalplakat »Revolution!« für das Vienna Humanities Festival
- 4** Studio Es: Jubiläumsplakat »Diagonale, Festival des österreichischen Films«

Der Wettbewerb »100 Besten Plakate des Jahres« wurde Mitte der 1960er-Jahre in der DDR begründet, zwischen 1990 und 2000 in der BRD ausgeschrieben und mit dem Jahrgang 2001 zum internationalen Leistungsvergleich im deutschsprachigen Raum erweitert. Seit dem zehnten Jahrgang werden die Ergebnisse in drei Kategorien (Auftragsgewerke, Eigenwerbung, studentische Projektaufträge) ausgewiesen. Die Beiträge des Jahres 2017 wurden – wie gewohnt – von einer hochkarätig besetzten Jury bewertet: Peter Bankov (Tschechische Republik), Albert Exergian (Österreich), Michael Kryenbühl (Schweiz), Jens Müller (Vorsitz/ Deutschland) und Daniel Wiesmann (Deutschland) lagen 1132 Plakate – 1610 Einzelplakate und 152 Serien mit insgesamt 522 Plakaten – von 384 EinreicherInnen (davon 212 aus D, 136 aus der CH und 36 aus A) zur finalen Jurysitzung vor. Am Wettbewerb hatten sich 657 GestalterInnen (davon 399 aus D, 191 aus der CH und 67 aus A) mit 2293 Plakaten beteiligt. Nach Ländern gliedern sich die prämierten 100 Plakate und Plakatserien, die als gleichwertige Sieger aus dem Wettbewerb hervorgegangen sind, wie folgt: 45 für D, 50 für die CH (wie immer unschlagbar!), ein Plakat für D/CH (Kooperation) und vier für A; verteilt nach Kategorien: 83 Auftragsarbeiten, vier Eigenaufträge und 13 schulische Projektaufträge.

Die erfolgreichen Beiträge aus Österreich (allesamt aus Wien): Das Studio *Beton* (Daniel Car, Oliver Hofmann, Benjamin Buchegger) überzeugte mit dem farblich übersichtlichen und formal zerrissenen Festivalplakat *Performing New Europe 2018* für die *Szene Salzburg*; das Studio *LWZ* konnte sich mit einer bunt-coolen Plakatserie – *Für Musik gegen Musik / You Are at Home Baby / Wo ist die Liebe hin?* – für den Musiksender *Radio FM4* durchsetzen; *Studio Es* (Verena Panholzer, David Einwallner, Anne Eitze, Carina Stella) punktete gleich zweimal – mit dem eine assoziationsreiche Faust ausstellenden Plakat *Revolution!* für das *Vienna Humanities Festival*, einem Projekt von *Wien Museum*, *IWM* und *Time to Talk*, und dem in Rot-Weiß-Rot gehaltenen Jubiläumsplakat der *Diagonale*, des Festivals des österreichischen Films.

Die Auftaktausstellung mit der Präsentation aller Plakate und des im Verlag Kettler erschienenen Jahrbuchs geht am **14. Juni 2018** im Kulturforum Potsdamer Platz in Berlin über die Bühne; danach reist die Schau nach Wien (**27. Juni – 23. September 2018** im *MAK*), Nürnberg, Luzern, Essen und Zürich sowie voraussichtlich auch nach La Chaux-de-Fonds und Genf. Alle ausgezeichneten Plakate sind ab Mitte Juni auch online zu bewundern. Die Veranstalter-Website bietet zudem ein umfassendes Archiv aller



2

ab 2001 prämierten Plakate. Das Erscheinungsbild zum aktuellen Jahrgang wurde von *Jakob Mayr* und *Kilian Wittmann*, Studierenden der Klasse für Ideen von Matthias Spaetgens an der Universität für angewandte Kunst Wien, gestaltet (siehe dazu auch den Beitrag von Sven Ingmar Thies in dieser Ausgabe). 100-beste-plakate.de



3



4

ROMULUS-CANDEA-PREIS 2017: DIE KINDERBUCHJURY HAT GEWÄHLT



1 Elisabeth Kihlßl:
Buchprojekt »Der kleine Punkt sucht sein Zuhause«

2 Franz Suess:
Kinderbuch »Letzte Nacht«, erschienen im Luftschacht Verlag

Im Jahr 2017 waren 89 Arbeiten zu dem von designaustria ausgeschriebenen Romulus-Candea-Preis angetreten, der die Veröffentlichung eines unpublizierten Kinderbuchprojekts zum Ziel hat. Eine Fachjury kürte *Letzte Nacht* von Franz Suess zum Siegerprojekt, das nunmehr im Luftschacht Verlag als Buch erschienen ist. Es wurde am 8. Mai 2018 im designforum Wien präsentiert, zusammen mit dem von der Kinderjury aus neun Nominierungen an die erste Stelle gereichten Buchprojekt *Der kleine Punkt sucht sein Zuhause*. Die Geschichte einer abenteuerlichen Reise von Illustratorin Elisabeth Kihlßl, die die 4. Klasse



der Volksschule Weidling (Leitung: Theresa Peter) begeistert hat. Begründungen der jungen JurorInnen: »Mit gefällt die Geschichte, weil die Geschichte Hoffnung macht« (Sebastian). »Ich mag das Buch, weil der kleine Punkt nie aufgegeben hat« (Alice). »Das Buch ist toll, weil es sehr einfallsreiche Bilder besitzt« (Bettina). »Mir hat das Buch gefallen, weil es zeigt, dass man nicht aufgeben soll« (Dora). »Ich mag den kleinen Punkt, weil er keine Angst hat« (Mare).

www.designaustria.at

SERVICE

ARBEITSRAUM FÜR KREATIVE

Kleiner, heller Arbeitsraum (ca. 10 m²), nahe Augarten/Wallensteinplatz für 1 Person in Gemeinschaftsbüro mit Kalligrafin zu vermieten. Gesamtkosten: Euro 250 (inkl. Nebenkosten)

Kontakt

Claudia Dzengel
T 0699 107 66 209

www.claudia-dzengel.com

IMPRESSUM

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

VORSTAND: Benno Flotzinger, Martin Föbleitner, Anna Maislinger, Jürgen Schremser
GESCHÄFTSSTELLE: designaustria im designforum Wien, MQ, 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. Managing Director: Prof. Severin Filek. Team: Birgit Gartner (Members & Finance), Tamara König (EU Projects, Press & Social Media), Heidi Resch (in Karenz), Sibel Sermet (Web Management), Katrin Weber (Project Management), Judith Weiß (Project Management), Brigitte Willinger (Managing Editor)

REDAKTION: Brigitte Willinger und Severin Filek, Museumsplatz 1, 1070 Wien

FOTOS: Die Rechte liegen bei den beitragenden DesignerInnen, AutorInnen, Institutionen, VeranstalterInnen, Verlagen etc. bzw. bei deren FotografInnen. Namentlich wurden genannt: Lazaros Papoulis (Paul Aigner), Philipp Schönauer (Studioporträt/Maria Lechner), Maria Lechner/Scott, Roland Grand (Studioporträt/POSH cycling), Falstaff Verlag (Studioporträt/Falstaff Living), Bohmann Verlag (Studioporträt/Wien in Zahlen),

LippZahnschirm (Jahrbuch »Was Designer alles machen«), 100 Beste Plakate e. V. (100 Beste Plakate D, A, CH)

LAYOUT UND ARTDIREKTION: Sandra Steiger, zeitmaß, Kandlgasse 16, 1070 Wien

PAPIER: Amber Graphic, Cover: 170 g/m², Kern: 120 g/m² zur Verfügung gestellt von Antalis Austria GmbH, Businesspark Marximum, Modcenterstraße 17/Objekt 2, 1110 Wien, www.antal.at

BELICHTUNG, DRUCK UND ENDFERTIGUNG: Bösmüller Print Management GesmbH & Co KG, Obere Augartenstraße 32, 1020 Wien, Josef-Sandhofer-Strasse 3, 2000 Stockerau, www.boesmueller.at

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

ISSN 1022-9566

mit Unterstützung der Kunstsektion im Bundeskanzleramt

BUNDESKANZLERAMT ÖSTERREICH

KUNST

CONQUEROR – DREI NEUE GRAUTÖNE IN GLATT UND GERIPPT

Die zeitlose Farbpalette von Conqueror wird durch drei moderne Grautöne – Feather, Pencil und Cartridge – komplettiert, wodurch sich ein abgerundetes und harmonisches Gesamtbild von Weiß, Creme, Grau und Schwarz ergibt. Der Einsatz der neuen Grautöne – auch in Kombination mit den bestehenden Farben – gibt jeder Anwendung einen modernen Touch und erweitert die kreativen Möglichkeiten eines jeden High-End-Druckprojekts.

--- CONQUEROR FEATHER

Ein warmes und zeitloses Grau mit einem Hauch Flieder. Der zarte Grauton eignet sich hervorragend für Briefbogen und jegliche Art von Geschäftskommunikation. In Kombination mit Diamantweiß und Calligraphy bietet Feather den Ausgleich zwischen klassischem Schwarz und Weiß.

--- CONQUEROR PENCIL

Das neutrale Mittelgrau mit klassisch-elegantem Charakter verleiht Conqueror Weiß eine moderne Anmutung. In Verbindung mit Diamantweiß und Feather entsteht eine frische, monochrome Farbpalette für eine besondere Markenidentität.

--- CONQUEROR CARTRIDGE

Ein starker, dunkler Grauton schlägt die Brücke zwischen Pencil und Calligraphy und schafft durch seinen leicht erdigen Unterton eine perfekte Balance zwischen Warm und Kalt. Zu diesem Grauton passt eine Gold- oder Kupfer-Heißfolienprägung.

Die Premiumpapiere von Conqueror werden von *Antalis Austria* vertrieben. Bestellen Sie jetzt Muster unter: muster@antalis.at

antalis.at

Conqueror

Entdecken Sie
die neuen
Conqueror Grautöne:
Feather, Pencil
und Cartridge

arjowiggins
Conqueror
ESTD 1888
MADE IN SCOTLAND

Papier von

 arjowiggins

Vertrieb durch

 antalis
Creative Power

antalis TM
Just ask Antalis

