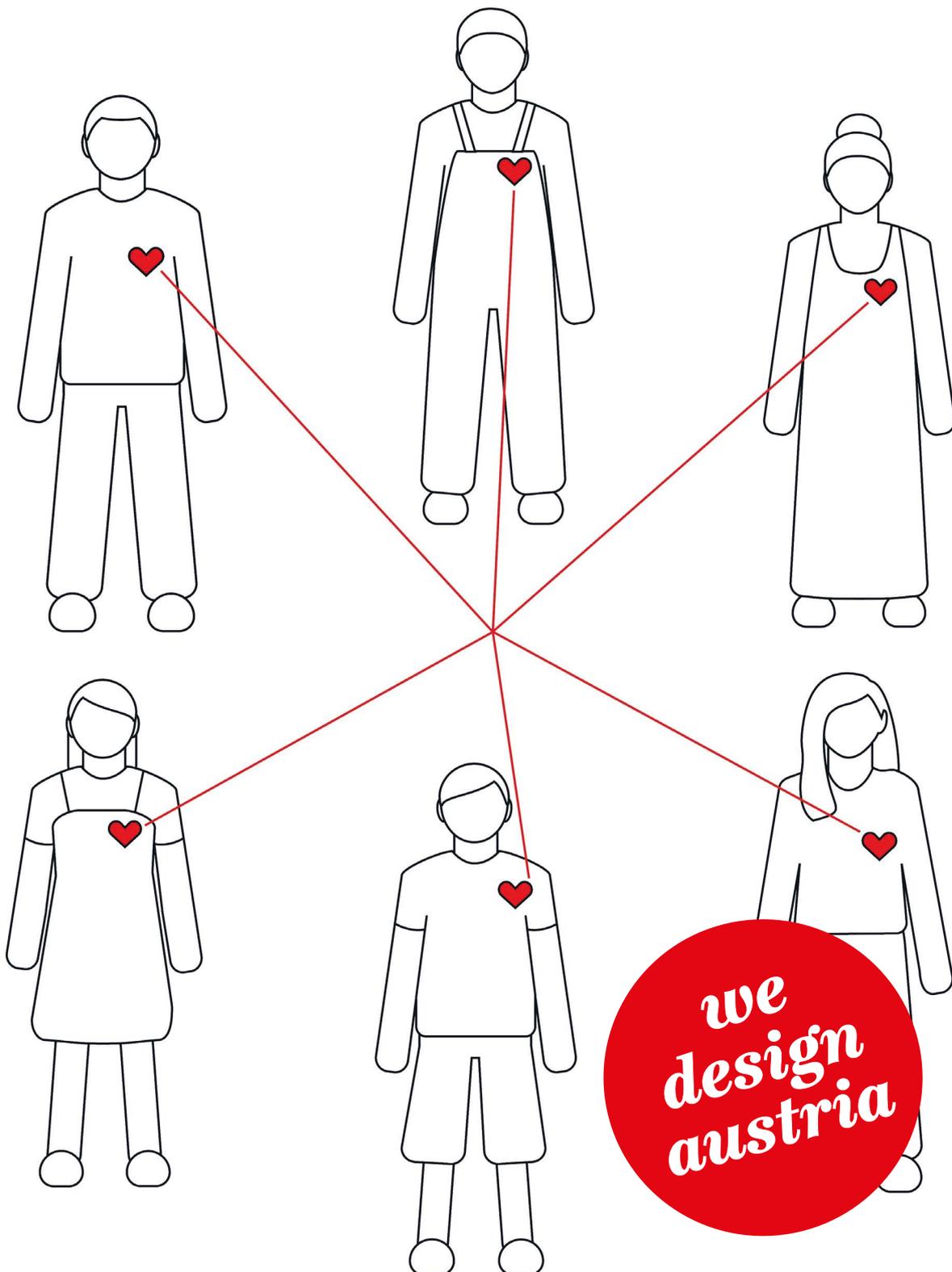


mitteilungen

Design und Demokratie – ein Dissens | Ene meine, muh – und raus bist du! |
Corona-Umfrage | Plakatwettbewerb: Separated. United. Strong. | Joseph Binder Award 2020:
Mit dem Herzen gestalten | Schnittstelle Design – Positionen der Designforschung |
Ein Leben für Kunst und Kino: Gertie Fröhlich (1930–2020) | Studioporträt: CIN CIN |
designaustria-Generalsammlung | Romulus-Candea-Preis 2021 |
Ideen verändern – Zehn Jahre Klasse für Ideen | VIENNA DESIGN WEEK 2020 |
IIID Awards: Information, gestaltet für die Gesellschaft

1.2.3.4 2020





we
design
austria

INHALT

04 DESIGN & DEMOKRATIE

- 04 **Andreas Koop: Design und Demokratie – ein Dissens**
- 08 **Victoria Sarapina: Ene meine, muh – und raus bist du!**
- 09 **»Schwarzdenker«**
- 10 **Kein Glanz in der Hütte der Kulturhauptstadt 2024**

11 COVID-19

- 11 **Umfrage zu den Folgen der Corona-Pandemie: Runde drei**
- 13 **Corona-Hilfsfonds: Was ist neu?**
- 14 **»Was bleibt für Industriedesign relevant, nach COVID-19?«**
- 16 **Separated. United. Strong.**

18 JOSEPH BINDER AWARD 2020

- 18 **Mit dem Herzen gestalten**
- 21 **JBA20: Ausstellung und Katalog**
- 22 **JBA20: Shortlist**

24 DESIGNFORSCHUNG

- 24 **Schnittstelle Design – Positionen der Designforschung**
- 26 **PIVOT 2020: Decolonising Design by Creating a Space for Pluriversity**

28 NACHRUFEN

- 28 **Grafikdesign im Wandel: Ernst Storch (1924–2020)**
- 29 **Milton Glaser (1929–2020)**
- 30 **Ein Leben für Kunst und Kino: Gertie Fröhlich (1930–2020)**

31 MEMBERS@WORK

- 31 **Frisch gestrichen!**
- 31 **Illustrierter Nonsens**
- 32 **Ode an einen Mythos**
- 32 **Faszination der Miniatur**
- 32 **Zaunkönig**
- 33 **Ein Stuhl wie ein Buchstabe**
- 33 **Organische Formensprache**

34 DESIGNAUSTRIA-STUDIOPORTRÄT

- 34 **CIN CIN**

36 DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

- 36 **Online-Vorstandswahl & designaustria-Genererversammlung**
- 36 **Romulus-Candea-Preis 2021**
- 36 **illustria-Booklet neu**
- 37 **illustria auf der BUCH WIEN 2020**
- 37 **|design|er|leben| #21: Arthur Zelger**

38 AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

- 38 **Ideen verändern – Zehn Jahre Klasse für Ideen**
- 39 **VIENNA DESIGN WEEK 2020**
- 40 **#DENKWEITER: Fortbildungsprogramm September–Dezember 2020**
- 41 **Ladies, Wine & Design – Vienna**
- 42 **MAK: 100 beste Plakate 19 – Deutschland Österreich Schweiz**
- 42 **Bakelit. Die Sammlung Georg Kargl**

43 BÜCHER

- 43 **Kreative Identitäten**
- 43 **Think Outside the Frame**
- 43 **Designing Sustainable Cities**

44 ERFOLGE

- 44 **IIID Awards: Information, gestaltet für die Gesellschaft**

47 MATERIAL & BEDARF

- 47 **MAY+SPIES GMBH**

- 46 **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

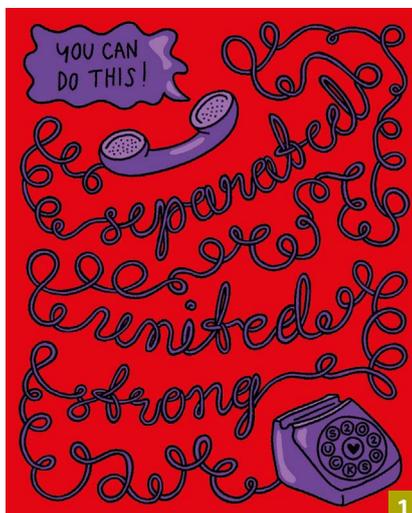
COVID-19 die Zweiten [»designaustria-Mitteilungen«] – so schnell werden wir die Pandemie nicht los, natürlich nicht. Wieder gibt es dazu einen eigenen Abschnitt, u. a. mit den Ergebnissen der dritten Umfragerunde unter Kreativen zu den Auswirkungen – Ergebnisse, die ganz leise in eine positive Richtung weisen. Hoffen wir, dass die nächsten Wochen und Monaten den zaghaften Aufwind bestätigen werden. Ein Plakatwettbewerb von Studierenden der FH JOANNEUM macht trotz des ernststen Themas gute Laune: Originelle Ideen und bunte Farben lassen keinen Pessimismus aufkommen.

In dieser Ausgabe gibt es aber auch jede Menge andere Inhalte: Gedanken zu »Design & Demokratie« – wo sie sich treffen, woran es zuweilen hapert, wenn die öffentliche Hand Aufträge vergibt, wenn Kreative diese Aufträge annehmen. Wir berichten über die Jury des Joseph Binder Award 2020, der trotz COVID-19 einen Teilnahmerecord einfuhr und zum ersten Mal in seiner Geschichte ausschließlich online bewertet wurde. Was das engagierte und überaus gewissenhafte Panel von Jurorinnen und Juroren, das dem Verfahren letztlich aber höchste Seriosität attestierte, natürlich bedauerte. Die Ausstellung der 60 nominierten Projekte startet im November im designforum Wien. Wir halten die Daumen, dass die Pandemie dem weiteren Veranstaltungsprogramm des Herbstes keinen Strich durch die Rechnung machen wird: In den Startlöchern stehen u. a. die VIENNA DESIGN WEEK mit designaustria als Programmpartner und einer Ausstellung von Studierenden der »Angewandten« im designforum Wien; ein von designaustria kuratiertes abwechslungsreiches Fortbildungsprogramm; die BUCH WIEN 20; interessante Ausstellungen im MAK etc. etc. Bitte immer online überprüfen, ob alles stattfindet wie geplant!

Beilagen zu dieser Ausgabe sind ein aktualisiertes Verzeichnis der Mitglieder von illustraria, der IllustratorInnengemeinschaft von designaustria, und die Ausschreibung zum Romulus-Candea-Preis 2021, der ein bisher unveröffentlichtes Bilderbuch prämiert und der Umsetzung zuführt.

Stay safe and keep your spirits up!

___ Die Redaktion



1



2

- 1 Bianca Gschlecht: »Tangled Times«
2 Maximilian Bauer: »Videochat«

Siehe dazu den Beitrag zum Plakatwettbewerb »Separated. United. Strong.« auf S. 16.

we
design
austria



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Nicht nur Viren mutieren – auch wir können unser kulturelles Verhalten sprunghaft ändern. Man könnte auch sagen, entwerfen oder gestalten. Manche Umstände machen das deutlich. Immer noch gibt es ein vorherrschendes Thema: COVID-19. Wir hoffen, ihr seid gesund und habt euch den Veränderungen anpassen können. Wir hoffen, dass ihr Wege gefunden habt, eure Situation zu designen. In vielen Gesprächen scheinen sich Perspektiven und Stimmungen deutlich verbessert zu haben. Wo alte Geschäftsfelder wegbrechen, gibt es neue. Alte Muster werden hinterfragt und machen Platz für Reflexion und frische Ideen – belastbare Zahlen gibt es leider keine dazu, denn die Teilnahme an Befragungen ist rückläufig. Wir schreiben das der sinkenden Dringlichkeit und allgemein der Verbesserung der akuten Situation zu.

In vielen Bereichen dreht sich die Erde weiter, als ob nichts gewesen wäre. Viele Bereiche sind von menschlicher Zusammenarbeit weitgehend unabhängig. Wie sich die Welt verändert haben wird, welche Verwerfungen es noch zu bewältigen gegeben haben wird, bleibt also abzuwarten. Wir jedenfalls sind immer Teil dieser Veränderungen und wollen mitmachen und mitbestimmen. Apropos: Die Funktionsperiode des aktuellen Vorstands geht dieses Jahr zu Ende. ALLE Mitglieder sind aufgerufen – nicht nur zu wählen, sondern sich für den Vorstand zur Verfügung zu stellen. Wir wünschen uns maximale Diversität. Intersektionalität ist facettenreich und kennt viele Kategorien. Deshalb sind besonders jene aufgefordert, deren Bereiche derzeit nicht repräsentiert sind.

Thomas Grundnigg für den designaustria-Vorstand

DESIGN UND DEMOKRATIE – EIN DISSENS

Design und Demokratie sind zwei Begriffe, zwei Themen, Bereiche, Welten, die sich eigentlich gut vertragen müssten, meint man. Beide leben irgendwie von Freiheit, ein wenig freilich auch von Regeln, bekommen ihren Sinn durch Interaktion, quasi durch »Gebrauch«. Es braucht einen wachen Geist im Denken, in der Antizipation, dem Codieren und Chiffrieren des (visuell) zu Kommunizierenden, Charme und Chuzpe – und die entsprechende Qualität in der Umsetzung. Nur irgendwie scheint das hier nicht so recht zu funktionieren. Eher im Gegenteil. Ganz im Gegenteil! Allein ein kurzer Blick auf die Signets von Städten, Ortschaften, Regionen und Tourismusverbänden reicht aus, und der Beweis ist erbracht. Nochmals: Eigentlich müsste Gestaltung, müsste Design doch dort erblühen, wo die Freiheit (und ergo Demokratie) am größten ist. Was läuft da also schief?

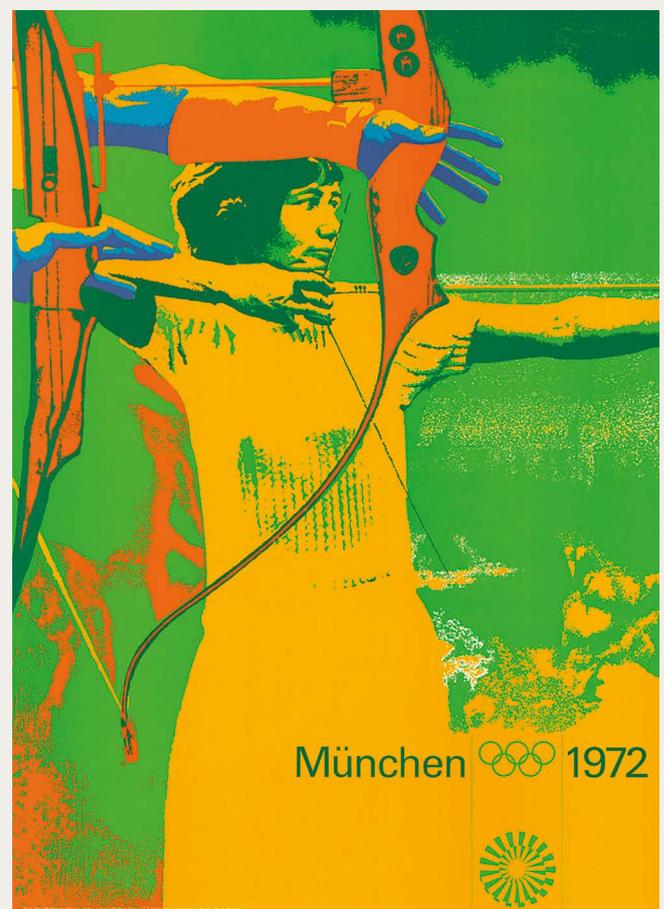
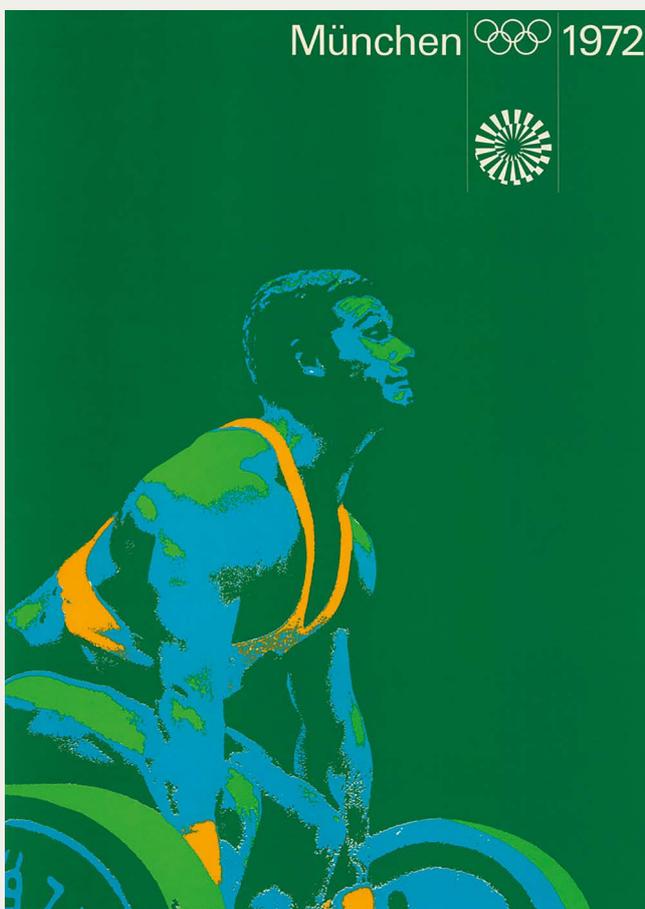
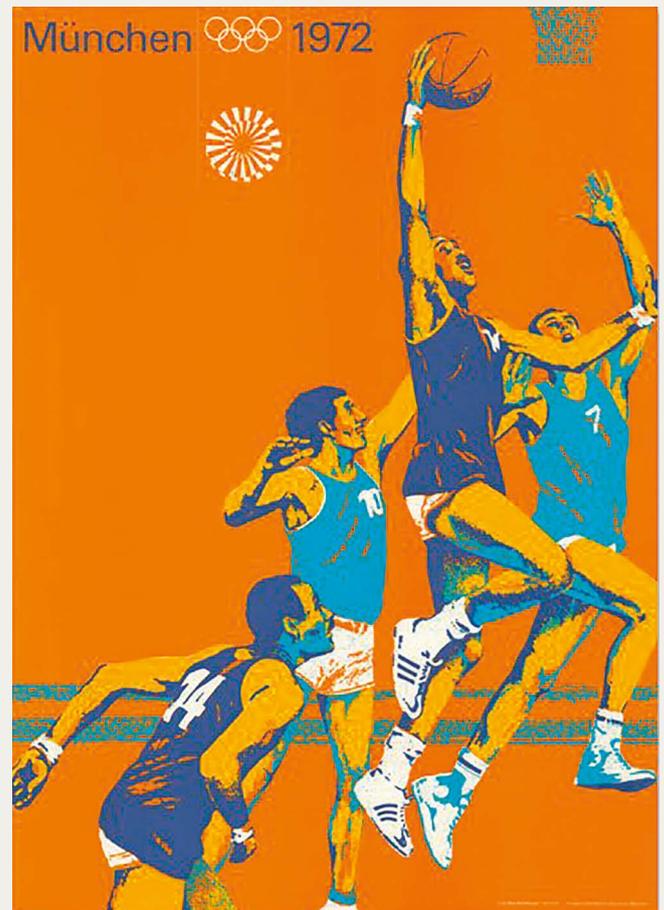
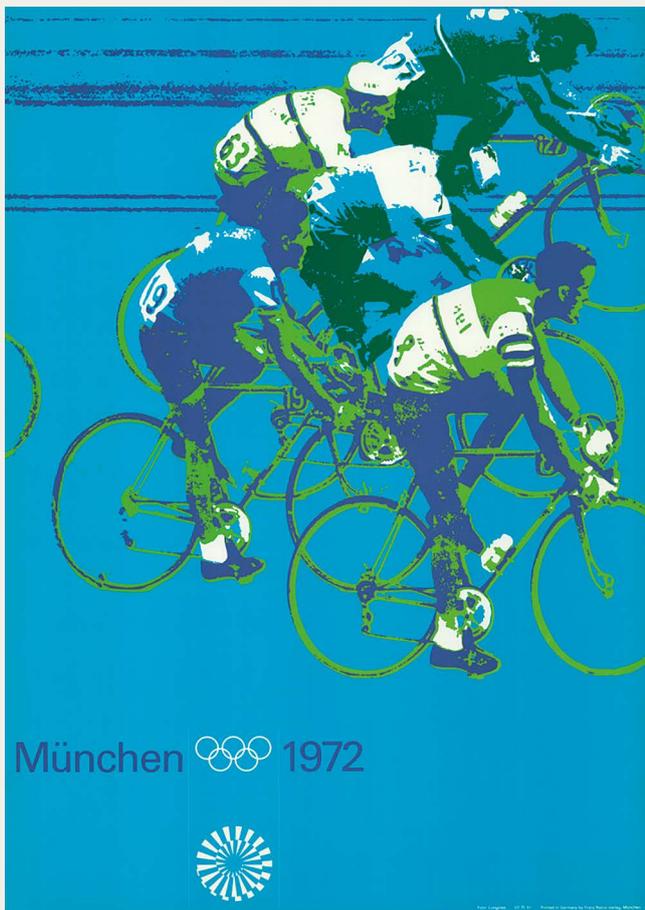
! von *Andreas Koop*

Wenn alle Macht vom Volke ausgeht und man gar noch an den Spruch denkt, ein Volk hat immer die Regierung, die es verdient, so müsste das Volk offenbar weit und breit recht dumm, mindestens aber nicht allzu schlau sein. Sieht man sich im eigenen Lande und darüber hinaus ein wenig um und betrachtet das, was alles läuft oder nicht läuft, übersteigen die Fragen schnell potenzielle Antworten. Vermutlich ist das Volk (in Deutschland meidet man das historisch belastete Wort und verwendet dafür lieber die eher nach einer technokratischen DDR-Sprache klingenden Begriffe Gemeinschaft oder Gemeinwesen) aber gar nicht so dumm. Und auch die Tatsache, dass es die Regierung selbst wählt, macht es nicht gänzlich verantwortlich dafür, was alles danebengeht. Denn zum einen ist das Ankreuzen von Namen und/oder Parteien auf einer Liste alle vier oder fünf Jahre noch nicht unbedingt Inbegriff, Kern und Wesen von Demokratie, zum anderen hakt es nicht selten schon in der zur Verfügung stehenden »Auswahl«. Das Wählen ist vermutlich nicht für wenige eine Art Suche nach dem kleinsten Übel. Und dies absurderweise, obwohl doch jede/r zumindest drei, vier, fünf Menschen kennt, denen er/sie eine führende politische Position sofort zutrauen würde und sich gut vorstellen kann, dass Entscheidungen dann mit mehr Verstand, Gerechtigkeit, Weitblick und Empathie getroffen werden. Komisch, wie das alles empirisch auf breiter Front widerlegt wird!

Ähnlich widerspricht auch Philosoph Slavoj Žižek immer vehement der Aussage, dass es einfach (nur) an jedem Einzelnen/jeder Einzelnen läge, wie sich die soziale, ökologische etc. Situation im Lande und auf der Welt darbietet. Man kann eben nicht alles dem Individuum aufbürden, davon ist er überzeugt, sondern muss dies erst recht dem Staat, der die Rahmenbedingungen (für alle Individuen zusammen) schafft, zur Aufgabe machen. Um damit nicht jene Mechanismen einzuzementieren, von denen man

seit Urzeiten weiß, welche Schäden sie über kurz und lang anrichten. So wie man in der Demokratie beobachten kann, dass die Durchsetzung von Einzelinteressen der sozialen Gerechtigkeit, der Umwelt und der Gesellschaft substanziell schaden, so ähnlich ist es in semantischer Hinsicht, wenn Design in öffentliche Gremien, Ausschüsse, Verwaltungen und (kommunal)politische Entscheidungsstrukturen gerät. Dass dort nach Lust und Laune das ihr oder ihm (oder der Gattin zu Hause) persönlich am besten Gefallende ausgewählt und darüber abgestimmt wird, ist vermutlich nicht mit demokratischen Entscheidungsprozessen gemeint. Dabei ist ja eh alles Geschmacksache! Fallen solche Worte, wünscht man sich eine Umschulung – zu etwas Handfestem, Richtung Bäcker oder Landschaftsbauer. Nur, wie kommt man zu einer Entscheidung über ästhetische Fragen, wenn es – Gott sei Dank! – *keine* diktatorischen Positionen gibt? Kann man über Gestaltung abstimmen? Ist das Design mit den meisten Stimmen das bessere? Nein, vermutlich eher selten. Über solche Themen entscheiden hier ja zumeist auch »Fachfremde«. Und selbst wenn Kompromisse die Allzweckwaffe der Demokratie sein mögen, geht das in anderen Bereichen leichter: Wenn wir das *dort* so machen, dann nehmen wir *hier* halt etwas zurück, so hat jeder sich einmal durchsetzen können und ist zufrieden – vielleicht wurde damit ja sogar wirklich die beste Lösung erreicht. Schwierig wird es, wenn man in Designfragen dann in der Verhandlungsführung auf diese Weise Schrift und Farbe aushandelt.

Bräuchte es nicht in der (vor allem »großen«) Politik mitunter einschneidende, zuerst einmal vielleicht auch wenig geliebte Maßnahmen, damit wirkliche Veränderungen beginnen können? Beispielsweise in Fragen der Mobilität und Bildung, der Steuern, der Förderung verschiedener Branchen etc. Wer tut, was (wirklich) zu tun ist, der wird erst einmal viel Geschrei und Widerstand ernten. Womöglich gar Drohungen und Dramen. Und genau so wird auch ein wirklich revolutionäres Design kaum gleich einmal und für alle »gefällig« sein. Dass so etwas



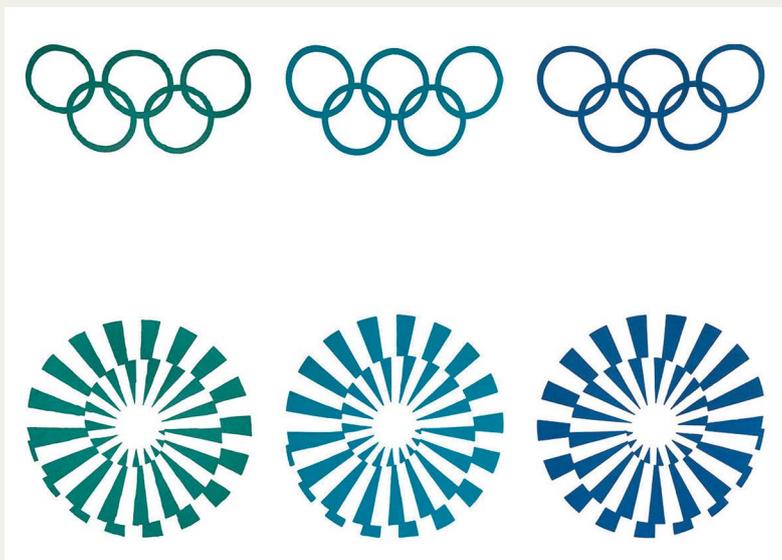
1 Otl Aicher: Plakate Olympischen Spiele München 1972, Basketball, Bogenschießen, Gewichtheben, Radfahren



München



1972



3

2 Otl Aicher: Logo für die Olympischen Spiele München 1972

3 Otl Aicher: Fahnen, Olympischen Spiele München 1972

möglich war wie das Design der Olympischen Spiele 1972 in München ist bis heute ein Mysterium, ein Wunder. Nicht wegen seiner Qualität, sondern trotzdem! Entwickelt wurde es zwischen 1967 und 1972, in einer Zeit also, wo es gesellschaftlich und politisch höchst turbulent zugeht. Wo die Verdrängung der Vergangenheit kritisiert wurde, die verkrusteten Strukturen in Familien mit manchen Dramen aufbrechen... Braucht es offenbar diese Turbulenz, die Volatilität (nicht die an der Börse, sondern im Leben), die Dynamik, die Energie, damit ein herausragendes Design entstehen kann? Sicher nicht nur, und klar, es hat zu allen Zeiten gute Gestaltung und hervorragende Gestalterinnen und Gestalter gegeben, keine Frage. Aber was bleibt davon? Derzeit werden die Halbwertszeiten der »Trends« von Dekaden auf Monate heruntergerechnet. Dabei wäre doch jetzt gerade eine wenigstens potenziell bewegte Zeit! Der Planet überhitzt, die Gesellschaft in unseren Breiten überaltert, der Süden wird uns (in mehrerlei Hinsicht) überrollen – aber aus Gründen der Ansteckungsgefahr (Corona!) wird freitags nicht mehr demonstriert. Eigentlich geht es ums Ganze. Müsste da nicht existenzielles, berührendes, überwältigendes Design gewünscht, gesucht, geschaffen werden? Und eben beauftragt, womit es wieder zum Ausgangspunkt zurückgeht.

2

Heute jedenfalls erscheint es kaum denkbar, dass etwas Ähnliches wieder bzw. noch möglich wäre wie beim guten alten Otl 1972. Das Signet der Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland 2006 war der lebende, der schlagende Beweis für diese These. Marketing und Infantilität ersetzen Substanz, Auseinandersetzung und Qualität. Das wiederum spricht nicht zwingend gegen eine Branche. Ganz im Gegenteil – es spricht nicht unbedingt für die Auftraggeber oder korrekter: für die Wege der Auftragserteilung. Denn wo (vermutlich nicht nur) Design und Demokratie so richtig kollidieren, ist das Vergaberecht – mit Kollateralschäden aller – finanzieller, nervlicher und sonstiger – Art. Kaum vorstellbar, dass es Dinge gibt, die im Ergebnis weiter von der Absicht abweichen als die öffentliche Auftragsvergabe nach DIN. Es gibt Flughäfen, auf denen auch ohne Virenbefall keine Flugzeuge abheben, aber immerhin die Kosten. Der Gedanke ist ja an sich richtig, dass nicht jede/r Museumsdirektor/in, Minister/in, Universitätsangestellte etc. nach Gutsherrnart »frei Schnauze« Aufträge vergeben kann. An den Bruder, Schwager, jemanden, bei dem er/sie Spielschulden hat, Winterreifen dafür bekommt etc. Nur geht man interessanterweise offenbar immer davon aus, dass dies der Fall ist. Und auf die Schnauze bekommen es dann andere. Wenn also für jedes läppische Signet, eine Wanderausstellung oder Website, ein Plakat und eine Broschüre jedes Mal drei, vier, fünf Designbüros in Vorleistung gehen. Und am Ende der Preis (mit)entscheidet. Wie viel Energie da in den Sand gesetzt wird, sehenden Auges – das man vielen Jurys nicht wirklich unterstellen kann. Wer da alles Konzepte entwickelt, Visualisierungen anfertigt, durch die Gegend fährt zu Gesprächen und Präsentationen! Und das in aller Regel bei eher symbolischer Bezahlung, die man nicht selten auch noch erkämpfen muss. Doch selbst, wenn das alles unvergütet bleibt, findet sich auf wundersame Weise immer eine Handvoll Büros, die trotzdem mitspielen. Da bewundert man die nichts auf sich, ihre Zunft, ihre Kolleginnen und Kollegen kommen lassende Ärzteschaft!

Jetzt könnte man sagen, bei den Architekten ist das ja auch so üblich. Stimmt, aber unter völlig anderen Prämissen. Da gibt es ein festes Berufsbild, das es

nicht jedem Kunstlehrer ermöglicht, da auch noch mitzumachen, eine feste, verbindliche Honorarordnung etc. Dann kommt der Aspekt der Vorleistungen (und ihrer mehr oder minder vorgesehenen Vergütung) hinzu, die nicht selten in keinerlei Relation zum Auftragsvolumen stehen. Als Designer/Designerin arbeitet man für 1.000 Euro gut und gerne 50 Stunden an einem Konzept, um dann bestenfalls einen Auftrag über vielleicht 20.000 Euro zu bekommen. Architekturbüros arbeiten bei ihren Wettbewerben vielleicht 500 Stunden an einem Entwurf – dem dann aber ein Honorar von mehreren Millionen Euro gegenübersteht. Es ist also ein wenig so, als würde man ins Casino gehen und immer nur seinen Einsatz zurückbekommen. Freilich sind »Hardcore-Ausschreibungen« auch nicht wirklich besser, wo es im Grunde fast nur noch um den Preis geht. Wofür man sich bei den verschiedensten Vergabeportalen anmelden muss und aberwitzige Mengen von Selbstauskünften, Erklärungen und Bestätigungen auszufüllen hat. Ach Otl, wie hast du vor über 30 Jahren so schön geschrieben: Ein Grafiker/eine Grafikerin ist frei, er/sie ist das, was er/sie kann – ja, prima, nur müsste das halt auch jemand sehen, erkennen und vertreten können. Bemerkenswerterweise haben aber auch schon kleinere Firmen (größere sind ja ohnehin der Meinung, es sei eine Ehre, für sie arbeiten zu dürfen) die Unsitte des »Vortanzen-Lassens« übernommen und nutzen gerne die breite und bunte Auswahl an Gestaltungsbüros. Berufsverbände haben diese Entwicklungen bisher kaum verändern oder korrigieren können. Andere Lobbys klopfen öfter und lauter und haben wohl auch schlagendere Forderungen. Design und Demokratie bzw. Kapitalismus sind ja eigentlich eine wunderbare Verbindung oder gar Bedingung: dort, wo es mehr Angebot als Nachfrage gibt, wo sich die Produkte immer mehr angleichen, wo der Grad an Innovation im Grunde überall auf das Marginale abflacht. Dass sich auf 25 Jahre gesehen (soweit reicht die eigene Erfahrung) dabei die Honorare konstant verschlechtern haben, ist kein wirklicher Zufall. Trotzdem wächst die Zahl an Agenturen und Büros. Faszinierend – es spricht für den Beruf, der offenbar (und tatsächlich) so viel Reiz hat, dass man ihn dennoch ausüben und leben will.

Apropos politische Systeme: Ob die DDR an ihrem Design zugrunde gegangen ist, wie ein bemerkenswerter Artikel in einer Ausgabe der »Lettre« argumentiert hat, lautet der Rückschluss nicht unbedingt: Wo die Demokratie fehlt, gibt es auch kein gutes Design. Man müsste da eher sagen: Wo es an allem fehlt, von der geistigen bis zur faktischen Freiheit, den ökonomischen Möglichkeiten etc., hat es Design schwer. Und wer sich in einem de facto totalitären Staat zwischen besserem Design und mehr Freiheit für Ersteres entscheiden würde, der hat vermutlich nicht alle Latten am Zaun. Zumal diese Freiheit sich ohnehin auch recht bald in einer besseren Gestaltung (in welcher Dimension auch immer) niederschlagen und darstellen würde. Diktatur ist keine Lösung!

Nur, klar ist auch, Demokratie alleine ist ebenfalls nicht viel wert. Kein Wert an sich und auch keine



4

Garantie für alles. Tatsächlich braucht Demokratie den Mut aller, genauso wie das Design. Auseinandersetzung, Beteiligung, Diskurs, ebenso aber gleichermaßen möglichst viel Wissen und Bildung – auch ästhetische. Leider führt sich Demokratie nicht nur im Kontext Design oft selbst ad absurdum – wo sie das Schlimmste verhindern will und damit das Beste unmöglich macht. So ähnlich wie in Deutschland mit der geliebten Autoindustrie – man schützt und unterstützt sie, wo es nur geht, um sie dann wirklich retten zu müssen, weil sich während des selbstverliebten Tiefschlafs im Biotop die Rahmenbedingungen irreversibel und nicht zum Vorteil verändert haben. Wenn man diese Beträge wiederum in Bezug setzt zu dem, was beim Ausschreiben der kleinsten Kleinigkeiten »gespart« wird, weiß man nicht, ob man lachen oder weinen soll. Was ohnehin nur so halbwegs funktioniert, weil man die Zeit der unverrückbar festangestellten, unkündbaren Beamtinnen und Beamten nicht in Euro bemisst und gegenüberstellt. Oder den Aufwand, immer wieder anderen Personen, Firmen und Büros das Wesen, die Haltung, die Werte, Prioritäten und Einstellungen des Museums, Amtes, der Schule oder Uni zu erklären. Aber gut, die Geister, die man rief, ziehen halt irgendwann bei einem ein.

4 FIFA-World-Cup-Logo
WM 2006 in
Deutschland

Was man in Summe aber sagen, nein, laut schreien möchte, ist der altbekannte Satz von Willy Brandt auf dem Jahre 1969 (!): »Mehr Demokratie wagen«. Tragisch, dass man es Jahr für Jahr und immer wieder auf Plakate schreiben könnte. Den Mut zu fordern, die Demokratie dort zu schützen, wo es wirklich notwendig ist. Und das ist ganz woanders, als es heute beinahe *demonstrativ* »gelebt« wird: bei Daten, Klima, Natur, Toleranz, Vielfalt, Freiheit...

ÜBER DEN AUTOR:

Andreas Koop, Diplomdesigner und Master of Advanced Studies, führt seit 1995 ein international ausgezeichnetes Designbüro im Allgäu. In seiner Arbeit stehen vor allem nachhaltige und intelligent-ökologische Ansätze im Fokus. Ein weiteres Interesse gilt der Designforschung. Fester Bestandteil seines Schaffens sind die publizistische Arbeit sowie die Veranstaltung des multidisziplinären Symposiums Stadt. Land. Schluss.

www.designgruppe-koop.de | www.koop-andreas.de

»SCHWARZDENKER«

Das neue Nicht-Design-Magazin, eher eine Zeit-Streit-Schrift, kritisch, analytisch und kämpferisch. Relevant und aktuell. Es wirft einen bitterbösen, selbstironischen Blick auf die Lage der Kreativbranche und den Zeitgeist. Es richtet sich an DesignerInnen, an alle, die es werden wollen, und deren Eltern, die das gern verhindern würden. 130 Seiten, 25 Beiträge, gedruckt auf Munken Pure und Wibalin NSB Fühlkarton, veredelt mit schwarzem Farbschnitt. Kosten bei Bestellungen aus Österreich inkl. Versand: 15 Euro. Auch erhältlich als limitierte Auflage inkl. Kotztüte zum Preis von 22 Euro. Zu bestellen über www.schwarzdenker.com



und bearbeitet? In meiner Nähe steht ein fünfstöckiger Verwaltungsbau, eingereiht zwischen Wohnhäusern, mitten in Neuhausen, einem Viertel zum Wohlfühlen. In dem grauen Haus mit dem Charme der 1980er-Jahre befindet sich die Vergabestelle der Stadt München. Tagtäglich sitzen zig Beamte über Ausschreibungen der Stadt. Zig Beamte mal zig Stunden. Es wird formuliert, korrigiert, genehmigt. Es werden Agenturen ausgewählt und angeschrieben. Die Angebote werden entgegengenommen und ausgewertet, und die Kontakte werden an die zuständige Abteilung oder Behörde weitergeleitet. SachbearbeiterInnen und ReferentInnen beschäftigen sich mit den Angeboten und feilschen bei manchen Aufträgen um 50 Euro. Es geht nicht um Expertise und Qualität. Es geht um das »wirtschaftlichste« Angebot. So sieht es in der ganzen öffentlichen Verwaltung aus – überall, wo es darum geht, über die Steuergelder zu wachen. So weit, so gut.

Als mich eine große Forschungseinrichtung für grafische Leistungen über einen Zeitraum von zwei Jahren anfragte, kannte ich das Spiel bereits. In den 60-seitigen Unterlagen wollte man von mir lediglich meinen Stundenlohn wissen. Was schreibt man mit 20 Jahren Berufserfahrung? Wenn man seriös Miet-, Technik-, Software-, Lizenzen einkalkuliert? Ich setzte eine zweistellige Zahl in eine extra dafür angelegte Tabelle. Ein paar Wochen später erkundigte ich mich nach dem Stand der Dinge. Die Reaktion war Empörung: Da fragen Sie noch?! Sie waren viel zu teuer! Wer sind die anderen, die nicht zu teuer sind? Die, die genau richtig liegen? Und wo ist »genau richtig«?

Als DesignerIn hat man grafische Konkurrenz – überall. DesignerIn ist keine geschützte Berufsbezeichnung. Design kann jeder anbieten. Ich habe

schon erlebt, dass sogenannte DesignerInnen einen Auftrag an einem Tag erledigten, für den ausgebildete Profis sich eine Woche Zeit nehmen würden. Gewillt, jeden Kundenwunsch zu erfüllen, verdienen vermeintliche GrafikerInnen ihr Geld ohne jegliche Qualifikation, was in unserem Beruf wunderbar möglich ist. Mit geklauten Schriften, geknackten Programmen, ohne Wissen über Mikrotypografie oder Farblehre. Der unwissende Kunde ist geblendet. Weil es »schnell und zuverlässig« ist und der Preis stimmt. Solche AnbieterInnen werden immer ihre AbnehmerInnen finden. Und unter dem Deckmantel des Spardiktats ist der größte Unfug gerechtfertigt. Sie werden mir nun erwidern: Es gibt doch viele QuereinsteigerInnen – talentiert und erfolgreich. Da könne sich manche/r Studierende eine Scheibe abschneiden! Ich halte dagegen: Einige schon, aber nicht alle. Früher glaubte ich naiv: Qualität überzeugt. Wie ein eifriger Jesuit predigte ich den Erfolg der guten Form. Der Jesuit in mir landete irgendwann in den Wäldern des Amazonas, geplagt von wiederkehrenden Malariaanschüben, musste resigniert feststellen, dass die Einheimischen nicht zwischen meinem Gott und ihren vielen Götzen unterscheiden können oder wollen. Übrigens, den Behörden kann man keine Täuschung vorwerfen. Sie kommunizieren ganz offen. Für den Zuschlag ist ausschlaggebend: 70 Prozent Preis, 30 Prozent Qualität. Man weiß also, worauf man sich einlässt.

ÜBER DIE AUTORIN

Victoria Sarapina ist Grafikdesignerin mit russischen Wurzeln, Inhaberin der Manufaktur für Grafikdesign und Herausgeberin des Magazins »Schwarzdenker«. Sie hat in Wiesbaden studiert und lebt und arbeitet in München.

www.manufaktur-grafikdesign.de



KEIN GLANZ IN DER HÜTTE DER KULTURHAUPTSTADT 2024

Im Mai ließ das Salzkammergut mit Bad Ischl an der Spitze unter dem Motto »Kultur ist das neue Salz« die Wettbewerbsausschreibung zur Gestaltung einer Wort-Bild-Marke für »Salzkammergut 2024 – Kulturhauptstadt Europas« vom Stapel. Im Rahmen eines offenen Wettbewerbs war eine komplexe Aufgabe zu bewältigen. Schon allein die Grundanforderung der Kompatibilität der neuen Marke mit den bestehenden Auftritten von Salzkammergut und Ausseerland (die Beispiele sprechen für sich) sowie der Integrationstauglichkeit mit den Identitäten von Tourismuspartnern waren höchst anspruchsvolle Herausforderungen. Auch sonst sollte die Marke vieles leisten: Sie hatte für unterschiedliche Kommunikationsformate sowie On- und Offline-Kampagnen zu taugen und dabei in ihrem Umfeld einen »möglichst hohen Grad an individueller Identität« aufzuweisen – und sich dabei in ihrem fragwürdigen visuellen Umfeld auf einer internationalen Bühne zu behaupten. Umfassende Vorleistungen waren gefragt: Die Einreichung musste unterschiedliche Logovarianten, Grundlagen für ein Corporate Design inklusive Farben und Schriften, zahlreiche Anwendungsbeispiele in Form diverser Drucksorten, Geschäftsausstattung und Online-Auftritt umfassen. Jede/r TeilnehmerIn »durfte« zwei Entwürfe vorlegen, der/die glückliche GewinnerIn sich über 15.000 Euro freuen (und für alle Gestaltungsleistungen uneingeschränkte Nutzungsrechte für eine etwaige künftige Weiterverwendung gleich drauflegen). Die nächstgereihten vier TeilnehmerInnen sollten ein Abschlagshonorar von satten 750 Euro erhalten.

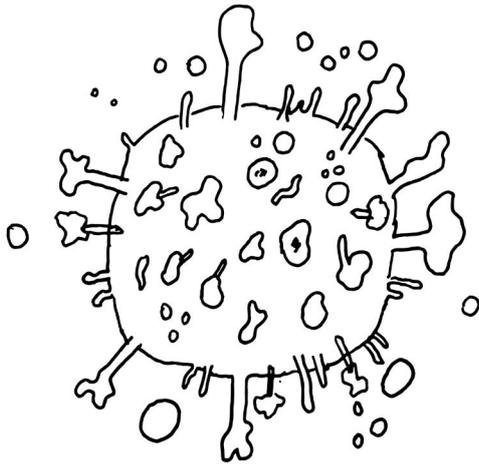
Eigentlich sollte auf der Hand liegen, dass die Gestaltung einer komplexen Markenidentität und eines Corporate Designs für ein Prestige-Projekt wie das der Kulturhauptstadt Europas eine Aufgabe ist, die umfassende kommunikationswissenschaftliche, mediale, technische und ästhetische Ansprüche zu erfüllen hat und die deshalb nur in kompetente und kundige Hände gehört. Um derartige Kompetenzen zu erlangen, braucht es eine langjährige Ausbildung und viele Jahre Berufserfahrung. Das Honorar für derartige Leistungen beträgt international üblicherweise ein Vielfaches von dem, was hier angeboten wird. Kein Wort, ob eine kundige Fachjury die eingereichten Entwürfe bewerten würde. Wenn schon die Ausschreibung zum Wettbewerb in keiner Weise europäischen bzw. internationalen Standards entspricht, wie soll es dann die daraus hervorgegangene Wort-Bild-Marke mit allem, was dazugehört?

Lange Rede, kurzer Sinn: designaustria hat brieflich Protest eingelegt und dringend darauf hingewiesen, dass die Qualität der Ergebnisse stark von den Bedingungen abhängt, unter denen diese Ergebnisse zustandekommen. Um professionelle und erfahrene GestalterInnen zu gewinnen, die einer solchen Aufgabe auch gewachsen sind, wäre es dringend nötig gewesen, eine entsprechende Ausgangsbasis zu schaffen. Wir haben unsere Expertise und Hilfestellung angeboten, bis jetzt aber keine Antwort erhalten. Bleibt wohl gespannt abzuwarten, wie sich die Kulturhauptstadt Europas 2024 präsentieren wird.

www.salzkammergut-2024.at

DESIGNAUSTRIA-UMFRAGE ZU DEN FOLGEN DER CORONA- PANDEMIE: RUNDE DREI

Von 23. Juni bis 15. Juli 2020 befragte designaustria Österreichs Designschaffende zum dritten Mal zu den Auswirkungen von COVID-19 auf Arbeitssituation und wirtschaftlichen Erfolg. Die in mehrwöchigen Zeitabständen anonym durchgeführte Befragung soll sicherstellen, dass aktuelle Gegebenheiten und sich abzeichnende Entwicklungen sichtbar gemacht werden. Es ist geplant, die Ergebnisse und etwaige sich daraus ableitende Forderungen an politische EntscheidungsträgerInnen heranzutragen. Wir fassen hier die Ergebnisse aus Runde drei zusammen und stellen, soweit die Fragen es zulassen, Vergleiche zu Runde eins vom April 2020 und zu Runde zwei vom Mai 2020 an (Prozentangaben gerundet. Zu den Detailergebnissen von Runde eins siehe Ausgabe 2.2020).



An der dritten Befragungsrunde beteiligten sich nur noch 59 Designschaffende – exakt halb so viele wie in Runde zwei (118) und um ganze 56% weniger als in Runde eins (134). Dies mag auf eine geringere Relevanz der Ergebnisse schließen lassen – oder aber eine optimistische Deutung zulassen: Das Thema scheint nicht mehr die große Brisanz zu haben wie noch vor einigen

stellten keine oder kaum Auswirkungen fest (20% gegenüber 25% bzw. 26% im Mai und April); vereinzelt wurde auch eine Verbesserung der Auftragslage gegenüber vor COVID-19 vermerkt (5% gegenüber 3% bzw. 2% im Mai und April). Durchschnittlich rechneten die Teilnehmenden wie schon in den ersten beiden Befragungsrunden mit finanziellen Einbußen von 37% gegenüber dem Vorjahr (mit Angaben zwischen 0 und 80%). Dabei waren finanzielle Auswirkungen zum Zeitpunkt der dritten Umfragerunde für deutlich weniger Teilnehmende spürbar als zum Zeitpunkt der zweiten Umfrage im Mai (36% gegenüber 46%); nur mehr ein Viertel rechnete im Juni/Juli mit Auswirkungen das ganze Jahr 2020 über (gegenüber einem Drittel im Mai); längerfristige Auswirkungen erwarteten nur mehr 29% (gegenüber 42% im Mai); mit keinen negativen Auswirkungen rechneten allerdings nur knapp 7% (gegenüber noch 12% im Mai). Diese Zahlen lassen den Schluss zu, dass nun eine realistischere Einschätzung sowohl der kurz- als auch der längerfristigen Entwicklung möglich scheint – einerseits mehr Verschiebungen und Absagen bei einer deutlicheren Sichtbarkeit wirtschaftlicher Einbußen; andererseits leicht positive Entwicklungen wie geringere aktuell zu vermerkende Einbußen sowie weniger große Befürchtungen hinsichtlich einer längerfristigen Verschlechterung der Situation. Dabei bleibt die Einschätzung der Verluste gegenüber 2019 jedoch konstant, was für eine relativ zuverlässige Prognose spricht.

Unter den angestellten Designschaffenden waren mit Juni/Juli weniger zur Kurzarbeit angemeldet (knapp 11%) als noch Anfang Mai (16%) bzw. Anfang April (23%), und zwar im Ausmaß von durchschnittlich 23% (April: 36%), woraus hervorgeht, dass Kurzarbeit weiter rückläufig ist.

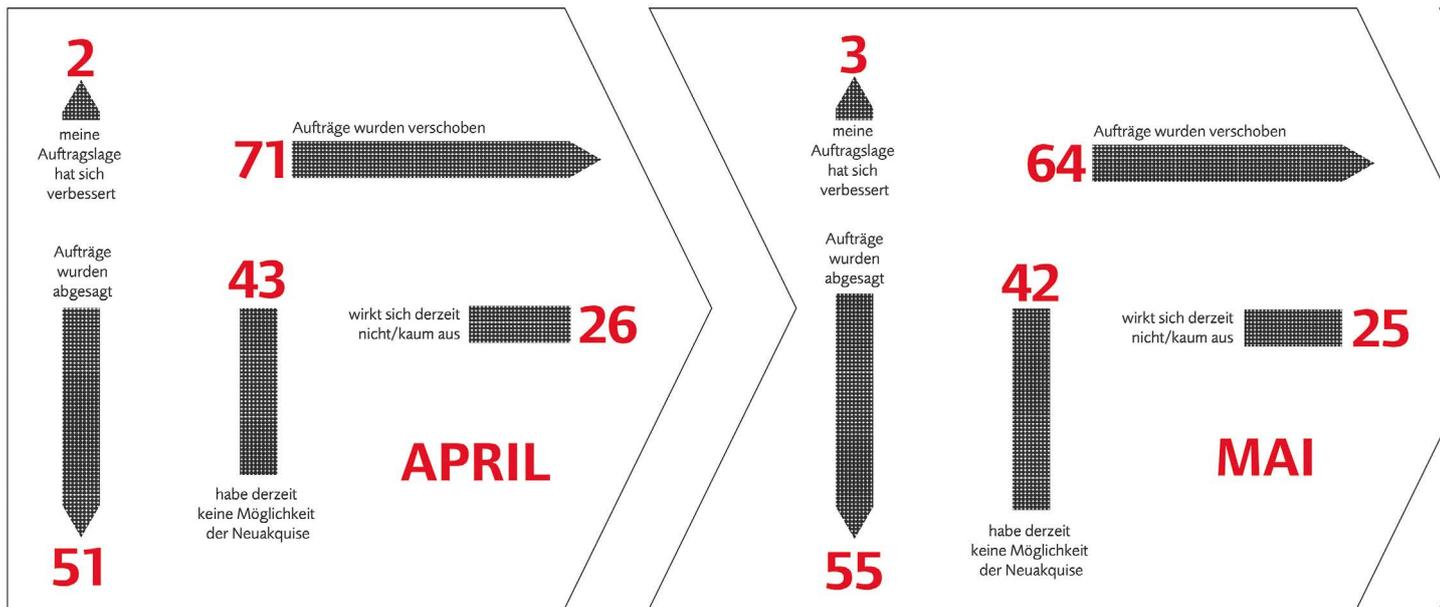
Zur zweiten Runde im Mai wurde abgefragt, inwieweit Mietreduktion beantragt wurde: Nur 2 von 12 ansuchenden Personen hatten eine solche erhalten.

Wochen. Auch allgemein weisen die erhobenen Zahlen bei aller gebotenen Vorsicht auf eine (im Vergleich zum Mai) insgesamt positive Entwicklung, zumindest, was den Bereich Grafikdesign betrifft, in dem die überwiegende Mehrzahl der Teilnehmenden (71%) tätig ist, gefolgt von Produktdesign (8,5%), Illustration (8,5%), Webdesign (5%) und anderen Disziplinen (7%). Ähnlich wie in den letzten beiden Runden wirkten fast ausschließlich Selbstständige (93%) mit; der Rest entfiel auf Angestellte (3,5%) und Personen, die sowohl selbstständig als auch angestellt sind (3,5%). Von den Selbstständigen arbeiten 69,5% alleine/als EPU; 27% im Verbund von bis zu 5 MitarbeiterInnen/KollegInnen; der Rest in größeren Betrieben. Im Gegensatz zu Runde zwei beteiligten sich im Juni/Juli wieder etwas mehr Männer als Frauen (54% gegenüber 46%).

Zu den Auswirkungen von Corona meldeten 78% eine Verschiebung (Mai: 64%, April: 71%) sowie 58% Absagen von Aufträgen (Mai: 55%, April: 51%); knapp 36% gaben an, in dieser Situation keinerlei Möglichkeiten zur Neuakquise zu haben (in den Vorrunden lag diese Zahl noch über 40%). Weniger Designschaffende als in den letzten beiden Runden

Michael Zutz:
»Little Covid 19« für
Illustrators Against
COVID-19

Inwiefern wirkt sich die Corona-Pandemie auf deine Aufträge aus? (Mehrfachnennungen möglich)



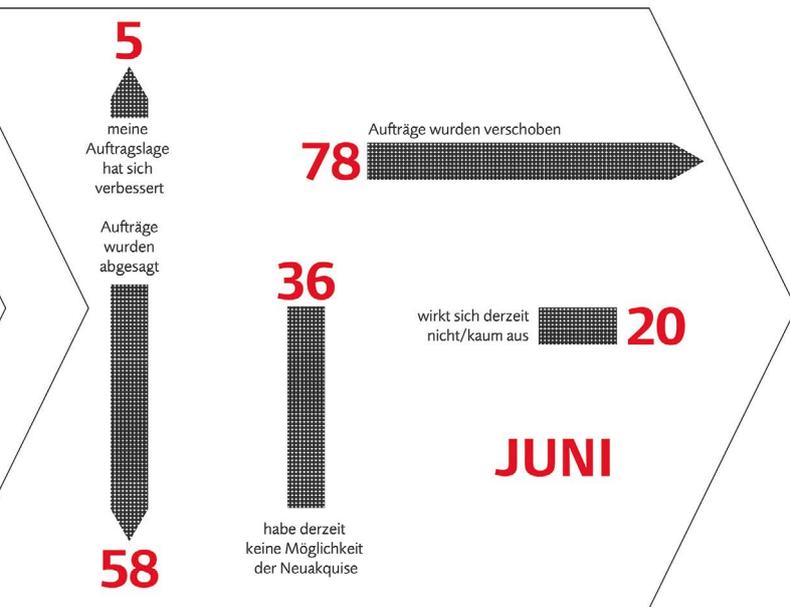
Im Rahmen von Runde drei fragten wir nach, inwiefern die mögliche Stundung von Einkommensteuer und Sozialversicherung beansprucht wurde: 5% haben um Steuerstundung angesucht, 7% um Stundung der Sozialversicherungsbeiträge, 14% um beides.

Von 57 Teilnehmenden hatten zum Zeitpunkt der dritten Befragungsrunde bereits 46% Unterstützung beantragt (Mai: 41%, April: 25%); bei knappen 18% war die Antragstellung noch in Planung (Mai: 23%, April: 29%). Wie schon im Mai betrachteten sich auch im Juni/July 26% als nicht anspruchsberechtigt (April: 43%). Daraus geht hervor, dass sich der Kreis der AntragstellerInnen – vermutlich auch aufgrund der Anpassung bzw. Erweiterung von Unterstützungsmöglichkeiten – noch einmal vergrößert hat. Als Gründe für eine nicht vorhandene Anspruchsberechtigung wurden Unterrichtstätigkeit bzw. Mehrfachversicherung, zu hohes Einkommen bzw. kein ausreichender Rückgang der Einnahmen, Unternehmensgröße, nicht ausreichend lange zurückliegende Unternehmensgründung sowie Verzerrung der Einkommenssituation durch zeitversetzte Zahlungseingänge genannt. Hier gilt es zu prüfen, ob in dem einen oder anderen Fall aufgrund diverser Nachbesserungen bei/Erweiterungen von Zuschüssen nicht doch eine Anspruchsberechtigung besteht (siehe dazu die Zusammenfassung auf S. 13). 11% mochten sich mit dem Thema Unterstützung überhaupt nicht auseinandersetzen (Mai: 14%, April: 5%).

Die meisten an der dritten Umfragerunde Teilnehmenden, nämlich je 22 Personen (bzw. 69%), haben um Unterstützung in Phase 1 und Phase 2 des Härtefall-Fonds der österreichischen Bundesregierung angesucht; 20 bzw. 16 Personen haben die beantragte Unterstützung auch erhalten, was eine Verbesserung gegenüber der Situation im Mai

bedeutet, als die Befragung ergeben hat, dass in Phase 2 nur 5 von 36 Anträgen positiv behandelt wurden. Hier scheinen die Nachbesserungen tatsächlich gegriffen zu haben. Beim Überbrückungsfonds der Verwertungsgesellschaft Bildrecht wurden 6 von 7 Anträgen bewilligt, was weiterhin auf eine zuverlässige Hilfestellung hinweist. Keine einzige an der dritten Befragungsrunde teilnehmende Person hat beim Unterstützungsfonds des KSVF um Zuschüsse angesucht (im Mai waren es noch 4 Anträge, von denen 3 positiv beschieden wurden). Je 2 Personen haben beim Familienhärtefonds des Bundesministeriums für Arbeit, Familie und Jugend oder bei regionalen Fördertöpfen Unterstützung bzw. einen Fixkostenzuschuss beantragt; diese Anträge wurden zu 50% bewilligt (jeweils im Fall einer Person). Ein Antrag um Überbrückungsfinanzierung der aws wurde gestellt und bewilligt. An Unterstützungsgeldern wurden pro AntragstellerIn durchschnittlich 2.272 Euro ausbezahlt (zwischen 0 und 12.000 Euro; Mai: 1.235 Euro).

Im Anschluss an den Fragebogen hatten die Teilnehmenden Gelegenheit, die Frage, wie designaustria in der jetzigen Situation am besten unterstützen kann, individuell zu beantworten. 14 Personen nahmen diese Möglichkeit in Anspruch. Wie schon im Mai waren vermehrt die klassischen Aufgaben einer Berufs- und Interessenvertretung gefragt: Viele wünschen sich Information und Beratung, Austausch, intensive PR-Arbeit und eine Bewusstseins-schärfung für professionelles Design (Stichwort: Qualitätssiegel) und seinen Wert in Gesellschaft und Wirtschaft. Auch Wünsche nach einer aktiven Schnittstelle zwischen Kreativbranche und Unternehmerschaft, nach leistbaren (Online-)Weiterbildungsformaten sowie nach einer redaktionell betreuten Website, auf der u. a. die Möglichkeit der Eigenwerbung besteht, wurden mehrfach geäußert.



Zudem wurde das Eintreten für eine soziale Absicherung von freischaffenden Kreativen angeregt.

Wie schon beim letzten Mal wünschten sich einige Teilnehmende eine Reduktion bzw. Stundung des designaustria-Mitgliedsbeitrags für das Jahr 2020. Gerne kommen wir diesem verständlichen Wunsch dort nach, wo es Zahlungsprobleme gibt, und bitten Betroffene, sich mit uns unter service@designaustria.at in Verbindung zu setzen. Wir bitten noch einmal um Verständnis, dass wir den Mitgliedsbeitrag in diesem Jahr nicht generell erlassen können – unser Fortbestand als Interessenvertretung hängt von dessen Bezahlung ab.

Als Berufsverband arbeiten wir ständig an der Verbesserung unserer Serviceleistungen und an der Sichtbarmachung von Design in Wirtschaft und Öffentlichkeit sowie bei Behörden. Wir bitten unsere Mitglieder, das bereits vorhandene Angebot aktiv zu nutzen: Auf unserer Website (eine neue ist in Arbeit) gibt es die Möglichkeit, sein Portfolio online zu stellen und es mit der eigenen Website zu verlinken. Webredaktion und »designaustria-Mitteilungen« berichten gerne über aktuelle Projekte, Aktivitäten und Erfolge von Mitgliedern und stellen Studios vor. Wir bieten laufend ein Fortbildungsprogramm an, dessen Veranstaltungen von Mitgliedern zu vergünstigten Tarifen oder sogar kostenlos besucht werden können. Informationen zur Berufsausübung von Designschaffenden allgemein und zu Maßnahmen und Hilfestellungen im Zusammenhang mit COVID-19 werden laufend online und per Newsletter verlautbart. Wir bedanken uns für die Teilnahme an der Umfrage und das Lob, das uns einige ausgesprochen haben. Es ist uns wertvolle Motivation!

www.designaustria.at

CORONA-HILFSFONDS: WAS IST NEU? ERWEITERUNGEN DER COVID-19-ENTSCHÄDIGUNGEN

--- HÄRTEFALL-FONDS, PHASE 2 NEU (WKO)

Jede/r Anspruchsberechtigte soll über einen Zeitraum von bis zu *sechs Monaten* zumindest *1.000 Euro/Monat* ausbezahlt bekommen, zusammengesetzt aus dem schon bisher geltenden Mindestpauschale von 500 Euro plus einem „Comeback-Bonus“ von weiteren 500 Euro. Die neue Höchstsumme der *Gesamtförderung* beträgt *15.000 Euro*. Die Anzahl der förderbaren Monate wurde von drei auf *sechs* ausgeweitet – frei wählbar innerhalb eines Vergleichszeitraums von *neun Monaten* (16.03. bis 15.12.2020). Die Antragstellung ist bis *31.01.2021* möglich.

Der Kreis der Anspruchsberechtigten wird neuerlich erweitert. Anspruchsberechtigt bleiben EPU's (neue Selbstständige), Kunstschaffende, Kleinstunternehmen und freie DienstnehmerInnen. Dazugekommen sind zeitweise Beschäftigte und mehrfach geringfügig beschäftigte Angestellte, sofern sie monatlich insgesamt über der Geringfügigkeitsgrenze liegen.

www.wko.at/service/haertefall-fonds-phase-2.html

--- ÜBERBRÜCKUNGSFINANZIERUNG FÜR SELBSTSTÄNDIGE KUNSTSCHAFFENDE (SVS)

Für Designschaffende, die als eigenschöpferisch-kreative GestalterInnen ohne Gewerbeschein firmieren, eröffnet sich bis Ende des Jahres die Möglichkeit, über die Sozialversicherungsanstalt der Selbständigen (SVS) um Überbrückungshilfe anzusuchen. Es stehen 90 Millionen Euro zur Verfügung. Anträge sind unbürokratisch bis längstens *31.12.2020* an die SVS möglich. Die Beihilfe beträgt bis zu *6.000 Euro* in Form einer Einmalzahlung. Leistungen aus dem Härtefall-Fonds der WKO werden angerechnet, die Soforthilfe (Phase 1) des KünstlerInnensozialversicherungsfonds (KSVF) nicht. Es muss eine wirtschaftliche Notlage in Folge von COVID-19 oder eine Gefährdung der Weiterführung der künstlerischen Tätigkeit vorliegen.

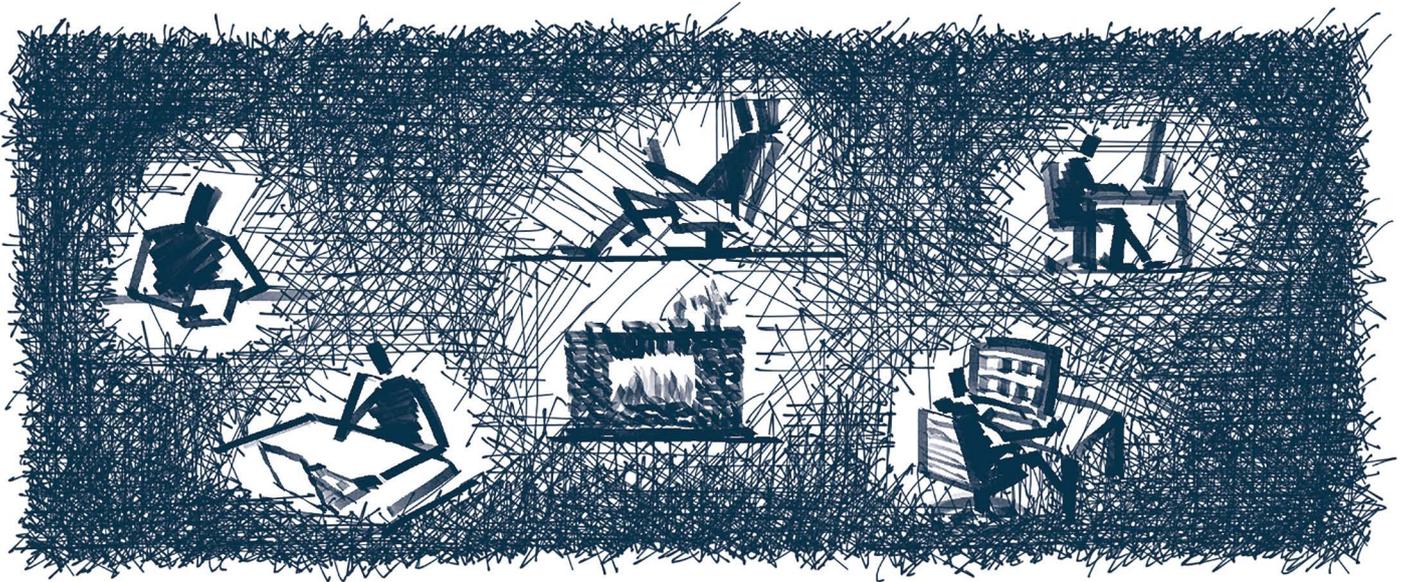
Antragsberechtigt sind Personen, die Kunst und Kultur schaffen, ausüben, vermitteln oder lehren. Ein Zuschuss aus dem KünstlerInnen-Sozialversicherungsfonds (KSVF) ist keine Voraussetzung; man kann sich im Zuge der Beantragung auch nachträglich als Kunstschaffende/r deklarieren. Es muss grundsätzlich zum 13.03.2020 eine Pflichtversicherung oder das Opting-in (nur Krankenversicherung) bei der SVS vorliegen bzw. bis spätestens 13.06.2020 angemeldet worden sein. Auch Personen, die 2018 und/oder 2019 pflichtversichert und zum Stichtag 13.03.2020 künstlerisch tätig waren, sind anspruchsberechtigt. Der gleichzeitige Bezug von Arbeitslosengeld schließt die Anspruchsberechtigung aus, ein gleichzeitiger Pensionsbezug ist möglich.

svs.at, bmkoes.gv.at/Kunst-und-Kultur/Neuigkeiten/Ueberbrueckungsfinanzierung.html

--- COVID-19-FONDS, PHASE 2 (KSVF)

Mit 10.07.2020 fiel der Startschuss für Phase 2 des COVID-19-Fonds im KünstlerInnensozialversicherungsfonds (KSVF) – für KünstlerInnen und KulturvermittlerInnen, die weder beim Härtefall-Fonds der WKO noch beim Überbrückungsfonds der SVS die Antragskriterien erfüllen. Eine Beihilfe bis maximal *3.000 Euro* ist möglich, bereits erhaltene Soforthilfe aus dem COVID-19-Fonds (KSVF) wird angerechnet. Die Antragsmöglichkeit für Soforthilfe aus dem COVID-19-Fonds (KSVF) ist beendet.

www.ksvf.at/covid-19.html



»WAS BLEIBT FÜR INDUSTRIEDESIGN RELEVANT, NACH COVID-19?«...

von Rudolf Greger

... fragte ein Freund kürzlich in die Runde. »Das kann doch nicht sein, dass die Kreativen als erstes gefressen werden?« Doch, sage ich, Industriedesign war immer schon ein Add-on, in vielen Fällen, es ist (auch) eine Funktion für mehr Konsum. Diese Verwerfungen im Design werden nun sichtbar. Jährlich eine neue Variante eines Gegenstands auf den Markt zu bringen, nur damit es etwas Neues gibt, ohne sonstigen erkennbaren Mehrwert, war schon immer bedenklich. Aber der Mensch leidet an »Neophilie«, der Lust am Neuen, erklärt uns der Anthropologe. Viele KollegInnen griffen diese Gier nach Neuem auf und gestalteten Einzigartiges und Begehrlichkeiten. DesignerInnen, die dem Credo folgten, wonach die Wirtschaft jährlich wachsen muss, die dabei auch vergaßen, dass sie zu einer privilegierten Minderheit gehören, die sich »Schönes« leisten kann, weil die Grundversorgung gegeben ist, die meinten, dass ein Wasserglas aus Musselglas läppische 44 Euro kosten muss, und die 1-Euro-Gläser von Ikea verschmähten, die erleben nun ein böses Erwachen.

BEDEUTUNGEN WERDEN KORRIGIERT

Berufe, die sozial niedrig bewertet wurden, bekommen nun wieder ihren wahren Stellenwert zugewiesen. Plötzlich ist der/die GeneraldirektorIn, der/die BankerIn, der/die DesignerIn (!) nicht mehr der Star der Gesellschaft, sondern jene Personen, die die Nahversorgung aufrecht erhalten, die Leute im Supermarkt, ZustellerInnen, LKW-FahrerInnen, Menschen, die die Infrastruktur am Leben erhalten, die Wasserversorgung, Strom und Internet. Nicht dass es die Führungskräfte in diesen Wirtschaftszweigen nicht braucht, aber ihre Bedeutung ist wieder auf ein normales Maß geschrumpft – wir

erleben eine Korrektur. Das ist für manche von uns ein Schock. Da ist man verwundert, dass »statt der Kreativen, die die Welt gestalten wollten, plötzlich andere Berufe wichtig sind.«

DESIGN BLEIBT NOTWENDIG

Wer allerdings immer schon mit dem konsumierenden Aspekt des Designberufs haderte, der findet sich schnell zurecht. Denn natürlich braucht es auch in Zukunft Design, und das mehr denn je, betone ich hier. Design im Allgemeinen, Industriedesign im Speziellen, ist bloß zurückgeworfen auf seinen Ursprung. Die Dinge müssen funktionieren und sollen »nicht hässlich« sein. Design soll das Leben der Menschen verbessern. Verbessert ist es dann, wenn technische Funktion klar erkennbar ist, wenn man weiß, wofür ein Gerät gebraucht wird und wie man es nutzt. Wir knüpfen (endlich) wieder wenn nicht gar bei Victor Papanek, dann zumindest bei Donald Norman und seinen Prinzipien an. Wir schaffen keine Begehrlichkeiten und feuern damit den Konsum an, sondern wir verbessern das Leben, indem die Dinge nützlich und praktisch sind – und bei dieser Gelegenheit gerne auch »schön« – ich nenne es »nicht hässlich«.

DESIGNERINNEN AN DER SCHLÜSSELSTELLE

DesignerInnen können Einfluss auf Industrie und die Gesellschaft ausüben, können Veränderungen einleiten. Sie müssten bloß die Mechanismen der Wirtschaft verstehen und keinen Luftschlossern nachhängen. Der Mensch handelt als Einzelner immer zu seinem Vorteil. Das muss nicht zwangsläufig zum Nachteil der anderen sein. Der Designer/die Designerin kann Kraft seiner/ihrer Denkweise Strategien entwickeln, bei denen der Vorteil für den Einzelnen auch ein Vorteil für die Gesellschaft ist.



Das ist der Schlüssel zur Lösung und auch der Grund, warum designen der Schlüsselfaktor für wirtschaftlichen Erfolg ist. Wir müssen aufklären, informieren, erlebbar machen, dass ökologisch vorteilhafte Produkte Sinn machen. Nicht mit erhobenem Zeigefinger, sondern mit besseren, freudvolleren Erlebnissen. Der Mensch soll sich nicht für die Entbehrung entscheiden (was er dauerhaft auch nicht tun wird), sondern für die Freude, für den Überfluss. Aber nicht auf Kosten der Umwelt, sondern zu ihrem Vorteil. Cradle-to-Cradle, Circular Economy, Circular Design etc. sind die Schlagwörter, die es mit Leben zu erfüllen gilt. Design kann aufklären, ohne Dinge zu erzwingen. Der Mensch soll endlich (wieder) eigenverantwortlich agieren, sich selbstständig für das Bessere entscheiden, weil er es erkennt. Dass er es erkennt, das ist eine Aufgabe des Designs und der »Kreativen«, dadurch erlangen sie wieder einen relevanten Stellenwert.

DESIGN FÜR DIE WIRKLICHE WELT – IST DAS SCIENCE FICTION?

DesignerInnen können Motorräder und Smartphones entwerfen, von denen die KonsumentInnen immer das neueste Modell begehren, sie können aber auch kluge Lehrsysteme und Inkubatoren für Afrika gestalten. Letzteres ist relevant und wird es auch nach COVID-19 bleiben. Trinkgläser, die nur in besonders aufwendiger Handarbeit hergestellt werden können, sind wohl verzichtbarer Luxus. Überhaupt stellt sich die Frage nach dem Mehrwert von Handarbeit, wenn Maschinen den Menschen von der Knechtschaft der Industrie befreien können. Welchen Wert hat es, wenn Menschen vor dem Hochofen ausharren müssen, wenn das auch ein Roboter erledigen kann? Wie heißt es in »Star Trek«? »Wir arbeiten, um uns selbst und die Gesellschaft zu verbessern.« Das soll unser Bestreben sein. Die »Kreativen« können dabei mithelfen. Aber immer nur, indem sie die passenden Anreizsysteme entwerfen, nicht, indem sie (vermeintlich) »richtiges« Verhalten erzwingen. Wir wollen aufklären, den Menschen aus seiner Unmündigkeit herausführen.

DESIGN LÖST PROBLEME

Design ist ein Katalysator für Problemlösung. Die Herangehensweise beim Lösen von Problemen, beim Gestalten von Gegenständen, Prozessen und Erlebnissen (Dienstleistungen) ist bekannt unter dem Begriff Design Thinking. Dieser Fähigkeit soll man sich in Zeiten von COVID-19 bedienen, und sie wird auch danach relevant bleiben. Der Mensch soll sich an Dingen erfreuen, die auch schön sind. Doch mit bewusster Wertschätzung und Achtung dessen, was uns gegeben wurde.

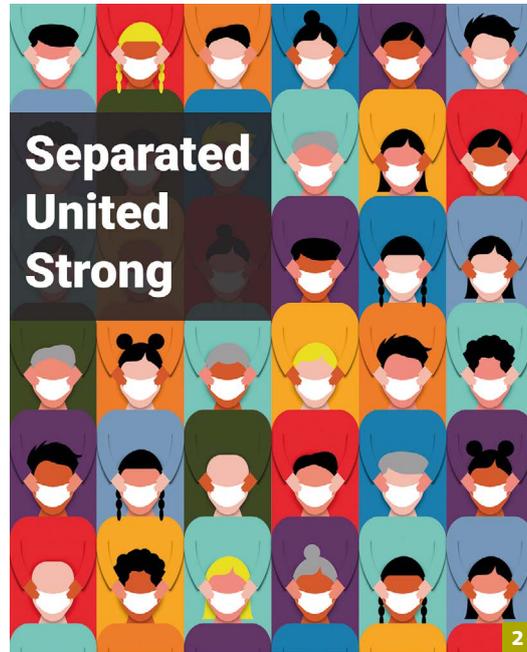


Illustrationen: Rudolf Greger

ÜBER DEN AUTOR:

Rudolf Greger möchte, dass ManagerInnen Design Thinking richtig verstehen. Mit seiner 30-jährigen Erfahrung als Designer und Designunternehmer ist er Träger und Anwender dieser Denkweise. Er schreibt Bücher, hält Vorträge und coacht ManagerInnen und UnternehmerInnen. Jüngst erschienen ist Band 4 der Serie »6 Sätze über Design – Satz 3: Designen verbessert das Leben der Menschen« (als Taschenbuch, ISBN 979-8662800908, und Kindle-Ausgabe). Und in Zeiten von Corona gibt es Design Thinking jede zweite Woche via Zoom, in den Online-Abendgesprächen. In dieser Seminarreihe treffen sich Interessierte zum gemeinsamen Lernen und Gedankenaustausch. Anmeldung im Design-Thinking-Tank.

www.rudolfgreger.at | dtt.at/dta



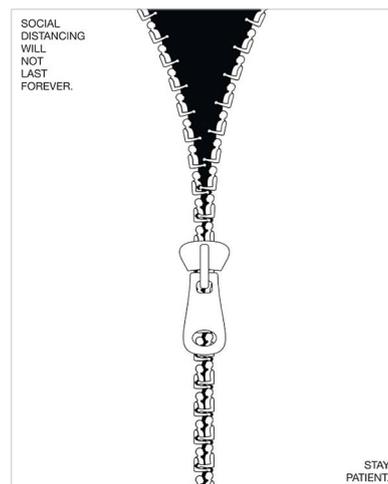
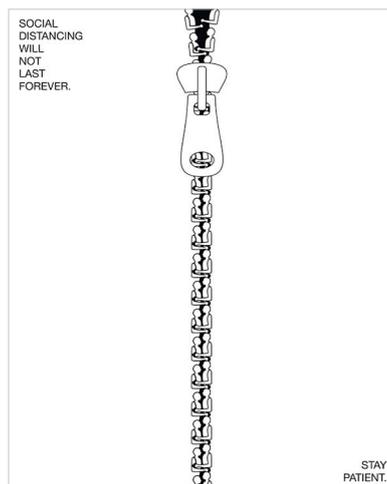
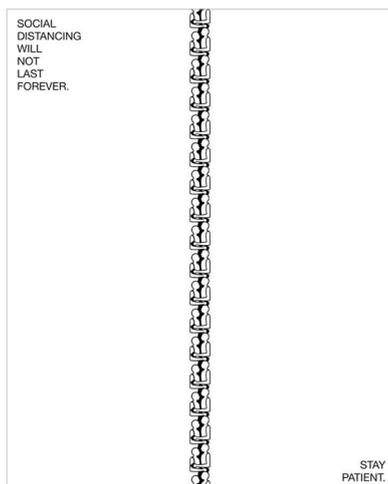
SEPARATED. UNITED. STRONG.

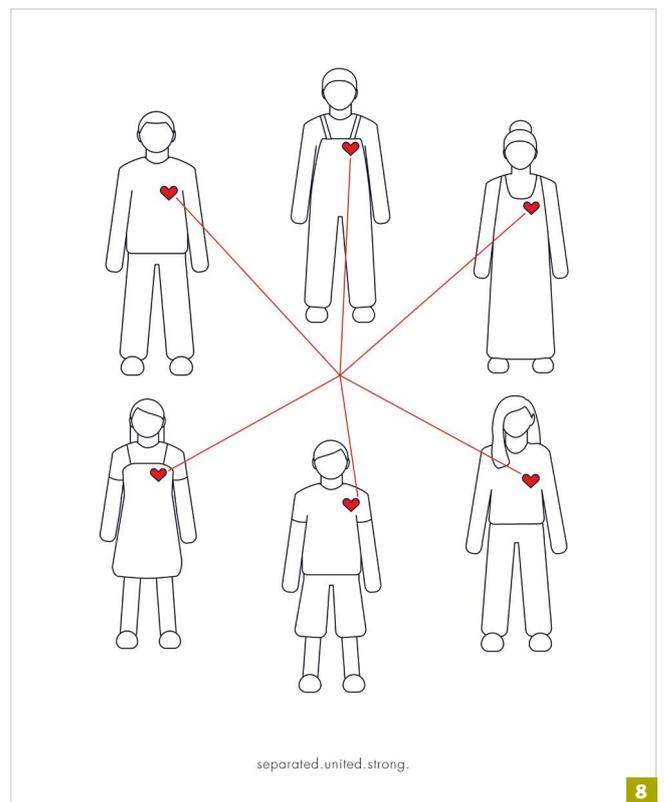
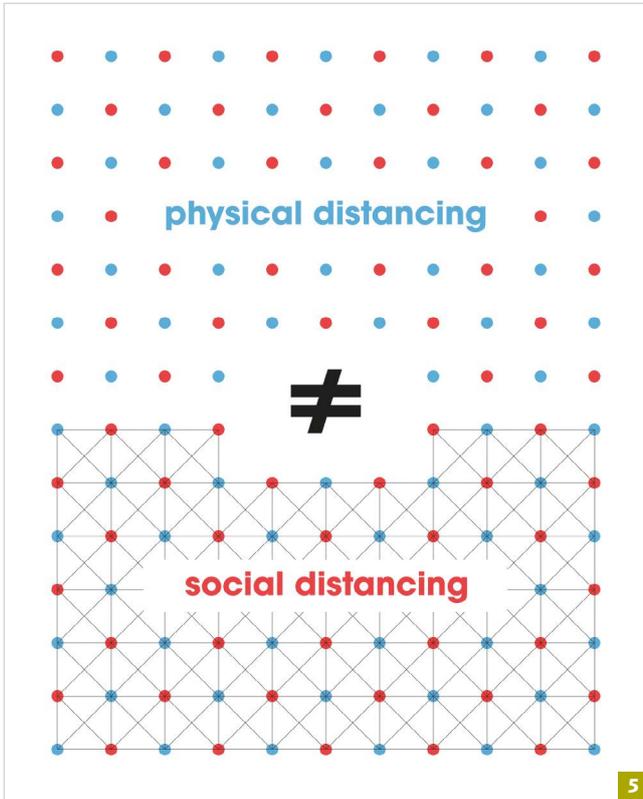
idk -

In Zeiten von Isolation, Social Distancing, Shutdown und Maskenpflicht haben sich ein paar Leute vom Institut für Design & Kommunikation an der FH JOANNEUM in Graz ein paar Gedanken gemacht, wie man den kreativen Spirit der Studierenden aufrecht erhalten und sie auch sonst bei Laune halten könnte. Die Idee zu diesem Online-Plakatwettbewerb, der unter dem Motto »On and in quarantine« stand, wurde in einer kleinen Wohnung, getrennt von FreundInnen, KollegInnenen und StudentInnen, weitab vom gewohnten Lebensalltag, von Cafés, Ausstellungseröffnungen und gesellschaftlichen Ereignissen, geboren: Neue Situationen brauchen neue Lösungen. Über die Jury, besetzt mit Institutsleiter Karl Stocker, Studiengangsleiter Daniel Fabry und CIS-Chef Eberhard Schrepf sowie den Lehrenden Anika Kronberger, Sigrid Bürstmayr, Illya Pavlov und Tomislav Bobinec, ergoss sich ein wahres studentisches Ideenfeuerwerk, aus dem die besten Entwürfe ausgewählt und deren GewinnerInnen am 19. Mai 2020 umständehalber via ZOOM verkündet wurden. Platz 1 belegte Sarah Frühwirt mit der

aufmunternden animierten Arbeit »Social distancing will not last forever – Stay patient«. Witzige Anspielungen und eine Comics entlehnte Bildsprache setzte Maximilian Bauer in seiner Arbeit »Videochat« ein, mit der er auf Platz 2 landete (siehe Abb. S. 3). Unerschütterlicher Optimismus und Humor bescherten dem Team Andrea Pflieger & Rosalie Siegl und ihrer schlagkräftigen Arbeit »Some curves are not meant to be flattened« Platz 3. Von apokalyptischen Filmszenarien ließen sich Martina Nette & Kristina Sammer zu ihrer Arbeit »Kill it with soap« auf Platz 4 inspirieren. Die Plakate zeigen vielfältige Interpretationen zu Themen wie Abstand-Halten, Solidarität, Zusammenhalt, Verbundenheit, Gemeinschaft, Isoliertheit, Stärke, Liebe u. v. m. Viele Arbeiten bestechen durch Witz und verbreiten Optimismus, andere zeugen von der Bürde der Einsamkeit, manche berühren durch starke Emotionalität. Wir zeigen hier eine Auswahl – alle Plakate gibt es, zum Teil mit Kommentaren der GestalterInnen, online zu sehen:

www.separated-together.net





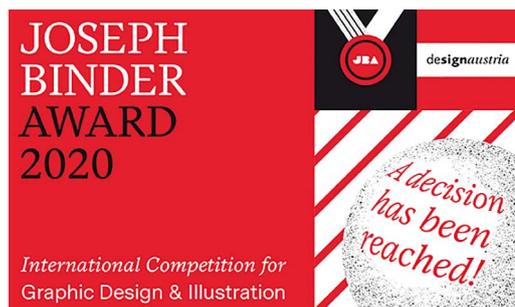
- 1 Valerie Zengerer: »Because love is not cancelled!«
- 2 Nikolaos Rafail Papadimas:
»Separated. United. Strong.«
- 3 Katharina Anna Wieser
- 4 Sarah Frühwirt: »Social distancing will not last forever – Stay patient«

- 5 Kevin Bodner: »physical distancing ≠ social distancing«
- 6 Timo Schlosser: »Stay Home, Stay Happy, Stay Strong!«
- 7 Andrea Pflieger, Rosalie Siegl: »Some curves are not meant to be flattened«
- 8 Franziska Fruhstorfer: »Separated. United. Strong.«



MIT DEM HERZEN GESTALTEN

Wie vielen anderen großen internationalen Designwettbewerben im Jahr 2020 hat die COVID-19-Pandemie auch dem Joseph Binder Award dazwischengefunkt. Das große internationale Juryfinale fand nicht wie gehabt vor den aus der Online-Vorauswahl weitergewinkten und dann auch physisch vorliegenden Beiträgen im designforum Wien im prächtigen MuseumsQuartier der österreichischen Bundeshauptstadt statt, sondern vor dem Bildschirm.



Natürlich entsprach das nicht der Idealvorstellung einer Wettbewerbsjury, entfielen doch das haptische Erlebnis und damit die Bewertung am Original, welche zwar nicht bei allen, aber doch bei manchen Bereichen zweidimensionaler

Gestaltung eine wichtige Rolle spielt. Doch die Sorge um die Gesundheit aller, Unsicherheiten beim Reisen unserer internationalen Jurymitglieder und lange nicht absehbare Vorschriften von oben haben uns diesen Weg gehen lassen. Die Aufmerksamkeit, welche die zu Hause gebliebenen Jurorinnen und Juroren den Beiträgen schenken, war jedoch um nichts geringer, im Gegenteil: In zusätzlichen Online-Durchgängen widmeten sich Kommunikationsdesignerinnen Susanne Breitfeld, Präsidiumsmitglied des BDG (Mainz), Illustrator Aad Goudappel, Mentor der BNO (Rotterdam), Strategic Director Laurent Graas, Vorstandsmitglied von Design Luxembourg (Leudelange), Creative Director Tina Guthauser, Vorstandsmitglied der SGD (Basel), Typografin Indra Kupferschmid, Professorin an der HBK Saar (Saarbrücken) und Kommunikationsdesigner Torsten

Meyer-Bogya, AGD-Vorstandsvorsitzender (Kiel), den nominierten Projekten. Sie waren allesamt perfekt vorbereitet, kannten die 137 Beiträge, die es von insgesamt 1029 ins Finale geschafft hatten, mittlerweile praktisch im Schlaf und hatten sich schon viele Gedanken über deren Vorzüge und etwaige Kritikpunkte gemacht, als es Anfang Juli daran ging, die Gewinnerinnen und Gewinner per Konferenzschaltung in ausführlichen und zuweilen durchaus hitzigen Diskussionen online zu ermitteln – einen ganzen Tag lang. Am Ende standen sie dann fest, die Siegerbeiträge des Joseph Binder Award 2020, der nicht nur wegen der Rekordzahl an Einreichungen, sondern auch aufgrund der besonderen Umstände, unter denen er über die Bühne gegangen ist, in die Geschichte von designaustria eingehen wird.

Man irrt, wenn man meint, dass Corona die Jury großzügige Nachsicht hat walten lassen. Weit gefehlt! Hatten es schon nur wirklich hervorragende Arbeiten in die zweite Runde geschafft, so gelang es dort wiederum nur einer kleinen Anzahl exzeptioneller Beiträge, sich durchzusetzen. Die Jury gestand abschließend ein: Es war nicht leicht gewesen, einen Preis zu gewinnen. Nur knappe 6% der Einreichungen erhielten eine Trophäe, eine Auszeichnung oder einen Geldpreis. Besonders schwer hatte es die Kategorie Verpackung, in der nur eine Arbeit

DIE INTERNATIONALE JURY DES JBA20:

- Susanne Breitsfeld*, Kommunikationsdesignerin, Mainz
- Marko Golub, Kunstkritiker und Kurator, Zagreb
- Aad Goudappel*, Illustrator, Rotterdam
- Laurent Graas*, Strategic Director, Leudelange
- Irena Gubanc, Grafikdesignerin und Illustratorin, Ljubljana
- Francesco E. Guida, Kommunikationsdesigner und Universitätsprofessor, Mailand
- Tina Guthauser*, Creative Director, Basel
- Štěpán Holíč, Grafikdesigner, Prag
- Christina John, Kommunikationsdesignerin, München
- Indra Kupferschmid*, Typografin und Universitätsprofessorin, Saarbrücken
- Gediminas Lašas, Grafikdesigner, Vilnius
- Torsten Meyer-Bogya, Kommunikationsdesigner, Kiel
- Lena Mitkova, Creative Director, Warschau
- Vitaly Stavitsky, Grafikdesigner, Moskau
- Daniel Stolle, Illustrator, Finnland
- Martin Tiefenthaler, Typograf, Wien

* Diese JurorInnen nahmen an der finalen Juryrunde über Konferenzschaltung teil.



prämiert wurde. Hier konstatierte die Jury die meisten Schwächen. Insgesamt erreichten 60 Einreichungen von 52 Einreicherinnen und Einreichern eine Positionierung auf der Shortlist. Neben höchsten Ansprüchen an formale Designqualitäten und Relevanz waren den Mitgliedern der Jury konzeptuelle und gestalterische Eigenständigkeit sowie ein gewisses Maß an kreativer Neuheit wichtige Anliegen. Zwar ausgezeichnet umgesetzt, aber schon da oder dort etwas in dieser Richtung gesehen? Danke, oberflächliche Modeerscheinungen werden hier nicht belohnt. »Ihr möchtet Qualität, nicht Quantität«, meinte Jurorin Indra Kupferschmid. Und Laurent Graas von Design Luxembourg erteilte mechanischer Professionalität eine Absage, forderte Passion und Lebendigkeit ein: »Gestalten muss man mit dem Herzen.« Die Jury vergab 31 Trophäen in Gold (6), Silber (18) und Bronze (7) sowie 24 Auszeichnungen. Für Beiträge in der auftragsunabhängigen Kategorie Design Fiction, in der Designkonzepte, Projekte von Studierenden und Eigeninitiativen gewürdigt werden, wurde das Preisgeld dank einer großzügigen Zuwendung von Ehrenmitglied Henry Steiner auf insgesamt 10.000 Euro aufgestockt. Zum ersten Mal zur Vergabe kam hier auch der Henry Steiner Prize, der als Ehrenpreis für ein besonders verdienstvolles und außergewöhnliches Projekt gedacht ist.

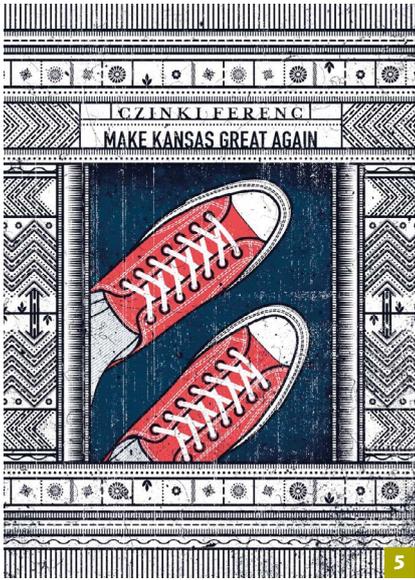
1 Selina Vix, Jakob Ostermayer, Camie Klein, Alessia Stenzel, Lazlo Weiß, Vanessa Hoffmann, Jo-Ana Breisinger, Alina Wagner: Zeitschriftgestaltung »komma Magazin 24«

2 TOFU Studio: Kalender »Das Jüngste Gericht« von Hans Memling

3 Paul Leichtfried, Daniel Triendl: Illustrationen »Votiv Kino De France«

4 Studio Terrassenfeld: multimediale Illustration »Ran«

Joseph Binder Award 2020



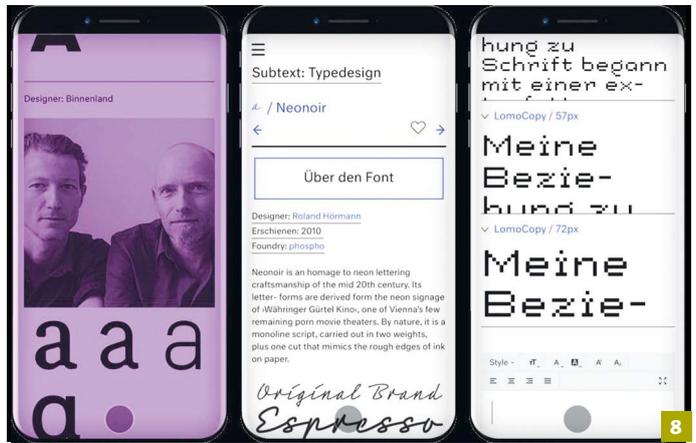
5



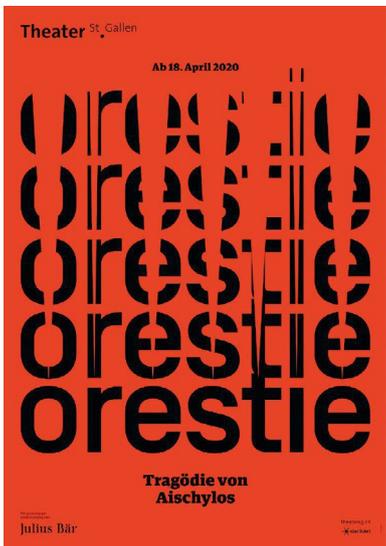
6



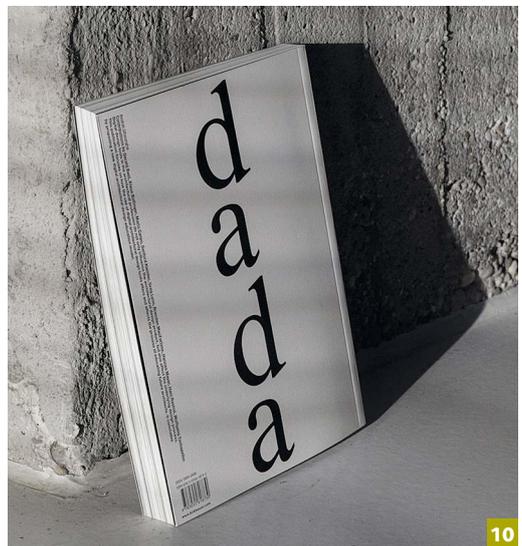
7



8



9



10



11



12



13

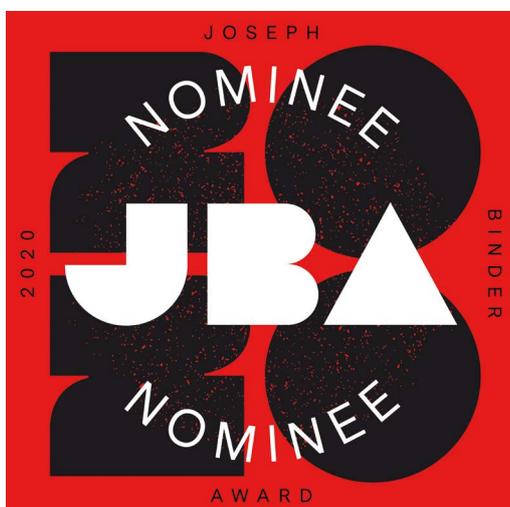


14

Die 60 Beiträge der Shortlist kommen aus 13 Ländern: Österreich, Deutschland, Polen, China, der Schweiz, Tschechien, Großbritannien, Italien, Russland, der Türkei, Norwegen, Thailand und Ungarn. Zahlenmäßig voran lag die Kategorie Editionsdesign (171), gefolgt von der Sonderkategorie Design Fiction (158), Corporate Design (153), Plakatgestaltung (114) und Kommunikationsdesign (81). Starke Zuwächse gab es im Bereich Screen Design (42) und in den vier Illustrationskategorien (insgesamt 165) zu vermerken. Unsere Partnerverbände AGD (Deutschland), AIAP (Italien), ASIL (Slowakei), BDG (Deutschland), Design Luxembourg, DOS (Slowenien), GMK (Türkei), HDD (Kroatien), Kuvittajat (Finnland), LGDA (Litauen), Russia Designers Association, SGD (Schweiz), STGU (Polen), tga (Österreich), tgm (Deutschland) und UGD (Tschechien) haben den Joseph Binder Award unter den Kreativen ihrer Ländern publik gemacht und zur Teilnahme aufgerufen. Diesem von Mal zu Mal

wachsenden Netzwerk ist es zu danken, dass unser Wettbewerb beständig an Internationalität gewinnt: 46 Länder waren es 2020. Fast alle diese Organisationen haben einen Juror/eine Jurorin in die insgesamt 16-köpfige Fachjury entsendet. Aus ihr rekrutierten sich dann auch die sechs eingangs genannten Jurymitglieder der zweiten Runde, die die geplante Reise nach Wien gegen einen Platz vor dem Bildschirm eingetauscht haben und dennoch mit so viel Enthusiasmus und so großer Genauigkeit vorgegangen sind, als stünden sie zusammen in Wien um einen Tisch versammelt, um die vor ihnen ausgebreiteten Beiträge miteinander zu diskutieren. 534 Einreicherinnen und Einreicher aus aller Welt haben uns mit über tausend spannenden, abwechslungsreichen und wunderbaren Beiträgen einen Teilnahmerecord beschert – zu einem Zeitpunkt, als damit überhaupt nicht zu rechnen war. Sie haben bewiesen, dass sich Kreativität nicht einsperren lässt und auch nicht vor einer Pandemie in die Knie geht.

- 5 László Herbszt: Buchgestaltung »Ök is boldogan élték«
- 6 Weiberwirtschaft: gestickte Titel für ein Programmheft »Kreieren statt konsumieren«
- 7 Studio Gralingen: Umschlag- und Schubergestaltung »Die Selmenianer«
- 8 dform: Onlinearchiv »www.subtext.xyz«
- 9 TGG Hafen Senn Stieger: Plakatserie »Theater St. Gallen, Spielzeit 2019/20«
- 10 moodley design group: Buchgestaltung »Andrei Gheorghie: Dada«
- 11 Julia Otterbach: Buchgestaltung »Das Welttage Buch«
- 12 Dalton Maag: Schriftfamilie für die Stadt Wien »Wiener Melange«
- 13 Moniteurs GmbH: Signaletik »Kunsthalle Mannheim«
- 14 Sägenvier Design-Kommunikation: Signaletik »Inselhalle Lindau«



JBA20: AUSSTELLUNG UND KATALOG

COVID-19 hält uns in diesem Jahr zwar davon ab, wie sonst eine feierliche Preisverleihung zu veranstalten. Wir werden uns mit einer Online-Zeremonie begnügen, um unsere Preisträgerinnen und Preisträger zu ehren. Unsicherheit und Auflagen hätten die Planung erschwert und keine echte Feierstimmung aufkommen lassen. Aber: Die Auftaktausstellung der in diesem Jahr 60 preisgekrönten Arbeiten findet wie gewohnt im designforum Wien statt: geplanter Beginn ist der **13. November 2020**, geplantes Ende der **10. Januar 2021**. Termin für die Eröffnung, falls möglich: **12. November 2020**. Die Schau wird in den Monaten darauf hoffentlich an zahlreichen Orten im In- und Ausland zu sehen sein. Außerdem stellen wir alle Beiträge der Shortlist in einem zweisprachigen Katalog vor, der in diesem Jahr, wie schon der gesamte Auftritt des JBA20, von der Innsbrucker Agentur ICARUS gestaltet wird. Und beim nächsten Mal, im Jahr 2022, wird es mit etwas Glück wieder ein rauschendes Fest geben!

SHORTLIST JOSEPH BINDER AWARD 2020

CORPORATE DESIGN (6)

- **Altes Hallenbad**
Veranstaltungszentrum
Zeughaus Design | AT
- **Junge mit Ideen**
Beratung, Kommunikation,
Prozessbegleitung Kaleido | AT
- **Nacht der jungen Leaders**
Event für EntscheidungsträgerInnen
SUAN Conceptual Design | CH
- **ORF 1 Channel Identity**
Sender des öffentlichen
österreichischen Fernsehens
Bleed | AT/NO
- **Rotstift AG**
Korrektur- und Lektoratsbüro
SUAN Conceptual Design | CH
- **VERGISSMEINNICHT –
filmagentur für erinnern.**
Persönliche Filmbiografien
Patrick Reichert-Young | DE

KOMMUNIKATIONSDESIGN (5)

- **Chechnya. War. Daily Life**
Katalog und Plakat
Eremenko Visual Communication | RU
- **Hi, ich bin ALMUT**
Mailing für ein modulares
Leuchtenkonzept Angi Reisinger,
Titus Oberhammer | AT
- **Archip—elles**
Musikfestival WePlayDesign | CH
- **Talking in Symbols**
Bildbasiertes Kommunikationstool für
Kinder buero bauer – Gesellschaft für
Orientierung & Identität | AT
- **The Legends**
UNICEF-Kalender TOFU Studio | PL

INFORMATIONSDSIGN (6)

- **Essen in Franken**
Wanderausstellung
designgruppe koop | DE
- **Inselhalle Lindau**
Kongress- und Eventzentrum
Sägenvier DesignKommunikation | AT
- **Kinderhaus Kennelbach**
Kindergarten
Sägenvier DesignKommunikation | AT
- **Kunsthalle Mannheim**
Signaletik für ein Museum in Bewegung
Moniteurs GmbH | DE

→ Le Guide – LIVE Magazine

- Gesundheitsbeilage
Manuel Bortoletti | IT
- **Understanding Art &
Research, Vienna**
Wanderausstellung
HammerAlbrecht | AT

SCHRIFTGESTALTUNG (6)

- **Antipol**
Italien-Schriftfamilie phospho | AT
- **Eins Sans**
Schriftfamilie für einen
Fernsehsender Bleed | AT/NO
- **Huai**
Zweisprachige Schriftfamilie
Mr. Potch | TH
- **Novina**
Schriftfamilie für Print & Digital
Superior Type | CZ
- **ST Matilda**
Schriftfamilie für die Tageszeitung
»Der Standard«
FaceType/Schriftlabor | AT
- **Wiener Melange**
Schriftfamilie für die Stadt Wien
Dalton Maag | GB

PLAKATGESTALTUNG (5)

- **Insect Science
Popularization 2019**
Plakatserie zu einer Ausstellung
Yulu Zhou/Yi'an Eurasia
University | CN
- **MMXX**
Plakatkalender für 2020
And Then Jupiter | AT
- **Staatstheater Darmstadt,
Spielzeit 2019/20**
Plakatserie
gggrafik | DE
- **Muffa Chess Club**
Animierte Plakatserie
Studio Yönetim | TR
- **Theater St. Gallen, Spielzeit
2019/20**
Plakatserie
TGG Hafen Senn Stieger | CH

EDITIONSDESIGN (6)

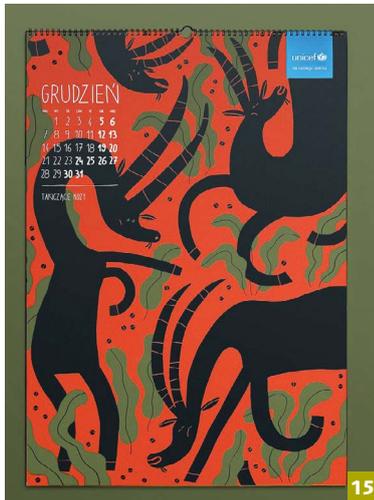
- **Andrei Gheorghe: Dada**
Ein Buch über den Zufall
moodley design group | AT
- **A Populist's Guide to:
Shaping Democracy**
Leitfaden von der Demokratie
zur Diktatur und zurück
Andreas Palfinger | AT
- **Bücher binden. Grundlagen
und Techniken Schritt für
Schritt**
Anleitungsbuch Anna Frey | AT
- **Das Welttage Buch**
Verzeichnis der Welttage
Julia Otterbach | DE
- **Das Zweitkleinste –
Vorarlberg in Zahlen**
Regionale Datenvisualisierung
Sarah Luger | AT
- **Max Magazine**
Kultmagazin in the headroom | AT

VERPACKUNGSGESTALTUNG (1)

- **REBEN.REDEN**
Weinetiketten, Verpackung & Story-
telling Heimat Wien | AT

SCREEN DESIGN (6)

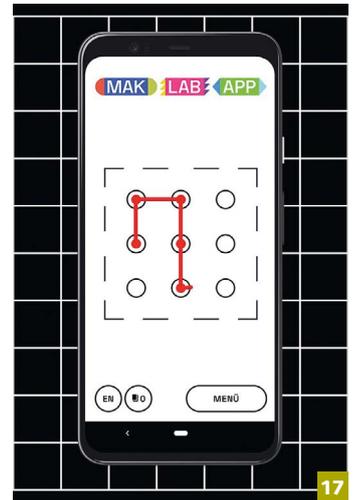
- **comfort zone vs. panic zone**
Website für eine Designausstellung
Winterwerkschauteam Augsburg
2020 | DE
- **dornbirnplus.eu**
Bewerbung um den Titel
Kulturhauptstadt Europas 2024
Super Büro für Gestaltung | AT
- **MAK LAB APP**
Digitale Erweiterung eines Museums
Huangart/LWZ | AT
- **Neudoerfler MyMotion**
Mikroseite für eine neue Produktlinie
Bleed | AT/NO
- **Ensemble Modern
Jubiläumszyklus 2020**
Website zum 40-jährigen Bestehen
jäger&jäger | DE
- **www.subtext.xyz**
Das erste Onlinearchiv für
österreichisches Schriftdesign
dform | AT



15



16



17



18

Rotstift

Rotstift

Rotstift

Rotstift

19

15 TOFU Studio: UNICEF-Kalender

»The Legends«

16 Angi Reisinger, Titus Oberhammer:

Mailing »Hi, ich bin ALMUT«

17 Huangart/LWZ: MAK LAB APP

18 Bleed: ORF 1 Channel Identity

19 SUAN Conceptual Design: Corporate Design »Rotstift AG«

BUCHILLUSTRATION (4)

→ Die Selmenianer

Umschlag- und Schubergestaltung für einen Roman

Studio Gralingen | DE

→ Ein bisschen wie du // A Little Like You

Zweisprachiges Kinderbuch

Christine Aebi | CH

→ IMPERIA

Buch ohne Text Dominik Tyl | CZ

→ Ök is boldogan éltek // Sie lebten glücklich bis an ihr Ende

Geschichten für Erwachsene

László Herbszt | HU

MEDIENILLUSTRATION (3)

→ Ayahuasca

Magazinillustration

Peter Diamond Illustration | AT

→ Die Standleitung

Magazinillustration

Peter Diamond Illustration | AT

→ Kreieren statt konsumieren

Gestickte Titel für ein Programmheft

Weiberwirtschaft | AT

WERBEILLUSTRATION (3)

→ »Das Jüngste Gericht« von Hans Memling

Kalender für ein Museum

TOFU Studio | PL

→ The Legends

UNICEF-Kalender TOFU Studio | PL

→ Votiv Kino De France

Illustrationen für den neuen

Auftritt eines alten Kinos

Paul Leichtfried, Daniel Triendl | AT

ILLUSTRATION IN ANDEREN ANWENDUNGEN (4)

→ Isocell

Gestaltung eines Firmengeländes

HFA Studio | AT

→ Ran

Multimediale Illustration

Studio Terrassenfeld | DE

→ Rendezvous im All

Der Wettlauf zum Mond

als Kartenspiel beierarbeit | DE

→ »Das Jüngste Gericht« von Hans Memling

Animierte Entstehungsgeschichte

TOFU Studio | PL

DESIGN FICTION (5)

→ 24/07

Diplomarbeit

Tina Zeltwanger | DE

→ Ban Sondhoufa – Ein Atlas als Erinnerungsobjekt an ein Haus zur Wahrung der Kontinuität von Architektur

Selbstinitiiertes Gedächtnisprojekt

Christin König | AT

→ komma Magazin 24

Ausgabe zum Thema Zensur

Selina Vix, Jakob Ostermayer,

Camie Klein, Alessia Stenzel,

Lazlo Weiß, Vanessa Hoffmann,

Jo-Ana Breisinger, Alina Wagner | DE

→ MIGRANT Journal

Selbstinitiiertes Publikations-

und Veranstaltungsprojekt

Offshore Studio | CH

→ Nachklang

Interaktive Soundinstallation

Erik Weiss, Lars Schönfelder,

Valentin von Uslar-Gleichen | DE

SCHNITTSTELLE DESIGN – POSITIONEN DER DESIGNFORSCHUNG

Die Vortragsreihe »Schnittstelle Design – Positionen der Designforschung« wurde von den Abteilungen Visuelle Kommunikation, Fashion & Technology und Industrial Design der Kunstuniversität Linz kuratiert. Auf Einladung von Roswitha Peintner, Leiterin des designaustria-ExpertsClusters Designforschung, sollen Zusammenfassungen aller Vorträge – von Ruth Neubauer, Martina Fineder, Monica Titton, Claudia Mareis und Sónia Matos – in weiteren Ausgaben erscheinen. Den Anfang macht sie hier selbst.

WIE FORSCHUNGSZIELE PRAKTIKEN, DENKWEISEN UND THEORIEBILDUNG TRANSFORMIEREN

von Roswitha Peintner

Diese Vortragsreihe untersucht die »Schnittstelle« von Praxis und Theorie in der Designforschung. Mit Blick auf meine Forschung möchte ich den Fokus der Frage etwas verschieben und zeigen, dass vor allem die Ausrichtung der Forschung auf bestimmte Ziele – wie etwa auf die 17 UN-Nachhaltigkeitsziele¹ – Praktiken wie auch Denkweisen verändert und diese wiederum auf die Theorieproduktion wirken. Das Verhältnis von Praxis und Theorie ist, sofern wir von einer »Forschung durch Design«² sprechen, in jedem Fall als eine wechselseitige Durchdringung und Transformation zu verstehen: Praxis verändert Theorie, und Theorie verändert Praxis. Der Begriff der Schnittstelle ist für mich daher eher irreführend. Wichtig erscheint mir auch, dass das Forschen offen bleibt für auf dem Feld aufkommende relevante Diskurse. Diese »verschlungene Forschungspraxis« werde ich hier anhand meiner Lehrveranstaltung »Designforschung« sowie eines derzeit auch im deutschsprachigen Raum auftauchenden Diskurses erläutern.

1 Plakat zur Vortragsreihe »Schnittstelle Design«, Kunstuniversität Linz, Institut für Medien/Abteilung Visuelle Kommunikation



LEHRVERANSTALTUNG »DESIGNFORSCHUNG« AN DER KUNSTUNIVERSITÄT LINZ

Hier habe ich im WS2019 mit Studierenden des Master-Studiengangs »Visuelle Kommunikation« zum Thema »Kommunikation und Wohnen« gearbeitet. Aufgabe der Studierenden war es, ihre Häuser/Nachbarschaften auf Besonderheiten der Kommunikation bzw. des Miteinanders zu untersuchen und daraus ein Forschungsprojekt samt Exposé für eine Masterarbeit zu entwickeln. Was ihnen im Kontext der Nachhaltigkeit insbesondere mit Blick auf »SDG 11 – Nachhaltige Städte und Gemeinden«³ als Mangel erschien, sollte im Zuge ihrer »Forschung durch Design« unter Einbindung möglichst aller Interessengruppen und EntscheidungsträgerInnen transformiert und dauerhaft gemacht werden. Dabei sind wir von den bereits spürbaren und prognostizierten Folgen der Klimakrise ausgegangen, welche Konfliktpotenzial bergen und auch eine Gefahr für Demokratie und Frieden darstellen, etwa die Verdichtung der Städte durch Zuwanderung, sprachlich wie kulturell vielfältiger werdende Gesellschaften und steigende Wohnkosten.

ZWÖLF PROJEKTSKIZZEN

Die folgenden zwölf Projektskizzen sollen eine Vorstellung davon geben, wie sich Praktiken und Theoriebildung ändern, wenn Praktiken der Gestaltung in Forschungspraktiken transformiert und auf neuartige Ziele ausgerichtet werden. Macht man sich bewusst, dass auch etablierte Praktiken und Denkweisen Produkte konkreter Ziele und Aufgabestellungen sind, etwa der Entwicklung eines Corporate Designs, einer Buch- oder Website-Gestaltung, lässt sich erahnen, wie sehr wir unsere Lehre, Praxis und Forschung verändern müssen, wenn wir uns mit aller Kraft und Kreativität an der Umsetzung der 17 UN-Nachhaltigkeitsziele beteiligen wollen. Wie Arturo Escobar⁴ mit seinem Buch »Designs for the Pluriverse – Radical Autonomy and the Making of Worlds« zeigt, gibt es für diese Transformation auch bereits die Vision einer neuen Designtheorie und -praxis.

1 Beim Gipfeltreffen der Vereinten Nationen 2015 wurde die »Agenda 2030« für nachhaltige Entwicklung verabschiedet. Alle 193 Mitgliedsstaaten verpflichteten sich, bis zum Jahr 2030 auf die Umsetzung der 17 nachhaltigen Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) auf nationaler, regionaler und internationaler Ebene hinzuwirken.

2 »Forschung durch Design« ist ein Begriff, der 1993 von Christopher Frayling geprägt wurde. Er unterscheidet zwischen einer Forschung »über«, »durch« und für »Kunst« und Design«. Diese Differenzierung hat sich in der Folge als »Frayling-Modell« etabliert. <http://www.hohlwelt.com/de/teaching/designresearch/practice.html>.

3 Eines der 17 UN-Nachhaltigkeitsziele der »Agenda 2030«.

4 Arturo Escobar (geb. 1952 in Manizales) ist ein kolumbianisch-amerikanischer Anthropologe.



P_01: Problem: Mangel an Kommunikation trotz Angebot an Gemeinschaftsräumen. Ziel: nachhaltige Kommunikation schaffen. *P_02:* Problem: fehlende Privatheit inmitten der Gemeinschaft («no space for crying»). Ziel: Diskurs anregen und begleiten, nachhaltige Neuorganisation der Räume. *P_03:* Problem: Zu viele Lebensmittel landen im Müll. Ziel: Entwicklung von Prozessen sowie analogen und digitalen Hilfsmitteln für Lebensmittel-Sharing im Haus. *P_04:* Problem: Selbstorganisation im Kostnix-Laden hat Grenzen. Ziel: Generationen einbinden und den Umgang mit schon länger lagernden Waren neu regeln; Diskurse auch mit visueller Kommunikation begleiten und neu gefundene Regeln inklusiv kommunizieren. *P_05:* Problem: Verschlechterung der Wohn-/Lebensqualität durch den Ausbau der B126. Bäume wurden entfernt, die Zugänglichkeit zum Haus hat sich verschlechtert. Ziel: Diskurs mit BewohnerInnen anregen, zivilgesellschaftliches Engagement und Mitgestaltung unterstützen; Orientierung an Ökostadt-Modellen. *P_06:* Problem: Armut/Mülltaucher. Menschen, die kein Geld für Lebensmittel haben, durchsuchen den Hausmüll, gefährden sich dabei selbst und verstreuen den Müll. Ziel: System für die Sammlung und Bereitstellung übriggebliebener Lebensmittel entwickeln und kommunizieren. *P_07:* Problem: Im Haus herrscht Angst; Macht, Leerstand, etablierte Verhaltensregeln und unkommunikative Raumgestaltung mindern die Lebensqualität. Ziel: Untersuchen, wer was gestalten darf. Aufgabe von Design und Zivilgesellschaft im Prozess neu definieren. *P_08:* Problem: Ernährung in Städten. Ziel: Forschungs Kooperation mit dem Aqua-Bionik-Projekt der Universität Salzburg für nachhaltige Lebensmittelproduktion; im urbanen Raum sollen Pflanzen als Futtermittel für Fische bzw. proteinhaltigere Nahrung unter Nutzung von Umfeld-Abwärme angebaut werden. *P_09:* Problem: Warum das Zimmer als »home« betrachten, wenn man gemeinsam ein Haus bewohnen und nutzen kann. Ziel: Entwicklung von Prozessen und Werkzeugen, die das Miteinander im Studentenheim inspirieren. *P_10:* Problem: In der Nachbarschaft gibt es vieles, das geteilt werden

könnte: Pflanzensamen, Gartenwerkzeug etc. Ziel: Entwicklung eines visuellen Kommunikationssystems in Form von Stickern; Einbindung des Jugendzentrums als Veranstaltungsort für Workshops über Kreislaufwirtschaft. *P_11:* Problem: Viele Sprachen verhindern den Austausch der BewohnerInnen im Studentenheim. Ziel: Entwicklung eines »Gefühl-Mülleimers« zum Abbau aggressiver Emotionen, der im Stiegenhaus platziert werden soll und an dem alle vorbei müssen. *P_12:* Problem: Ungleichheit und anonyme Kommunikation auf Zetteln. Wer länger da ist, darf mehr. Ziel: Entwicklung demokratischer Strukturen und gleiche Rechte für alle, z. B. Zugang zu Schlüsseln und Räumen.

OFFEN BLEIBEN FÜR AUFKOMMENE RELEVANTE DISKURSE

Offen zu bleiben für auf dem Feld aufkommende relevante Diskurse kommt einer ständigen Überprüfung und einem Navigieren innerhalb einer eingeschlagenen Richtung gleich. Wenn ich im Kontext meiner laufenden Forschung den »Pluriversum-Diskurs« (wie im nachfolgenden Artikel von Lesley-Ann Noel vorgestellt) reflektiere, überprüfe ich, inwiefern die zentralen Fragen und Ziele dieses Diskurses für meine Forschung wichtig bzw. darin schon enthalten sind, und wie ich mich an der Umsetzung beteiligen kann.

2 Logos der 17 UN SDGs,
Quelle: bundeskanzleramt.gv.at

Literatur:

- Frayling, Christopher: »Research in Art and Design«, London: Royal College of Art Research Papers, 1993
- Jonas, Wolfgang/Romero-Tejedor, Felicidad (Hg.): »Positionen zur Designwissenschaft«, Kassel: University Press, 2010
- Joost, Gesche/Bredies, Katharina/Christensen, Michelle/Conradi, Florian/Unteidig, Andreas (Hg.): »Design as Research – Positions, Arguments, Perspectives«, Basel: Birkhäuser 2016
- Steffen, Dagmar: »Praxis-integrierende Designforschung und Theoriebildung – Analysen und Fallstudien zur produktiven Vermittlung zwischen Theorie und Praxis«, Bergische Universität Wuppertal: Dissertation 2011
- Steffen, Dagmar: »Perspektiven der Designforschung – Gestaltung zwischen Theorie und Praxis«, Bielefeld: Transkript, erscheint voraussichtlich Juli 2021

ÜBER DIE AUTORIN

Mag. art. Dr. phil. Roswitha Peintner ist Designforscherin sowie Universitätslektorin u. a. an der Kunstuniversität Linz. Sie schrieb ihre Doktorarbeit an der Universität für angewandte Kunst Wien im Bereich Visual Cultures/Material Cultures und hat mit Auszeichnung promoviert. Im Rahmen des Doktoratsstudiums leitete sie den interdisziplinären Arbeitskreis »Enter Cartography«. Zuvor studierte sie Malerei, Grafik und Landschaftsdesign in Wien. Vor einigen Jahren hat sie den designaustria-ExpertsCluster Designforschung gegründet, den sie auch leitet.
dashboard.designaustria.at/dr-phil-roswitha-peintner

PIVOT 2020: DECOLONISING DESIGN BY CREATING A SPACE FOR PLURIVERSALITY

‘Decoloniality does not imply the sense of colonialism but rather the ongoing serpentine movement toward possibilities of other modes of being, thinking, knowing, sensing and living...’ (Mignolo & Walsh 2018)

I von Lesley-Ann Noel

Decolonising design means different things, depending on where you are situated in the world. On 4 June 2020, 49 authors responded to the call of the Pluriversal Design Special Interest Group of the Design Research Society and the Phyllis M. Taylor Center for Social Innovation and Design Thinking to design a world of many worlds and many voices at the PIVOT 2020 conference.

This conference, led by Lesley-Ann Noel (Tulane University), Renata Marques Leitão (OCAD University), and Laura Murphy (Tulane University), was created as a space for multiple perspectives in design and design thinking, and as a conscious counter to a possible narrative that design is from a dominant culture. Pivot was chosen as a theme representing a shift away from the idea of Europe and North America as the centres of design towards a world of many centres and increased pluralism in perspectives and philosophies of design. The aim was to highlight diverse voices, perspectives, epistemologies and ontologies with an emphasis on design and social innovation, but also to open the discussion to related areas. PIVOT 2020 was meant to be more inclusive than a typical conference. Several alternative formats were considered such as a writing retreat, an academic summer camp, and a format where people could co-author something new with a person that they had just met. Cost could not be a barrier to participation. PIVOT 2020 was also intended to be a space where non-academics or early academics would also feel welcome and safe to share their work and to be involved in the conversation. New Orleans seemed to be the perfect setting for these types of conversations, given the diversity of the city, its history, its location further away from big cities like New York and San Francisco, and its proximity to the Caribbean and Latin America and ‘other worlds’, and Tulane would be a good host, given the role it plays in research in this city. The pandemic changed the planning of the event, but since the event was always designed around the needs of researchers and educators who would not normally be able to participate in conferences due to costs, visas, and the time needed for international travel, the impact of the pandemic was not as significant as anticipated.

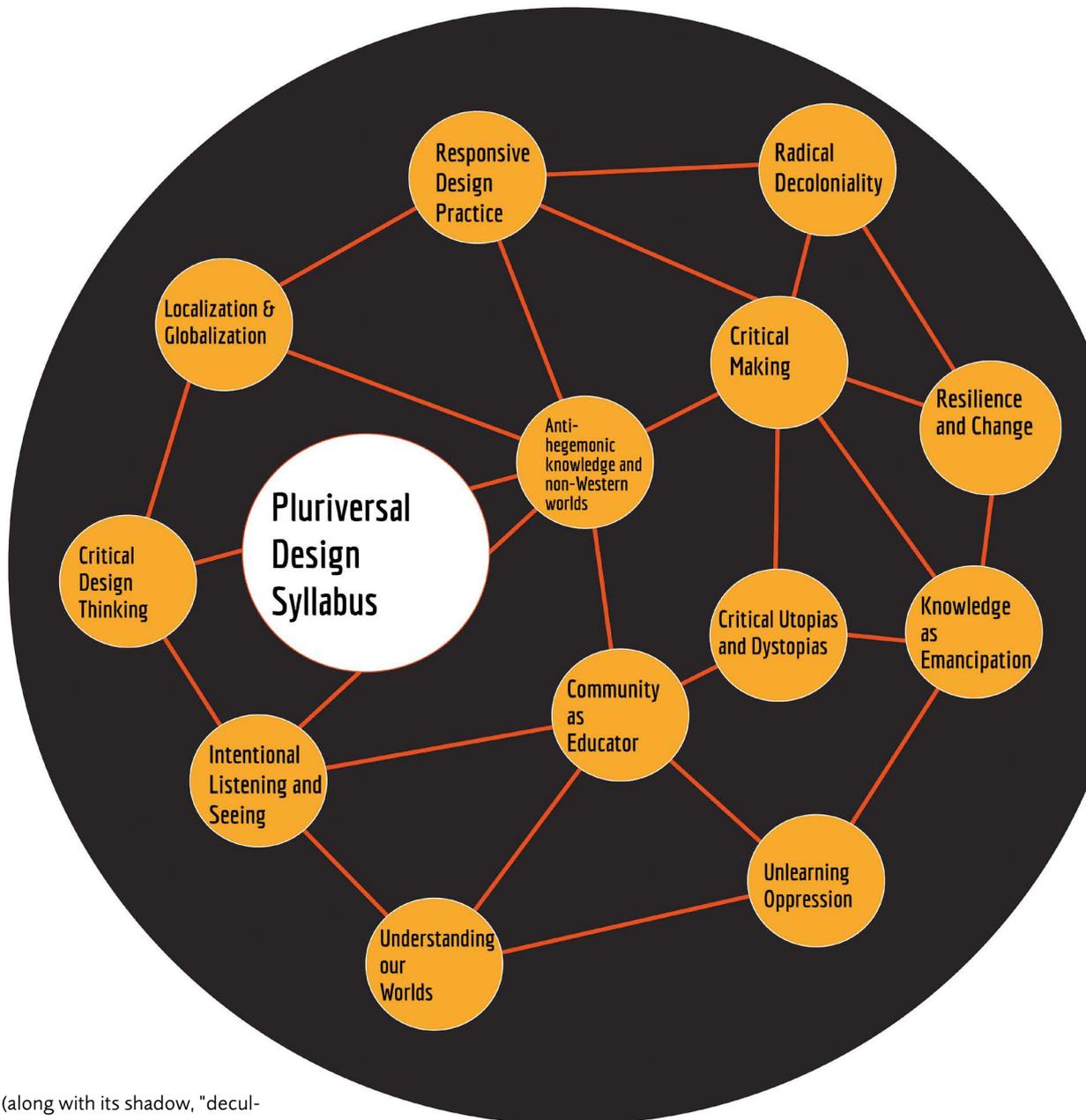
Participants were invited to consider a ‘world of many centres and voices’, and the organisers intentionally sought great diversity in the participants. As such, presenters came from every continent, specifically from Indonesia, India, Japan, Iraq, Namibia, Kenya, Australia, Turkey, the United Kingdom, Denmark, Colombia, Brazil, Chile, Uruguay, Jamaica, Trinidad and Tobago, Canada, and the United States.

The planning continued throughout the uncertainty of the pandemic. Then after weeks of sheltering in place, Memorial Day in the US, just over a week ago, was marked by very racist incidents that changed the landscape again. The unrest was a clear reminder of the need for intentionally creating space for multiple voices and perspectives in our lives.

The conference was organised into eight panels of varied contributions. These contributions were either full papers, short papers, rapid slide presentations, an open short format called ‘coffee time’, or a visual format. The range of presentation formats encouraged diverse participation. The papers and presentations were organised into themes according to the interests of the presenters. Some of the emergent themes were:

___*The Pluriverse already exists.* This section included case studies about modes of design practice from India, Indonesia, Mexico, Australia, and Zimbabwe. It also included a case study about ‘otherness’ as a necessary perspective when designing for political participation. Themes that the authors explored included ‘diffuse design’, participatory design, and using design as a means for telling stories and asserting identity.

___*Decolonising design education.* In this session, several authors considered methods of decolonising design education by considering alternative modes and locales for practice and the creation of knowledge. Bannerjee and Probal described their work around the marketplace as a site of learning. In some papers the authors, like Trias and Lodaya, directly challenged the Bauhausian roots of design education in a non-European setting such as Uruguay or India. According to Lodaya, ‘design education in the non-Western context, therefore, becomes more an



acculturation project (along with its shadow, "decolonization") than one involving technical training'. Trias emphasised the need to critically re-read history and considered deschooling as an alternative discourse in design education. Noel invited the audience to imagine and propose new courses for a pluriversal design education.

___ *Deconstructing design and unlearning hegemony.*

In this section, Souza and Turner and Taboada explored themes of dominance and oppression in graphic design, mapmaking, and the use of language. These papers and the ensuing discussion encouraged the participants to reflect on how people have been subliminally fed controlling messages. Therefore we must unlearn these messages.

___ *New modes of practice.* Leitão argued that a Pluriversal Design, which aims to nurture alternative models of life, should be desire-based, in contrast with mainstream needs-centred design approaches.

The papers and presentations of PIVOT 2020 add to the growing movement to decolonise design, shifting from a focus on European and American praxis to more plural perspectives. Find out more about PIVOT 2020, read the abstracts and view the presentations at: <https://taylor.tulane.edu/pivot/>

 New courses in a Pluriversal Design Syllabus. Source: Lesley-Ann Noel 2020

REFERENCES

Mignolo, W., Walsh, C. E., »On Decoloniality: Concepts, Analytics, and Praxis«, Durham, NC: Duke University Press, 2018

ABOUT THE AUTHOR

Dr. Lesley-Ann Noel is the Associate Director of Design Thinking for Social Impact of Tulane University. She is also the co-chair of the Pluriversal Design Special Interest Group of the Design Research Society. She practices design through emancipatory and critical lenses, focusing on equity, social justice, and the experiences of people who are often excluded from design research. She promotes greater critical awareness among designers and design students by introducing critical theory concepts and vocabulary, e.g. through 'The Designer's Critical Alphabet'.

GRAFIKDESIGN IM WANDEL: ERNST STORCH (1924–2020)

von Gerhard Herget



Von Besuchen in letzter Zeit habe ich Ernst Storch als lieben Freund in Erinnerung. Bis ins hohe Alter vielseitig interessiert, sprach er nie über seine Tätigkeit als Grafiker und Gestalter. Er verstarb im Februar 2020 im 96. Lebensjahr. Er war das älteste Mitglied von designaustria und seit Januar 1955 in unseren Reihen. Hier ein kleiner Teil seiner Arbeiten und Erfolge.

Nach der Grundschule schloss Ernst Storch 1942 die Handelsakademie mit Matura

ab. Danach wurde er bei der deutschen Wehrmacht dienstverpflichtet, 1945 aus der amerikanischen Gefangenschaft entlassen. Ab Juni 1946 arbeitete er als Zeichner und Grafiker im Atelier Köhl in Perchtoldsdorf und danach im Werbebüro Pakosta in Wien. Das Studium an der Akademie für angewandte Kunst schloss er 1952 mit dem Diplom der Meisterklasse für Gebrauchsgrafik ab. Während des Studiums beteiligte er sich 1950 am europaweit

ausgeschriebenen ERP-Plakatwettbewerb (European Recovery Program) und wurde für seinen Entwurf ausgezeichnet. 1952 erhielt er den Preis der Akademie für angewandte Kunst. Bis zur Anstellung als Grafiker und Umbruchredakteur im Polygraph Verlag in Frankfurt/Main 1953 war er als freiberuflicher Grafiker in Wien tätig, danach wieder in Wien, wo er in den Jahren 1954 und 1955 einige namhafte Firmen betreute (Halleiner Motorenwerke, Autohaus Tarbuk). 1955 wurde er an die »Angewandte« berufen und unterrichtete bis 1961 in der Meisterklasse für Gebrauchs-, Illustrations- und Fotografik. Während dieser Jahre arbeitete er auch als freischaffender Grafikdesigner. Im Schuljahr 1961/62 begann er an der »Graphischen« zu unterrichten. Mit dem Fach Fotografik – dem Einbeziehen der Fotografie in den Grafikunterricht – und einigen weiteren Neuerungen begann für uns eine äußerst interessante Zeit der Ausbildung. Von 1979 bis 1984 war er Vorstand der Fachabteilung Grafikdesign. Interne Probleme löste er mit Umsicht.

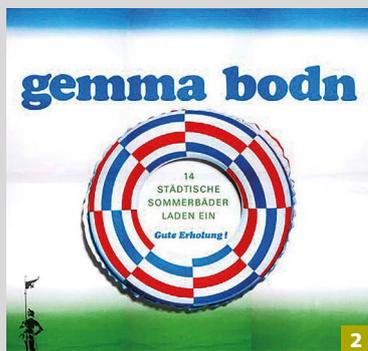
Auch während seiner Zeit an der »Graphischen« war Storch freiberuflich tätig und erhielt zahlreiche Auszeichnungen, etwa für beste Plakate der Jahre 1965 und 1970, bei der Warschauer Plakatbiennale 1968 und 1978 sowie beim UNICEF-Plakatwettbewerb 1969. Der Slogan »gemma bodn« für das Plakat der städtischen Wiener Bäder wurde zum geflügelten Wort. Auf Wunsch der Organisatoren wurde von 1966 bis 1996 dasselbe Plakatsujet in wechselnden Farbstellungen für den Concordia-Ball verwendet, dessen Markenzeichen es geworden war. In diesen Jahren entwickelte Storch auch Erscheinungsbilder und die Ausstattung von Kongressen und Veranstaltungen.

Stellvertretend für SchülerInnen und KollegInnen an der »Graphischen« die Erinnerungen von Eva Völkel: »Ernst Storch – für mich unvergessen als verehrter Lehrer und als geschätzter Kollege, der sich mit seinem selbstbestimmten Motto »Nicht traurig sein, dass ich gegangen – manchmal froh sein, dass ich gewesen« von uns im Februar dieses Jahres verabschiedet hat. Ernst Storch war ein Erneuerer, der mit dem Fach Fotografik frischen Wind in die Abteilung Gebrauchsgrafik brachte. Ich durfte ihn 1967/68 als Assistentin und danach als Kollegin in diesem Fach dabei unterstützen. Als Kollegin gab er mir die Freiheit, mit den SchülerInnen Fotoexperimente im Atelier und im Labor durchzuführen — es waren frohe, erfüllende gemeinsame Jahre. Ich bin dankbar »den Storch« gekannt zu haben, der mir als Lehrer und Mensch Vorbild gewesen war.«

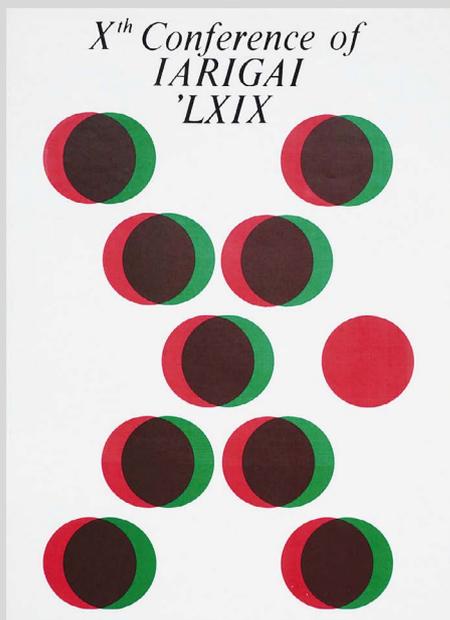
- 1 Signet »Made in Austria«, 1968
- 2 Plakat für die städtischen Sommerbäder, 1970
- 3 Erscheinungsbild der X. IARIGAI-Konferenz, 1969



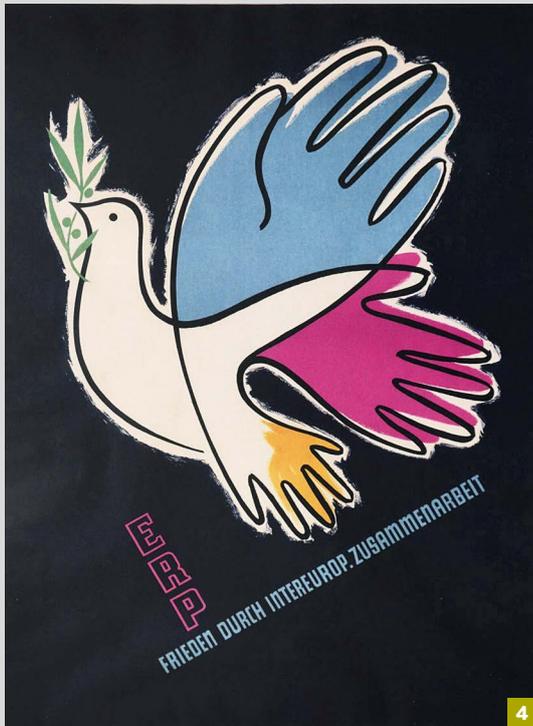
1



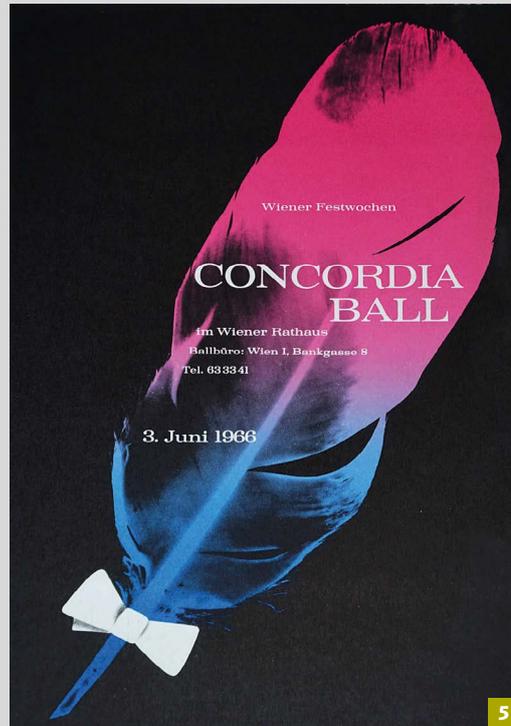
2



3



4



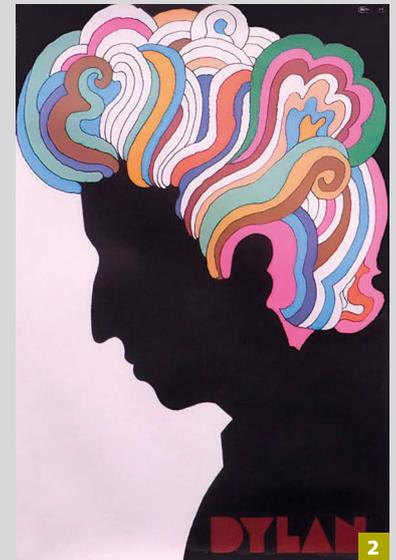
5

- 4 Plakat für das European Recovery Program (ERP), 1950
- 5 Plakat für den Concordia Ball, 1966

MILTON GLASER (1929–2020)



1



2

1 Milton Glaser: Plakat »I Love NY Than Ever«, 2001

2 Milton Glaser: Plakat »Bob Dylan«, 1966

Mit ihm ist einer der bedeutendsten Grafiker unserer Zeit verstorben, an seinem 91. Geburtstag. Milton Glaser war Mitbegründer des revolutionären Push Pin Studio (zusammen mit Seymour Chwast, Reynold Ruffins und Edward Sorel, seinen Kollegen von Cooper Union). Gemeinsam mit Clay Flecker rief er 1968 das legendäre »New York Magazine« als Vorläufer moderner Stadtmagazine ins Leben. 1974 gründete er sein Studio Milton Glaser Inc. in Manhattan. Er ist der Schöpfer des allseits bekannten Logos »I Love NY«, entstanden 1976, um dem von Kriminalität gebeutelten Big Apple wieder ein positives Gesicht zu geben; 2001 gestaltete er als Reaktion auf die Terroranschläge auf das World Trade Center die Variante »I Love NY More Than Ever«.

Ein früher und bahnbrechender Entwurf des Sohnes jüdischer Immigranten ist sein psychedelisches Bob-Dylan-Plakat aus dem Jahr 1966. Seine Werke finden sich weltweit in Sammlungen und Ausstellungen, etwa im Centre Georges Pompidou in Paris oder dem Museum of Modern Art in New York. Als einflussreiche Persönlichkeit der internationalen Designszene engagierte sich Glaser auch im Bildungswesen. Zu den vielen Ehrungen, die ihm im Laufe seiner langen Karriere zuteil wurden, zählen der Lifetime Achievement Award des Smithsonian Cooper-Hewitt National Design Museum und die National Medal of the Arts, die er 2009 von Präsident Barack Obama erhielt.

www.miltonglaser.com

EIN LEBEN FÜR KUNST UND KINO: GERTIE FRÖHLICH (1930–2020)

von Heidi Resch

»sehnaturen ... ihren netzhäuten ein vollbad gestatten ... also gilt es da, um mitzuhalten, o wimper, was es hält, zu trinken!«

Reinhard Priessnitz über Gertie Fröhlichs Arbeiten



1

1 Gertie Fröhlich, 1970

Gertie Fröhlich wurde am 29. Juni 1930 in Kláštor, einem slowakischen Dorf, als Tochter eines Lehrers und einer Grafikerin geboren. 1944 musste die Familie nach Österreich flüchten. Diese traumatischen Ereignisse, der jähe Verlust der Heimat und die folgenden schweren Kriegsjahre prägten Gertie Fröhlich, die das Geschehene später in vielen Bildern und Zeichnungen thematisierte.

Sie studierte zuerst in Graz an der Kunstgewerbeschule und anschließend in Wien an der Akademie der

bildenden Künste Malerei. Als junge Studentin war sie maßgeblich an der Gründung der Galerie St. Stephan beteiligt, der in der Nachkriegszeit die zentrale Funktion zukam, KünstlerInnen Raum und Möglichkeiten zu bieten, die ihnen sonst in Wien verwehrt waren. Langsam, aber sicher entwickelte sie sich zum – einzigen – öffentlichen Treffpunkt der

österreichischen Avantgarde. Maler wie Arnulf Rainer, Josef Mikl und Wolfgang Hollegha waren ebenso hier anzutreffen wie Vertreter der Wiener Phantasten, Architekten wie Hans Hollein und Wilhelm Holzbauer, aber auch Literaten wie H. C. Artmann, Konrad Bayer und Oswald Wiener, Helmut Qualtinger oder Filmemacher wie Peter Kubelka. Alle dieser Künstler zählten auch zum persönlichen Freundeskreis von Gertie Fröhlich, die in ihrer Wohnung im 1. Bezirk einen begehrten Salon der Wiener Avantgarde betrieb. Jeder, der in der Kunstszene jemand war oder es werden wollte, versammelte sich in den nächsten Jahrzehnten regelmäßig zu Festen, legendären Happenings und Treffen in der Sonnenfelsgasse 11.

Mit Abschluss ihres Studiums begann sie, als freischaffende Malerin und selbstständige Grafikerin zu arbeiten. 1964 wurde das Österreichische Filmmuseum gegründet, für das Gertie Fröhlich die Konzeption und Gestaltung des visuellen Auftritts übernahm. So begann eine inspirierende Auftragsbeziehung, die in 20 Jahren über einhundert einprägsame Plakate und viele andere Drucksorten hervorbringen sollte. Die Arbeit für das Filmmuseum nahm viel Zeit in Anspruch, die Entlohnung war im Vergleich dazu jedoch recht dürftig. Aus künstlerischen und daraus resultierenden finanziellen Gründen nahm Gertie Fröhlich auch weitere Aufträge an. So entstanden in den folgenden Jahren zahlreiche Logos, Corporate Identities, Briefköpfe, Vignetten und mehr, beispielsweise für die Buchhandlung Löcker & Wögenstein, Knorr, die Fluggesellschaft El Al, Rieker Schuh, das Österreichische Kulturinstitut oder die Zentralsparkasse. Sie arbeitete als Kostümbildnerin und nahm als Malerin mit ihren Werken an zahlreichen Ausstellungen teil. Doch ihr kreatives Schaffen beschränkte sich nicht nur auf die Leinwand oder das Papier – für das Katholische Bildungshaus in Salzburg gestaltete sie einen großen Wandteppich, und in den späten 1970er-Jahren begann Gertie Fröhlich Lebkuchenfiguren zu entwerfen, die auch bei André Hellers Jahrmarkt der modernen Kunst »Luna Luna« 1987 in Hamburg ausgestellt wurden. Für ihre hervorragenden gestalterischen Leistungen wurde Gertie Fröhlich 1993 der Professorentitel verliehen. Immer wieder führten mehrmonatige berufliche Aufenthalte sie unter anderem nach New York, Berlin, Stockholm und Ägypten – doch in Wien lebte und arbeitete sie. Gertie Fröhlich verstarb am 17. Mai 2020.

Das Gertie Fröhlich gewidmete »|design|er|leben|« #20 von Heidi Resch ist kürzlich erschienen (siehe Ausgabe 2.2020).



2



3



4

2 Logo für das Österreichische Filmmuseum, 1964

3 Illustration »La Belle et la Bête«, 1972

4 Plakat »Luis Buñuel« für das Österreichische Filmmuseum, 1969

MEMBERS@WORK

FRISCH GESTRICHEN!

Ein wichtiger Teil der Qualität der Arbeit von *Perndl+Co Design* besteht im Zuhören. Überzeugende Ideen entstehen durch gegenseitiges Verstehen. Dies überzeugte auch die steirische Landeshauptstadt, die heuer das *Graz Kulturjahr 2020* ausrief. Das Wiener Büro, das sich mit diversen Projekten für Kunst & Kultur einen Namen gemacht hat, durfte nicht nur den gesamten Markenauftritt gestalten, sondern auch Claim und Kampagne entwickeln. Ein Jahr lang stellen sich Grazerinnen und Grazer die Frage: Wie wollen wir in Zukunft leben? Dazu finden – auch in Zeiten von Corona – innovative und partizipative Projekte und Veranstaltungen, Installationen, künstlerische Interventionen, Ausstellungen, Performances und Symposien statt. Die Botschaft: Wir sind fähig zu handeln und in unserer Stadt gestaltend einzugreifen. In der Kommunikation sollte diese Haltung abgebildet werden: kreativ, selbstbewusst, offen. Freundliche, offensive Farben und ein »frisch gestrichen« anmutender Hintergrund unterstützen die Wirkung. Mit der Konzentration auf Typografie und dank des zurückhaltenden Einsatzes von Bildern wurde bewusst Raum für die Visuals der Projekte gelassen.

www.perndlco.at | www.kulturjahr2020.at

Perndl+Co: Kampagne
»Graz Kulturjahr 2020«

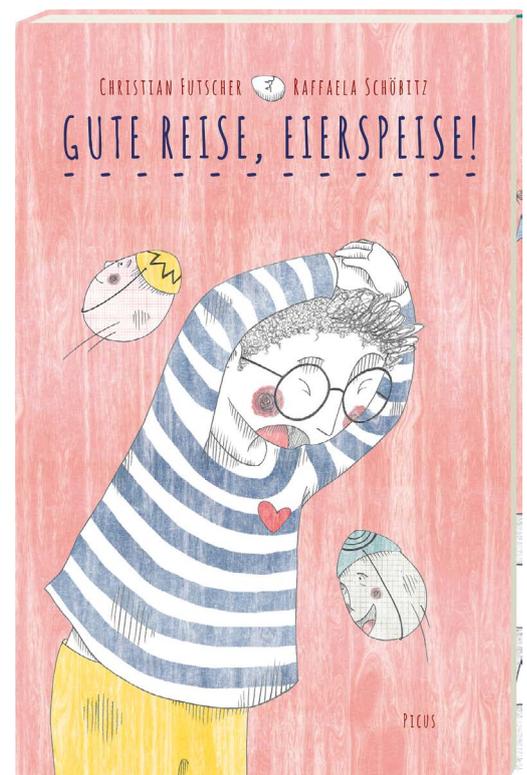


ILLUSTRIERTER NONSENS

Die Wiener Illustratorin und Stückeschreiberin *Raffaella Schöbitz*, von der man bereits Bücher wie »Die grauen Riesen« (Luftschacht) oder »Ameise, Sandkorn & Träne« (RE Verlag) kennt, hat sich mit ihren Berufen einen Traum erfüllt. Sie arbeitet am liebsten mit Tusche, Aquarellfarben, Buntstiften und digitaler Farbe und setzt auch die Technik der Collage ein. Jüngst hat sie zusammen mit Autor *Christian Futscher* ein Bilderbuch für Kinder ab 4 Jahren mit dem vielsagenden Titel *Gute Reise, Eierspeise!* herausgebracht (Picus, ISBN: 978-3-7117-4017-5). Es geht der Frage nach, wie es dazu kommt, dass man nicht mehr alle Tassen im Schrank hat. Oder ob ein Sägefisch einen Tisch auseinandersägen kann. Wie geht es einem Lehrer, wenn er in einen Apfelbaum verwandelt wird? Die Nonsens-Gedichte mit tieferem Sinn sind voller Sprachspielerei und durch Illustration hinreißend und kongenial in Szene gesetzt. Unterhaltung und Freude für Alt und Jung, für Auge, Hirn und Gemüt: Ein Buch, das Fantasiewelten eröffnet und zum Weiterspinnen anregt.

www.raffaelaschoebitz.com | www.picus.at

Raffaella Schöbitz:
Buchillustrationen
zu »Gute Reise,
Eierspeise!«



ODE AN EINEN MYTHOS

Beethoven ist seit jeher Ikone und Gegenstand von Verklärung und Vereinnahmung. Zum 250. Geburtstag widmet ihm das *Kaiserhaus Baden* die Ausstellung *Mythos Ludwig Van*, die noch bis **20. Dezember 2020** zu sehen ist. Ausstellungsgestaltung, Informationsdesign, Interaktiva, musikalische Bearbeitungen und Sounddesign fielen in den Zuständigkeitsbereich von *Lichtwitz Leinfellner visuelle Kultur*. Die Schau beleuchtet den Komponisten aus unterschiedlichen Blickwinkeln und beschäftigt sich damit, wie er sich im Zeitgeist der Epochen verändert hat. Ein 3D-Drucker druckt in Open-Source-Sammlungen verfügbare Beethoven-Büsten aus. Im Stiegenhaus gibt es eine Klanginstallation. An einer Remix-Konsole können BesucherInnen »Beethoven-Hits« neu instrumentieren, mit Beats unterlegen und das Ergebnis in sozialen Netzwerken teilen.

www.lichtwitz-leinfellner.com www.kaiserhaus-baden.at



o Lichtwitz Leinfellner visuelle Kultur:
Ausstellungsgestaltung »Mythos
Ludwig Van« im Kaiserhaus Baden

o Julia Landsiedl: Ausstellungs-
gestaltung »märklinMODERNE –
Architektur in Miniatur«

FASZINATION DER MINIATUR

Die Schau *märklinMODERNE – Architektur in Miniatur*, die bis Ende August im *Wiener Hofmobiliendepot* gezeigt wurde, brachte die Architekturbegeisterung der ModelleisenbahnerInnen ans Licht. Moderne Villen und Hochhäuser, oft ganz und gar avantgardistische Bauwerke, hielten mit den Gleisen und Zügen Einzug in die Hobbykeller und Kinderzimmer der Wirtschaftswunderzeit. Die vom Online-Magazin »moderneREGIONAL« gemeinsam mit den Partnern Deutsches Architekturmuseum Frankfurt und Architekturgalerie Weißenhof konzipierte Ausstellung, die in Wien von der mit ihrem Büro auf Strategic Design, Storytelling und Szenografie spezialisierten *Julia Landsiedl* gestalterisch umgesetzt wurde, ließ nicht nur die Herzen echter Hobby-EisenbahnerInnen höher schlagen. Gezeigt wurden Modellbausätze der Nachkriegsmoderne im Original in Gegenüberstellung mit ihren architektonischen Vorbildern in Form von Fotos. Drei Modellbahnanlagen brachten die nötige Bewegung in die Stadtlandschaften.

www.jeplus.at www.hofmobiliendepot.at



ZAUNKÖNIG

In Partnerschaft mit den *Creative Industries Styria* fasste *H+S Zauntechnik* den Entschluss, mit DesignerInnen, ArchitektInnen und Holzbauunternehmen des Holzclusters Steiermark innovative Wege zu beschreiten. Der Zaunbauspezialist lud heimische Kreative ein, neue Zugänge zum Thema Holz zu entwickeln. Der Zaun ist oft notwendiges, aber nur selten leidenschaftlich betrachtetes Element architektonischer Gestaltung. Seine Funktionen stellen gestalterisch-ästhetische Aspekte in den Schatten: Es dominieren Lösungen aus Gittern, Maschen und Latten. Zäune sind also gewissermaßen ein weißer Fleck auf der kreativen Landkarte. Dass das nicht so bleiben muss, beweist Architekt und Designer *Martin Mostböck* mit *WunderBar*. Die spezielle Anordnung unterschiedlich breiter Holzlatten – die alternativ auch aus Aluminium sein dürfen – erzeugt eine Strichcode-Optik und bedient sich damit einer in unserer Alltagskultur längst allgegenwärtigen Formensprache, die hier bewusst zurückhaltend und

o Martin Mostböck:
Lattenzaun
»WunderBar« für
H+S Zauntechnik



dennoch markant in Erscheinung tritt. Ziel war es, eine Form zu finden, die das Grundstück zwar deutlich umgrenzt, ohne aber mit dem Gebäude dahinter in Konkurrenz zu treten. Auf Wunsch auch erhältlich mit Beschichtung in allen RAL-Farben.

martin-mostboeck.com design.hs-zaun.at

EIN STUHL WIE EIN BUCHSTABE



Thomas Feichtner:
Stuhl »Asensio«
für Grüne Erde

Designer *Thomas Feichtner* vergleicht das Entwerfen eines Stuhls gerne mit Typografie. Denn so wenig es dabei um die Neuerfindung des Sitzens geht, so wenig geht es bei der Gestaltung von Buchstaben um die Neuerfindung des Alphabets. Worauf es eigentlich ankommt, ist die behutsame Entwicklung einer eigenen Identität. In diesem Sinn hat Feichtner den organischen Massivholzstuhl *Asensio* für *Grüne Erde* entworfen. Durchdachte Holzverbindungen und Raffinesse im Detail verleihen dem Sitzmöbel Eigenständigkeit, Ruhe und Souveränität. So wie Buchstaben und Schriften erst lebendig werden, wenn sie unterschiedliche Strichstärken haben, lebt auch dieser Stuhl vom Wechselspiel der schlanken Beine und der kompakten Sitzfläche. Diese sind so nahtlos miteinander verbunden, dass der Eindruck entsteht, als seien sie verschmolzen. Die Beine stützen die Sitzfläche nicht wie üblich von unten, sondern tragen sie regelrecht von der Seite. Somit greifen alle Massivholzelemente schlüssig ineinander. Ebenso wichtig wie die Lesbarkeit einer Schrift ist die Ergonomie eines Stuhls: Dieser ist sorgfältig ausbalanciert und bietet dank der Sitzmulde auch bei längerem Verweilen hohen Sitzkomfort.

www.thomasfeichtner.com www.grueneerde.com



ORGANISCHE FORMENSPRACHE

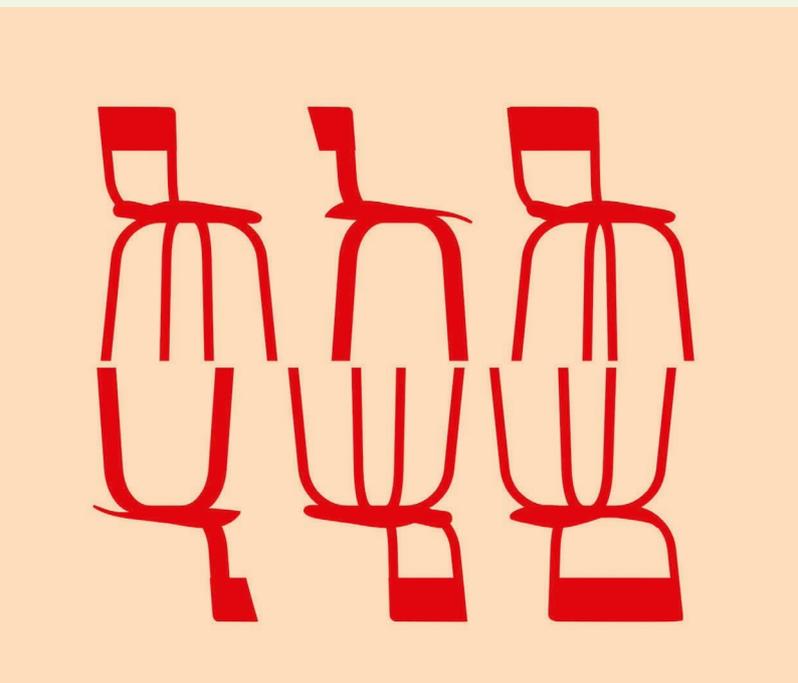
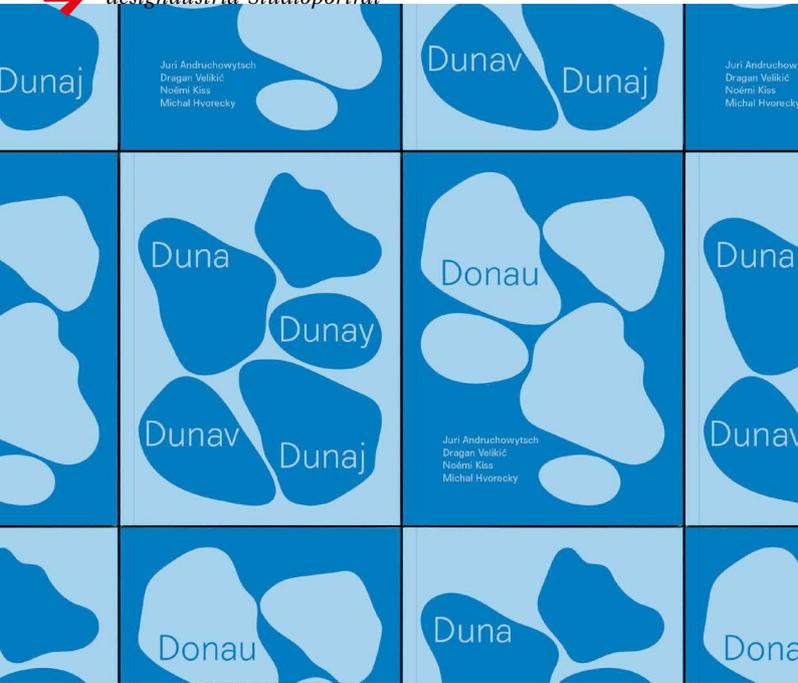
- 1 Studio Rainer Mutsch:
Regalsystem »Alva«
- 2 Studio Rainer Mutsch:
Hängeleuchte »Algae«

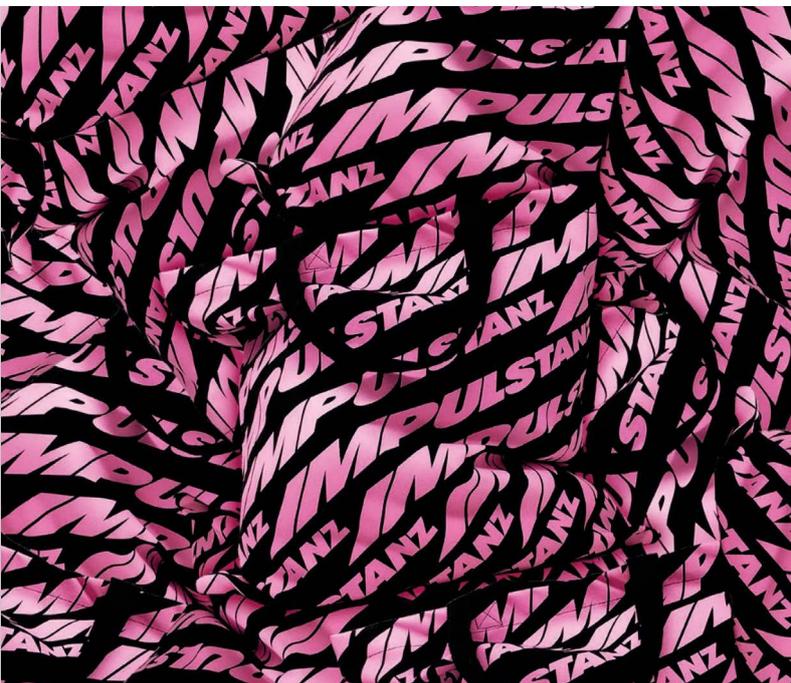
Mit dem Regalsystem *Alva* für den schwedischen Möbelhersteller *Karl Andersson & Söner* war das *Studio Rainer Mutsch* im Februar auf der Stockholm Furniture Fair vertreten. Vertikal ausgerichtete schlanke, geschwungene Stäbe werden durch die horizontalen Einlegeböden gehalten und vice versa: eine stabile und zugleich verblüffend bewegte Konstruktion, bei der die Biegsamkeit des Materials Holz an ihre Grenze geführt wird. *Alva* ist in Esche und Eiche in unterschiedlichen Beizungen und Farben erhältlich. Rainer Mutschs Hängeleuchte *Algae* für *Molto Luce* wurde beim *German Design*

Award 2020 ausgezeichnet und vom Magazin »Highlight« zur Leuchte des Jahres 2019 gewählt. Inspiriert von pflanzlichen Wuchsformen, werden die drei baugleich geformten Elemente durch einen eigens entwickelten Einhängemechanismus in unterschiedlicher Höhe miteinander verbunden, was eine organisch anmutende Lichteinheit ergibt. Die Stärke der Leuchte, die sowohl als Einzelelement als auch in Clustern eingesetzt werden kann, liegt in ihrer Kombinierbarkeit. Ein spezielles High-Tech-Linsensystem garantiert ein blendfreies Lichtbild.

rainermutsch.com karl-andersson.se moltoLUCE.com







THEBLONDPROJECT – Website
 CIN CIN – founded by Jasmin Roth and Stephan Göschl
 IMPULSTANZ – Vienna International Dance Festival

L'AMOUR DU PAIN – French Bakery in 1060 Vienna
 IMPULSTANZ – Vienna International Dance Festival
 POST OTTO WAGNER – MAK, Museum of Applied Arts Vienna

DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

We
design
austria

ONLINE-VORSTANDSWAHL & DESIGNAUSTRIA-GENERALVERSAMMLUNG

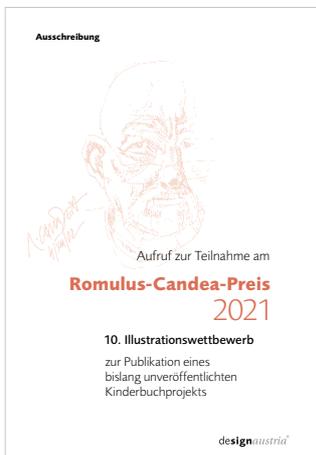
We
design
austria

Am **27. November 2020** findet im designforum Wien die designaustria-Generalversammlung samt Entlastung des alten und Wahl des neuen Vereinsvorstands für die Periode 2020–2022 statt. Die Mitglieder des neuen Vorstands werden von **21. September** bis **4. Oktober 2020** in einer Online-Vorwahl ermittelt. Schon im Juli hatten potenzielle VorstandskandidatInnen die Möglichkeit, sich bei einer auch über Zoom zugänglichen Infoveranstaltung über Aufgaben, Handlungsbereiche und Verantwortungen ein Bild zu machen. Der Wahlvorschlag sollte bis **11. September 2020** feststehen. Die Einladung zur Generalversammlung erhalten

alle Mitglieder zeitgerecht. Wir bitten um Vormerkung des Termins und um zahlreiche Teilnahme sowohl bei der Onlinewahl als auch bei der Generalversammlung selbst, bei der das Wahlergebnis bestätigt werden muss. Informationen zu den VorstandskandidatInnen und ein detailliertes Programm stehen zu gegebener Zeit online bereit. Zur Generalversammlung wird auch der Geschäftsbericht der auslaufenden Periode 2018–2020 mit einer Übersicht über die zahlreichen Aktivitäten der letzten Jahre und dem Finanzbericht des Geschäftsführers aufliegen.

www.designaustria.at

ROMULUS-CANDEA- PREIS 2021

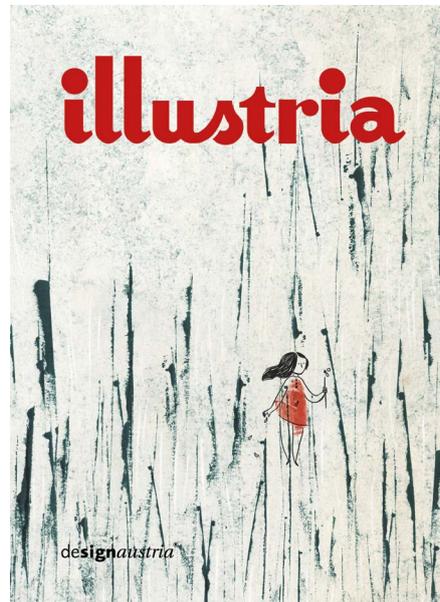


Mittlerweile zum zehnten Mal schreibt designaustria in Zusammenarbeit mit einem österreichischen Verlag – dem Verlag Jungbrunnen – sowie mit dem Institut für Jugendliteratur und dem Kulturministerium als Partnern diesen heute bereits als Klassiker gehandelten Preis für ein vollständig illustriertes, aber noch unveröffentlichtes Kinderbuchprojekt aus. Zur Teilnahme eingeladen sind alle in Österreich lebenden IllustratorInnen. Vorzulegen ist das fertige Projekt in einer Form, aus der das künftige Buch ersichtlich ist, samt ausgefülltem Formblatt. Die Einreichfrist endet am **9. Mai 2021**.

Der Preis wird an den/die IllustratorIn vergeben; das eingereichte Kinderbuchprojekt muss nicht notwendigerweise auch von ihm/ihr geschrieben sein. Die Anzahl der Einreichungen ist nicht limitiert. Die Teilnahmegebühr beträgt 20 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende, 35 Euro für Nichtmitglieder; die Rücksendegebuhr beträgt 10 Euro. Eine Fachjury beurteilt den innovativen und künstlerischen Gehalt sowie die Eigenständigkeit und stilistische und themenspezifische Besonderheit der Illustrationen. Darüber hinaus ist auf die produktionstechnische Realisierbarkeit des Projekts zu achten. Der Illustrator/die Illustratorin des Siegerprojekts erhält ein Preisgeld in Höhe von 2.500 Euro. Zudem wird das Buchprojekt im Rahmen eines Verlagsvertrags realisiert. Darüber hinaus werden zehn nominierte Projekte von einer Kinderjury bewertet. Die detaillierten Teilnehmerichtlinien und das Formblatt stehen online bereit. *Die gedruckte Ausschreibung liegt dieser Ausgabe der designaustria-Mitteilungen bei.* www.designaustria.at

ILLUSTRIA- BOOKLET NEU

illustria, der ExpertsCluster für Illustration bei designaustria, hat in den letzten Monaten zahlreiche Werke seiner Mitglieder gesammelt. Zusammengefasst und in ein handliches Booklet verpackt, soll diese Sammlung nun einen Überblick über die Diversität des Tätigkeitsfeldes und formalen Spektrums österreichischer IllustratorInnen verschaffen. Herausgekommen ist ein Querschnitt durch verschiedenste Medien, Techniken und Stilrichtungen. Verwenden kann man das Booklet als Nachschlagewerk für alle, die Illustrationen oft in Auftrag geben, als Überblick über die Szene, als Inspirationsquelle für andere IllustratorInnen und vor allem auch als Verzeichnis, welches wir auf Buchmessen und relevanten Veranstaltungen verteilen und auflegen können.



Damit wollen wir die Sichtbarkeit des Nachwuchses fördern, aber auch die Suche nach IllustratorInnen für Art Directors einfacher gestalten und die gegenseitige Vernetzung innerhalb von designaustria anregen. *Das Büchlein liegt dieser Ausgabe der »designaustria-Mitteilungen« bei.*

ILLUSTRIA AUF DER BUCH WIEN 2020

illustria

**Buch
Wien**

Messe und
Festival

Auch heuer ist illustria, die IllustratorInnen-Gemeinschaft von designaustria, wieder mit einem großen Stand auf Wiens internationaler Buchmesse vertreten: Von **11. bis 14. November 2020** haben Kinder und Erwachsene die Möglichkeit, sich von der Welt der Illustration verzaubern zu lassen. Präsentiert werden das Gewinnerbuch des Romulus-Candea-Preises 2019 »Z wie bunt« von Lisa Maria Wagner sowie das neu aufgelegte illustria-Booklet. Der Kleine Salon für Illustration gibt Einblick in das vielfältige Schaffen von namhaften und vielfach ausgezeichneten österreichischen KinderbuchillustratorInnen. Signierte Kunstdrucke stehen zum Verkauf. Außerdem zu sehen: die Ausstellung »Der Winter im Bilderbuch«, die auch von Schulklassen besucht wird und die im Dezember weiterzieht in die Räumlichkeiten des Kleinen Salons im 8. Bezirk. Darüber hinaus gibt es Beratung für den Nachwuchs in Sachen Ausbildung, Portfolio und Verlagswesen u. a. durch Nana Swiczinsky, Leiterin der Illustrationsschule illuskills, und Kinderbuchillustratorin

Susanne Riha. Für das Publikum laufen die Aktionen »Klecksomanie im Amt für Illustration« und »Selbst kreativ sein«. Zur »Langen Nacht der Bücher«, die am Vorabend der Messe, am **10. November 2020**, stattfindet, läuft am illustria-Stand von 20–23 Uhr »Die lange Nacht der Illustration«: Um einen großen Tisch herum zeichnen IllustratorInnen auf ein Tischtuch aus Papier. Die Einzelillustrationen werden zu einer großen Illustration zusammengeführt – ein Prozess, den das Publikum mitverfolgen kann. Auf der Messe vertretene illustria-IllustratorInnen: Judith Auer, Birgit Antoni, Carola Holland, Angelika Kaufmann, Martin Krammer, Raoul Krischanitz, Monika Maslowska, Eva Rudofsky, Susanne Riha, Winfried Opgenoorth, Linda Wolfsgruber, Rene van de Vondervoort, Lisbeth Zwerger.

www.buchwien.at www.designaustria.at/illustria
www.kleinersalonillustration.at

WE
DESIGN
AUSTRIA

|DESIGN|ER|LEBEN| #21 ARTHUR ZELGER. EINE TIROLER MODERNE

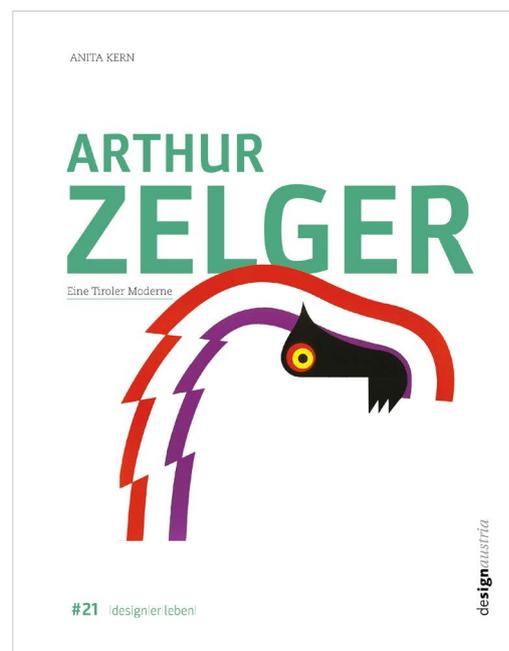
Die Designerin und Designhistorikerin Anita Kern hat einen weiteren Band in der von designaustria herausgegebenen Reihe der »|design|er|leben|« verfasst und gestaltet. Diese ist einer Generation von GestalterInnen gewidmet, die das Design nach 1945 geprägt hat und jetzt droht, in Vergessenheit zu geraten. Leben und Werk dieser GebrauchsgrafikerInnen und GestalterInnen sind jedoch bis heute relevant. Die Arbeiten der Nachkriegsgeneration sind mitunter von beeindruckender Qualität und Innovationskraft und zudem Spiegel ihrer Zeit und Gesellschaft. Das sichtbar zu machen, spezifische Bereiche kreativen Schaffens zu dokumentieren und damit zu sichern, ist die Aufgabe der von Andreas Koop lancierten und konzipierten Publikationsreihe, die seit 2010 erscheint.

Arthur Zelger

»Eine Tiroler Moderne«

Die Neuerscheinung und alle weiteren Bände der Reihe können online oder unter service@designaustria.at zum Einzelpreis von Euro 9,90 (inkl. 10% USt.) bestellt werden.

Der jüngste Band, der auf Initiative von Weisraum – designforum Tirol zustande gekommen ist, wo er am **29. September 2020** auch präsentiert wird, würdigt Arthur Zelger, den Schöpfer des Tirol-Logos und zahlreicher Plakatikonen des Tiroler Tourismus, der zu den prägendsten GrafikdesignerInnen des 20. Jahrhunderts in Österreich gehört. Seine berufliche Laufbahn umfasste ein halbes Jahrhundert, seine grafischen Werke waren und sind in ganz Tirol sichtbar, mit seiner 30 Jahre währenden Lehrtätigkeit in Innsbruck hat er dem Nachwuchs den Weg gewiesen. Seine alpine Adaption modernen Grafik-



designs zu einer eigenen kraftvollen und formal stark reduzierten Formensprache gab zahlreichen Unternehmen und Marken einen eigenständigen visuellen Auftritt, der die Jahrzehnte überdauerte. Heute wird mit dem Arthur-Zelger-Preis für gute Gestaltung sein Werk weitergeführt.

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN



designforum^{WIEN}

IDEEN VERÄNDERN – ZEHN JAHRE KLASSE FÜR IDEEN DER UNIVERSITÄT FÜR ANGEWANDTE KUNST WIEN



1

Die Klasse für Ideen in Grafik und Werbung der Universität für angewandte Kunst Wien wird zehn Jahre alt. Mit der Ausstellung »Ideen verändern«, zu sehen von **29. September** bis **24. Oktober 2020** im *designforum Wien*, wird zurückgeblickt, werden WegbegleiterInnen porträtiert, wird mit zahlreichen Projekten die Zukunft mitgestaltet. Der Fokus bei den ausgestellten Projekten liegt auf dem Thema der gesellschaftlichen Transformation. Aktuelle Arbeiten von Studierenden und Diplomprojekte zeigen Ideen, die zum Denken, zum Handeln und zu Veränderungen anregen sollen. Die Ausstellung wird von Veranstaltungen und einer Vortragsreihe begleitet, in der ExpertInnen Denkanstöße zu unterschiedlichen Themen geben. Die Bandbreite reicht von Kommunikation, Gleichberechtigung und Menschenrechten bis hin zur Zukunftsforschung. Die Jubiläumsschau ist der Beitrag von Programmpartner designaustria zur VIENNA DESIGN WEEK (siehe den nachfolgenden Beitrag). Nähere Informationen und das laufend aktualisierte Begleitprogramm zur Ausstellung gibt es online.

www.designforum.at | klassefuerideen.at

facebook.com/klassefuerideen

- 1 Liana Gfrerer:
»Stolperstein Digital«
- 2 Gerald Geier:
»SwitchNews«
- 3 Katherina Tsochok:
»Anti-Alltagsroutinen«
- 4 Tobias Raschbacher:
»PostPoster«
- 5 Martin Klaffensteiner:
»Wunderpunkt«



2



3

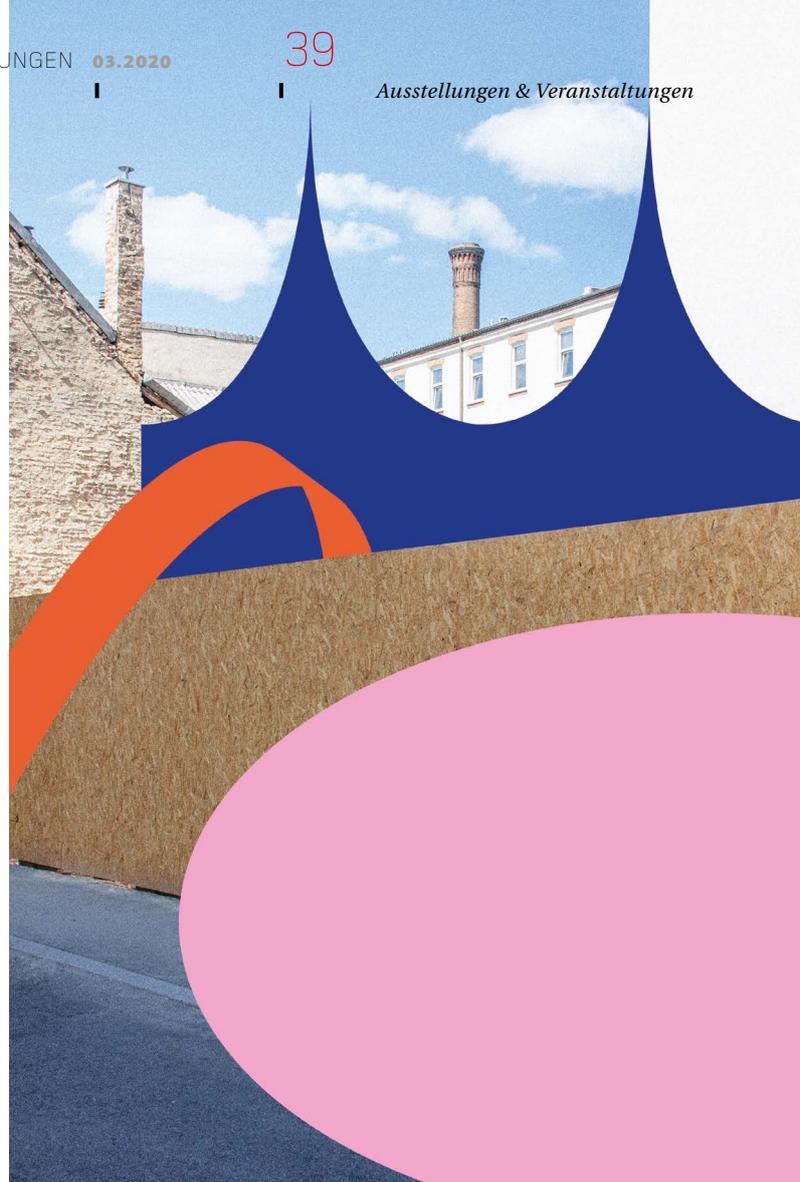


4

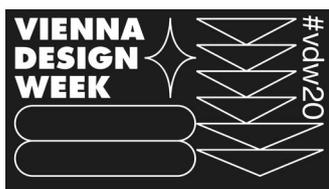
The combination of poster design and drone technology



5



VIENNA DESIGN WEEK 2020



Festivalkampagne VDW
von Bueronardin

Wandel, Herausforderungen, digitale Transformation, Problemlösungen: Das sind die Aufgaben, denen sich Design schon immer gestellt hat. Momentan gibt es da einiges zu tun! In diesem Sinn meldet sich die VIENNA DESIGN WEEK von **25. September bis 4. Oktober 2020** auch in Zeiten von COVID-19 zu Wort und macht Wien zur »City Full of Design«. Die globale Situation zeigt, wie wichtig Design als Bindeglied zwischen gesellschaftlichen Bedürfnissen und der Entwicklung von Lösungen ist. Produktentwicklung gehört gleichermaßen zum Arbeitsfeld Designschaffender wie das Gestalten sozialer Prozesse oder die Verarbeitung und Vermittlung von Information. Aus dieser einzigartigen Position kann Design jetzt zeigen, welche Rolle es zu spielen vermag. In diesem Sinn präsentiert sich im Herbst 2020 ein Festival, das auf die Situation eingeht, aber nicht nur deshalb mit einem Fuß im digitalen Raum steht: Man möchte der Lage mit der Flexibilität und Neugier begegnen, in denen Design-schaffende geübt sind, und sich in virtuellen und physischen Räumen gegenüber treten.

Der Fokusbezirk ist in diesem Jahr Meidling, wo sich auch die Festivalzentrale befindet und wo das Gastland Schweiz zu Besuch sein wird. Im Vorfeld gab es zwei Open Calls der Formate »Stadtarbeit« und »Urban Food & Design«, deren Ergebnisse Teil des Programms sein werden. Die schon legendären »Passionswege« – Kooperationen zwischen Traditionsbetrieben und zeitgenössischer Gestaltung – gehen in die 15. Runde. Und natürlich gibt es wieder zahlreiche inhaltliche Inputs von ProgrammpartnerInnen: designaustria trägt mit der Schau »Ideen verändern« der Klasse für Ideen an der »Angewandten« bei. Die diesjährige Festivalgrafik von Bueronardin ist ein Spiel mit Formen, Farben und Bewegung. Der digitale Fokus des Festivals spiegelt sich in Laufbändern, Sprechblasen, Messenger-Bubbles, Pop-ups und responsiver Bewegung wider. Die Designstadt erstrahlt heuer in Hellrosa, Tintenblau, Marsorange und Achatgrau.

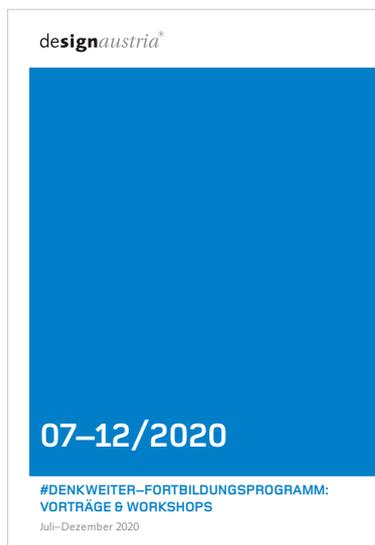
www.viennadesignweek.at

#DENKWEITER: DESIGNAUSTRIA-FORTBILDUNGSPROGRAMM SEPTEMBER–DEZEMBER 2020

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 2020 setzen wir unter dem Motto #DenkWeiter ein vielfältiges Angebot an Workshops, Vorträgen und Infoabenden fort, bei denen diskutiert, ausprobiert, kommuniziert und reflektiert wird. Wir freuen uns auf euer Kommen!



VORTRAG »DIE KERNPRINZIPIEN VON UX DESIGN« USER EXPERIENCE DESIGN UND DER WEG BENUTZER- ZENTRIERTER GESTALTUNG

Maria Lechner

Montag, 28. September 2020, 17–19 Uhr
Tagtäglich kommen wir mit digitalen Services und Produkten in Berührung. Die Mensch-Maschine-Interaktion soll nicht nur funktionieren, sondern auch verlässlich, nützlich und intuitiv sein, gut aussehen und begeistern. So sehr, dass man Services und Produkte gerne wieder benutzt. Bei der User Experience geht es weniger ums reine Gestalten als vielmehr um den Prozess, den es zu verstehen gilt. Mit dem Wissen um die wichtigsten Prinzipien und den entsprechenden Methoden können wesentliche Kriterien einer guten UX berücksich-

tigt und das Leben der Menschen erleichtert werden.

45 Euro Normalpreis

20 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 21. September

INFO-BRUNCH »GESTALTUNG GUT KALKULIERT« KALKULATION, HONORAR UND NUTZUNGSRECHT FÜR DESIGNER/INNEN

Severin Filek & Creative Region

Tabakfabrik Linz

Dienstag, 6. Oktober 2020, 8–10 Uhr
Neben professionellem Gestalten sind die professionelle Abwicklung und Kalkulation eines jeden Gestaltungsauftrags das Um und Auf in der täglichen Arbeit eines/einer DesignerIn. Wie berechnet man den individuellen Stundensatz? Welche Faktoren spielen eine Rolle? Wie ist das mit den Nutzungsrechten? Severin Filek, Geschäftsführer von designaustria, gibt auf Fragen wie diese die Antworten und vermittelt relevantes Praxiswissen. In Kooperation mit der Creative Region gibt es bei Kaffee und Frühstück Infos zu Grundlagen der Kalkulation und Stundensatzberechnung sowie eine Einführung in die Themen Urheber-, Persönlichkeits- und Nutzungsrechte. Es gibt zahlreiche Tipps, Guidelines und Argumentationshilfen für einen professionellen Berufseinstieg.
Eintritt frei, Anmeldung erforderlich
Anmeldung bis 29. September

INFOABEND

»DIE BILDRECHT UND IHRE SERVICES FÜR GRAFIK, ILLUSTRATION UND DESIGN«

Günter Schönberger

WEI SRAUM designforum Tirol

Mittwoch, 7. Oktober 2020, 17–19 Uhr

Die Bildrecht vertritt als Verwertungsgesellschaft das Urheberrecht von SchöpferInnen visueller Werke. Gleichzeitig sensibilisiert sie die Öffentlichkeit für kulturell relevante Themen und gibt aktuellem Kunst- und Designschaffen im doppelten Sinn breiten Raum. Geschäftsführer Günter Schönberger informiert, wie man als GrafikerIn, IllustratorIn oder DesignerIn von der Bildrecht profitieren kann. Man erfährt wie wichtig Pauschalvergütungen sind oder wie man zu Tantiemenzahlungen kommt.
Eintritt frei, Anmeldung erforderlich
Anmeldung bis 29. September

EXKURSION

»TAKE THE TOUR« BESUCH DER EMAILLIER- MANUFAKTUR RIESS

Freitag, 16. Oktober 2020, 6.45–16 Uhr

RIESS ist der einzige KochgeschirrhHersteller in Österreich. Der Familienbetrieb stellt seit 1922 Waren aus Emaille her. Die Produktion erfolgt CO₂-neutral. Für RIESS ist auch gutes Design nachhaltig. Bisher gab es Kooperationen mit POLKA, dottings und Oscar Wanless. Busfahrt ab MQ und retour.

50 Euro Normalpreis

30 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende (ohne Mittagessen)

Anmeldung bis 17. September

WORKSHOP »GUTES BRANDING IST BESSER FÜRS GESCHÄFT«

Sandra Reichl

Donnerstag, 22. Oktober 2020,

9.30–17 Uhr

Gute Markenarbeit eröffnet neue Welten und visualisiert Strategie. Hier erfährt man, dass sich Branding nicht auf die Entwicklung eines Logos beschränkt. Gutes Branding kommuniziert auf einzigartige Weise – es inszeniert die Unternehmensleistung und die Markenwerte.

250 Euro Normalpreis

160 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 14. Oktober

VORTRAG »SPEAK UP, SISTER! – SPRACHIMPULSE« EIN NACHDENKABEND ZU SPRACHE UND GENDER

Susanne Grof-Korbel (bettertogether)

Mittwoch, 25. November 2020, 17–19 Uhr

Sprache schafft Wirklichkeiten. Ob wir wollen oder nicht, sprechen und denken wir alle mehr oder weniger in der männlich geprägten Machtsprache unseres Kulturkreises. Männer sind die Norm. Frauen werden darin bestärkt, über das Werkzeug Sprache die Welt mit neuen Wahrheiten zu bereichern.

45 Euro Normalpreis

20 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 18. November

EINZELBERATUNGEN »FRAG FRAU SANDRA«

Sandra Reichl

Dienstag, 1. Dezember 2020,

16.30–18.30 Uhr

Gerade frisch selbstständig nach ein paar Jahren Anstellung? Raus aus der Uni und jetzt ein eigenes Studio? Mitten in der Ausbildung und nebenbei am Freelancen? Es gib die unterschiedlichsten Ausgangssituationen, doch eines kommt immer vor: Man hat Fragen. Die werden von einer erfahrenen Kollegin im Vier-Augen-Gespräch beantwortet. Vier Gesprächstermine à 30 Minuten.

30 Euro Normalpreis

25 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 24. November

VORTRAG »BUCHHALTUNG, STEUER & SOZIALVERSICHERUNG«

Monika Rupp

Donnerstag, 3. Dezember 2020,

17–19 Uhr

Hier geht es um Unternehmensgründung, notwendige rechtliche Schritte und Entscheidungen, Einkommen- und Umsatzsteuer sowie das komplexe Gebiet der Sozialversicherung unter Berücksichtigung der künstlerischen Tätigkeit.

45 Euro Normalpreis

20 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 25. November

VORTRAG/WORKSHOP »CIRCULAR DESIGN« NACHHALTIGE GESTALTUNG FÜR EINE NEUE ZEIT

Magnus Fischer (fibra)

Freitag, 11. Dezember 2020,

10–16.30 Uhr

Gängige Nachhaltigkeitsstrategien rücken häufig Verzicht und Reduktion in den Mittelpunkt. Einen alternativen Lösungsweg beschreibt das Prinzip einer zirkulären Wirtschaft, das Ressourcen nicht einsparen, sondern unendlich nutzbar machen will. Wie kann dieser Ansatz in die Arbeit von DesignerInnen integriert werden? Circular Design wird hier in kurzen Arbeitssessions beispielhaft angewendet.

190 Euro Normalpreis

100 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 3. Dezember

Alle Veranstaltungen finden, wenn nicht anders angegeben, im *designforum Wien* statt. Detaillierte Informationen sind der Website und dem Folder zu entnehmen, der der letzten Ausgabe beigelegt war. Wir bitten um rechtzeitige Anmeldung unter projekte@designaustria.at. Anmeldungen gelten als verbindlich (die Nennung einer Ersatzperson ist möglich). Alle Preise inkl. 20% USt.

www.designaustria.at/fortbildung



LADIES, WINE & DESIGN – VIENNA DER ZIGARRENCLUB GANZ OHNE MANN, DAFÜR MIT GANZ VIEL FRAU

Es entstehen gute Dinge, wichtige Dinge in Zeiten der Isolation und Neufindung. So zum Beispiel auch ein Zusammenfinden von Gleichgesinnten, die hungrig auf Veränderung sind. So weit, so gut. Aber was wird hier von wem verändert?

Gegründet von Jessica Walsh in New York und weitergeführt von Maria Lechner in Wien: Ladies, Wine & Design – ein weibliches Austausch-Format für die Kreativbranche. Jetzt wird es angetrieben von fünffacher Frauenkraft, nämlich von Cora Akdoğan, Dána Liv Bayomy, Maria Lechner, Jana Leňová und Laura M. Papp. Neu ausgerichtet und neu gedacht, dreht sich in der Veranstaltungsreihe alles um ein gemeinsames Ziel: Frauen zu fördern, Raum zu fordern. Und dies in einer seit Jahrzehnten männlich

dominierten Branche. Nach eingehender Diskussion folgte Klarheit: Hier geht es doch um einiges mehr als reinen Austausch. Es soll Raum geschaffen werden, um sich zu vernetzen und weiterzuentwickeln, Erfahrungen zu teilen und zu lernen, sich inspirieren zu lassen und zu entdecken und vor allem sich zu bestärken und zu handeln. Empowerment für Frauen von Frauen. Darüber freuen sich alle, die nicht Mann sind, und blicken den vier angekündigten Events für 2020 unter dem Jahresthema »RE:« mit umso mehr Freude entgegen. Um das Verpassen ebendieser zu vermeiden, empfiehlt es sich, den Newsletter zu abonnieren. Anmeldung und weitere Informationen über die Frauen und die Intentionen hinter LW & D – Vienna finden sich online unter: ladieswinedesign-vie.at

Das neue Team von LW & D (von li nach re): Cora Akdoğan, Dána Liv Bayomy, Jana Leňová, Laura M. Papp und Maria Lechner (unten Mitte)

MAK: BAKELIT. DIE SAMMLUNG GEORG KARGL

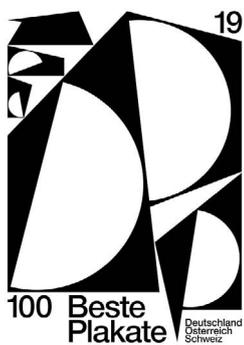
Noch bis **26. Oktober 2020** ist im **MAK DESIGN LAB** die Privatsammlung des Wiener Galeristen Georg Kargl (1955–2018) ausgestellt, in der sich alles um ein bahnbrechendes und geliebtes Material dreht: Als erster echter Kunststoff revolutionierte Bakelit die Alltagskultur der 1920er- bis 1950er-Jahre. 300 Objekte geben Einblick in die vielseitigen Nutzungsmöglichkeiten und das ästhetische Vermächtnis des auf der Basis von Harzen hergestellten, vollsynthetischen Rohstoffs, der eine billige Massenproduktion von Zier- und Gebrauchsgegenständen in beinahe unbeschränkter Formenvielfalt ermöglichte: von Schmuck über Telefone und Picknickdosen bis hin zu Radios. Die MAK-Ausstellung vollzieht die Geschichte von Bakelit vom kompetenhaften Aufstieg zur Ikone einer modernen Produktkultur bis hin zur Verdrängung durch andere Kunststoffe nach.

www.mak.at

► Thermoskannen, Modell Nr. 24, Thermos Ltd., England, um 1930



MAK: 100 BESTE PLAKATE 19 – DEUTSCHLAND ÖSTERREICH SCHWEIZ

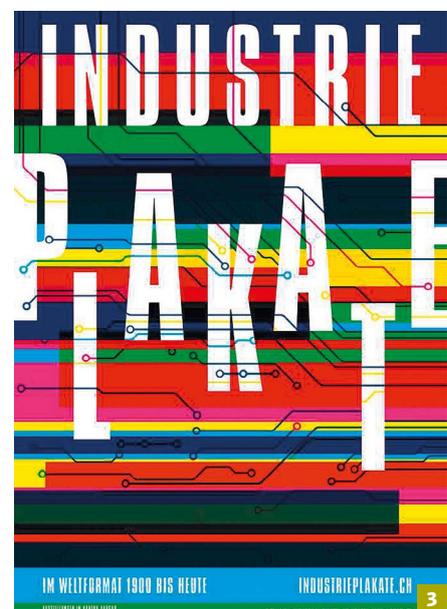
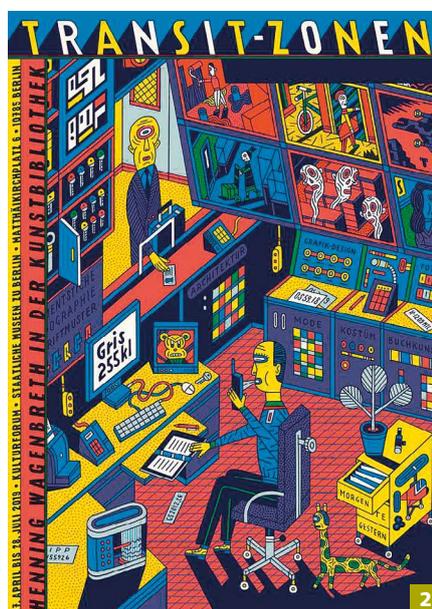
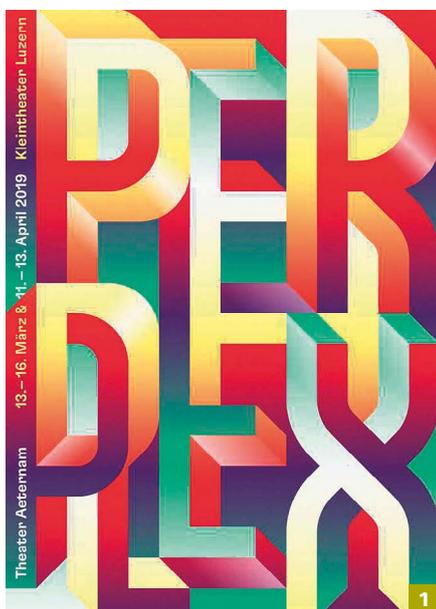


Eine prominent besetzte internationale Fachjury wählte im Februar die im Vorjahr entstandenen besten Plakate des deutschsprachigen Raums. Am Wettbewerb hatten sich 684 EinreicherInnen mit insgesamt 2247 Beiträgen beteiligt. In der Auswahl, die von **11. November 2020** bis **14. März 2021** im MAK in Wien gezeigt wird, liegt die kleine, aber traditionell starke Schweiz mit 52 ausgewählten Affichen vor Deutschland (45) und Österreich (3) (siehe dazu den Bericht in Ausgabe 2.2020). Das Erscheinungsbild zum aktuellen Wettbewerb haben Lamm & Kirch (Leipzig/Berlin) gestaltet. Allgemeine Informa-

tionen zum Wettbewerb, das umfassende Online-Archiv aller Plakate ab Jahrgang 2001 sowie die aktuellen GewinnerInnen gibt es online.

www.mak.at | 100besteplakate.de

- 1 Erich Brechbrühl: Theaterplakat »Perplex«
- 2 Henning Wagenbreth: Ausstellungsplakat »Transit-Zonen«
- 3 Melchior Imboden: Ausstellungsplakat »Industrieplakate. Im Weltformat 1900 bis heute«



Kreative Identitäten

Eine Milieustudie in
Handwerks- und
Kreativberufen

Hans Stefan Moritsch,

Tobias Fock,

Julia Pintsuk-Christof,

Anna Wanka (Hg.)

Velbrück Wissenschaft

Broschur, 22,2 x 14 cm,

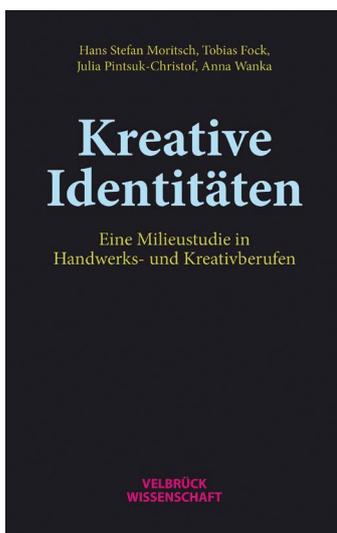
148 Seiten,

Farbabbildungen

ISBN 978-3-95832-203-5

Preis: Euro 29,90

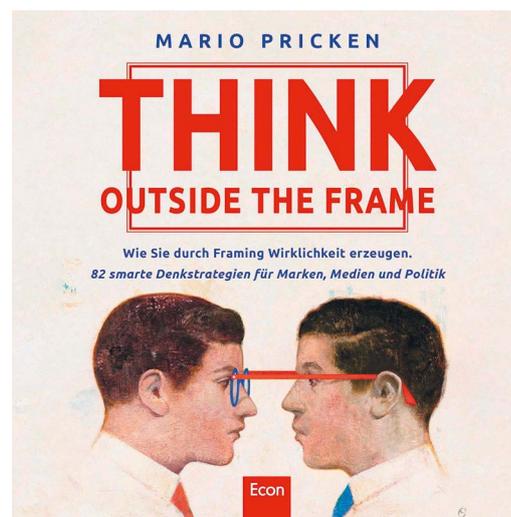
www.velbrueck.de

**KREATIVE IDENTITÄTEN**

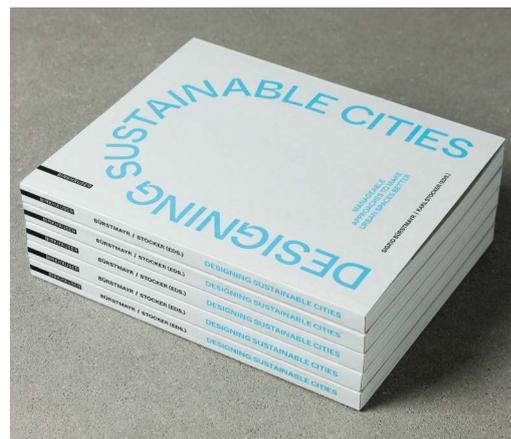
Mit dem Aufkommen der Kreativwirtschaft verändert sich das Handwerk. Die Grenzen zwischen den vormals getrennten Bereichen der kreativ-entwerfenden und handwerklich-ausführenden Arbeit lösen sich auf, nicht zuletzt aufgrund zunehmender Digitalisierung und Technologisierung. In der Folge haben sich neue Praktiken und Berufsbilder ausgeprägt. Die vorliegende »Milieustudie in Handwerks- und Kreativberufen«, so der Untertitel des Bandes, fragt aus interdisziplinärer Perspektive zwischen Sozialwissenschaft und Designforschung danach, wie die neuen Berufsidentitäten im Handwerk und Design des 21. Jahrhunderts entstehen und wie sie im Spannungsfeld von Generationen, beruflichen Idealen und ökonomischer Realität verhandelt werden. Die Herausgeber: Hans Stefan Moritsch ist ordentlicher Professor an der NDU in St. Pölten und Leiter des Programms Design, Handwerk und materielle Kultur; Tobias Fock ist Filmwissenschaftler und unterrichtet in Bulgarien an der Universität Plowdiw; Julia Pintsuk-Christof ist Soziologin und arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin an der NDU; Anna Wanka arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Graduiertenkolleg »Doing Transitions« an der Goethe-Universität Frankfurt am Main. Das Buch wurde auf Initiative von designaustria-Mitglied Hans Stefan Moritsch Anfang September im designforum Wien präsentiert.

DESIGNING SUSTAINABLE CITIES

Sieben aktuelle Forschungsbeiträge zu Sozio-Design und Städtebau beschreiben konkrete sowie ortsungebundene Stadtprojekte, die zur Anregung und Nachahmung empfohlen werden. Der Sammelband mit dem Untertitel »Manageable Approaches to Make Urban Spaces Better« und Beiträgen von AutorInnen aus fünf verschiedenen UNESCO Cities of Design wurde von Sigrid Bürstmayr und Karl Stocker (Institut Design und Kommunikation, FH JOANNEUM) herausgegeben und ist in englischer Sprache im Verlag Birkhäuser erschienen. Da 2050 bereits 70 Prozent der Menschheit in Städten leben werden, ist das Zukunftsthema nachhaltige Stadtgestaltung für die UNESCO Cities of Design ein wichtiger Schwerpunkt. Unter dem Gesichtspunkt, dass Design einen substanziellen Beitrag zur positiven Veränderung in Umwelt- und Sozialfragen zu leisten vermag, stellt das Buch sieben vorbildhafte Beispiele vor: Aufgezeigt werden Maßnahmen und Problemanalysen für die Städte Detroit, Graz, Istanbul, Mexico City und Puebla sowie Projekte, die unabhängig von Örtlichkeiten anwendbar sind. Thematisiert werden u. a. die Effizienz von Zertifikaten, Klimainstallationen für Stadträume und neue ökologische, architektonische und soziologische Konzepte für Megastädte. Ein Lesebuch für AkteurInnen an der Schnittstelle von Social Design und Städtebau.

BÜCHER**THINK OUTSIDE THE FRAME**

Framing ist die Kunst, den Blick auf unsere subjektive Wirklichkeit zu verändern. Werbung, Marketing, Psychologie, Politik und Medien greifen seit jeher auf diese Methode zurück, um die Welt in ihrem Sinne voranzubringen. Talentierte KommunikatorInnen haben sie immer schon intuitiv und mit eleganter Leichtigkeit angewendet. Dieses Praxis-handbuch erläutert anhand von 82 Fallbeispielen Denkstrategien für Marken, Medien und Politik und befähigt den Leser/die Leserin, selbst hocheffektive Framings zu entwickeln. Der Band vermittelt anwendbares Wissen sowie jede Menge Werkzeuge, die sich mit Neugierde und etwas Zeitinvestment unmittelbar auf eigene Projekte anwenden lassen. Autor Mario Pricken zählt zu den international gefragtesten Experten, wenn es um Kreativität, Ideenmanagement, Strategieentwicklung und Innovation geht. Er hat Kreativität – wie es sich für einen echten Kreativen gehört – nicht »gelernt«, sondern neu gedacht, für seine Kunden wie auch in seinen international erfolgreichen Büchern. Dieses Wissen hat sich in den letzten 18 Jahren in Form von vier Büchern auf dem Markt etabliert. Sein in acht Sprachen erschienener Bestseller »Kribbeln im Kopf« wurde mit mehr als 130.000 verkauften Exemplaren zum international anerkannten Standardwerk.



**Designing Sustainable
Cities – Manageable
Approaches to Make
Urban Spaces Better**

Sigrid Bürstmayr,

Karl Stocker (Hg.)

Birkhäuser

Broschur, 23,5 x 22 cm/PDF

152 Seiten,

60 Farbabbildungen

ISBN: 978-3-0356-2198-3

Preis: Euro 39,95

www.degruyter.com

Think Outside the Frame

Mario Pricken

Econ

Gebunden, 21,6 x 21,8 cm

208 Seiten,

zahlreiche Abbildungen

ISBN 978-3430210201

Preis: Euro 29,90

ullstein-buchverlage.de

www.mariopricken.com

ERFOLGE

IIID AWARDS: INFORMATION,
GESTALTET FÜR DIE GESELLSCHAFT

Im Jahr 1986 rief designaustria-Ehrenpräsident Peter Simlinger das Internationale Institut für Informationsdesign (IIID) ins Leben, das sich über die Jahre zu einer weltweit vernetzten, in der Praxis wie in der wissenschaftlich fundierten Theorie verankerten Organisation gemausert hat. Zu deren 25-jährigen Jubiläum fiel 2011 der Startschuss für die im Dreijahresrhythmus stattfindenden IIIID Awards, die demzufolge 2020 zum vierten Mal über die Bühne gingen. Sie würdigen, so IIIID-Präsident Rob Waller (Großbritannien), den Beitrag, den InformationsdesignerInnen zu einem funktionierenden Miteinander in der Gesellschaft leisten. Im Informationsdesign finden Kreativität und Design Thinking Anwendung, um komplexe Kommunikationsaufgaben zu bewältigen und das Leben der Menschen in vielerlei Hinsicht zu erleichtern: Wenn wir auf Reisen gehen, weist uns Informationsdesign den Weg. Wenn wir Produkte kaufen, macht es uns die Entscheidung leichter. Wenn wir mit Behörden in Kontakt treten, klärt es uns über unsere Rechte und Pflichten auf. Wir bekommen erklärt, wie das Gesundheitswesen oder das Pensionssystem funktioniert...

- 1 buero bauer: Kommunikationstool »Talking in Symbols«
- 2 Vineta Kreigere, Ruta Jumite: Website »Woman and Work«



1



2

Beiträge aus 23 Ländern trafen in diesem Jahr ein und verteilten sich auf die Kategorien Finanzen, Didaktik, Corporate Design & Kommunikation, Zukunftskonzepte, Gesundheitswesen, Produkte & Dienstleistungen, Forschung, Soziales, Nachhaltigkeit, Universal Design, Ausnahmezustand, Editorial, Verkehr, Signalistik und Studierendenprojekte. Die internationale Jury, in der neben Präsident Waller Marco Spinelli (Italien), Justyna Kucharczyk (Polen), Bettina Schulz (Deutschland), Kyoko Kaneda (Japan), Enrico Bravi (Österreich), Tatiana Manuiko (Weißrussland), Barbara Abele (Lettland), Yosune Chamizo Alberro (Mexiko), Stefan Hampl (Österreich) und Stefan Blackfellner (Österreich) vertreten waren, vergab 21-mal Gold, 38-mal Silber, 51-mal Bronze und 22 Nominierungen. Aufgrund von COVID-19 fand die finale Bewertungsrunde per Online-Konferenzschaltung statt, moderiert von Martin Fößleitner (Österreich) in seiner Funktion als IIIID-Vorstandsmitglied.

Unter den prämierten Einreichungen wurde eine Reihe von Sonderpreisen vergeben. Der *Grand Prix* ging in diesem Jahr nach Österreich: an das Projekt *Talking in Symbols* von *buero bauer Gesellschaft für Orientierung und Identität*, hervorgegangen aus einer Zusammenarbeit mit dem psychosozialen Team der Pädiatrischen Neuroonkologie der Universitätsklinik für Kinder und Jugendheilkunde am *Allgemeinen Krankenhaus Wien* und der *Österreichischen Kinder-Krebs-Hilfe*. Um die Kommunikation zwischen den jungen PatientInnen, deren Eltern und den behandelnden ÄrztInnen zu unterstützen, wurde ein umfassendes bildbasiertes Tool entwickelt, das personalisiert werden kann und alle möglichen Situationen im Spitals- und Therapiealltag berücksichtigt. Derzeit sind rund 1000 Sets in Kliniken in Österreich, Deutschland und der Schweiz im Einsatz. Der Jurypreis ging an die Website *Woman and Work* von *Vineta Kreigere* und *Ruta Jumite*, Studierende an die *Kunsthochschule von Lettland*. Das Portal steht Frauen in unterschiedlichen Lebenssituationen zur Seite, die klar verständliche Informationen zu sie betreffenden Themen einholen möchten. Der Sonderpreis *Climate Change* ging an *Café.art.br/Leandro Amorim* (Brasilien) für das Projekt *IUU Fishing Index*, das Sustainable Development Goal Nr. 14 und den Folgen illegaler Fischerei gewidmet ist. Der Sonderpreis *COVID-19* ging an unter der Leitung von *Katherine Sellen* an der *OCAD University* (Kanada) gestaltete *COVID-19-Infografiken*, die in Einrichtungen des Gesundheitswesens in 40 Sprachen eingesetzt werden können, um zu Themen wie Testung, Selbstisolation, Selbstversorgung etc. zu informieren.



3



4



5



6



Zahlreiche Beiträge aus Österreich beziehungsweise aus der Schmiede von designaustria-Mitgliedern wurden von der internationalen Jury mit Preisen bedacht, an vorderster Stelle die *designgruppe koop* im Allgäu, die sich als erfolgreichstes Studio des Jahres 2020 mit gleich sieben Projekten in den Medaillenrängen durchsetzte: Silber gab es für das zeitgemäße Ausstellungskonzept des *Museums Illertissen*, für die Sonderausstellung *Mensch Land Flucht* zum brisanten Thema Migration/Integration im historischen Marstall von Kempten, für die sich durch große Flexibilität auszeichnende Wanderausstellung *Essen in Franken* und für das bereits vielfach gewürdigte barrierefreie Leitsystem im *Landratsamt Ostallgäu*; Bronze erhielt das vereinende Corporate Design der dreiteiligen *Tegel-, Breiten- und Buchenbergbahn*, die sich mit Werten auseinandersetzt und die Publikation *Schön und gut* von *Andreas Koop* und die speziell für Blinde entwickelte barrierefreie Ausstellung *Von Schafen und Schäfern* für das *Fränkische Freilandmuseum*.

Drei Büros aus den westlichen Bundesländern sicherten sich jeweils drei Preise: Für das Innsbrucker Studio *florianmatthias* gab es Silber für die *App 1519* zum großen Habsburger Kaiser Maximilian I. für Geschichtsinteressierte sowie zweimal Bronze für den ersten digitalen Wanderweg Europas *Museum Goes Wild* und die phonetische Schrift *Antonia Phonetics*, in der Sprachwissenschaft und Typografie zusammenfinden. *Sägenvier Design-Kommunikation* aus Dornbirn erhielt Silber für das Leitsystem des *Kulturareals Ferdinand* in Lustenau, zu dem eine Druckwerkstatt, ein Stickerei- und ein

Radiomuseum gehören, sowie zweimal Bronze für die Signaletik im *Rathaus Quartier Lustenau* und im *Kinderhaus Kennelbach*, bei welcher die Kinder selbst mitgestalten durften. Die Agentur für Environmental Graphic Design *motasdesign* in Kematen wurde mit Silber für das Leitsystem des riesigen *Skizirkus Hinterglemm/Leogang/Fieberbrunn* sowie mit Bronze für das allgemein zur Verfügung gestellte COVID-19-Piktogramm *#AufeinanderAchtgeben* und den *Denksportweg* des *Katholischen Bildungswerks Tirol* ausgezeichnet, der vor allem auf Senioren ausgerichtet ist, mit dem Ziel, sie geistig und körperlich fit zu halten. *NAU*Design* (Barbara Weingartshofer) holte sich Silber und Bronze für zwei Datenbroschüren der *Universität Wien* zum Thema *Gender Bias* und *Gender im Fokus*: Es werden u. a. Stereotype aufgezeigt, die bei der Stellenbesetzung im Wissenschaftsbereich eine Rolle spielen. Zwei Projekte der *Kunstuniversität Linz* unter Federführung von *Tina Frank*, Leiterin der Abteilung für visuelle Kommunikation, wurden mit Bronze gewürdigt: Für die Publikation *Das Rote Wien in Zahlen* wurden Illustrationen und vorbildlich aufbereitete Infografiken gestaltet, auf dem Plakat *Wiener Melange – Who lives where in Vienna?* wurde nach dem Dreifarbenprinzip der Grundfarben ein Überblick über die Herkunft der Wiener Bevölkerung erstellt.

7



- 3 designgruppe koop: Ausstellungskonzept für das Museum Illertissen
- 4 Sägenvier Design-Kommunikation: Leitsystem »Kulturareal Ferdinand«
- 5 florianmatthias: phonetische Schrift »Antonia Phonetics«
- 6 motasdesign: Leitsystem »Skizirkus Hinterglemm/Leogang/Fieberbrunn«
- 7 Kunstuniversität Linz/ Tina Frank: Publikation »Das Rote Wien in Zahlen«

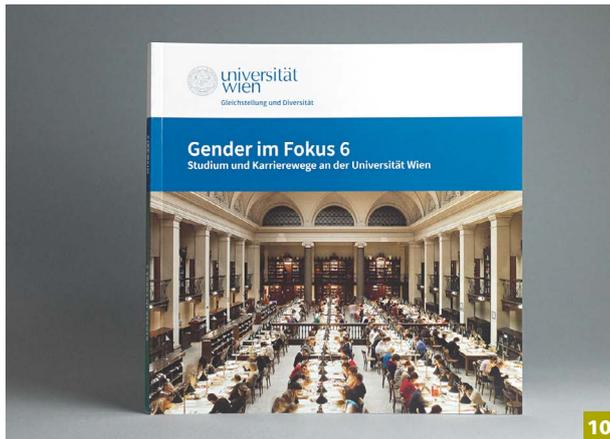
Erfolge



8



9



10



11

Von weiteren designaustria-Mitgliedern holte sich das *Design Buero Baustelle* (Elisabeth Kopf, Regina Rowland) Silber für die Ausstellung *Alphabet des Lebens* im Werkraum Bregenzeralwald, in der auf einem Lehrpfad die 26 Lebensprinzipien der Biomimicry vermittelt wurden. Bronze gab es für *look! design* (Stefanie Schöffmann) und die Besucherführung durch die Druckerei *Russmedia* in Schwarzach, in der die »Vorarlberger Nachrichten« entstehen; für *benutz-bar* (Veronika Egger) und das Orientierungssystem der *Wiener Hofburg*, des größten weltlichen Gebäudeareals Europas; und für das *Atelier Mariacher* und die das vielfältige Angebot der Institution vermittelnde *Landkarte des Tiroler Bildungsservice* (TiBS). Die *VRVis Forschungs GmbH* holte sich als Projektleiterin Silber für das Projekt *ARCHES – Accessible Resources for Cultural Heritage EcoSystems*, bei dem es um Inklusion ins kulturelle Leben geht

und bei dem über 200 Menschen mit Handicaps als GestalterInnen und LehrerInnen mitwirkten. Silber gab es auch für die *Fluidtime Data Services GmbH* und ihr Projekt *FluidGo – Taking Mobility as a Service to the Next Level*, eine App, mit der sich urbane Fortbewegung bestens planen und bewerkstelligen lässt. Die *Sigmund Freud Privatuniversität* (Stefan Hampl) erhielt Silber für das Projekt *FACE Lifting*, das sich mit der Neugestaltung der Euro-Banknoten beschäftigt. Alle mit Sonderpreisen, Gold, Silber, Bronze und Nominierungen bedachten Projekte sämtlicher EinreicherInnen des internationalen Teilnehmerspektrums werden online in Wort und Bild vorgestellt. Ab September gibt es die IID-Award-Talks auf Zoom, eine Ausstellung wird nach der ersten Station im designforum Wien (noch bis **13. September 2020**) um die Welt reisen. Alle Termine werden auf der Website verlautbart. iiidaward.net

8 Design Buero

Baustelle: Ausstellung
»Alphabet des Lebens«

9 look! design: Besucherführung Druckerei Russmedia

10 NAU*Design: Datenbrochüre »Gender im Fokus«

11 benutz-bar: Orientierungssystem Wiener Hofburg

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: Thomas Feichtner, Benno Flotzinger, Martin Föblleitner, Thomas Grundnigg, Anna Maislinger

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: Vanessa Brumen (Internship), Doris Calisir (Members & Finance), Tamara König (Communication & International Projects), Johanna Posch (designforum Wien), Heidi Resch (in Karenz), Sibel Semet (Web 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: Werner Streitfelder (Märklin Modern), MAK/Georg Mayer (Bakelit), Sarah Gross Photography (LW&D)

ARTDIREKTION: Sandra Steiger, zeitmaß, Kandelgasse 16, 1070 Wien

LAYOUT: Valerie Eccli, 1030 Wien

PAPIER: Cover: Colorplan, china white, 270 g/m², Kern: Jupp wiess, 120 g/m², zur Verfügung gestellt von MAY+SPIES Gesellschaft mbH + Co KG, Felixdorferr Gasse 5, 2700 Wiener Neustadt, www.mayspies.at

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

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

ISSN 1022-9566

Mit Unterstützung des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport

 **Bundesministerium**
Kunst, Kultur,
öffentlicher Dienst und Sport



Colorplan



Be Different.

With **color** and **quality**.

Discover the high-quality fine papers from MAY+SPIES. Be inspired by Colorplan and a selection of 55 colors. Choose the paper that your designer heart boosted. The perfect choice for an original marketing appearance!

MAY+SPIES - passion for paper since 1968 in Austria.



MAY+SPIES Gesellschaft m.b.H. + Co KG

Felixdorfer Gasse 5

A-2700 Wiener Neustadt

Telefon: +43 (0) 26 22 2 31 43

info@mayspies.at | www.mayspies.at

25.9. → 4.10.2020 → See you

VIENNA DESIGN WEEK VI

you in Meidling → #vddw20 #vier

