Gastbeitrag Bernhard Denscher: Berührungspunkte – Plakate im Spannungsfeld von Kunst und Tendenz | Europäische Designpolitik | DA-Studioporträt: MOA Eating Products | Sommerausstellung im designforum Wien: »Original vs. Fälschung« | ICON8 – The Illustration Conference | Verpackung Austria 2014 mit DA-ExpertsCluster Packaging Design | Rezension: Design by F. A. Porsche – Eine Design-Zeit / 1972–2004 | Erfolge: mischer'traxler gewinnen BE OPEN Young Talent Award

designaustria®

DA mitteilungen

1234.2014

Gudi Schwienbacher: City Branding »BO – la città possibile«; MOA Eating Products: »Biomat« Sensoric Food Pralines

Inhalt

Liebe Kolleginnen und Kollegen | _ 03

Editorial | _ 04

Plakat

| _ 05 Bernhard Denscher: Berührungspunkte – Plakate im Spannungsfeld von Kunst und Tendenz

Europäische Designpolitik

| _ 07 Design for Innovation | _ 12 Design for Regional Development

DA Activities

| _ 15 Bericht der DA-Generalversammlung 2014 | _ 16 Causa Alfred Proksch | Der DA-Vorstand 2014–2016 | _ 17 BEDA General Assembly in Wien | _ 18 EDBD & Europäisches Forum Alpbach 2014: Business Development mit Design Thinking | |design|er|leben|, Band 11 & 12

Design-Rückblicke

| _ 19 Confession of Design | _ 20 BrandSpace 2014: Marke trifft Design Thinking

Nachrufe

| _ 21 Nikolai Dobrowolskij (1946–2012) | Albrecht (Alpi) Schwarzenberger (1963–2013)

DA-Studioporträt

| _ 22 MOA Eating Products – Product & Culinary Concepts

Members at Work

| _ 24 buero bauer | Kolleg für Grafik und Kommunikationsdesign | _ 25 cdc | Brand-creation | Lisa Schultz | Typejockeys | _ 26 Gudi Schwienbacher | Say, Say, Say, Inc. | Convoidesign | _ 27 Kommunikationshaus gugler* | Rainer M. Osinger

Ausstellungen

| _ 28 Original vs. Fälschung | _ 29 150 Jahre MAK: Design Labor & Ausstellung »Vorbilder«

Veranstaltungen

| _ 30 ICON8 – The Illustration Conference | _ 31 Verpackung Austria 2014 mit EC Packaging Design

Rezension

| _ 32 Design by F. A. Porsche, eine Design-Zeit/1972–2004 von Dirk Schmauser

Erfolge

| _ 33 Schönste Bücher aus aller Welt 2013 | _ 34 100 beste Plakate – Deutschland, Österreich, Schweiz | _ 35 BE OPEN Young Talent Award | _ 36 Red Dot Award: Product Design 2013

Calls & Wettbewerbe

| _ 37 ReDesign+ Award 2014 | Red Dot Award: Communication Design 2014 | James Dyson Award 2014

Material & Bedarf

| _ 38 Antalis Austria

Impressum | _ 39

Der neue DA-Vorstand: Sigi Ramoser, Monika Fauler, Markus Hanzer, Beatrix Roidinger, Martin Fößleitner (von links nach rechts)

Liebe Kolleginnen und Kollegen

Manches neu macht der Mai (und auch noch der Juni):

- zum Beispiel Markus Harzer als neues Mitglied im Vorstand von designaustria (Michael Thurow danken wir an dieser Stelle herzlich für sein Mitwirken in den vergangenen Jahren!)
- oder Jürgen Schremser und Max Niederschick als unsere ins designforum entsandten Repräsentanten, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, für designaustria österreichweit eine neue tolle Bühne zu gestalten
- und Birgit Gartner als neue Mitarbeiterin in der designaustria-Geschäftsstelle, die den Bereich Office Management übernommen hat und die wir herzlich willkommen heißen
- ein neues Österreich oder gar ein neues Europa, mitgestaltet durch die faszinierende Conchita Wurst
- eine neue österreichische Designbibel, diesmal verfasst von Heidi Resch, über vierzehn Grafikerinnen des 20. Jahrhunderts (siehe die Bestellkarte in der Beilage) – erschienen als dritter Band der von designaustria herausgegebenen Reihe «Design in Österreich« (nach Christian Maryškas Band 1 »Kunst der Reklame« und Anita Kerns Band 2 »Österreichisches Grafikdesign im 20. Jahrhundert«)
- viele österreichische PreisträgerInnen bei den European Design Awards 2014, die offiziell am 24. Mai verkündet wurden – herzlichen Glückwunsch!
- und manches gleicht doppelt, wenn auch nur fast: die Sommerausstellung »Original vs. Fälschung« im Museums-Quartier (Eröffnung am 24. Juni)

Schön, bei designaustria zu sein!

Der DA-Vorstand und die DA-Geschäftsstelle

Editorial

Das sonnige Frühjahr hat mit einem internationalen **Preisregen für österreichisches Design** begonnen: Besonders erfreulich ist, dass bei der Premiere des **BE OPEN Young Talent Award** das Duo mischer'traxler, das hierzulande bereits vielfach durch experimentelle Gestaltungslösungen mit hohem Innovations- und Umsetzungspotenzial aufgefallen ist, den üppig dotierten Hauptpreis erringen konnte. Er soll DesignerInnen ermöglichen, sich ein Jahr lang ohne finanziellen Druck ihren Projekten zu widmen. Bei den **Schönsten Büchern aus aller Welt** konnten gleich zwei Druckwerke aus der Alpenrepublik die internationale Fachjury überzeugen, und auch bei den **100 besten Plakaten** haben es in diesem Jahr vier Kreationen aus Österreich in die Bestenauswahl geschafft. Mehr erfahren Sie in der Rubrik »Erfolge«. Und schon jetzt sei verraten, dass Österreich bei den heurigen **European Design Awards**, bei denen das beste Kommunikationsdesign des vergangenen Jahres ausgezeichnet wird, kräftig abstauben konnte: vier Mal Gold, fünf Mal Silber, zwei Mal Bronze und eine Auszeichnung. Damit belegen wir im Medaillenspiegel hinter den Niederlanden und Deutschland den sensationellen dritten Platz. Mit dabei: buero bauer und Sägen-vier Designkommunikation. Die Preisverleihung fand Ende Mai (nach Redaktionsschluss) statt; die PreisträgerInnen und ihre Projekte stellen wir daher erst in der nächsten Ausgabe vor.

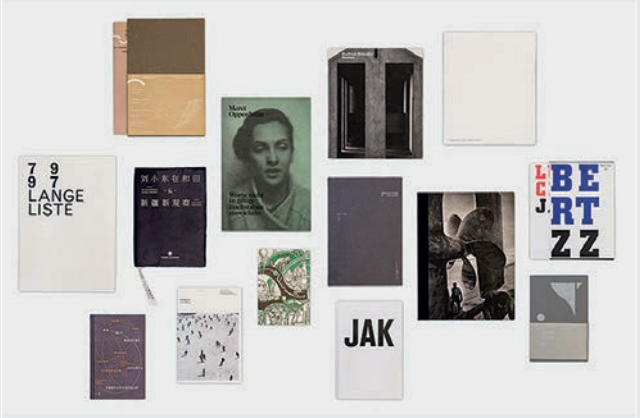
Apropos Preise: Bei dem von designaustria im Zweijahresrhythmus ausgeschriebenen **Joseph Binder Award** mit Schwerpunkt Grafikdesign & Illustration waren bei Redaktionsschluss Ende April bereits 315 Einreichungen von 148 EinreicherInnen aus 18 Ländern – hauptsächlich aus dem deutschsprachigen Raum, aber auch aus Großbritannien, Israel, Italien, Luxemburg, Portugal, Russland, Taiwan, Ungarn und den USA – eingelangt. Die Jury tagt im Juli, die Siegerprojekte und deren UrheberInnen werden bei der feierlichen Preisverleihung im Wiener MuseumsQuartier im Herbst bekannt gegeben und in einem Katalog vorgestellt.

Die Themen dieser Ausgabe: Mit dem **Plakat** im Spannungsfeld zwischen Kunst, Gebrauchsgrafik und Zeitgeist befasst sich der Beitrag von Gastautor **Bernhard Denscher**, einem Historiker und ausgewiesenen Plakatexperten. Und ein großes Kapitel stellt aktuelle EU-Projekte vor, die zum einen das Ziel haben, die Rolle von Design bei der Entwicklung und Implementierung von Innovation aufzuzeigen; zum anderen haben sie die Aufgabe, der regionalen und interregionalen Entwicklung auf die Sprünge zu helfen. Alle verstehen sie sich als Teil einer **europäischen Designpolitik**.

Des Weiteren berichten wir über vergangene und bevorstehende Designkonferenzen und -präsentationen im In- und Ausland, über die Generalversammlungen von designaustria und BEDA, über die große Sommerausstellung **Original vs. Fälschung** im designforum Wien und über das **MAK Design Labor** als neues dynamisches Permanentformat, das gemeinsam mit EOOS entwickelt und nun zum 150-Jahr-Jubiläums des Museums eröffnet wurde.

Wir wünschen anregende Lektüre und einen schönen Sommer!

Die Redaktion



Die schönsten Bücher aus aller Welt 2014

Plakat

Henri Toulouse-Lautrec: »Reine de Joie«, 1882

Berührungspunkte. Plakate im Spannungsfeld von Kunst und Tendenz

»Plakate sind durch künstlerische Mittel wirkende Tendenz«, schrieb der renommierte Autor Joseph Roth in seinem Essay über die »Sowjetausstellung in Berlin« im Jahr 1920 in der »Neuen Berliner Zeitung«. Das Medium Plakat war und ist stets von diesem Spannungsfeld zwischen Kunst und Funktion bestimmt. Lange Zeit war das Bildplakat deutlich von den allgemeinen künstlerischen Trends der jeweiligen Zeiten geprägt, dennoch nahm die Bildsprache der Werbung allmählich eine eigenständige Entwicklung.

Über Jahrhunderte war es in Europa selbstverständlich gewesen, dass Künstler ihre Werke nur auf Bestellung und im Sinn der Tendenz ihrer Finanziers schufen: Kirche und Adel waren da die wesentlichen Auftraggeber, bis im 18. Jahrhundert das wohlhabende Bürgertum als wichtiger Faktor hinzukam. Die Geschichte der Kunst des 19. Jahrhunderts steht dann im Zeichen der Emanzipation der Künstlerschaft, der damit eine – nachweislich riskante – Loslösung von derartigen direkten Abhängigkeitsverhältnissen gelang. Um 1850 wurde ausgehend von Frankreich der Ruf nach »L'art pour l'art« laut, also nach einer Kunst um ihrer selbst willen. Echte Kunst sollte in keinem Auftragsverhältnis mehr stehen, sondern frei aus sich heraus und für sich geschaffen werden. Diese Ideologie, die mit einem Verdrängen des traditionellen Handwerks durch die industrielle Produktion einherging, führte zu einem deutlichen Prestigeverlust der sogenannten »angewandten Kunst«. Walter Benjamin brachte es in seiner legendären Studie »Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit« auf den Punkt: »Was im Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit des Kunstwerks verkümmert, das ist seine Aura.« Eine Aussage, die besonders auf das in großen Mengen verbreitete Medium Plakat zutrifft.

Bewertungen wie diese mögen auch erklären, warum das Plakat als künstlerisches Statement nur zeitweise eine entsprechende soziale und ästhetische Anerkennung fand. Als ein kostenlos für alle Straßenbenutzer zugängliches Medium tat es sich schwer, in den elitären bürgerlichen Kunstkanon aufgenommen zu werden. Erste, noch vom Historismus geprägte Entwerfer von Bildplakaten versuchten daher, dem Medium mit Anklängen an alte Urkunden einen wertvolleren Charakter zu verleihen. Ein Beispiel dafür ist die frühe Affiche des renommierten österreichischen Malers Hans Makart für die »Erste internationale Kunst-Ausstellung«, die 1882 im Wiener Künstlerhaus stattfand. Doch gerade Versuche wie dieser zeigen, dass solche Blätter aufgrund ihrer kompositorischen Detailliertheit zu keinen überzeugenden plakativen Ergebnissen führen konnten.

Der wichtigste Protagonist des neuen modernen Bildplakates war der Franzose Jules Chéret – und er war, was das Renommee des Genres aus der Sicht traditioneller Kunstrezeption nicht heben konnte, ein Praktiker aus dem Bereich des Druckerhandwerks. Der gelernte Lithograf entwarf und produzierte um die 1.000 Farbplakate. Aufgrund seines überragenden Erfolgs im Bereich des neuen Mediums wurde er gar zum König ausgerufen, allerdings nur zum »roi des affiches« – zum Plakat-König. Stets war er um sein künstlerisches Ansehen bemüht. So orientierte er sich an Vorbildern der Kunstgeschichte wie den Rokokomalern Antoine Watteau und Jean-Honoré Fragonard oder an dem spätbarocken Giovanni Batista Tiepolo, was Chéret auch den Beinamen »Tiepolo des Boulevards« einbrachte.

Der Adelige Henri de Toulouse-Lautrec konnte da schon aufgrund seiner sozialen Herkunft eine mutigere Strategie verfolgen: Er überschritt in seinen Arbeiten nicht nur die ästhetischen, sondern auch die moralischen Vorstellungen des Bürgertums. Nicht mehr hochstehende – wie etwa mythologische oder religiöse – Themen waren die Inhalte seiner Kunst, sondern sehr reale Menschen aus dem Alltagsleben. Doch damit nicht genug – auch seine Kunst selbst ging auf die Straße. Toulouse-Lautrec beschäftigte sich nämlich intensiv mit der Gestaltung von Plakaten, und dies nicht nur nebenbei, wie es viele seiner Kollegen taten, wenn sie Geld benötigten, sondern seine Plakate gehören zweifellos auch zu seinen Hauptwerken.

Beeinflusst vom britischen Arts and Crafts Movement versuchte man in verschiedenen künstlerischen Bewegungen der Jahrhundertwende, wie etwa im Art Nouveau, im deutschen und österreichischen Jugendstil und in dieser Folge dann auch in der Wiener Werkstätte sowie beim Deutschen Werkbund, die beiden Elemente Kunst und Alltag enger miteinander zu verbinden. So gestaltete etwa der Gründungspräsident der Wiener Secession, Gustav Klimt, nicht nur das Signet seiner Vereinigung, sondern auch das Plakat für deren erste Ausstellung im Jahr 1898. Noch einen Schritt weiter ging sein Kollege und Gründungsmitglied der schon vor der Wiener entstandenen

1

2

3

Münchner Secession, Franz von Stuck, der mit seinem Plakat für die »Dresdner Hygiene-Ausstellung« einen Auftrag aus dem kommerziellen Bereich übernommen hatte.

Keinerlei Berührungsängste zum Design von Alltagsdingen hatte der Architekt der Wiener Secession Joseph Maria Olbrich. Seine Entwurfsarbeiten reichten von Architektur über Buchillustrationen, Alltagsgegenstände wie Öfen und Textilien bis zu einer Autokarosserie für Opel. Im Bereich des Grafikdesigns gestaltete er nicht nur das Plakat für die zweite Schau der Secession, sondern übernahm auch wiederholt kommerzielle Werbeaufträge.

Aufgrund der neu entstandenen industriellen Massenproduktion ergab sich in den USA und in Europa die Notwendigkeit einer zielgerichteten Bewerbung des immer reichhaltiger werdenden Konsumangebots. So entstand gegen Ende des 19. Jahrhunderts ein erster globaler Hype des Mediums Plakat. Angesichts dieses Trends, aber auch aufgrund der Entwicklung anderer Bildmedien – wie etwa illustrierter Zeitschriften, Ansichtskarten oder Buchcover – formierte sich allmählich ein eigener Berufsstand, der sich auf das Entwerfen von kommerziellen Grafikaufträgen spezialisierte.

Wirklich Sinn machte Außenwerbung vor allem in den anwachsenden Großstädten, wo daher eine Reihe von Designerinnen und Designern eine Formensprache entwickelte, die eine wirkungsvolle Werbung ermöglichte. Berlin war noch vor dem Ersten Weltkrieg einer dieser Brennpunkte, denn hier wurden mit dem sogenannten »Sachplakat« Kriterien der Bildwerbung kreiert, die bis heute Gültigkeit haben. Der wesentliche Aspekt dieser Strategie war es, das zu verkaufende Produkt deutlich in den optischen Mittelpunkt zu stellen.

Ein Protagonist dieser Strategie der visuellen Vereinfachung war der deutsche Lucian Bernhard, der ab 1925 in New York tätig war. Zur modernen Berliner Szene zu Anfang des 20. Jahrhunderts gehörten neben einigen anderen auch die beiden aus Wien stammenden Grafiker Ernst Deutsch-Dryden und Julius Klinger. Auch wenn man sich auf kommerzielle Werbung spezialisierte und Wert darauf legte, keine Kunstwerke schaffen zu wollen, sondern einfach professionelle Reklame zu produzieren, wird deutlich, dass gerade die Berliner Plakatszene bereits ab 1905 ästhetische Prinzipien erarbeitete, die erst Jahre später in der Kunstrichtung der Neuen Sachlichkeit wieder aufschienen.

Eine andere künstlerische Richtung, von der starke Impulse auf die Plakatgestaltung ihrer Zeit ausgingen, war der Expressionismus. Die für ihn typische Dynamik eignete sich gut für die Anforderungen der Kinowerbung und bot ebenso für die dramatischen Appelle der politischen Propaganda eine adäquate Ausdrucksform. Eindrucksvoll bewies dies Mihály Biró mit seinen frühen Plakaten, die er für die ungarischen Sozialdemokraten bereits ab dem Jahr 1912 schuf. In Deutschland bekam die Entwicklung der politischen Werbung ähnlich wie in Österreich erst nach der Gründung der Republik im Jahr 1918 entsprechende Impulse. Die zunächst links dominierte Regierung gründete den »Werbedienst der deutschen Republik«, von dem bedeutende expressionistische Künstler wie Heinz Fuchs, Cesar Klein oder Max Pechstein mit dem Entwerfen von Plakaten beauftragt wurden. Damit schufen diese Künstler über die Mediengeschichte des Plakates hinaus viel beachtete Werke.

Eine andere visuelle Linie verfolgten die Propagandisten der frühen Sowjetunion, wo der Konstruktivismus mit seinen klar reduzierten Formen und seinen wenigen, aber kräftigen Farben dominierte: El Lissitzky, Alexander Rodtschenko und Wladimir Majakowski lauten die Namen der prominentesten Proponenten dieser Kunstrichtung, die mit ihren Plakaten Klassiker der modernen Kunst kreierten. Der Konstruktivismus konnte sich in der UdSSR selbst allerdings nur relativ kurz entfalten und wurde bald durch den konservativen sozialistischen Realismus abgelöst. In den 1920er- und 1930er-Jahren entwickelten sich dem russischen Konstruktivismus ähnliche, geometrisch abstrahierende Stilrichtungen wie etwa De Stijl in den Niederlanden oder das Bauhaus in Deutschland. Auch diese Strömungen gingen von einem sehr weiten, alle menschlichen Lebensbereiche umfassenden Kunstbegriff aus. Unter anderem wurden dabei auch Elemente der Gebrauchsgrafik erarbeitet, die etwa bei Jan Tschichold oder Herbert Bayer eine breite internationale Anerkennung fanden. Viele hervorragende europäische Künstler flüchteten vor der nationalsozialsozialistischen Repression in die USA, wo sie den »American Modernism« mitprägten – ein Erscheinungsbild, das dann nach 1945 wieder als typisch »amerikanischer Stil« in Europa rezipiert wurde.

Der Art Déco war eine der letzten Kunstrichtungen, die sich auch auf die Werbegrafik ihrer Zeit auswirkte. Seinen Namen hat dieser Stil von der 1925 in Paris abgehaltenen »Exposition internationale des Arts Décoratifs et industriels modernes«. Art Déco blieb dabei nicht nur eine französische Spezialität, sondern war von den 1920er- bis in die 1940er-Jahre eine weltweite Erscheinung. Das reicht von Produkten der Wiener Werkstätte

Europäische Designpolitik

1 Hans Makart: »Kunst-Ausstellung im Künstlerhause«, 1882
2 Jules Chéret: »Hippodrome«, 1882
3 Julius Klinger: »Plakate: Hollerbaum & Schmidt«, 1911

und Entwürfen des Deutschen Werkbunds über Architektur in den Vereinigten Staaten bis zu Bauten in der Sowjetunion.

Ab den 1950er-Jahren entwickelten die Grafikdesigner und -designerinnen nicht nur eigenständige Gestaltungs- und Stilformen, sondern auch ein Berufsbild, das sich im Umfeld der zahlreich entstandenen Werbeagenturen noch deutlicher vom Selbstverständnis der sogenannten »freien« Künstlerschaft absetzte. Unter dem kommerziellen Druck des »Wirtschaftswunders« entstand in der westlichen Welt der 1960er-Jahre das Bedürfnis, den in großen Mengen produzierten Waren eine entsprechende ästhetische Qualität zu verleihen, um so im zunehmenden Konkurrenzkampf bestehen zu können. Im Zuge dieser Entwicklung wurde dem Design wieder eine bedeutendere Rolle zugestanden. Ein wesentlicher Markstein für diese Neuinterpretation des Kunstkanons war die Documenta III im Jahr 1964 in Kassel, bei der neben den Anfängen der Pop Art in einem eigenen Ausstellungsbereich auch »Industrial Design« und angewandte »Graphik« gezeigt wurden.

Werbung und andere populäre optische Medien hatten in den 1960er-Jahren eine derartige Bedeutung erlangt, dass in deren Rezeption mit der Pop Art eine neue internationale Kunstrichtung entstanden war: Die Grafikdesigner und -designerinnen der Pop-Generation gingen wiederum in ihrer Rezeption früherer Kunst-Avantgarden so weit, dass sie ihre Plakate in der Formensprache des Jugendstils gestalteten. Die Verbreitung der Plakate war damals nicht nur auf die Straßen beschränkt, sondern sie waren auch als Dekor in vielen Innenräumen präsent. Das Pop-Art-Poster wurde damit zu einem wesentlichen Sprachrohr der Jugendkultur der 1960er- und 1970er-Jahre.

Angesichts der zunehmenden Erweiterung des Kunstbegriffs gegen Ende des 20. Jahrhunderts fand das Plakat im Rahmen der Kunst im öffentlichen Raum wieder eine höhere Wertschätzung. Der renommierte österreichische Künstler Heimo Zobernig beschrieb die Ambivalenz des Themas treffend: »Das Plakat ist ein Medium der Kunst wie viele andere auch. Das Plakat muss in erster Linie in der Konkurrenz der Plakate bestehen. Die Wahrnehmung als Kunst ist bei einer Arbeit im öffentlichen Raum nicht wichtig, sie ist eine Leistung des Betrachters, der den Kontext mitherstellt.«

(Bernhard Denscher)

Über den Autor:
Dr. Bernhard Denscher ist langjähriger Leiter der Kulturabteilung der Stadt Wien (MA 7) sowie Initiator und Betreiber der Website ***www.austrianposters.at****, die Analysen zum Thema Plakat und Grafik, Interviews, Dokumente, Bildessays und Literaturhinweise bietet. Mit zahlreichen Publikationen, die mittlerweile zu Standardwerken geworden sind, hat er sich einen Ruf als national und international gesuchter Plakatexperte gemacht, u. a. mit »Österreichische Plakatkunst 1898–1938« (1998), »Kunst & Kommerz. Zur Geschichte der Wirtschaftswerbung in Österreich« (1985) und »Tagebuch der Straße« (1981).*

European Commission

Design for Innovation

In der EU herrscht politische Einigkeit darüber, dass Innovation auf breiter Basis gefördert werden muss, um Wettbewerbsfähigkeit und Wohlstand sicherzustellen. Im Bekenntnis der Europäischen Union zur Innovationsunion kommt Design eine Schlüsselrolle zu. Im Herbst 2013 veröffentlichte die Europäische Kommission als Arbeitspapier den »Design Action Plan for Design-Driven Innovation«. Dieser Handlungsplan konzentriert sich auf drei Bereiche:

- *Bewusstmachung der Innovationskraft von Design*
- *Förderung von designbasierter Innovation in Industrie und Wirtschaft*
- *Einsatz von Design zwecks Erneuerung des öffentlichen Sektors.*

Die konkreten Initiativen und Maßnahmen beruhen auf den Empfehlungen des von der Europäischen Kommission eingesetzten European Design Leadership Board (EDLB), der sich aus einer interdisziplinären ExpertInnengruppe zusammensetzt (und in dem DA-Mitglied Gerin Trautenberger vertreten ist), und werden über eine Reihe von EU-Projekten erarbeitet und vorbereitet. Im Rahmen der auf nicht-technologische und benutzerzentrierte Innovation ausgerichteten »European Design Innovation Initiative« (EDII) laufen derzeit sechs Pilotprojekte, und auch die Nachfolgeinitiative unter der Leitung des Design Council (Großbritannien), die »European Design Innovation Platform« (EDIP), steht mit ihren 14 Partnerorganisationen bereits in den Startlöchern. designaustria ist Projektpartner in einem der Projekte, die wir umseitig vorstellen.

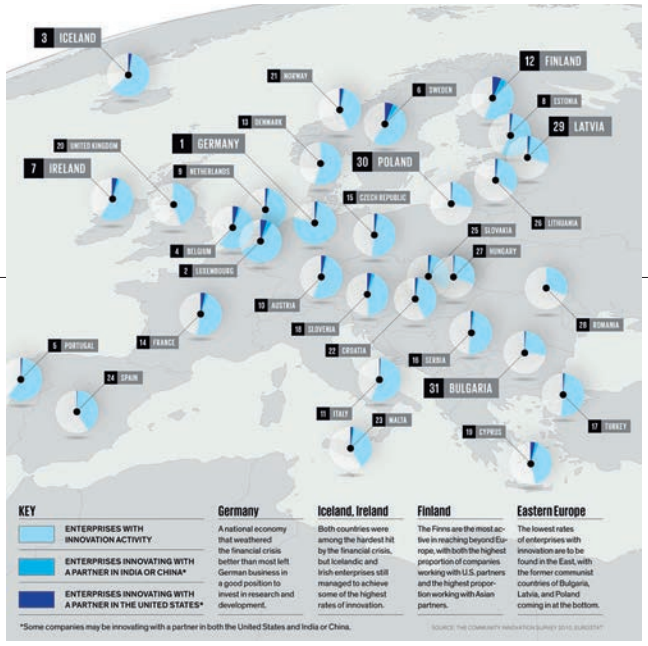
DesignmanagerInnen und PolitikerInnen entwickeln eine europäische Designpolitik

€ Design | Measuring Design Value

€ Design | Measuring Design Value

Project Lead
Barcelona Design Centre (ES)
Project Partners
Copenhagen Business School (DK), **designaustria** (AT), University of Cambridge – Design Management Group (UK), Hungarian Intellectual Property Office (HU), Swedish Industrial Design Foundation (SE)
www.measuringdesignvalue.eu, www.bdc.es

Design is a crucial tool when it comes to innovation, economic growth, and competitiveness on the global market. Departing from Lord Kelvin's motto »What can't be measured can be neither improved nor managed«, this project is aimed at providing a set of instruments that will help measure and demonstrate the positive impact of design, so that policy-makers and decision makers in Europe will be able to establish and integrate design more efficiently. The € Design project is meant to define a new set of questions for the Community Innovation Survey to provide information about design as an economic factor for value creation and will develop guidelines to also monitor the economic impact of design in statistics, such as in the OECD's »Frascati Manual«. The objective is to obtain tangible results that demonstrate the importance of design as a crucial factor in order to enhance the innovative capabilities of Europe and increase economic growth and business competitiveness in the global market. Direct target groups are the European Commission, OECD, Eurostat, WIPO, and national statistical offices, as well as agencies for innovation promotion, policy-makers on the European, national, regional, and local levels, educators and trainers focused on the enhancement of specialised skills in design and innovation; indirect target groups include SMEs, stakeholders in the business enterprise sector, and the general public. The project is co-financed by the European Commission, ENISA (Spanish Ministry of Industry, Energy and Tourism), the Swedish Agency for Economic and Regional Growth, and the Austrian Federal Ministry of Science, Research and Economy.



Community Innovation Survey

IDeALL Integrating Design for All in Living Labs

IDeALL – Integrating Design for All in Living Labs

Project Lead
EPCC – Cité du design (FR)
Project Partners
Design for All Foundation (ES), Associazione ESoCE (IT), Agence Regionale du developpement et de l'innovation Rhône-Alpes (FR), ENOLL (EU/BE), Citilab (ES), Laurea University (FI), University of Lapland (FI), Design Innovation Centre Latvia (LV), Slovak Design Centre (SK), ADEBAG/E-Care Lab (FR)
www.citedudesign.com, www.usercentredbusiness.net

The IDeALL project connects two user-centred communities – Living Labs and Design for All – in order to support organisations in building their public policy and to increase the competitiveness of companies. The integration of Living Lab and Design for All gives birth to an exceptional, self-sustainable community serving the innovation aspiration of Europe. This community comprises

- hundreds of public bodies: municipalities, innovation and development agencies, universities and research institutes,
- thousands of companies, especially SMEs often organised in industrial clusters,
- tens of thousands of professionals from various disciplines (design, social, engineering, etc.), and
- hundreds of thousands of final users organised in user communities.

The process has been triggered off with the creation of joint working groups and the enrolment of design organisations into the European Network of Living Labs. The Design for All community represents design professionals and experts and applies the design approach to social topics, addressing and integrating human diversity, social cohesion, and equality beyond diffe-

IDeALL – Design for Integration, Innovation, and Growth

rences (culture, age, ability, social background, etc.). Design for All's objective is to give everyone access to everything. Fostering this approach towards companies and public authorities is a key driver for economic performance and social cohesion. A Living Lab, on the other hand, is an open innovation environment in real-life settings in which user-driven innovation is adopted for the co-creation of new services, products, and societal infrastructures. This involves a transition from the traditional position of users as consumers of industry-led innovation to an active role in which they organise within user communities and act as contributors and co-creators of innovative products and services. Living Labs bring together diverse partners (such as enterprises, users, public agencies, and research organisations) in public-private people partnerships. The project will favour innovation through a joint approach towards non-technological innovation, putting the human being at the heart of its concerns.

European House of Design Management (EHDM)

Project lead
Design Business Association (UK)
Project partners
Estonian Association of Designers (EE), Danish Designers (DK), Umbria Trade Agency (IT), Innovhub (IT)
www.ehdm.eu

The aim of the EHDM project is to enable public sector organisations to use design management, design thinking, and creative methods by adapting and transferring this knowledge from leading private sector companies. The project will deliver a toolkit and accompanying training module, which will both be launched in May 2015. To gather information about the current way of working in the public sector and the barriers to implementation of design management, EHDM has carried out several workshops. The workshops were both international and cross-sectorial, allowing for an extrapolation of data across all public sectors in Europe. Analysing the data collected in the workshops revealed that 1/3 of workshop participants do not engage with stakeholders in their development process; 40% of workshop participants had not previously heard of design management; more than 46% of workshop participants had never worked with designers before; most design work gets commissioned at a director level in the organisation. A toolkit prototype was developed over the last nine months and provides a »layer« of design-management-specific information to support a user's existing project management process. The system generates a personalised guide for users, based on their experience with design and design management and the complexity of their project. The prototype was presented at the EHDM conference in Copenhagen and will now move into the testing phase of the project. A number of organisations from varying sectors and in different countries will be using the toolkit on a live project over the next couple of months, trialling it in practice. It is the hope of the consortium for the project to expand its reach outside of the partner countries and become a valuable resource for the European public sector.

An EHDM workshop in progress

SEE Platform – Sharing Experience Europe – Policy Innovation Design

Project Lead
Design Wales / Cardiff Metropolitan University (UK)
Project Partners
Design Flanders (BE), Regional Development Agency of South Bohemia RERA (CZ), Danish Design Centre (DK), Estonian Design Centre (EE), Aalto University (FI), Jyaskyla University of Applied Sciences (FI), Business and Cultural Development Centre KEPA (GR), Border, Midland and Western Regional Assembly (IE), Castle Cieszyn (PL), Design Council (UK)
www.seeplatform.eu

SEE Platform – Design for Public Good

The SEE Platform is a network of 11 European partners engaging with government to integrate design into innovation policies and programmes. Through new research, workshops for policy-makers and case studies, SEE has created a bank of evidence to support policy-makers in developing design policies and programmes. The SEE partners have engaged over 600 public officials in 55 workshops and successfully influenced 15 policies and 37 programmes across Europe. According to the European Commission's Action Plan for Design-Driven Innovation, »a more systematic use of design as a tool for user-centred and market-driven innovation in all sectors of the economy, complementary to R&D, would improve European competitiveness«. Design is an approach to problem-solving that can be used across the private and public sectors to drive innovation in products, services, society and even policy-making by integrating the needs of the user. To enable policy-makers to understand how design can achieve innovation priorities, SEE has produced new resources on design's role in innovation and will hold 80 hands-on workshops for policy-makers. The lack of statistical data on design in Europe is frequently cited as a barrier to design forming part of innovation policy. As part of the Design Policy Monitor, the SEE partners have collated statistics on design to present an overview of countries' design performance. The key findings reveal that in the UK, companies spend more on design (2.92% of GDP) than on R&D (1.07%), and in Denmark, Finland and the UK, more companies engage in design activities (93%, 57% and 66% respectively) than innovation activities (52%, 52% and 46%). However, governments favour traditional R&D over design as a driver of innovation; in Denmark, Estonia, Finland and the UK, public expenditure on R&D promotion is on average 500 times greater than public expenditure on design promotion. The Design for Public Good report presents 16 case studies of design being used strategically in the public sector.

Project manager Anna Whicher from Cardiff Metropolitan University says, »SEE can demonstrate impact in all of the partner countries because we've facilitated peer-learning and exchange among innovation policy-makers across Europe enabling them to transfer and adapt best practices in design policies and programmes.« As a result of policy-makers participating in SEE workshops, engagement by SEE partners and drawing on SEE research, design now features in at national level policies in Denmark, Estonia, Finland, Greece and Poland, as well as at regional level in Wales (UK), South Bohemia (Czech Republic), Greater Copenhagen (Denmark), Central Finland, Central Macedonia (Greece), Malopolskie (Poland) and Silesia (Poland). SEE has resulted in the implementation of 37 new design-related programmes. This amounts to new investment in design programmes of over € 5.7 million. Phil Allen, Head of Knowledge Transfer, Welsh Government, says, »From SEE, the Welsh Government has recognised the economic importance of design and is financing a number of new programmes to enable companies to use design effectively.«

DeEP
Design in European Policy

DeEP – Design in European Policies

Project Lead
Politecnico di Milano (IT)
Project Partners
Lancaster University (UK), Mälardalen University (SW), Confartigianato Lombardia (IT), Munktell Science Park (SW), The Work Foundation Landec (UK), Pro Design Poland (PL)
www.designpolicy.eu

Design is becoming a strategic lever for innovation policies in Europe. Together with innovation, it feeds the sustainable development of private and public sectors for increasing competitiveness, growth, and jobs. DeEP – Design in European Policies seeks to mainstream design and establish an evaluation culture in European innovation policies. This rests on multiple foundations: the link between design and innovation, the awareness around design policies, and the reinforcement of policy evaluation. As an integral part of the project, a forecast scenario envisions tools as an orientation for policy-makers in their future tasks, helping them understand the potential of design in business innovation. DeEP advocates the inclusion of an evaluation culture and system in European design policies in order to measure the effectiveness of design in innovation and enterprises' activities. This is done trough designing and implementing a tool to support policy-makers in monitoring design policy delivery and evaluating its effects on beneficiaries. DeEP's goal is an open, shared, transparent, and generative policy evaluation system for design policies. This is the overarching challenge driving an exciting research journey that will ultimately aim at more effective policy-making.

DeEP Mind Map

REDI – When Regions Support Entrepreneurs and Designers to Innovate

Project Lead
Agence pour la promotion de la création industrielle (FR)
Project Partners
Chamber of Commerce of Brittany / ARIST (FR)
Lappeenranta University of Technology – Lahti Living Lab (FI)
Design Zentrum Nordrhein-Westfalen (DE)
Business Support Centre for SMEs (BU)
www.apci.asso.fr and partner websites

The project aims at sustaining territorial »ecosystems« driving innovation by design. The focus is on territorial and regional development, the primary target group being the intermediaries that are in direct contact with SMEs. The main objective is to bridge the gap between the demand side (SMEs and consumers) and the supply side (design services). Using a service design approach, new methodologies to delivering design and innovation support will be validated and disseminated. Many regions in Europe do have industries that could innovate more and better, notably through design, but the regional offer of design services is generally scarce and uneven. The project outcomes include a report on existing practices, the development of service models helping SMEs to integrate design in their innovation processes, as well as the dissemination of the related methodologies and instruments to other actors in Europe. Regional policy-makers will be included in the process from an early stage.

European Design Innovation Platform (EDIP)

Consortium Lead
Design Council (UK)
Work Package Leads and Partners
Lancaster University (UK), Birmingham University (UK), Politecnico di Milano (IT), Danish Design Centre (DK), Nesta (UK), KEPA Business and Cultural Development Centre (GR), Invest Northern Ireland (UK), Estonian Design Centre (EE), ARC Fund (BG), Luxinnovation (LU), La 27e Region, France (FR), dSola (SI), European Network of Living Labs (EU)
www.designplatform.eu

In March 2014, the European Commission committed once again to design driven innovation at the launch of the € 3.8 million European Design Innovation Platform. The UK Design Council is leading a consortium to deliver the EDIP – a project to increase the use of design for innovation and growth across Europe, co-financed by the European Commission. EDIP will be delivered over three years and aims to accelerate design-driven innovation in order to boost growth and job creation. The project will raise awareness of examples that show how design-driven innovation is being used to build efficiency in public services and drive business growth across Europe. The platform will act as a one-stop-shop for anyone interested in finding the latest tools and techniques for applying design, making connections with peers, and finding the latest research. By developing a digital platform that will bring together knowledge and examples of innovation design from across the EU, EDIP aims to create a space where those wanting to know more can connect with each other. It will also work alongside a programme of events for European business people, public service managers, and policy-makers. This will increase their awareness of design's role in innovation and growth and enable them to put what they learn into practice. The new site was launched at the end of April 2014. We welcome other organisations and networks interested in this topic. At this point, interested parties can do two things: join the EDIP mailing list to receive the latest project news and suggest a resource for inclusion in EDIP.

The € 3.8 million European Design Innovation Platform was launched in March 2014

INTERREG – Design for Regional Development

Die Gemeinschaftsinitiative des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung zielt auf die Förderung der Zusammenarbeit zwischen EU-Mitgliedstaaten und Nicht-EU-Ländern und/oder Regionen ab. In der Förderperiode 2007–2013 lief das Programm unter dem Namen »Europäische Territoriale Zusammenarbeit« (ETZ). Im Rahmen von Projekten werden grenz- und regionenübergreifende Maßnahmen wie Infrastrukturvorhaben, die Zusammenarbeit öffentlicher Versorgungsunternehmen, gemeinsame Aktionen von Unternehmen oder Kooperationen im Bereich des Umweltschutzes, der Bildung, der Raumplanung und der Kultur gefördert. designaustria ist aktiv an zwei Projekten beteiligt.

REDESIGN+ REUSE

REuse & REdesign plus

Projektleitung
ARGE Abfallvermeidung, Ressourcenschonung und nachhaltige Entwicklung GmbH (AT)
Projektpartner
Europa Nova Nonprofit (HU), Savaria Rehab-Team (HU), Universität West Hungary (HU), **designaustria** (AT), Regionalmanagement Burgenland GmbH (AT), FH Wien – Studiengänge der WKW (AT), LEO GmbH (AT)
www.redesignplus.eu

Der Fokus liegt auf der Professionalisierung, Qualifizierung und Produktinnovation im Bereich Reuse und Redesign, der anhand konkreter Maßnahmen sichtbar gemacht und erweitert werden soll. Damit einher geht das Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit sozialwirtschaftlicher Betriebe zu stärken und die Entwicklung von Kooperationen zwischen Betrieben der Wirtschaft und der Sozialwirtschaft unter dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit voranzutreiben. Das Projekt bietet zum einen Wirtschaftsbetrieben Lösungsansätze für nicht mehr gebrauchte Materialien und Produktionsrückstände; zum anderen haben sozialwirtschaftliche Betriebe die Möglichkeit, sich unter Einbindung der Creative Industries im Rahmen einer Workshop-Reihe in der Redesign-Produktentwicklung und -positionierung sowie im Öffentlichkeitsauftritt zu professionalisieren. Die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen für benachteiligte Menschen mit den wachsenden Zukunftsbranchen Creative Industries und Green Jobs zu verknüpfen bietet ein großes Potenzial für Innovationen. Greifbares Ziel ist der Aufbau einer Reuse-Shop-Plattform, auf

Preisträger des REdesign+ Award 2013: »Altstoff Buch als Werkstoff«

der ressourcenschonend hergestellte innovative Produkte angeboten werden. Das Projekt wird aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionalentwicklung im Rahmen des Programms zur grenzüberschreitenden Kooperation Österreich-Ungarn 2007–2013 finanziert. designaustria obliegt die Durchführung von EU-weit ausgeschriebenen Wettbewerben zur Findung geeigneter Reuse- und Redsign-Produktideen. Beim RE:DESIGN[net] WORK Award 2010 ging der Hauptpreis an Maren Krämer für »Fabeu«, einen Beutel aus nicht mehr gebrauchten Fahnen, der von Gabarage upcycling design produziert wurde. Beim REdesign+ Award 2013 kürte die Jury das Projekt »Altstoff Buch als Werkstoff« von Josef Pfeiffer zum Gewinner, das eine neuartige Weiterverwendung von nicht mehr genutzten Büchern und Druckwerken vorsieht. Der REdesign+ Award 2014 läuft noch bis 15. Juli 2014 (siehe »Wettbewerbe«).

EUROPEAN UNION
European Regional Development Fund
creating the future
Programm zur grenzüberschreitenden Kooperation ÖSTERREICH - UNGARN 2007-2013
AUSZTRIA - MAGYARORSZÁG Határon Átnyúló Együttműködési Program 2007-2013

Kofinanziert wird das Projekt von/ a projekt társfinanszírozásában részt vesz

LAND BURGENLAND · Das Land Steiermark · arge Müllvermeidung · NDA · Sármellékért Közhasznú Nonprofit Kft.
arge Abfallvermeidung · GEN · SRT · designaustria
RMB · Stadt Wien Kompetenzteam für ENTREPRENEURSHIP · LEO

creative

Creative

Projektleitung
Stiftung für Wirtschaftsförderung Kisalföldi (HU)
Projektpartner
Regionalmanagement Burgenland GmbH (AT), Universität West Hungary/Büro für Technologietransfer (HU), **designaustria** (AT), Regionale Gemeinschaftsinitiative Oststeirisches Kernland (AT)
www.creativeathu.net

Die Hauptaufgabe besteht in der Förderung von Unternehmen und AkteurInnen der Kreativwirtschaft in der Grenzregion Österreich-Ungarn durch die Entwicklung einer grenzüberschreitenden Kooperation entlang der Wertschöpfungskette. Konkrete Projektzielsetzungen sind die Unterstützung der Kommunikation, eine Stärkung der bionationalen (kreativ)wirtschaftlichen Beziehungen, die Institutionalisierung grenzüber-

Working with the Service Design Toolkit

schreitender Kooperation, die Vorbereitung eines grenzüberschreitenden kreativen Clusters, die Organisation von Veranstaltungen zwecks Verbreitung von Best Practice, die Durchführung von zielgruppenorientierten Trainingsmaßnahmen, der Netzwerkaufbau zwischen Bildungsinstitutionen und Firmen der Kreativindustrie sowie die Sensibilisierung für den Kreativsektor. Zielgruppen sind Unternehmen, DesignerInnen, Interessenvertretungen und Non-profit-Organisationen der Kreativwirtschaft, aber auch Organisationen zum Schutz geistigen Eigentums, Ausbildungsstätten und Universitäten, KonsumentInnen und die allgemeine Öffentlichkeit. Das Projekt wird im Rahmen des Programms zur grenzüberschreitenden Kooperation Österreich-Ungarn 2007–2013 durchgeführt.

Service Design Toolkit

Project lead
Design Flanders (BE)
Project partners
Namahn (BE), SPIDER (EU)
www.servicedesigntoolkit.org

In 2013 Design Flanders and Brussels-based design studio Namahn developed their Service Design Toolkit. It offers an introduction to the methodology of service design for individuals, companies, non-profit organisations, and the government. Service design is a method for the improvement of the quality of services. These improvements are directed towards both the users and the staff and are necessary from time to time for every organisation offering services. In service design, various disciplines come together, such as ethnography, consumer research, interaction design, product design, industrial design, service marketing, and corporate strategy. With a simple step-by-step plan, the Service Design Toolkit offers a practical do-it-yourself guide for starting with service design. The tools are the result of a profound knowledge of service design and real-life experiences with design processes and are used daily by service designers around the globe. The Service Design Toolkit consists of a poster offering an overview of the service design process, a manual providing an introduction to service design, a step-by-step plan, a set of »technique« cards that explain how to use each technique, and a series of portraits for constructing personas throughout the design process. Workshop material for each technique is also downloadable from the website. Design Flanders and Namahn offer in-depth trainings on the use of the different tools as the start of a large leap forward. The development of this toolkit and the trainings are supported by the SPIDER project, an Interreg IVB project using service design to help young people get onto the labour market, aid the elderly to live independently for longer, and redesign the services of local authorities.

Design & Company: Kreativität allein ist nicht genug!

Projektleitung
Internationales Design Zentrum Berlin (DE)
Projektpartner
Rat für Formgebung, Designerdock, Plexgroup (alle DE)
www.idz.de/de/sites/2095.html

Das Designstudium ist längst abgeschlossen, der Kopf voller Ideen und der Tatendrang groß. Wer als DesignerIn tätig ist, muss im Berufsalltag immer neue Hürden überwinden – denn nicht nur Kreativität ist hier gefragt, sondern auch unternehmerisches Verständnis. Hierzu bietet das Internationale Design Zentrum Berlin (IDZ) seit vier Jahren das Weiterbildungspro-

»Design & Company«-Arbeitsgruppen

gramm »Design & Company – unternehmerisch denken und gestalten« an. Freiberufliche DesignerInnen, kleine Agenturen sowie MitarbeiterInnen und Führungskräfte größerer Agenturen werden mit dem notwendigen unternehmerischen Rüstzeug ausgestattet. In Workshops, Vorträgen, Einzelberatungen und Exkursionen werden die Themenfelder Finanzen, Recht, Marketing und Kommunikation, Positionierung und Persönlichkeit, Organisation und Management, Strategieentwicklung sowie neue Fachkenntnisse (wie User Experience, Service Design) bearbeitet. Das Programm ist speziell auf die Designbranche zugeschnitten und überzeugt nicht zuletzt durch eine erschwingliche Preisgestaltung. Zudem gilt: Weiterbildung ist gefragt! Das erlernte Wissen und die in der Berufsausbildung erworbenen Fähigkeiten genügen nicht, um eine dreißig bis vierzig Jahre lange Berufslaufbahn zu durchlaufen. Zum einen besteht bei DesignerInnen das Interesse an fachlich-strategischem Know-how, welches als Leistung dem Kunden angeboten werden kann. Zum anderen gibt es Interesse daran, das eigene Designunternehmen gezielter zu positionieren, zu wachsen, Kunden zu gewinnen und Preise erfolgreich zu verhandeln und somit die eigene Designleistung nicht unter Wert zu verkaufen.
Das Projekt wird gefördert aus Mitteln des Förderprogramms »Qualifizierung Kulturwirtschaft – KuWiQ«. Das Programm ist eine Initiative der Berliner Kulturverwaltung zur Unterstützung nichtfachlicher Fortbildungsangebote in Kreativberufen. Es wird aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) gespeist.

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds
Investition in Ihre Zukunft
ESF
...eine Chance durch Europa!
be Berlin
IDZ
Rat für Formgebung
German Design Council
DESIGNERDOCK
PLEX GROUP

PROUD Forum im Red Dot Design Museum in Essen

PROUD

PROUD – Design for Societal Challenges

Projektleitung
Designzentrum Nordrhein Westfalen (DE)
Projektpartner
Red Dot Design Museum Essen (DE)
www.red-dot.de/proudforum

PROUD (People Researchers Organisations Using Design for Co-Creation and Innovation) ist ein europäisches Projekt mit dem Ziel, Europa durch gemeinsame Gestaltung für alle und mit allen zu einem besseren Ort zu machen. PROUD bringt DesignerInnen mit öffentlichen Organisationen, Unternehmen und User Communities zusammen, um im Austausch den Mehrwert von Design und Designdenken zu erleben und zugleich an innovativen Lösungen für die eigentlichen Probleme der Welt zu arbeiten. PROUD hilft und unterstützt DesignerInnen mit entsprechenden Einrichtungen, Wissen und Expertise, damit sie diese zentrale Rolle zur Innovation, Verbesserung und Stärkung Europas wahrnehmen zu können. Im Mai 2014 fand im Red Dot Design Museum in Essen das PROUD Forum statt, bei dem ExpertInnen aus aller Welt Einblicke in neue Werkzeuge und Methoden im Design gaben und diese auf ihre produktiven und gesellschaftlichen Potenziale hin überprüften. Renommierte Keynote-Sprecher stellten aktuelle Ansätze, Entwicklungen und Möglichkeiten vor. Danach boten mehrere Workshops die Möglichkeit zur vertiefenden Diskussion einzelner Aspekte. Gesellschaften werden heutzutage mit politischen und wirtschaftlichen Veränderungen konfrontiert, die einen tiefgreifenden Wandel ihrer sozialen Strukturen bewirken. Die Globalisierung und zugleich der Wunsch nach Individualisierung, die Neuausrichtung der Öffentlichkeit mit Hilfe sozialer Netzwerke, aber auch der Verlust eines Fortschrittsoptimismus sind nur einige Entwicklungen, die unser soziales Gefüge und unser soziales Verhalten verändert haben. Als eine hybride Disziplin agiert Design im Spannungsfeld zwischen wirtschaftlichem Erfolg und sozialer Verantwortung, zwischen Kreativität und Kontinuität, zwischen technischer Innovation und menschlichem Konservatismus. Der Frage, wie Design auf diese gesellschaftlichen Veränderungen einwirken kann, versucht dieses Projekt auf den Grund zu gehen.

Investing in Opportunities
This project has received European Regional Development Funding through INTERREG IV B.
nwe
INTERREG IVB
Design Zentrum Nordrhein Westfalen
reddot design museum

DA Activities

Die designaustria-Generalversammlung 2014

Bericht der DA-General-versammlung 2014

Rund 70 Mitglieder aus ganz Österreich kamen am 13. März 2014 zur Generalversammlung ins designforum Wien im Museums-Quartier. Im Anschluss an die Vorstellung aller ExpertsClusters im Rahmen von DA Inside erfolgte die Begrüßung durch Martin Fößleitner als Sprecher des Vorstands. Sodann präsentierte Geschäftsführer Severin Filek den Tätigkeitsbericht, den Zielen der Konstitution entsprechend in folgende Tätigkeitsschwerpunkte gegliedert:

- Designbewusstsein schaffen,
- Information kommunizieren,
- Nutzen stiften,
- Professionalisierung vorantreiben

In den letzten beiden Jahren konnte einiges bewirkt werden: So wurde die Umstrukturierung der Organisation vorangetrieben, die designaustria service gmbh gegründet. Die Anzahl der ExpertsClusters hat sich auf mittlerweile zwölf erhöht, der Internetauftritt wurde aktualisiert, Publikationsreihen wurden fortgesetzt und erweitert, Wettbewerbe und EU-Projekte durchgeführt und zahlreiche Ausstellungen organisiert. Außerdem wurde ein neuer PR-Schwerpunkt gesetzt: Seit Februar 2014 ist mit Irene Jäger auch eine Mitarbeiterin im Haus mit allen Agenden der Öffentlichkeitsarbeit betraut. Severin Filek berichtete auch über erste Ergebnisse der Wirtschaftsdatenumfrage. Ein umfassender Tätigkeitsbericht wird in Kürze auch in gedruckter Form vorliegen.

Tamara König, die Leiterin der Webredaktion, stellte das neue, für Mitglieder kostenfreie Online-Pinboard vor und animierte zur Nutzung. Die in den letzten Jahren erfolgte Neuorientierung und Öffnung der Organisation designaustria wird mit der von Sigi Ramoser konzipierten Kommunikationslinie »I, You and We Design Austria« nun auch nach außen transportiert. Ramoser präsentierte seine Idee und lud alle Mitglieder ein, den Slogan frei zu verwenden, gestalterisch umzusetzen und zu kommunizieren: Neue Mitgliederfolder und Give-aways liegen bei designaustria auf und warten darauf, eingesetzt zu werden.

Im Anschluss wurde seitens des Geschäftführers der Kassen- und Finanzbericht per 31. Dezember 2013 vorgetragen. Das Geschäftsjahr 2013 konnte als bislang erfolgreichstes in die Annalen von designaustria eingetragen werden: Mit einem Umsatz von Euro 650.171,07 wurde der bisher höchste Betrag in der Geschichte des Vereins erwirtschaftet. Das Ziel, die Summe der Mitgliedsbeiträge und Spenden stetig zu erhöhen, wurde 2013 ebenfalls erreicht (Euro 267.652,30). Der Betriebserfolg lag mit Euro 5.580,81 deutlich im Plus. Der einzige Kostenanteil, der seit 2011 gestiegen ist (auf Euro 261.837,14), ist der Personalaufwand, was darauf zurückzuführen ist, dass sich die Zahl der angestellten MitarbeiterInnen seit 2011 von 4 auf 7 erhöht hat. Dennoch nehmen die Personalkosten einen annähernd gleichbleibenden Anteil von rund 40% ein.

Da eine widmungsgemäße Verwendung der zur Verfügung stehenden Mittel gegeben war und keine Beanstandungen durch die KassenprüferInnen Anita Kern und Gerin Trautenberger vorlagen, wurden Tätigkeits- und Kassenbericht einstimmig angenommen und der Antrag auf Entlastung des Vorstands von der Mitgliederversammlung genehmigt. Die KassenprüferInnen wurden bedankt und in ihrer Funktion bestätigt.

Als VorstandskandidatInnen wurden Monika Fauler, Martin Fößleitner, Markus Hanzer, Siegfried Ramoser und Beatrix Roidinger mit ihren Vorhaben und Tätigkeitsbereichen vorgestellt. Nach einer online durchgeführten Vorwahl, an der sich alle DA-Mitglieder beteiligen konnten, wurde der neue Vorstand für die Periode 2014 bis 2016 einstimmig bestätigt.

Geschäftsführung und Vorstand dankten den MitarbeiterInnen für ihren Einsatz und DA-Mitglied Irene Persché für ihr jahrelanges ehrenamtliches Engagement bei Aufbau und Betreuung der DA-Webredaktion. Angela Baldinger-Crowley, die zwar seit 2002 in Kanada lebt, aber das Grafikdesign in Österreich jahrzehntelang mit geprägt hat (Wien Werbung etc.) und 1993/94 als erste Präsidentin von designaustria fungierte, wurde einstimmig zur Ehrenpräsidentin ernannt.

Aufgrund von neuen belastenden Erkenntnissen, dass Alfred Proksch (1908–2011), Mitglied, langjähriger Präsident und schließlich Ehrenpräsident von designaustria, bereits vor dem Jahr 1938 und bis zum Jahr 1945 in mehrfacher Weise auf Seiten des NS-Regimes engagiert war, wurde ihm die Ehrenpräsidentschaft bei designaustria bei einer Gegenstimme und fünf Enthaltungen posthum aberkannt (siehe dazu den nachstehenden Text unserer »Historikerkommission«).

(Severin Filek)

Der neue DA-Vorstand: Sigi Ramoser, Monika Fauler, Markus Hanzer, Beatrix Roidinger, Martin Fößleitner (von links nach rechts)

Causa Alfred Proksch

Aufgrund historischer Nachforschungen ist im Jahr 2012 publik geworden, dass Alfred Proksch (1908–2011), ehemaliges Mitglied und früherer Präsident und Ehrenpräsident von designaustria, vor dem Jahr 1938 und bis zum Jahr 1945 in mehrfacher Weise auf Seiten des NS-Regimes engagiert war: als illegaler Nationalsozialist in Österreich, als Mitglied der SS, als »Ariseur« des Schuhhändlers Hermes, bei dem er das grafische Atelier geleitet hatte, und schließlich als Offizier in einer Gebirgsdivision der Waffen-SS bei der Partisanenbekämpfung auf dem Balkan. In Kenntnis dieser Sachverhalte, über die Alfred Proksch zeitlebens keine Aufklärung gegeben hatte, und in Verantwortung gegenüber den Opfern des NS-Regimes, unter ihnen auch Mitglieder unseres Vorläuferverbandes, des Bundes Österreichischer Gebrauchsgraphiker (BÖG), sah sich der Vorstand von designaustria nicht mehr an den Beschluss über die Ernennung von Alfred Proksch zum Ehrenpräsidenten gebunden und empfahl der Generalversammlung, Alfred Proksch den Titel eines Ehrenpräsidenten rückwirkend abzuerkennen. Dieser Empfehlung folgte die Mehrheit der anwesenden Mitglieder von designaustria in der Generalversammlung vom 13. März 2014 in Wien bei einer Gegenstimmen und fünf Enthaltungen.

Der DA-Vorstand 2014–2016

designaustria hat einen neuen Vorstand gewählt. Von 2014 bis 2016 werden Monika Fauler, Martin Fößleitner, Markus Hanzer, Sigi Ramoser und Beatrix Roidinger die Geschicke der Interessenvertretung lenken. Gemeinsam mit den DA-Mitgliedern wollen sie Österreich als europäischen Designknotenpunkt etablieren und sich für mehr Designbewusstsein in der Gesellschaft und insbesondere in österreichischen Unternehmen einsetzen.

Die Illustratorin und Grafikerin **Monika Fauler** initiierte bereits 2010 die Gründung des ExpertsClusters illustria (Community for Illustrators in Austria) und war schon 2012–2014 im Vorstand vertreten. In den kommenden zwei Jahren wird sie sich für eine weitere Demokratisierung vor allem der ExpertsClusters sowie für eine nationale und internationale Vernetzung der IllustratorInnen-Community einsetzen. Darüber hinaus möchte sie Basisinformationen und Kalkulationshilfen erweitern, als Grundlage für faire und erfolgreiche Geschäftspartnerschaften.

Für **Martin Fößleitner** ist die kommende Periode bereits die dritte als Vorstandsmitglied. Der Informationsdesigner und Geschäftsführer von high-performance möchte sich weiterhin für die Bündelung lokaler Aktivitäten und die Integration der österreichischen Informationsdesign-Community bei designaustria einsetzen. »In den kommenden zwei Jahren gilt es, die Mitglieder untereinander noch mehr zu verbinden, neue Plattformen für einen professionellen Austausch zu schaffen und die bestehenden internationalen Kontakte intensiv zu nützen«, betont Fößleitner.

Neu im Vorstand ist Kommunikationsdesigner und Universitätslektor **Markus Hanzer**. Nach über 40 Jahren Berufserfahrung in den unterschiedlichsten Sparten der Designbranche u. a. als Leiter der ORF-Grafik möchte er die Ziele von designaustria mit seinem Know-how tatkräftig unterstützen: »Mehr denn je bedarf es einer Interessenvertretung der in Designberufen tätigen Menschen. Ich möchte dabei helfen, das Verständnis für die unterschiedlichen Anliegen und Positionen in der Designbranche zu fördern.«

Der Grafikdesigner und Geschäftsführer der Vorarlberger Agentur Sägenvier **Sigi Ramoser** ist bereits mehrfach erprobtes DA-Vorstandsmitglied und sieht seine Aufgaben vor allem im Bereich Nachhaltigkeit durch Design, in der Weiterentwicklung von designaustrias Webauftritt und in der Aktion »We Design Austria«. Auch der Kontakt zur Design-Community im Westen Österreichs und zu den »young designaustrians« ist ihm ein Anliegen: »designaustria muss anziehend, attraktiv und unverzichtbar für junge DesignerInnen sein«, so Ramoser.

Beatrix Roidinger, Geschäftsführerin von Roidinger Majewski, hat bereits im Vorstand 2012–2014 viel angeregt und bewegt. Die PR-Expertin ist seit zwanzig Jahren im Umfeld der Wiener Kreativwirtschaft tätig und bringt ihre Fachwissen im Bereich Kommunikation ein, um Österreich auch auf internationaler Ebene als Designnation zu verankern. Bei designaustria möchte sie erreichen, dass PR und Marketing auf der täglichen Agenda noch ein Stück weiter nach oben rutschen. Konkret möchte sie u. a. ein Sponsoring-Konzept erstellen und damit den Fokus auch auf die Industrie als Zielgruppe legen.

www.designaustria.at

BEDA General Assembly in Wien

Das größte General Assembly in der Geschichte des europäischen Designdachverbands Bureau of European Design Associations (BEDA) mit Delegierten aus 20 europäischen Ländern fand im Frühjahr in der österreichischen Bundeshauptstadt statt. Gastgeber war designaustria, Location das designforum Wien. Präsidentin Isabel Roig stellte eine Siebenjahresstrategie für BEDA vor, die bis zum Jahr 2021 umgesetzt werden soll. Sie umfasst den Ausbau und die Nutzbarmachung des Mitgliedernetzwerks, das Aufzeigen und die Schaffung von Wachstumsmöglichkeiten, die Arbeit innerhalb von ExpertInnengruppen, den sogenannten BEDA Clusters, sowie eine verstärkte Einflussnahme durch Design.

In den BEDA Clusters ist die Kooperation von je drei Mitgliedsorganisationen, zu denen ja seit dem EU-Beitritt Österreichs auch designaustria zählt, im Rahmen von länderübergreifenden Projekten vorgesehen. BEDA hat sich kürzlich beim »Network Call«, bei dem Kapazitätsausbau innerhalb von paneuropäischen Netzwerken gefördert wird, um EU-Gelder beworben. Doch auch wenn die erhofften Finanzmittel – 200.000 Euro jährlich über einen Zeitraum von drei Jahren – ausbleiben sollten, ist BEDA entschlossen, seine Core Mission umzusetzen. In den Clusters sollen Themen wie Designmanagement, Sustainable Design, Design & Gesundheit etc. unter die Lupe genommen werden. Die Anzahl der ExpertInnengruppen soll bis 2016/17 von derzeit drei auf 30 erweitert werden. Zusammenarbeit in EU-Projekten ist aber schon jetzt ein großes Thema: Das General Assembly in Wien war gleichzeitig Bühne der AkteurInnen einer ganzen Reihe von derzeit laufenden Projekten in Sachen Design, in die zum Teil auch designaustria eingebunden ist (und die wir auf Seite 7–14 kurz vorstellen).

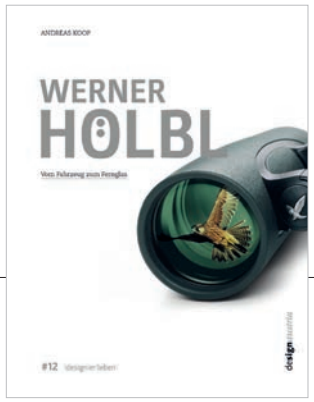
Die Kernpunkte des BEDA-Zukunftsdossiers für die Designprofession lauten:

- Förderung kontinuierlicher beruflicher Weiterentwicklung
- Engere Zusammenarbeit mit Komplementärdisziplinen wie Technik/Wirtschaft/Sozialwissenschaften
- Forderung nach einer aktiveren Design- und Innovationspolitik, angefangen auf Europaebene
- Design als Voraussetzung für eine nachhaltige und sozial verantwortliche Entwicklung von Produkten, Dienstleistungen und Kommunen
- Pflege und Kommunikation der Kernwerte von Design

Die Delegierten wählten einen neuen Vorstand, der bis 2016 im Amt bleiben wird. Ihm gehören an: Severin Filek, designaustria, Österreich; Kitty De Jong, BNO, Niederlande; Michal Stefanowski, SPFP, Polen; Anna Whicher, Design Wales, Wales; Deborah Dawton, Design Business Association, Großbritannien; John Mathers, Design Council, Großbritannien; Jan Stavik, Norwegian Design Council, Norwegen; Judit Varhelyi, Hungarian Design Council, Ungarn; und Isabelle Vérilhac, Cité du Design, Frankreich. Als neue Mitgliedsorganisationen wurden aufgenommen: Estonian Design Centre, Estland; CLICKNL | Design, Niederlande; German Design Council, Deutschland; International Design Center Berlin, Deutschland; PRA LUR, Slowenien; SEMEK, Zypern; Surgenia Technological Centre of Andalusian Design, Spanien; und Wallonie-Bruxelles Design Mode, Belgien. BEDA zählt nun insgesamt 45 Mitglieder – passend zum 45-igjährigen Bestehen des Dachverbands der europäischen Designorganisationen. Isabel Roig (Barcelona Centre de Disseny, Spanien) wird noch bis Juni 2014 im Amt bleiben; ihr folgt dann der derzeitige Vizepräsident Robin Edman (Swedish Industrial Design Foundation, Schweden) nach.

www.beda.org

1 BEDA-Delegiertenversammlung
2 Der neue BEDA-Vorstand
3 DA-Geschäftsführer Severin Filek und SVID-Geschäftsführer Robin Edman



EDBD & Europäisches Forum Alpbach 2014: Business Development mit Design Thinking

Nachhaltig innovatives Business Development bedeutet, kontinuierlich und systematisch neue Herangehensweisen und Wege zur Lösung komplexer Herausforderungen zu finden. Grundvoraussetzung sind entsprechende Systeme und eine authentische Kultur der Veränderung. Dabei kommen immer öfter Zugänge wie Design Thinking und Identitätsmanagement zum Einsatz, um gezielt innovative Geschäftsentwicklung zu fördern. Das Europäische Forum Alpbach ist die Austauschplattform für aktuelle politische und wirtschaftliche Fragestellungen in Österreich. Beim diesjährigen Forum stellen designaustria und Brainds im Rahmen des European Design Business Dialogue (EDBD) Innovationsmethoden zur Diskussion, die es Unternehmen ermöglicht, sich zielgerichtet, effektiv und nutzerzentriert zu erneuern. Ziel des kollaborativen Projekts ist es, den Diskurs über innovative Methoden in der Geschäftsentwicklung und die generelle Innovationskultur in Österreich zu fördern und Wissen zu vermitteln. Das soll auf zwei Ebenen passieren:

Teil 1
In einem Design Thinking Camp werden zwei konkrete (»echte«) Business-Development-Fragen oder -Probleme (z. B. Service- oder Produktentwicklung, Positionierungsfragen etc.) von den zwei Corporate Partnern über zwei Tage intensiv durchdacht und Lösungs-Prototypen erarbeitet. Design Thinking (als Methode an der Stanford University entstanden) bedient sich dabei multidisziplinärer Teams, flexibler Arbeitsumgebungen und kreativer und kollaborativer Prozesse, um neue Lösungen auf komplexe Fragen und innovative nutzerzentrierte Produkte, Services oder Erlebnisse zu schaffen. Sowohl die Ergebnisse wie auch der Prozess selbst werden dabei detailliert dokumentiert (Video, Foto, haptische Prototypen) – geplant ist u. a. eine rund fünf- bis siebenminütige Dokumentation.

Teil 2
In einem Arbeitskreis bei den Wirtschaftsgesprächen des Europäischen Forum Alpbach am **27. August 2014** werden die Ergebnisse und der Prozess mit der Öffentlichkeit diskutiert. Die »experience session« lässt die TeilnehmerInnen in einer Kombination aus Formaten die konkrete Anwendung im Business Development erleben und eröffnet gleichzeitig den Dialog mit theoretischen ExpertInnen sowie erfahrenen AnwenderInnen.
www.alpbach.org, www.designaustria.at, www.brainds.com

|design|er|leben|, Band 11 & 12

Die von Andreas Koop initiierte und inhaltlich und gestalterisch betreute Buchreihe ist einer ganzen Generation von GestalterInnen gewidmet, die das Design nach 1945 geprägt hat. Die von ihnen geschaffenen Werke sind zumeist bis heute von Relevanz. Sie sind mitunter von beeindruckender Qualität und zudem ein Spiegel ihrer Zeit und Gesellschaft. Kürzlich sind zwei weitere Bände erschienen:

Band 11 dreht sich um die Arbeiten von **Roman Hellmann** (1921–2012), die vermutlich die größte Gesamtauflage unter jenen der bisher vorgestellten GestalterInnen erreicht und mit Sicherheit den größten Wert haben: Ein Vierteljahrhundert lang arbeitete Hellmann für die Oesterreichische Nationalbank und schuf eine ganze Reihe von Banknoten. Seine Arbeit wurde von zwei Kriterien bestimmt: moderne, repräsentative Entwürfe zu schaffen, die sicherheitstechnisch ihrer Zeit voraus waren. Er war einer jener herausragenden »angewandten Künstler«, der seine Fähigkeiten nie als Selbstzweck sah, sondern sie in Verbindung mit technischen Neuerungen in den Mittelpunkt seines Schaffens und in den Dienst seiner verantwortungsvollen Aufgabe stellte.

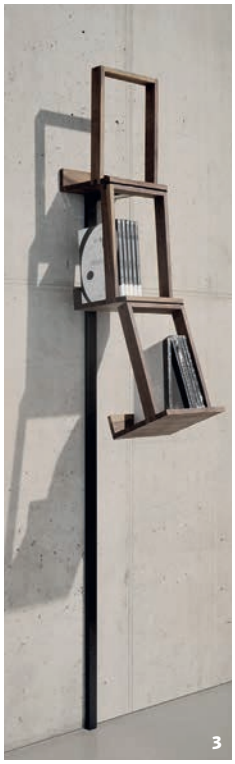
Werner Hölbl, Jahrgang 1941, ist der erste Auto- und Industriedesigner in dieser Reihe. Eigentlich hätte der junge Hölbl Autos ja bauen sollen, wenn es nach seinem Vater gegangen wäre, er aber wollte sie viel lieber entwerfen. Das tat er dann auch, bis ihm 1971 sein Drang nach Unabhängigkeit genau diesen Weg verbaute: Wer die Fahrzeuge der großen Automarken gestalten wollte, der musste auch bei ihnen angestellt sein. So wechselte er ins Industriedesign – und musste vielen Firmen erst einmal erklären, was das eigentlich ist. Bald sprachen die Erfolge für sich. Noch heute arbeitet Werner Hölbl unter anderem für Swarovski und Leica. Und heute wie damals ohne Computer, nur mit der Hand. Aus seiner Position als Chefdesigner bei Swarovski scheidet Hölbl als einer der international erfolgreichsten Designer der österreichischen Nachkriegsgeneration im heurigen Jahr aus; doch trotz feierlicher Verabschiedung steht zu bezweifeln, dass er den Zeichenstift weglegen wird.

Beide Bände können online bestellt werden:
www.designaustria.at

Design-Rückblicke

1

2


3

4

5

6

7

8

1 Design Ballendat: Mobiles Office »Nomado«
2 Valentin Vodev Studio: Fahrrad »Velo Bike«
3 Martin Breuer Bono: Regal »Sir Isaac«
4 Ausstellungsansicht »Confession of Design«
5 taliaYstudio: Karten-/Fotohalter »Holdables«
6 Ulrike Leitner: Babybett aus Karton »DADA«
7 Martin Mostböck: Tisch »Stitch«
8 Thomas Feichtner: Stuhl »Tram Chair« (Detail)

Confession of Design

Bereits zum fünften Mal organisierte die Außenwirtschaft Austria im Rahmen des Mailänder Salone Internazionale del Mobile, der weltweit wichtigsten Möbelmesse, die zudem als Trendmesser für aktuelles Design gelten kann, eine Leistungsschau zu österreichischem Möbel- und Produktdesign. Unterstützt wurde der vom Designerduo Vasku & Klug konzipierte Österreich-Auftritt von go-international, einer Initiative des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft und der Wirtschaftskammer Österreich, sowie der Österreichischen Möbelindustrie. Die in der Rotonda della Besana inszenierte Schau, die unter

Eindrücke vom BrandSpace 2014

dem Motto »Confession of Design« stand, ist Mitte April mit 61 RepräsentantInnen des österreichischen Produkt- und Möbeldesigns erfolgreich zu Ende gegangen.

Österreichische DesignerInnen, ProduzentInnen und Traditionsbetriebe stellten mit ihren Produkten sechs Tage lang Erfindergeist, handwerkliche Präzision, technologischen Vorsprung und Nachhaltigkeit als gemeinsame Trademark für Design aus Österreich unter Beweis und überzeugten ExpertInnen aus der internationalen Designwelt. »Die internationalen Präsentationen der heimischen Designbranche entwickeln sich zu einer erfolgreichen Strategie. Zahlreiche Studien belegen, dass Imageauftritte auf Weltleitmessen zu einem höheren Bekanntheitsgrad und zu einer verstärkten Nachfrage nach heimischen Produkten führen. Aus diesem Grund unterstützt das Büro für Kreativwirtschaft der Außenwirtschaft Austria seit 2005 österreichische Möbelunternehmen, Traditionsbetriebe und DesignerInnen mit einem umfangreichen Maßnahmenpaket bei ihren Exportaktivitäten. Mit der österreichischen Leistungsschau im Rahmen des Salone Internazionale del Mobile 2014, die vom Fachpublikum mit großem Interesse aufgenommen wurde, ist Österreich dem Ziel, künftig in einem Atemzug mit führenden Designnationen wie Schweden, Finnland und Italien genannt zu werden, wieder ein Stück nähergekommen", resümiert Dr. Walter Koren, Leiter der Außenwirtschaft Austria.

Die österreichischen AusstellerInnen präsentierten im Rahmen von »Confession of Design« aktuelle Produktlösungen aus den Bereichen Möbel, Tableware und Licht und stellten damit einmal mehr unter Beweis, dass Österreich auf dem Designsektor international eine immer stärker werdende Rolle spielt. Neben Traditionsbetrieben und Designinstitutionen wie Bene, Joka, Lobmeyr, Molto Luce, der Neuen Wiener Werkstätte, Raum-inhalt, Riess Email, Team 7, der Vienna Design Week, Viteo, Vöslauer, Wäscheflott, Wiesner-Hager und Wittmann waren auch zahlreiche Mitglieder von designaustria vertreten, darunter Design Ballendat, Martin Breuer Bono, Thomas Feichtner, Ulrike Leitner, MOA Eating Products, Martin Mostböck, Kai Stania, taliaYstudio und Valentin Vodev Studio. Zahlreich war das internationale Fachpublikum gekommen, um sich in der Rotonda della Besana über die Designtrends aus Österreich zu informieren.
www.confession-of-design.com

BrandSpace 2014: Marke trifft Design Thinking

Zum zweiten Mal ging im Wiener Odeon am 6. März 2014 eine hochkarätige Veranstaltung des Netzwerks BrandSpace über die Bühne. Die Initiatoren art:phalanx, DA-Mitglied Brainds, BWM Architekten, meinungsraum.at und M.O.O.CON verfolgen mit ihrer Veranstaltungsreihe das Ziel, Kernthemen der Markenführung stärker ins Blickfeld zu rücken, interdisziplinäre Schnittstellen zu schaffen und neue Perspektiven und Lösungsansätze anzubieten. Mehr als 150 Markenverantwortliche, ManagerInnen, Kreative und InnovatorInnen folgten der Einladung zum BrandSpace 2014. Im Fokus stand diesmal die vielbeachtete Methode des Design Thinking.

Entstanden ist Design Thinking, eine kreative Methodik zur Problemlösung und Ideenfindung, aus dem gemeinsamen Experimentieren von IngenieurInnen und DesignerInnen, die weniger das Produkt als solches, sondern die Bedürfnisse des Menschen in den Mittelpunkt stellen wollten. Möglich gemacht wird dies durch klar definierte Werte, variable Raumkonzepte, Prototyping und interdisziplinäre Teams. Der Appell »Never go hunting alone!« wurde zu einem zentralen Leitsatz.

Zwischen den Keynotes fanden Marken-Round-Tables statt, die die Möglichkeit boten, sich mit Innovationsmethoden in unterschiedlichen praktischen Anwendungen vertraut zu machen und dabei Erfahrungen auszutauschen. An insgesamt 18 Tischen stellten namhafte Unternehmen, öffentliche Verwaltungseinrichtungen und NGOs konkrete Innovationsbeispiele von Produkten, Dienstleistungen, Prozessen und Geschäftsmodellen vor. Die Bewertung des Immobilienbestands der Medizinischen Universität Wien war eines der präsentierten Fallbeispiele. Das Beispiel LISI (»living inspired by sustainable innovation«) verdeutlichte, wie integrale und interdisziplinäre Planung einem Studierendenprojekt zum 1. Platz im Rahmen des begehrten Solar-Decathlon-Preises verhalf. Weiters zeigten anhand einzelner Projekte das Austrian Institute of Technology (AIT), die Tageszeitung »Die Welt«, der Campus WU Wien, die Caritas, die Erste Bank, Genussregal Vinofaktor Südsteiermark, die Landeshauptstadt München, die NEOS, der ÖAMTC, das Umweltbundesamt mit dem Ideenspiel »ideeomat«, wikifolio (Finanzdienstleisung im Social Trading Format), die womats City Hostel Group, das 25hours Hotel und das XM:Institute, was alles in Unternehmen und Organisationen möglich ist. *(Irene Jäger)*
www.brandspace.at

Nachrufe

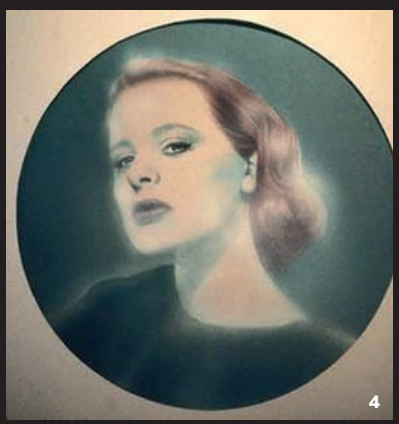
1 Nikolai Dobrowolskij (Fotografie): »Kunst, die einem Kollektiv entspricht...« von Hildegard Schmid (KZ-Gedenkstätte Mauthausen)
2 Nikolai Dobrowolskij: Fotocollage

Nikolai Dobrowolskij (1946–2012)

Erst verspätet haben wir vom Tod des in Wien und Innsbruck lebenden und wirkenden Gestalters und Fotografen erfahren, der kurz nach dem Krieg in Wien als Sohn russischer Eltern geboren wurde. Gemeinsam mit ihnen unternahm Nikolai ausgedehnte Reisen durch Europa. Sein Wunsch, Pianist zu werden – er studierte in Wien an der Akademie für Musik und darstellende Kunst – wurde durch eine schwere Sehnenscheidenentzündung zunichte gemacht. Nach Studien in Geologie und Architektur besuchte Nikolai Dobrowolskij Venedig, wo er Gasthörer bei dem legendären Industriedesigner Achille Castiglioni und dem berühmten Architekten und Designer Carlo Scarpa war. Er arbeitete in Fotostudios in Mailand und Rom und bildete sich autodidaktisch weiter. Sein kreatives Spektrum war breit und umfasste konzeptuelles Design ebenso wie Raumgestaltung, Industrie- und Grafikdesign, Fotografie und Text. Als Freelancer und Konsulent entwickelte er für seine Auftraggeber umfassende Gestaltungslösungen. Ein besonderer Schwerpunkt seines Schaffens lag auf der Fotografie, wobei er sich zunächst analoger, später auch digitaler Techniken bediente. In vielen Fällen bildeten grafisches Konzept und Fotografie eine Einheit. Besondere Aufmerksamkeit schenkte man einem 2007 erschienenen Band zur KZ-Gedenkstätte Mauthausen von Hildegard Schmid, der mit seinen ausdrucksstarken und sorgfältig komponierten fotografischen Aufnahmen illustriert wurde.

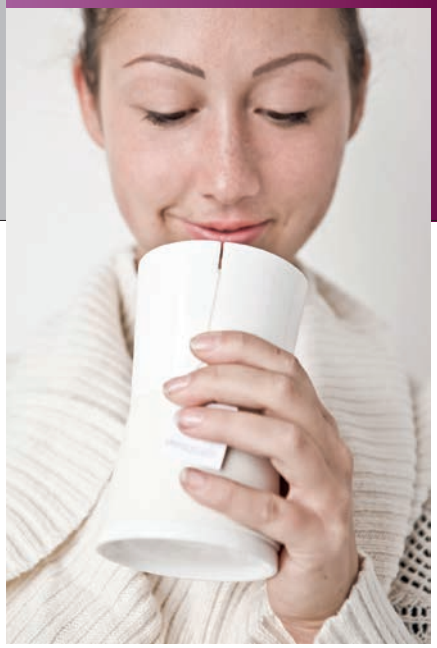
Albrecht (Alpi) Schwarzenberger (1963–2013)

Die Kreativität des Wiener Illustrators, Grafikers, Künstlers und Musikers, der kurz vor seinem 50. Geburtstag nach langer Krankheit verstorben ist, erstreckte sich auf viele Bereiche. Als Absolvent der »Graphischen« (1982) machte er sich in den späten 1980er- und frühen 1990er-Jahren mit seinem schnittigen, beschwingten Zeichenstil zunächst einen Namen als Illustrator für Zeitschriften und Werbeagenturen; in seinem Metier galt er als einer der bekanntesten und erfolgreichsten Österreichs. In der Folge arbeitete er mit ModedesignerInnen zusammen, gestaltete Nachtclubs und Diskotheken und gründete als Jazzmusiker eine Band. Im Laufe der Jahre fühlte er sich mehr und mehr zu freien Kunst hingezogen, versuchte sich als Maler und kehrte schließlich aufgrund finanzieller Nöte wieder zum Grafikdesign und zur Illustration zurück. Er machte sich mit dem Computer vertraut und schuf digitale Artworks unter dem Label alpiart, später auch computeranimierte Tonfilme (siehe https://myspace.com). Daneben arbeitete er als Fotograf und Musiker und produzierte Sound Clips: Nicht bereit, sich auf eine Disziplin festzulegen, war er stets bestrebt, seine zahlreichen künstlerischen Talente auszuloten.



1 Alpi Schwarzenberger: Medienillustration »Gina«
2 Alpi Schwarzenberger: Werbeillustration »Tichy«
3 Alpi Schwarzenberger: Medienillustration »Elle«
4 Alpi Schwarzenberger: Aquarell »Movie Star«

DA-Studioporträt



1

MOA
EATING PRODUCTS

MOA Eating Products
Product & Culinary Concepts

Vera Wiedermann verführt mit ihrem Design in kulinarische Welten.

Geboren 1986 in Innsbruck, kam die Designerin 2008 über Mailand nach Wien, wo sie Industrial Design an der Universität für angewandte Kunst studierte und 2010 ihr eigenes Designstudio gründete. Seit vergangenem Jahr arbeitet Vera Wiedermann unter dem Namen MOA Eating Products. Sie gestaltet Tischkultur, entwirft poetische Rauminstallationen, konzipiert Workshops rund um das Thema Essen und eröffnete während der Vienna Design Week 2013 sogar das temporäre Recycling-Restaurant »Biomat« und ein Pop-up-Teehaus im Stilwerk.

Tisch- und Esskultur erhalten in unserer Gesellschaft einen immer wichtigeren Stellenwert und werden auch um exotische Traditionen bereichert. In die Arbeit von Vera Wiedermann fließen – stilistisch wie funktional – asiatische Charaktermerkmale ein. So zieht die Designerin im täglichen Gebrauch Essstäbchen dem Besteck vor. »Beim Essen mit Besteck trifft die Zunge – unser Geschmacksorgan – nicht sofort auf die Nahrung, sondern zuerst einmal auf eine leicht metallisch schmeckende Gabel. Stäbchen hingegen haben die Eigenschaft, den Mund kaum zu berühren und den reinen Geschmack der Nahrung hervorzuheben«, meint die Designerin. Das Stäbchenbesteck »Chopstix« soll uns ermutigen, es einfach mal mit den Stäbchen zu versuchen. Und das Teeset »Teame« löst die Teebeutelproblematik: Der Teebeutel kann in den Rand der Tasse eingehängt und in einer Vertiefung in der Mitte der Untertasse abgelegt werden kann.

In den neuen Aufbewahrungsschalen »Eva« bleiben Lebensmittel aufgrund eines Kondensationsprinzips auch ohne Kühlung lange frisch. Obst und Gemüse, die zum Großteil aus Wasser bestehen, sollten zwar nicht im Kühlschrank aufbewahrt werden, mögen es aber gerne feucht und kühl. In trockenen Räumen neigen sie dazu, auszutrocknen und zu verwelken. Durch das spezielle Verdunstungsprinzip in den Schalen bleiben die Früchte feucht, sodass eine natürliche Lagerung außerhalb des Kühlschranks ermöglicht wird. Beim Brotbacken erhöht Wasser im Rand des Deckels die Luftfeuchtigkeit im Backofen und fördert dadurch die Bildung einer Kruste und damit auch die Haltbarkeit. Das Sieb kann ebenso als Einsatz zum lebensmittelschonenden Dampfgaren verwendet werden. Beim Garen im Backofen können Eiswürfel oder kaltes Wasser auf den Deckel gegeben werden. Dadurch bildet sich auf der Gefäßinnenseite Kondenswasser, das eine natürliche Hitzeregulierung des Garstückes sicherstellt. Zum Sterilisieren und Einkochen kann man befüllte Gläser in einem Wasserbad im Backofen aufkochen lassen.

Die Produkte sind in limitierten Auflagen als Kleinserie sowie teilweise auch als Einzelstücke erhältlich:
www.moa-eatingproducts.com

1 Carte Blanche bei der Vienna Design Week
2 »Biomat« Sensoric Food Pralines
3 »Biomat« Silk Tofu
4 Stäbchenbesteck »Chopstix«
5 Teeset »Teame« in Weiß
6 Schalenkonzept »Eva« – natürliche Lagerungsprinzipien
7 Aufbewahrungsset »Eva«
8 Lagerung von Obst in der Aufbewahrungsschale »Eva«
9 Brotbacken mit »Eva«

2

3

4

4

5

6

7

7

8

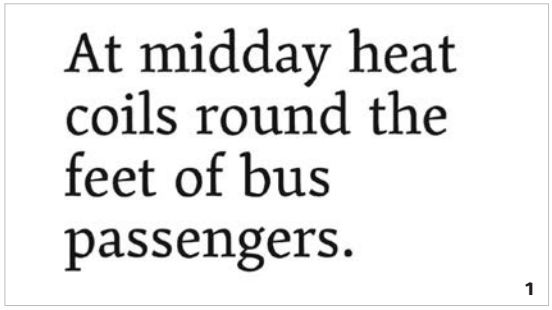
9

Members at Work

Der neue **WU-Campus** in Wien bietet mit rund 100.000 m² Nutzfläche und Gebäuden von sechs international renommierten Architekturbüros viel Raum für Lehre und Studium. Der größte neu errichtete Campus einer Wirtschaftsuniversität in Europa – mit modernen Studienplätzen für 25.000 Studierende, vier Bibliotheken, einem vielfältigen Gastronomie- und Sportangebot und eigenem Kindergarten – überzeugt neben der zeitgenössischen Architektur mit seiner zentralen und zugleich grünen Lage direkt am Wiener Prater. Die visuelle und informative Klammer – ein **Orientierungssystem** mit signalhafter Farbgebung und logisch-intuitivem Aufbau – stammt aus dem **buero bauer**. Der Anspruch, internationales Best-Practice-Beispiel für **Inclusive Design** zu sein, wurde mit einer intelligenten Kombination aus analog, digital, taktil und akustisch erfahrbaren Medien eingelöst. Alle Menschen, auch jene mit speziellen Bedürfnissen, gleichwertig und barrierefrei mit Information zu versorgen, ist im buero bauer eines der zentralen Anliegen medienübergreifenden Informationsdesigns. Aber nicht nur RollstuhlfahrerInnen sollten barrierefreien Zugang erhalten, ebenso wichtig und gefordert ist der uneingeschränkte Zugang zu Information. Orientierung wird im buero bauer nicht nachträglich auf die Architektur appliziert, sondern vielmehr aus der Logik und dem Charakter des Ortes oder des Gebäudes heraus entwickelt. Menschen, die sich in diesen Räumen bewegen, sind besser informiert, fühlen sich sicherer und nehmen die Qualität der jeweiligen Immobilie aufgrund ihrer individuellen Gestaltung positiv wahr. Zuletzt wurde am Campus der Uni-Klinik Salzburg die Kinderklinik mit einem funktionalen und interaktiv-spielerischen Orientierungssystem ausgestattet. Weitere Projekte sind das neue Kulturquartier in der Linzer Altstadt mit Museum, Veranstaltungszentrum, Kino und Gastronomie, das Laborgebäude Fabrikstrasse 16 von Architekt Adolf Krischanitz am Novartis Campus Basel, sowie ein übergreifendes Konzept für Orientierung und Corporate Architecture aller niederösterreichischen Landeskliniken.
www.buerobauer.com, www.wu.ac.at

Das Café-Restaurant **Mole West** im Burgenland ist der ideale Ort, um bei herrlicher Sicht auf den Neusiedlersee einen edlen Tropfen zu genießen. StudentInnen der »Graphischen« in Wien haben unter der Leitung von Professor **Giovanni Corsaro** und in Zusammenarbeit mit **Marzek Etiketten + Packaging** den Hauswein 2014 der Mole West höchst individuell gestaltet. Jede/r der 60 beteiligten StudentInnen des **Kollegs für Grafik und Kommunikationsdesign** entwickelte eine zeitbasierte künstlerische Animation, deren Einzelbilder auf insgesamt 3.000 individualisierte Weinetiketten gedruckt wurden und nun als nummerierte Unikate die Weinflaschen des Winzers **Paul Koppitsch** zieren. Das Team des Etikettenherstellers hat es ermöglicht, dass individuelle Etiketten in hochwertiger Digital-Offset-Qualität erstmals auch in größeren Serien gedruckt werden konnten.
www.graphische.net, www.mole-west.at, www.marzek.at, www.wein-koppitsch.at

1 Kollegs für Grafik und Kommunikationsdesign: Weinetiketten »Mole West«
2 cdc | Brandcreation: Logo/Signet »Sauvage«
3 buero bauer: Orientierungssystem WU-Campus nach Inclusive-Design-Prinzipien



1 Lisa Schultz: Schriftfamilie »Martha«
2 Typejockeys: Schrift »Carabelle«
3 Typejockeys: Schrift »Freude«
4 Typejockeys: Schrift »Sauber Script«

Unter dem Motto »Die modernen Wilden« entwickelte **cdc | Brandcreation** (**Michael Nouri**, **Alexander Luckow**) das Logo und Signet für das weltweit erste Paleo-Restaurant: Das **Sauvage** findet sich in Berlin im Stadtteil Prenzlauer Berg. Die paläolithische Küche orientiert sich an den Ernährungsweisen unserer prähistorischen Vorfahren. Der moderne Paleo-Koch kombiniert Erkenntnisse aus der Evolutionswissenschaft mit Elementen der modernen Küche und den Kochmethoden unserer Vorfahren. cdc | Brandcreation bietet ganzheitliche und anspruchsvolle Kommunikations- und Designlösungen im Bereich Corporate Branding. Die Schwerpunkte der Full-Service-Agentur liegen auf der Markenentwicklung und dem Erscheinungsbild für Unternehmen sowie auf visueller Kommunikation für heimische und international tätige Firmen. Das Studio ist mit Standorten in Wien, Berlin und Hamburg vertreten.
www.designconsult.com, www.sauvageberlin.com

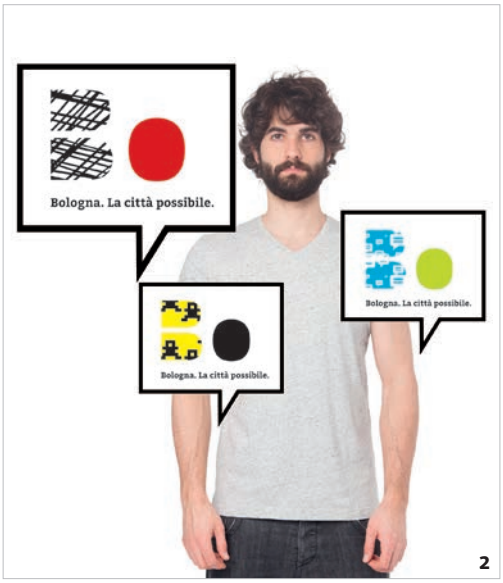
Im Rahmen ihrer Master-Ausbildung in Typografie an der Universität Reading in Großbritannien hat **Lisa Schultz** vom Wiener Büro **schultz + schultz Mediengestaltung** ihre erste große Schriftfamilie **Martha** entwickelt. Sie umfasst fünf Stile lateinischer, griechischer und cyrillischer Alphabete und wird in den nächsten Monaten erweitert. Die Schrift entstand ursprünglich für komplexe Texthierarchien in populärwissenschaftlichen Magazinen. Doch dank ihrer klaren und soliden, aber dennoch freundlichen und spielerischen Anmutung funktioniert sie in ganz unterschiedlichen Publikationen. Und Anfang des Jahres belegte die Schrift beim internationalen Typo-Wettbewerb **Granshan 2013** in der Kategorie »Griechische Textschriften« den ersten Platz.
www.schultzundschultz.at, www.granshan.org, http://cargocollective.com/lisaschultz/Martha

Unter dem Label **Typejockeys' Shots** bietet das 2008 von **Anna Fahrmaier**, **Thomas Gabriel** und **Michael Hochleitner** gegründete Studio in Wien-Fünhaus, dem nun auch Designer und Illustrator **Stephan Kirsch** angehört, seit Februar drei neue Schriftenlösungen an. Die elegante Schrift für Süßes und Nobles **Carabelle** basiert auf dem Entwurf »Calipso« der Schriftgießerei Nebiolo. Neu gezeichnet und durch viele originelle Details erweitert, wurde sie nun revitalisiert. Die edel-süße Schrift ist ein eleganter Begleiter für Cup-Cake-Läden, Hochzeitseinladungen oder kulinarische Reisen durch Frankreich und Italien. **Freude** entstand ursprünglich für ein CD-Artwork des österreichischen Musikers Tom Beck. Ergänzt durch Kleinbuchstaben und mehrere Open-Type-Features, präsentiert sich die Schrift mit viel spielerischem Charme. Mit ihrem entspannten und freundlichen Design eignet sich für alles, was Spaß macht. Dank der ausgewogenen Buchstabenformen ist sie in großen und kleinen Schriftgrößen anwendbar. **Sauber Script** ist eine adrette und dabei charakterstarke Schwungschrift. Die Hausschrift des Recycling-Unternehmens Saubermacher wurde nach Ablauf der Exklusivnutzungsperiode überarbeitet und ausgebaut und ist nun für jedermann erhältlich. Mit ihr lässt sich vielseitig werben – ob für frische Buttermilch, die Honolulu-Surfer-Bar oder das Hotel am Arlberg. Diese drei und viele andere Fonts der jungen Schriftenschmiede kann man online testen und auch gleich einkaufen.
www.typejockeys.at

1

1

1



2

1

3

1 Gudi Schwienbacher: City Branding »Genova – Not a Standard City«
2 Gudi Schwienbacher: City Branding »BO – la città possibile«
3 Say Say Say, Inc., Jutta Wacht: Kataloggestaltung » Mécanique du Fluide«

Die Grafikdesignerin und Artdirektorin **Gudi Schwienbacher** konnte bei zwei internationalen Wettbewerben zum Thema City Branding ganz vorne mithalten: Bei beiden trat sie mit ihren Beiträgen jeweils zusammen mit über 500 Einreichungen aus aller Welt an. Mit ihrer Arbeit **BO – la città possibile** für die Stadt Bologna belegte sie Platz 7. Bologna sieht sich nicht als ein »musealer« Ort, sondern als eine aktive, lebendige Stadt, die jeden Besucher, jede Besucherin anregen will, ihre magischen Plätze beim Durchstreifen der insgesamt 40 Kilometer langen Laubengänge zu erkunden und dabei eine ganz persönliche Geschichte zu erleben: in einer Stadt, in der alles möglich ist. Mit **Genova – Not a Standard City** landete sie sogar auf Platz 2. Genua ist eine Stadt, die landschaftlich und architektonisch begeistert. Eine Stadt mit einer einzigartigen Geschichte und Kultur. Eine Stadt mit Tradition und Blick in die Zukunft. Eine Stadt, die sich permanent in zwei Richtungen bewegt. Das Logo und seine Elemente sind flexibel und eine Interpretation dieser Bewegung, zwischen Meer und Berg, zwischen Geschichte und Innovation, zwischen Tradition und Zukunft. Es ist ein generatives Logo mit vertikaler und horizontaler Anwendungsmöglichkeit und Tiefenwirkung. Die einzelnen Elemente haben markante Formen und können flexibel zwei- oder dreidimensional eingesetzt werden: als Kampagnenelemente, als Teile eines Leitsystems, als Stadtmöblierung etc. Die Farben sind ein Spiegelbild der unterschiedlichen Stadtviertel, ihrer Traditionen und individuellen Ausrichtungen.
www. gudischwienbacher.com

Das von Wien und New York aus international agierende Studio **Say Say Say, Inc.** hat im Auftrag der Pariser **Galerie Bernard Jordan** den neuen Katalog **Mécanique du Fluide** für die Künstlerin **Gabriele Chiari** gestaltet. Chiari, die 2013 von Hermès für dessen jährlich stattfindendes Artists-in-Residence-Programm ausgewählt wurde und im Palais de Tokyo ausstellte, arbeitet an großflächigen abstrakten Aquarellen und beschäftigt sich mit der »Strömungsmechanik« des Wassers. Der von Jutta Wacht konzipierte und gestaltete Katalog mit einer umfangreichen Werkschau wurde im Zuge von »3 Days in Paris« in der Galerie Bernard Jordan im Marais präsentiert.
www.saysaysayinc.com, www.galeriebernardjordan.com

Die Energieeffizienz der LED-Technologie und die intelligente Software-Steuerung über WLAN-Netzwerke sind die entscheidenden Parameter für zukunftsweisende intelligente und sichere (Straßen-)Beleuchtung. **Christian Stanek** von **Convoi-design** hat für die **OWLS AG** (Liechtenstein) als in das Entwicklungsteam der **Street Light Engineering GmbH** eingebundener Designer zwei State-of-the-Art-Lösungen gestaltet, die mit diesen neuen technischen Möglichkeiten arbeiten. Mit **Athina – Safe City** ist es gelungen, eine Weltneuheit auf den Markt zu bringen. Die Innovation besteht in der Integration einer (Full-HD-)PTZ-Kamera in das Leuchtengehäuse und in der Steuerung und Überwachung aller Funktionen über Funknetzwerk. Als Interface dient eine interaktive Software, die je nach Leistungsumfang erweiterbar ist und standortunabhängig bedient werden kann. Weiters bietet diese Systemlösung automatische Standortbestimmung durch eingebautes GPS und mögliche Mehrwertanbindungen wie Street Light Media, Auto Meter Infrastructure, Wettersensorik oder die Integration von Kommunaldiensten. **Janina – Smart City** ist die kleinere Variante mit Winkelverstellsystem und allen Möglichkeiten des multifunktionalen Systemkonzepts, jedoch ohne Kamera. Das Leistungs-

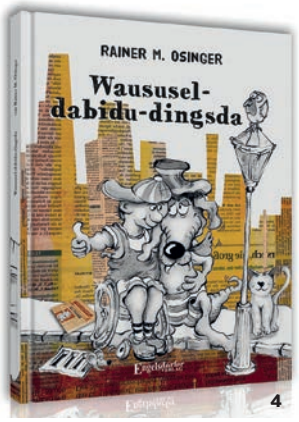
1

3

3

2

3



4

paket umfasste das komplette Produktdesign, vom Entwurf und der Ausarbeitung bis hin zur Serienproduktion, inklusive CAD-3D-Engineering, Detaillierung und technischer Abstimmung sowie das Grafikdesign von Broschüren, Verpackung und digitalen Präsentationen. Design ist für Stanek und seinen Partner, **Peter Spitaler**, ein ganzheitlicher Prozess zur Bewältigung komplexer Aufgabenstellungen, um die Bedingungen des menschlichen Umfelds in evolutionärer oder innovativer Weise zu verbessern und zu optimieren. Als Industriedesigner verstehen sie sich als kompetente Partner für die Entwicklung serieller Produkte und umfassender Konzepte.
www.convoidesign.com, www.csitrade.com

Das **Kommunikationshaus gugler*** in Melk an der Donau stellt mit seiner neuen Edition an Werbemitteln und Firmengeschenken unter Beweis, dass selbst traditionell nicht nachhaltige Branchen mit innovativen Ansätzen zum Positiven verändert werden und sich dem Prinzip der Nachhaltigkeit verschreiben können. Die **gugler* PureEdition** umfasst individuell gestaltbare Notizbücher, College-, Schreib- und Würfelblocks sowie Tisch- und Buchkalender, die nach dem Cradle-to-Cradle®-System produziert werden. Das bedeutet, dass das Papier und die Druckfarbe für den biologischen Kreislauf optimiert wurden und damit den weltweit höchsten ökologischen Standard entsprechen. Die gesamte Edition wird klimapositiv gedruckt, was bedeutet, dass die durch die Produktion verursachten CO_2-Emissionen zu 110 Prozent kompensiert werden. Die PureEdition ist »Made in Austria«. Es werden nicht nur sämtliche Komponenten in Österreich produziert und verarbeitet; auch Design und Entwicklung sind hausgemacht. Deshalb kann Individualität großgeschrieben werden. Sonderwünsche sind bei der PureEdition Standard, von der kompletten Anpassung an das Corporate Layout eines Unternehmens bis hin zu Farbgebung und Blockleimung.
www.gugler.at/PureEdition

Illustrator und Autor **Rainer M. Osinger** hat ein neues Kinderbuch herausgebracht, das im März auf der Leipziger Buchmesse präsentiert wurde. Wie immer wird eine spannende Geschichte geboten, die nicht nur unterhält, sondern jungen wie älteren LeserInnen auch soziale Kompetenz vermittelt. In **Waususel-dabidu-dingsa** geht es um Freundschaft und Abenteuer ebenso wie um die Integration von Menschen mit besonderen Bedürfnissen. Mäxchen ist ein Junge im Rollstuhl, der gerne einmal etwas Großartiges vollbringen möchte. Doch er wird als Außenseiter wahrgenommen und hat keinen echten Freund. Als er eines Tages in seinem Rollstuhl in die Stadt fährt, trifft er den etwas sonderbaren, aber sehr liebenswerten »Flund« Waususel-dabidu-dingsda. Die beiden beschließen, gemeinsam Barrieren und Ängste zu überwinden. Die Geschichte will Kinder und Erwachsene ermutigen, kreativ zu sein und mit Fantasie über ihre Grenzen hinaus zu denken und zu handeln. Erschienen im Verlag Engelsdorfer, gebundene Ausgabe, 27,6 x 21,4 cm, 48 Seiten, für LeserInnen ab 5 Jahren.
www.osinger-grafik.at

1 Convoidesign/Christian Stanek: Straßenbeleuchtung »Janina – Smart City«
2 Convoidesign/Christian Stanek: Straßenbeleuchtung »Athina – Safe City«
3 Kommunikationshaus gugler*: gugler* PureEdition
4 Rainer M. Osinger: Kinderbuch »Waususel-dabidu-dingsa«

Ausstellungen

1 Plagiate »Tempo« Taschentücher
2 »Game Boy« von Nintendo und Plagiat
3 Rucksack von Bree und Plagiat

Original vs. Fälschung

Die große Sommer-Ausstellung im **designforum Wien** wird am Abend des **24. Juni** (18.30 Uhr) eröffnet. Sie geht aus einer Kooperation zwischen **designaustria** und dem **Museum Plagiarius** in Solingen hervor und beschäftigt sich mit dem grassierenden Problem der Produkt- und Markenpiraterie. Von **25. Juni** bis **14. September 2014** konfrontiert sie rund 50 Originalprodukte mit ihren Kopien, um einen öffentlichen Diskurs zum Thema Plagiate anzuregen.

Besonders erfolgreiche Marken sowie am Markt erprobte und bestehende Produkte werden regelmäßig Opfer von Nachahmung. Es geht nicht nur um den Diebstahl geistigen Eigentums, sondern um die gezielte Schädigung von produzierenden Betrieben und EndverbraucherInnen. Da der gesamte Forschungs- und Entwicklungsaufwand sowie der Designprozess bei der Herstellung wegfallen, kann die Kopie wesentlich günstiger produziert werden als das Original. Der Hersteller/die Herstellerin einer Originalmarke hat neben dem großen wirtschaftlichen Schaden auch enorme Imageschäden zu verkraften. Und der Konsument/die Konsumentin erhält im schlimmsten Fall statt eines Designprodukts eine gesundheitsgefährdende Kopie.

Die Exponate aus dem Museum Plagiarius in Solingen sind erstmals in Wien zu sehen. Kuratiert von Bettina Steindl und spannend inszeniert von Architekt Klaus Michael Scheibl, macht die Schau deutlich, wie präsent Plagiate im Alltag sind und wie häufig geistiges Eigentum kopiert wird. Präsentiert werden jeweils Original und Plagiat im direkten Vergleich: Schneid- & Haushaltswaren, Möbel & Leuchten, Taschen & Schmuck, Kinderspielzeug, Sanitärprodukte, Schreibwaren und Werkzeuge bis hin zu technischen komplexen Maschinen und Geräten.

Der 1977 von Prof. Rido Busse, Designer und Gründer von busse design ulm, ins Leben gerufene Negativpreis Plagiarius wird jährlich im Rahmen der Designmesse Ambiente in Frankfurt an Hersteller und Händler besonders dreister Nachahmungen verliehen. Ziel ist es, Plagiate aufzuzeigen, auf den Missstand aufmerksam zu machen und über die negativen volkswirtschaftlichen Auswirkungen von Plagiaten und Fälschungen aufzuklären. Symbol des Preises ist ein schwarzer Zwerg mit der sprichwörtlich gemeinten »goldenen Nase«, die sich PlagiatorInnen auf Kosten kreativer DesignerInnen und innovativer MarkenherstellerInnen verdienen.

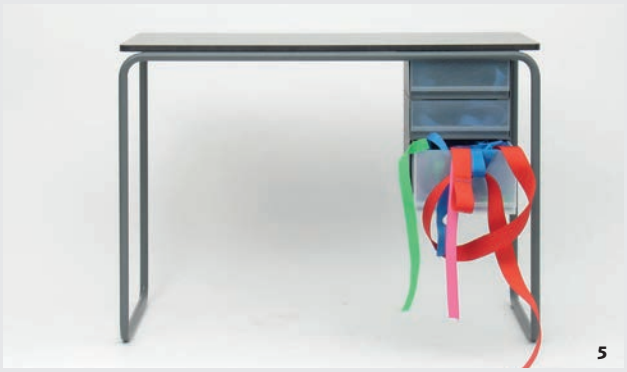
www.designaustria.at, www.designforum.at, www.plagiarius.de

1

2

3

4


5

150 Jahre MAK: Design Labor & Ausstellung »Vorbilder«

Das Wiener MAK positioniert sich zu seinem 150-Jahr-Jubiläum deutlicher denn je als Museum für Kunst und Alltag: Das **MAK Design Labor**, das exakt zum 150. Geburtstag am 12. Mai 2014 eröffnet wurde, rückt als Permanentformat die weltberühmte Sammlung stärker in Lebensnähe und gibt einen Einblick in ihr Facettenreichtum. Auf 1900 Quadratmetern Schaufläche erwarten das Publikum rund 2000 neu aufbereitete, nach gesellschaftlich relevanten Themen arrangierte Exponate. Partizipative Vermittlungsansätze vertiefen die Auseinandersetzung mit Alltagsobjekten und der Schlüsselrolle von Design als zentraler Kraft für eine neue Lebensqualität. Ein umfassender Designbegriff bezieht weite Teile der angewandten Kunst quer durch die Jahrhunderte bis in die Gegenwart ein und definiert Design als Motor für einen positiven Wandel. Das MAK Design Labor versteht sich als bewusster Gegenentwurf zur Schausammlung. In Anlehnung an Andy Warhols Zitat »When you think about it, department stores are kind of like museums« orientiert es sich an der Dramaturgie eines Supermarkts. In Zusammenarbeit mit dem renommierten österreichischen Designteam **EOOS** und unter kuratorischer Begleitung des **Institute of Design Research Vienna (IDRV)** entstand ein dynamisches Konzept, in dem Sammlungsobjekte in Bezug gesetzt werden können. Mit dem MAK Forum steht zudem ein flexibel nutzbarer Raum zur Verfügung, der als Begegnungsort ebenso wie als Experimentierfläche für Ausstellungen und Präsentationen genutzt werden kann. Die MAK-Galerie wurde in die Raumfolge integriert.

Schon das Mobiliar schafft Nähe zu den BesucherInnen: So präsentieren Podeste die Objekte in Augenhöhe oder bieten die Möglichkeit zur aktiven Forschung an »Arbeitsplätzen«. Eine modulare Programmierung der Ausstellungsräume ermöglicht maximale Flexibilität. Mit Themen wie ökologischer Fußabdruck, offenes Archiv, Kreislaufwirtschaft oder 3D-Druck wird eine Brücke zu wichtigen Zukunftsthemen geschlagen. Eingebettet in

1 MAK Design Labor: »Themeninsel Produzieren«
2 MAK Design Labor: »Themeninsel Ornament«
3 MAK Design Labor: MAK Forum, Rendering von EOOS
4 Vorhangschloss, Nürnberg, 3. Viertel 16. Jahrhunder
5 Konstantin Grcic: Schreibtisch Pipe für Muji/Thonet Deutschland, 2009

Veranstaltungen

diese vernetzte Konzeption erwarten die BesucherInnen Themeninseln zu Kochen, Tischkultur, Sitzen, künstlerischer Produktion, Industrial Design, alternativen Produktionsweisen, Schrift und Ornament, aber auch zum Allgestalter Josef Hoffmann oder zum Modedesigner Helmut Lang. Im Labor finden sich mit dem Staatspreis Design ausgezeichnete Alltagsgegenstände und Technologieprodukte wie Ernst W. Beraneks »Automatic Toastgrill« (1967) oder der »Camcopter« von Gerhard Heufler (2005), Materialexperimente wie von Studio Formafantasma und Tomás Libertiny oder DIY-Haushaltsgeräte im 3D-Druck von Jesse Howards. Rund um die 1926 von der Wiener Architektin Margarethe Schütte-Lihotzky entworfene »Frankfurter Küche«, die als Prototyp der modernen Einbauküche gilt, spannt sich der Bogen von Entwürfen Hoffmanns und Edmund Moirets bis hin zu Utopie-Objekten von Ettore Sottsass oder Jerszy Seymour. Positionen von Nina Levitt und den Eat Artists Sonja Stummerer und Martin Hablesreiter diskutieren Tischkultur als künstlerische Inspirationsquelle. Dem Thema Textil widmet sich zudem die Präsentation des Archivs des Technologischen Gewerbemuseums TGM mit einer einzigartigen Stoffmustersammlung. Behälter aus verschiedenen Kulturen zeigt der Abschnitt »Transportieren«. Erzählt wird auch die Entwicklung der Schrift von der klösterlichen Tradition über individuelle Neuinterpretationen durch Schriftgestalter und Drucker bis zu den Reformkunstbewegungen eines William Morris und Rudolf von Larisch. Plakate dokumentieren in diesem Kontext den weiten angewandten Kunstbereich Grafik.

Ebenfalls aus Anlass des Jubiläums zeigt das MAK von **11. Juni** bis **5. Oktober 2014** die Ausstellung **Vorbilder – 150 Jahre MAK: Vom Kunstgewerbe zum Design**, eine inspirierende Konfrontation der traditionsreichen MAK-Sammlung mit der zeitgenössischen Designavantgarde. Neun international renommierte DesigndenkerInnen, darunter Konstantin Grcic, Stefan Sagmeister und Sabine Seymour, lassen sich in filmisch dokumentierten Dialogen mit DesignerInnen auf das Experiment ein, die Bedeutung der MAK-Sammlung als Inspirationsquelle und Verhandlungsort für eine auf die Zukunft ausgerichtete Gestaltung des Alltags zu erforschen. Die AusstellungskuratorInnen Tulga Beyerle, Direktorin des Kunstgewerbemuseums in Dresden, und Thomas Geisler, Kustode der MAK-Sammlung Design, beide Mitbegründer der Vienna Design Week, haben Persönlichkeiten ausgewählt, die einerseits die Museumsgeschichte maßgeblich mitgestaltet haben und andererseits als Vorreiter für visionäre Designansätze gelten können. Die gegenwärtigen Positionen mischen sich mit ProtagonistInnen und Sammlungsobjekten, die von der Entwicklungsgeschichte des Museums erzählen. Parallel dazu setzt sich die Schau **Nachbilder** anhand historischer und moderner Fotografien von MAK-Ausstellungen mit Präsentationsformen von Ausstellungsinhalt und Raumkonzeption im jeweiligen zeitgenössischen Kontext auseinander. **www.mak.at**

ICON8 – The Illustration Conference

Die große Illustrationskonferenz der USA sollte man einmal erlebt haben. Sie findet in diesem Jahr von **9.** bis **12. Juli 2014** im **Portland Art Museum** in Portland, Oregon, statt und wartet mit einem bunten Programm von Vorträgen, Diskussionen, Workshops, einem Education Symposium und einer Road Show auf, das von über 50 Mitwirkenden aus der Illustrations-, Design- und Kreativszene sowie aus der Verlags- und Medienbranche bestritten wird. Als Keynote-Sprecherin wird Paula Scher von Pentragram in »Lessons of the Trade« erzählen, was ihre Auffassung von Design und ihre Arbeitsweise als Designerin und Illustratorin verändert hat. Die DA-IllustratorInnen-Community **illustria** wird auf der ICON8 mit einem Präsentationstisch und mit Peter Diamond als Delegiertem vertreten sein.

Bei dem Mix an spannenden Formaten sprechen u. a. renommierte Art Direktoren über den Einsatz von Illustration in Print- und Onlinemedien und Grafik-Redakteure der »New York Times« über den Mehrwert von Infografik. Außerdem geht es um Google Spotlight Stories, den Schutz von Artworks im Internet-Zeitalter, Lizenzen, Filmanimation, hochwertige Buchgestaltung und Comics, ein waffenkritisches Schulprojekt, die Wilden Sechzigerjahre, Inspirationsquellen aus Geschichte und Kultur, Illustration bei Gericht und in der Kriegsberichterstattung, Illustration im öffentlichen Raum. Ein detailliertes Programm, Informationen zu den SprecherInnen und die Möglichkeit zur Anmeldung finden sich online:
http://theillustrationconference.org

1 Susanne Lippitsch: wiederwendbare und individuell beschreibbare Mehrweggläser für das Café-Bistro-Take Away »deli-bluem«
2 Gerlinde Gruber: Tuchverpackung »Tucholski« mit Clip
3 Zoran Surlina: faltbare und wasserdichte Vase »Frühlingsrolle«

verpackung 2014
Austria
24. – 25. September 2014, Messe Wien
Die Fachmesse für zukunftsweisende Verpackungstechnologien, Materialien und Dienstleistungen

Verpackung Austria 2014 mit EC Packaging Design

Bei der großen Verpackungsmesse, die am **24.** und **25. September 2014** in Halle D der **Messe Wien** über die Bühne geht, wird Verpackungsdesign eine führende Rolle spielen: Der ExpertsCluster Packaging Design von designaustria hat mit Messeveranstalter **easyFairs Deutschland GmbH** ein Kooperationsabkommen geschlossen: designaustria wird mit einem eigenen Stand vertreten sein, an dem im Bereich Verpackungsdesign aktive DA-Mitglieder Verpackungslösungen präsentieren werden, die sich sowohl durch eine konsequente grafische Gestaltung als auch durch ein innovatives Produktdesign auszeichnen. Darüber hinaus werden sie über Packaging informieren: Auf dem Programm stehen Vorträge, ein besonderer Schwerpunkt liegt auf dem Thema Nachhaltigkeit. DA-Mitglieder, die mit einem eigenen Stand auf der Messe vertreten sein wollen, erhalten vergünstigte Konditionen.

Verpackungsmärkte sind in einem ständigen Wandel begriffen, abhängig von aktuellen Trends und Entwicklungen, die durch technische Innovationen ebenso wie durch veränderte Marketing- und Verpackungsprozesse bedingt sind. Ziel des Messeveranstalters ist es daher, zukunftsträchtige Themen zu integrieren, das Konzept der Messe aufzufrischen und mit Verpackungsdesign Impulse zu setzen, um die Veranstaltung auch für neue Besucherzielgruppen attraktiver zu machen. In der »Packaging Innovations Area« stoßen kreative Köpfe, Marketers, Brand-ManagerInnen und Agenturen auf VerpackungstechnologInnen, GeschäftsführerInnen und EntscheiderInnen. Querdenken ist gefragt: Der kreativ-innovative Bereich des Verpackungsdesigns soll Konsum- wie Industriegutverpackung aufwerten. Im Fokus stehen Design und Markenbildung bei Primär- und Sekundärverpackungen. Innovative Ansätze, frische Formen und neue Materialien bedeuten in Verbindung mit technischen und gesetzlichen Anforderungen eine Herausforderung für die Verpackungsindustrie.

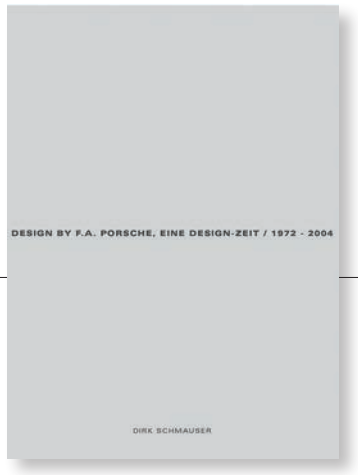
Sonderpakete für DA-Mitglieder
DA-Mitglieder, die ihre Leistungen und Produkte auf der Verpackung Austria 2014 auf einem eigenen Stand anbieten und präsentieren möchten, haben die Möglichkeit, bis **30. Juni 2014** einen voll ausgestatteten Messeplatz zu ermäßigten Preisen zu buchen: einen **Standard-Messestand** (12 m²) zum Preis von Euro 3.750 zzgl. USt. oder einen **Arbeitsplatz in der »Design Avenue«** zum Preis von Euro 2.000 zzgl. USt. Im Paket inbegriffen sind vollwertige Leistungen als Aussteller (Online und Print) sowie Medienpräsenz und Aufmerksamkeit durch das neue Messethema »Packaging Innovations«. Bitte einfach auf dem Anmeldeformular »designaustria-Mitglied« vermerken.

Eine Plattform, die ihresgleichen sucht:
- DesignerInnen und kreative Köpfe erleben
- Neue Trendmaterialien und Verfahrenstechnologien kennenlernen
- Individuelle Verpackungslösungen und neue Ideen für Einkäufer und Markeninhaber
- Austausch mit Brand-ManagerInnen und Marketers

Kontakte
Details zu den Mitglieder-Paketen und Standpläne hat EC-Manager **Zoran Surlina**, E zoran.surlina@designaustria.at. DA-Mitglieder, die an der Buchung eines Messestands interessiert sind, werden von **easyFairs Deutschland** auch persönlich beraten:

Sarah Jawoczyk, E Sarah.Jakowczyk@easyFairs.com
Andreas Both, E Andreas.Both@easyFairs.com
T (+49 89) 127 165 125
Infos und Anmeldung unter:
www.easyFairs.com/verpackung_wien

Rezension



design by f. a. porsche, eine design-zeit / 1972–2004 von dirk schmauser

eine klare leseempfehlung für ein weiteres buch über porsche design, ein ungeschöntes, direktes. ein persönliches buch, ein rückblick auf die eigene geschichte. keine festschrift, keine schmeichelei oder schönfärberei. ein buch, aus dem man erfährt, was man eigentlich immer irgendwie geahnt hat: nämlich, dass f. a. porsche, der designer, eher eine kunstfigur war als das universalgenie, das all diese dinge mit dem berühmten aufdruck entworfen hat. man erfährt, dass hinter »design by f. a. porsche« ein team enthusiastisch arbeitender designer stand, dass nicht der geniale f. a. die großen würfe machte, die details entschied. mitentschied, ja. haltungen vorgab, ja. aber vielmehr handelte es sich um ein (mehr oder weniger) eingespieltes expertenteam: zahnräder, die sauber und präzise ineinandergriffen. nach der lektüre dieses buches kann man sich dem gefühl nicht entziehen, dass es dirk schmauser war, der die maschine am laufen hielt.

beschämend, dass dann dieses unternehmen, ein aushängeschild der österreichischen designwirtschaft, ihm ein derart mickriges zeugnis ausstellte (siehe seite 15 im buch). einem mann, der fast 24 jahre die geschicke der firma lenkte, der wie viele andere österreichische designer der ersten stunde (beranek, kubelka, heufler, hölbl, peschke, skone, valentinitsch etc.) produktdesign in der österreichischen wirtschaft salonfähig machte – eine aufgabe, an der wir und auch die nächste generation noch zu arbeiten haben. so jemandem einen vierzeiler als zeugnis auszustellen zeugt von geringschätzung. wir wissen zwar nicht, was genau vorgefallen ist, aber so groß kann die verfehlung nicht gewesen sein, dass sie all die leistungen der 24 jahre davor zunichte gemacht hat.

das buch liest sich leicht, ist eine unterhaltsame abendlektüre, auch nach einem anstrengenden tag. wir erfahren in groben zügen, wie porsche design arbeitete, wie man dort akquirierte, verträge aushandelte. vor allem junge designerinnen und designer können einige wertvolle tipps mitnehmen oder geschäftsfördernde schlüsse ziehen. manchmal fällt auf, dass es offensichtlich am lektorat gefehlt hat. aber dafür ist das buch authentisch: dirk schmauser, wie er leibt und lebt, wie man ihn aus erzählungen von anderen kennt. sein schreibstil, seine direkten, unverblümten aussagen lassen unweigerlich an raymond loewys »never leave well enough alone« denken. das buch hat autobiografische züge, zumindest was schmausers designleben betrifft. offenbar kann gesagt werden: »design by f. a. porsche« heißt auch »design by dirk schmauser«.

ich persönlich kenne dirk schmauser nur aus einem interview, das ich einmal mit ihm führen durfte, und aus unserer korrespondenz, die wir seit damals sporadisch unterhalten – interessante und lehrreiche erfahrungen, die ich nicht missen möchte. ich kann mir vorstellen, dass man unter seiner leitung nicht unbedingt mit glacéhandschuhen angefasst wurde. das mache ich in meinem büro auch nicht. ein designer/eine designerin muss es aushalten, wenn jemand argumente vorbringt. unser beruf erfordert schnelligkeit und hohe flexibilität, also anpassung an sich permanent wechselnde rahmenbedingungen. so lief das auch bei porsche design unter schmauser ab. offensichtlich erfolgreich. schmauser spart auch nicht mit lob, wo es angebracht ist. klar verweist er auf die leistungen der mitarbeiter, ohne deren ideenreichtum und persönliche initiative einige produkte gar nicht angedacht worden wären. schmauser wirft auch ethische fragen des designs auf und versucht, antworten zu geben: ist alles machbare erlaubt?

wer mehr über das studio in zell am see, über die anfänge von design in österreich erfahren will, dem sei das buch dringend ans herz gelegt. meine sichtweise auf produktdesign hat sich verändert, mein wissensstand hat sich erweitert, meine wertschätzung ist gewachsen.

(Rudolf Greger)

Anm. der Redaktion: Der Autor ist ein überzeugter Verfechter der Kleinschreibung. Dieser Überzeugung wurde hier Rechnung getragen.

Dirk Schmauser, geboren 1943 in Aachen, studierte Maschinenbau in Karlsruhe und später an der Hochschule für Gestaltung in Ulm sowie am Art Center College of Design in Los Angeles. In den 1970er-Jahren arbeitete er für Siemens und Audi, wo er den Einstieg Audis in die automobile Oberklasse begleitete. 1980 nahm er ein Angebot des Porsche Design Studios in Zell am See an und wurde unter Ferdinand Alexander Porsche stellvertretender Geschäftsführer. Die Zusammenarbeit nahm 2004 ein abruptes Ende. Schmausers Buch ist im Eigenverlag erschienen (Hardcover, 256 Seiten, ISBN 978-3-200-03165-4). ***www.dirkschmauser.com***

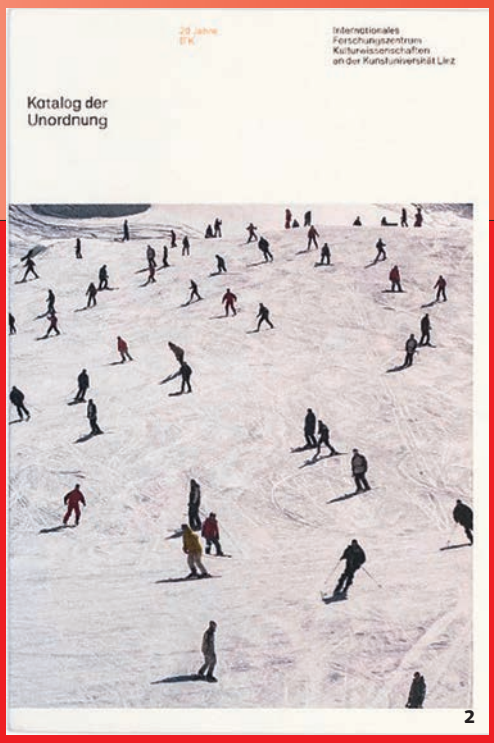
Über den Autor:
Nach einer technischen Ausbildung studierte Rudolf Greger Industrial Design an der Hochschule für angewandte Kunst in Wien und gründete 1992 mit Christoph Pauschitz die GP designpartners gmbh. Das Designbüro wurde für seine Produktlösungen national und international vielfach ausgezeichnet. Seit jeher beschäftigt sich Greger intensiv mit Service Design. Zwischen 2006 und 2012 war er Vorstandsmitglied von designaustria. Er ist Autor mehrerer Bücher wie »design im marketing, mittel zum zweck« und »integriert entwerfen reflektiert«. ***gp.co.at, rudolfgreger.at***

Bestellmöglichkeit
Das Buch kann bei designaustria unter **service@designaustria.at** bestellt werden. Mitglieder erhalten **signierte Exemplare** zu einem ermäßigten Preis von Euro 23,– (statt Euro 25,–), zzgl. 10% USt. und Versandkosten.

Erfolge

1

1

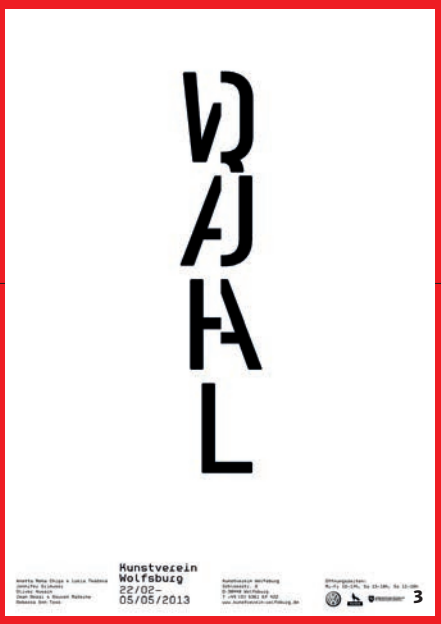


2

1 Lisa Matzi: Buchgestaltung »Schwarze Hunde & Bunte Schafe«
2 Christoph Schörkhuber: Buchgestaltung »Katalog der Unordnung – 20 Jahre IFK«

Schönste Bücher aus aller Welt 2014

567 Bücher, 30 Länder, 30 nationale Wettbewerbe: Zwei Tage begutachtete die Jury die bereits in ihren Herkunftsländern prämierten Druckwerke und vergab 14 Preise: eine »Goldene Letter«, eine Goldmedaille, zwei Silbermedaillen, fünf Bronzemedaillen und fünf Ehrendiplome. Gleich zwei der schönsten Bücher der Welt des Jahres 2014, beide mit Silber ausgezeichnet, stammen aus Österreich. Das Buch von **Lisa Matzi**, Studentin der Meisterschule der »Graphischen« überzeugte mit **Schwarze Hunde & Bunte Schafe**, das noch dazu in der Druckerei der Schule in der Abteilung Druck und Medientechnik produziert worden ist. Die Autorin und Buchgestalterin in Personalunion stellt in ihrer Diplomarbeit ihre Familie vor. Ausgehend von der alternativen Wohngemeinschaft der Eltern entfaltet sich ein sympathisches Panoptikum, mit großer Offenheit, Witz und subjektiver Selbstdistanz. So unkonventionell wie die Familienmitglieder in den Episoden und Zitaten erscheinen, genauso erscheinen die Texte und Bilder auf den Buchseiten. Eigentlich, so die Jury, könnte man dafür eine neue Gattungsbezeichnung einführen: lustige Typografie. Der Umgang mit ihr ist leichtfüßig, Verweise und Diagramme sind nüchterne Mittel zur Steigerung der Komik. Es ist herrlich zu lesen und zu sehen, wie lebensecht dadaistische Energie auch heute sein kann. Die zweite Auszeichnung ging an den von **Christoph Schörkhuber** gestalteten **Katalog der Unordnung – 20 Jahre IFK** von Helmuth Lethen, herausgegeben vom Internationalen Forschungszentrum Kulturwissenschaften an der Kunstuniversität Linz (Druck: Grasl Fairprint). Dass das Buch auch mit »Katalog der Ordnung« betitelt sein könnte, ist der ironischen Anleihe bei der klassischen Schweizer Typografie zu verdanken, mit der die Makrostruktur des Druckwerks organisiert ist. Groteskschriften, Beschränkung auf drei Schriftgrade, anaxialer Satzspiegel mit Marginalspalte, Kopfsteg mit üppigem Weißraum und lebendem Seitentitel... Aber dann verwundert doch Einiges. Die Bestandteile des Buches werden in dem multiplen Inhaltsverzeichnis immer wieder neu sortiert. Im Buchinneren ist die Satzkolumne nicht fixiert und tauscht je nach Anlass mit der Marginalspalte ihren Platz. Doch der Clou ist die Schrift: Im Bleisatz geschah es damals gelegentlich, dass sich eine Letter aus einer anderen Type in die Druckzeile mogelte. Das war dann in der Druckersprache ein Zwiebelfisch. Hier besteht der komplette Satz ausschließlich aus Zwiebelfischen, acht verschiedene Grotesktypen sind wild zusammengewürfelt. Und dieser Gipfel des typografischen Chaos erzeugt überraschenderweise ein angenehm flirrendes Schriftbild.
www.stiftung-buchkunst.de



1 Francesco Ciccolella, Gerhard Jordan: Ausstellungsplakat »The Essence 13«
2 Beton – Gruppe für Gestaltung: Ausstellungsplakat »Prints/Made in Leipzig«
3 Sensomatic: Ausstellungsplakat »Qual und Wahl«
4 Pia Moana Scharler: Plakatserie für das Mensa-Kino »NOW WOW«

100 beste Plakate 13 – Deutschland, Österreich, Schweiz

Die Gewinner des Wettbewerbs um hervorragendes Plakatdesign aus dem deutschsprachigen Raum stehen fest. Der internationalen Jury unter dem Vorsitz von Verena Panholzer aus Österreich, der Reza Abedini (Iran/NIederlande), Christophe Gaudard (Frankreich), Holger Matthies (Deutschland) und Felix Pfäffli (Schweiz) zur Seite standen, lagen 533 Einzelplakate vor, die es von knapp 1700 in die Endrunde geschafft hatten. Nach Ländern gliedern sich die prämierten 100 Plakate und Plakatserien in 55-mal Deutschland, 41-mal Schweiz und 4-mal Österreich. Dabei handelt es sich um Auftragsarbeiten, um selbstinitiierte Plakate/Eigenwerbung und um Ergebnisse aus dem Kontext studentischer Projektaufträge. Am Wettbewerb hatten sich 486 (darunter 159 studentische) EinreicherInnen beteiligt, davon 117 Agenturen bzw. Grafik- und Designbüros, 348 EinzelgestalterInnen, 18 AuftraggeberInnen und drei Druckereien. Von den EinreicherInnen kommen aus Deutschland 330, aus Österreich 28 und aus der Schweiz 128, was die Schweiz eindrucksvoll als Plakatland bestätigt.

Aus Österreich in die Bestenauswahl geschafft haben es **Francesco Ciccolella** und **Gerhard Jordan** mit dem Plakat **The Essence 13** für die Jahresabschlussausstellung der **Universität für angewandte Kunst**, **Pia Moana Scharler** mit der Plakatserie aus Stoff für **NOW WOW**, das Mensa-Kino der **Angewandten**, **Beton – Gruppe für Gestaltung** (Benjamin Buchegger) mit dem Ausstellungsplakat **Prints/Made in Leipzig** und **Sensomatic** (Florian Koch, Christine Zmölnig) mit dem Ausstellungsplakat **Qual und Wahl** für den **Kunstverein Wolfsburg**, für dessen Corporate Design das Studio nunmehr seit zehn Jahren zuständig ist.

Der Wettbewerb um die 100 besten Plakate – begründet Mitte der 1960er-Jahre in der DDR, zwischen 1990 und 2000 in der Bundesrepublik ausgeschrieben – wurde mit dem Jahrgang 2001 zum internationalen Leistungsvergleich erweitert. Die Auftaktausstellung mit der Präsentation aller Plakate und der Buchpremiere des Jahrbuchs aus dem Verlag Hermann Schmidt Mainz wird am 19. Juni 2014 im Kulturforum Potsdamer Platz der Staatlichen Museen zu Berlin eröffnet (Laufzeit bis 13. Juli); die Schau ist anschließend in Nürnberg, Luzern und Wien zu sehen.
www.100-beste-plakate.de

1 Katharina Mischer und Thomas Traxler, die Sieger des Young Talent Award
2 mischer'traxler: Gefäße in Form von Abdrücken von Obst und Gemüse »Reserved Volumes«
3 mischer'traxler: mit Solarenergie erzeugte Möbel und Accessoires »The Idea of a Tree«

BE OPEN Young Talent Award

Gleich bei der Premiere dieses noch jungen und vielversprechenden Designpreises wurde das Duo **mischer'traxler** aus Österreich vergangenen April zum Sieger gekürt – zum Auftakt der Milan Design Week. Eine internationale Jury führender DesignexpertInnen hatte insgesamt 34 KandidatInnen vorgeschlagen, aus denen schließlich zehn FinalistInnen ausgewählt wurden. Dabei orientierte man sich weniger an bereits Geleistetem, sondern am möglichen Potenzial junger Kreativer. Das Preisgeld in Höhe von 24.000 Euro soll **Katharina Mischer** und **Thomas Traxler** für ein Jahr den Lebensunterhalt sichern, damit sie sich ganz frei und ohne Leistungszwänge ihrer kreativen Arbeit widmen können; dazu gab es die von Barber & Osgerby gestaltete Siegertrophäe in Form eines Eies, des Symbols für Talent, das noch dabei ist, sich voll zu entwickeln. Die Jury befand, dass der Designansatz von mischer'traxler den Geist des neuen Designpreises am besten widerspiegelt: Sie verbinden experimentelle Forschung und eine zukunftsweisende Haltung mit Industriedesign und zeigen damit auf, in welche Richtung und in welchem Ausmaß sich industrielle Herstellungsverfahren weiterentwickeln können. Die anderen FinalistInnen kamen aus Chile, Frankreich, Japan, den Niederlanden, Norwegen, Kanada, Südkorea und Schweden. Ihnen allen bescheinigte die Jury hohe gestalterische und konzeptuelle Qualität.

BE OPEN ist eine globale Initiative, die sich der Förderung von Kreativität und Innovation verschrieben hat – ein Think Tank, der es zu seiner Mission gemacht hat, heute Menschen und Ideen zu fördern, um Problemlösungen für morgen sicherzustellen. Initiatorin ist die russische Philanthropin und Unternehmerin Yelena Baturina. Hinter ihr steht ein internationales Team, das sich auch intensiv um eine zeitgemäße Ausbildung bemüht. Yelena Baturina: »Bildung leistet einen wesentlichen Beitrag dazu, welche Menschen und Staatsbürger aus uns werden. Sich an seinen Talenten zu orientieren ist entscheidend. Junge Leute können diese mangels Unterstützung oft nicht entwickeln. Wir möchten daher ein Partner für Studierende und Ausbildungsstätten sein, um die Kluft zwischen Ausbildung und Karriere zu überbrücken und jungen Talenten eine Zukunft zu ermöglichen.«

www.beopenfuture.com, www.mischertraxler.com

reddot award
product design

1 RDD design network: Flugzeugbodenstromversorgung »Jet Power« für Hitzinger GmbH
2 Design Department Linz: Schreitbagger »S12« für Kaiser AG Fahrzeugwerk
3 Martin Mostböck: Freischwinger-Hybrid »Flaxx Chair«

Red Dot Award: Product Design 2014

Mit 4815 Anmeldungen von 1816 EinreicherInnen verzeichnete der Red Dot Award: Product Design die höchste Zahl an Einreichungen in seiner Geschichte und konnte gleichzeitig einige neue Teilnehmerländer dazugewinnen (insgesamt waren es 53). Die Jury aus 40 Designprofis testete, bewertete, kritisierte und diskutierte. Nach drei langen Tagen war man sich einig und vergab 72-mal die Auszeichnung »Red Dot: Best of the Best«, 1120-mal einen »Red Dot« und 123-mal die Würdigung »Honourable Mention«. Aufgeteilt in Kategorien wie Garten, Bad und Wellness, Unterhaltungselektronik, Fahrzeuge oder Urban Design mussten die Produkte in mehrfacher Hinsicht überzeugen: Die Jury bewertete unter anderem nach Funktionalität, Innovationsgrad, formaler Qualität und ökologischer Verträglichkeit. Initiator und CEO Peter Zec: »Im Red Dot Award: Product Design messen sich Gestaltungsprofis aus aller Welt. Das Ergebnis ist jedes Jahr aufs Neue ein höheres Designniveau und gleichzeitig die Motivation der TeilnehmerInnen, ihre besten Produkte ins Rennen zu schicken.« Die Preisverleihung findet am 7. Juli 2014 im Essener Aalto-Theater statt. Bereits im Vorfeld haben wir erfahren, dass mehrere Produktlösungen aus Österreich unter den Gewinnern sind: Bereits zum dritten Mal in Folge punktete die **Hitzinger GmbH** mit ihrem Designer **Rainer Atzlinger** von **RDD design network** und überzeugte mit **Jet Power**, einer Flugzeugbodenstromversorgung, die speziell für kleinere Flugzeugklassen sowie Learjets eingesetzt wird. **Christian Kreiner** vom **Design Department Linz** war für seinen Auftraggeber, die **Kaiser AG Fahrzeugwerk** (Liechtenstein), erfolgreich: mit dem **Schreitbagger S12**, der sich durch optische Harmonie, komplexe Funktionen sowie einen stark verbesserten Fahrer- und Bedienkomfort auszeichnet und Dynamik mit Übersichtlichkeit verbindet. Dank einzeln teleskopierbarer Lafetten eignet er sich für Einsätze in extremen Schräglagen und im bis zu zwei Metern tiefen Wasser. Und auch der bereits vielfach prämierte und in diverse Designsammlungen aufgenommene **Flaxx Chair** von **Martin Mostböck** für den Innen- und Außenraum nahm die Jury für sich ein: Der Hybrid zwischen Freischwinger und vierbeinigem Stuhl besteht zu 100% aus recyclebaren Materialen und wird als erstes Möbelstück mittels einer ansonsten in der Automobilindustrie zur Anwendung kommenden Herstellungstechnologie erzeugt. Die Sonderausstellung der prämierten Produkte ist von 8. Juli bis 3. August 2014 im Red Dot Design Museum Essen zu sehen. Die Online-Ausstellung aller ausgewählten Produkte findet sich spätestens nach der Preisverleihung online: **www.red-dot.de/pd**

Calls & Wettbewerbe

REDESIGN+ Award 2014

Dieser Online-Ideenwettbewerb, der im Rahmen eines EU-Projekts von Partnerorganisationen in Österreich und Ungarn ausgeschrieben wird, sucht nach Designentwürfen für seriell herstellbare Produkte aus Altstoffen, die geeignet sind, über Webshop-Plattformen vertrieben zu werden. Als grenzüberschreitende Initiative unterstützt das Projekt den Vertrieb im Geschäftsfeld Reuse & Redesign im EU-Raum. Darüber hinaus soll es zu einer Sensibilisierung für Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung beitragen und die Aufmerksamkeit in verstärktem Maß auf die Attraktivität von professionell konzipierten und gestalteten Redesign-Produkten lenken. designaustria ist als Partner bereits zum dritten Mal für die Durchführung des Wettbewerbs verantwortlich (siehe auch »Europäische Designpolitik«). Für Einreichungen, die bis **15. Juli 2014** unter **redesign.submit.to** entgegengenommen werden, stehen die Kategorien Mobilität & öffentlicher Raum, Haushalt & Wohnen, Accessoires & Give-aways und Schmuck & Mode offen. Mögliche Ausgangsmaterialien sind Karton, PET-Flaschen, Tetra-Paks, Aludosen, Altglas, Kronkorken, Textilien, Autoreifen, Metallreste, CDs/DVDs etc. Teilnahmeberechtigt sind in der EU hauptberuflich tätige DesignerInnen und DesignstudentInnen. Die Einreichungen sind in Form von Kurzbeschreibung und maximal drei Fotos upzuloaden. Die Teilnahme ist kostenlos. Die von der Jury ausgewählten Produkte werden in das Sortiment des Webshops aufgenommen und dort nach Abschluss eines handelsüblichen Lizenzvertrags zum Verkauf angeboten.
www.redesignplus.eu

Red Dot Award: Communication Design 2014

Red Dot macht exzellente Kommunikation sichtbar: DesignerInnen, Agenturen und deren AuftraggeberInnen sowie In-House-Designteams sind eingeladen, bis **2. Juni 2014** (Latecomers: **bis 27. Juni**) ihre Projekte in Print und Web einzureichen und sich dem Urteil der internationalen Jury zu stellen: in insgesamt 16 Kategorien mit mehr als 100 Unterkategorien, von Corporate Design über Printwerbung bis hin zu Online. Der **Red Dot: Junior Award** fördert zudem den kreativen Nachwuchs: Studierende und Young Professionals haben die Möglichkeit, den mit 10.000 Euro dotierten Preis zu gewinnen und damit den Grundstein für eine erfolgreiche Karriere zu legen. 2014 sind hierzu erstmals auch Auszubildende aus der Gestaltungsbranche aufgefordert, mit ihren Arbeiten am Wettbewerb teilzunehmen.
www.red-dot.de/cd

James Dyson Award 2014

Einfallsreiche junge ProduktdesignerInnen aus 18 Ländern – Studierende und Young Professionals, deren Abschluss nicht länger als vier Jahre zurückliegt – sind aufgerufen, bis **7. August 2014** ihre wegweisenden Ideen und Gestaltungslösungen online einzureichen. Hochzuladen sind Skizzen, Bilder und Angaben zum Herstellungsprozess, auch Prototypen sind willkommen. Die LandessiegerInnen erhalten als Preisgeld 2.400 Euro, internationale FinalistInnen je 6.000 Euro. Dem/der internationalen GewinnerIn winken 34.000 Euro, die für die Weiterentwicklung des Projekts gedacht sind; weitere 11.400 Euro gehen an den zuständigen Fachbereich seiner/ihrer Universität. Zur Erinnerung: Das Siegerprojekt des letzten Jahres war »Titan Arm«, entwickelt von einem Studierendenteam der University of Pennsylvania: Der Roboterarm verstärkt die Kraft des menschlichen Arms um 20 Kilo und unterstützt dadurch PatientInnen in der Rehabilitation und ArbeiterInnen bei schweren Hebearbeiten. Aus Österreich schafften es gleich zwei Projekte in die internationale Auswahl. Heuer werden die nationalen GewinnerInnen am 18. September bekanntgegeben, die Verlautbarung des/der internationalen PreisträgerIn erfolgt am 6. November.
www.jamesdysonaward.org

www.antalis.at

antalis Green Connection

Ihr Partner für Papier und Umwelt

Intakte Umwelt ist ein erlesenes Gut. Sie ist der Stoff aus dem die Zukunft schöpft. Antalis ist sich dieser partnerschaftlichen Verantwortung bewusst. Deshalb fördern wir den Verkauf von Recyclingpapieren und Papieren aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Dokumentiert wird dies unter anderem durch die Zertifizierung von Antalis bei den bedeutenden Zertifizierungssystemen FSC und PEFC. Wenn Sie mehr zu unserem Sortiment erfahren wollen kontaktieren Sie unsere Verkaufsteams in Wien, Linz oder in Innsbruck.

antalis Just ask Antalis

PEFC FSC

Papier ist wiederverwertbar und unterstützt eine nachhaltige Forstwirtschaft. Papier ist weiterhin das meistgenutzte Kommunikationsmittel der Welt.

Impressum

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

Vorstand
Monika Fauler, Wien
Martin Fößleitner, Wien
Markus Hanzer, Wien
Beatrix Roidinger, Wien
Sigi Ramoser, Dornbirn

Geschäftsstelle
designaustria, designforum Wien im 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
Geschäftsführer: Severin Filek
Birgit Gartner (Office Management/Karenzvertretung), Irene Jäger (Presse & PR), Tamara König (Webredaktion & Projekt-Accounting/Karenzvertretung), Verena Reindl (Office Management/in Karenz), Heidi Resch (Projektmanagement), Sibel Sermet (Webredaktion & Projekt-Accounting/in Karenz), Judith Weiß (Projektmanagement), Brigitte Willinger (Managing Editor), Ulrike Willinger (Publikationen & Projektmanagement)

Redaktion
Brigitte Willinger und Severin Filek,
Museumsplatz 1, 1070 Wien

Fotos
Die Rechte liegen bei den beitragenden DesignerInnen, AutorInnen, Institutionen, Veranstaltern, Verlagen etc. bzw. bei deren FotografInnen. Namentlich wurden genannt: *BEDA General Assembly:* André-Yeves Coenderaet, Luka Mjeda (BEDA-Vorstand); *EDBD & Europäisches Forum Alpbach 2014:* Luiza Puiu; *Ausstellung »Original vs. Fälschung«:* Aktion Plagiarius e. V. (alle) und ROX Asia Hong Kong (Tempo Taschentücher); *MAK Design Labor/MAK Forum:* EOOS (Rendering), MAK/Katrin Wißkirchen (Themeninseln); *Ausstellung »Vorbilder«:* Konstantin Grcic (Schreibtisch), MAK/Katrin Wißkirchen (Vorhangschloss); *100 beste Plakate:* 100 beste Plakate e.V. (und die jeweiligen UrhberInnen)

Layout und Artdirektion
zeitmaß, Sandra Steiger
Kandlgasse 16, 1070 Wien

Papier
Claro Bulk, Umschlag: 250 g/m², Kern: 115 g/m²,
zur Verfügung gestellt von Antalis Austria GmbH,
Obachgasse 32, 1220 Wien

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

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

ISSN 1022-9566
mit Unterstützung des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur

bm:uk

P.b.b. Verlagspostamt 1070 Wien
PTA-Zulassungsnummer 02Z032526M

ICON8

THE ILLUSTRATION CONFERENCE

work and play

JULY 9-12, 2014
PORTLAND, OREGON

WWW.THEILLUSTRATIONCONFERENCE.ORG

Art by Carson Ellis