

Joseph Binder Award 2014: Preisverleihung und Symposium | Maria Blazejovsky: Wie die Worte uns sehen und die Bilder uns sprechen lehren | Typejockeys: Design mit Herzblut | DA-Studioporträt: Gorenje Design Studio: Design als Problemlösungsstrategie | 100 beste Plakate 13 (Ausstellung) & 14 (Ausschreibung) | Buchempfehlung: »Das Bestiarium« – Unternehmenstypen im Kommunikationsdesign

designaustria®

# DA

## mitteilungen

### 1234.2014



10 YEARS  
redefining  
arts



# Inhalt



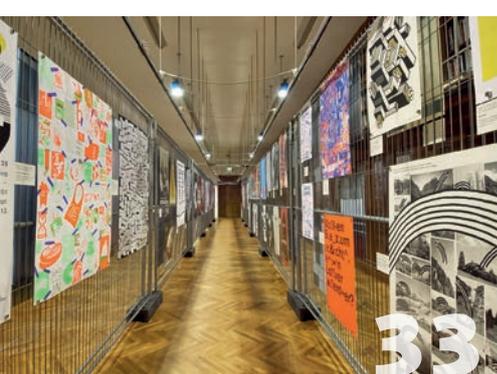
5



20



26



33

Liebe Kolleginnen und Kollegen | \_ 03

Editorial | \_ 04

## *Joseph Binder Award 2014*

| \_ 05 Und gewonnen hat...! Joseph Binder Award die Zwölfte  
| \_ 07 JBA14 – The Winners

## *Joseph Binder Symposium 2014*

| \_ 10 Wohin führt die Linie? Die Zukunft der Illustration | \_ 15 Maria Blazejovsky: Wie die Worte uns sehen und die Bilder uns sprechen lehren

## *DA-Interview*

| \_ 16 Typejockeys: Design mit Herzblut

## *DA-Studioporträt*

| \_ 20 Gorenje Design Studio: Design als Problemlösungsstrategie

## *Members@Work*

| \_ 22 buero bauer | Sägenvier | Lichtwitz Leinfellner visuelle Kultur  
| \_ 25 Roland Stecher | Julia Landsiedl | FH Joanneum | Paulus M. Dreiholz  
| \_ 26 lenz+ büro für visuelle gestaltung | Hofegger und Partner  
| Alexander Strohmaier | Monika Maslowska | Verena Hochleitner | La Razzia  
| Otmar Grissemann | \_ 28 Volker Uiberreither | designgruppe koop  
| podpod design | Soda Designers | \_ 30 Thomas Feichtner | \_ Design Ballendat

## *Nachrufe*

| \_ 31 Helmut Benko (1934–2014) | Karl Brunner (1940–2014)  
| \_ 32 Johannes Peter Klien (1946–2014)

## *Ausstellungen*

| \_ 33 100 beste Plakate 13 Deutschland Österreich Schweiz  
| Design Discourse: Austria – South Africa

## *Buch*

| \_ 34 »Das Bestiarium« – Unternehmenstypen im Kommunikationsdesign

## *Erfolge*

| \_ 35 NWW Design Award 2014 | James Dyson Award 2014  
| \_ 36 Internationaler Deutscher PR-Preis 2014

## *Calls & Wettbewerbe*

| \_ 37 100 beste Plakate 14 Deutschland Österreich Schweiz  
| Red Dot Award: Product Design 2015 | European Design Awards 2015

## *Material & Bedarf*

| \_ 38 Arctic Paper

Impressum | \_ 39





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

## Liebe Kolleginnen und Kollegen

Joseph und Anna

So viele Einreichungen beim Joseph Binder Award wie noch nie könnten ein Zeichen dafür sein, dass wir auf veränderte Situationen zunehmend schnell und gut reagieren. Auch dafür, dass wir unsere Arbeiten nicht nur gerne zeigen, sondern auch teilen und zudem letztendlich davon überzeugt sind, dass sie die Beachtung und Wertschätzung finden, die sie sich verdienen. Gleichzeitig vermag unsere Arbeit den Beitrag zu leisten, der benötigt wird. Im konkreten Fall war es das Design von Anna und ihren Jockeys\*, die gemeinsam mit uns den Award lokal und international platziert haben.

Und dazu gibt's, gewonnen oder nicht, ein inspirierendes und schönes Buch. Nicht verpassen.

2015 riecht man schon, für uns DesignerInnen frohlockend.

Schöne Festtage und – wie Rudolf Greger sagen würde: Frohes Schaffen!

Und wie immer: Schön, bei designaustria zu sein!

Der DA-Vorstand und die DA-Geschäftsstelle

*\* Anm. d. Red.: Nur der Ordnung halber: Gemeint sind Anna Fahrmaier und das Büro Typejockeys*





## Editorial

Die letzte Ausgabe der »DA-Mitteilungen« dieses Jahres steht mit einem Bericht zur Preisverleihung im MuseumsQuartier am 23. Oktober 2014 und einem Interview mit Anna Fahrmaier und Michael Hochleitner vom Wiener Büro Typejockeys noch einmal ganz im Zeichen des **Joseph Binder Award**, der nicht zuletzt dank des neuen visuellen Auftritts national wie international viel Aufmerksamkeit auf sich gezogen hat. Gelohnt hat sich das neue Erscheinungsbild des von designaustria initiierten Wettbewerbs für Grafik-design & Illustration nicht nur hinsichtlich des rasant angestiegenen Teilnahmeinteresses, sondern auch beim diesjährigen **Golden Pixel Award**, den wir in der Kategorie »Plakat und visuelle Kommunikation« gewonnen haben. Die freudige Botschaft erteilte uns mitten in der Produktion dieses Heftes. Die Begründung der Jury: »Das Siegersujet hat sich abgehoben: Nicht nur die Plakate, sondern auch die dazugehörigen Kommunikationsmittel sind ein visueller Genuss. Ansprechende Illustration, perfekt umgesetzt – designaustria macht seinem Namen Ehre.« Genauso soll es sein! Wir bedanken uns noch einmal herzlich bei den Typejockeys für ihre konzeptionelle und gestalterische Begleitung des Joseph Binder Award 2014 und die hervorragende, engagierte Zusammenarbeit sowie bei Grasl FairPrint für die große Sorgfalt und Umsicht bei der Produktion. Mitglieder von designaustria können den **Katalog**, der die preisgekrönten Projekte und die internationale Jury in Wort und Bild vorstellt, mit **beiliegender Karte** anfordern.

Viel Raum wird in diesem Heft auch dem auf die Preisverleihung folgenden **Joseph Binder Symposium 2014** eingeräumt, das im heurigen Jahr von Jürgen Schremser kuratiert und moderiert wurde. Zum Motto »Wohin führt die Linie? Die Zukunft der Illustration« ist es uns gelungen, internationale Illu-Stars wie Charles Hively & Sarah Munt aus den USA und Alexander Roob aus Deutschland als Keynote-Sprecher zu gewinnen. Kurzpräsentationen, in denen auch mehrere PreisträgerInnen des Joseph Binder Award 2014 zu Wort kamen, sorgten für ein spannendes Programm. Mit unserem Resümee wollen wir allen, die nicht mit dabei waren, Geschmack auf das nächste Symposium machen!

Als Weihnachtsgeschenke in letzter Minute eignen sich Bücher, Kinderbücher und Ausstellungskataloge, gestaltet von designaustria-Mitgliedern, die wir nebst vielen anderen interessanten Projekten in der diesmal sehr umfangreichen Rubrik **»Members@Work«** vorstellen, aber auch das von unserem deutschen Partnerverband BDG empfohlene **»Bestiarium«**, eine illustrierte Typologie des weiten Feldes des Kommunikationsdesigns in Buchform.

Wir wünschen angenehme Feiertage und ein gutes Jahr 2015!

Die Redaktion



Golden Pixel Award 2014 für designaustria und Typejockeys: Heidi Resch (designaustria), Michael Hochleitner und Anna Fahrmaier (Typejockeys), Vertreterin des Kategoriesponsors OKA, Karl Grasl (Grasl FairPrint), Werner Sobotka, Michael Seidl, Ernst Brunnbauer (VfG)

# Joseph Binder Award 2014

*Und gewonnen hat...!*



## Joseph Binder Award die Zwölfte

*Der 1996 von designaustria ins Leben gerufene Joseph Binder Award – Österreichs einziger international ausgeschriebener Wettbewerb für Grafikdesign & Illustration – hat die 12. Runde mit Bravour absolviert. Am 23. Oktober wurden im Wiener MuseumsQuartier 36 Trophäen in Gold, Silber und Bronze sowie 43 Auszeichnungen verliehen. Das anschließende Fest dauerte bis in die Nacht. Die 79 Siegerprojekte waren bis 23. November im designforum Wien ausgestellt und sind in einem Katalog dokumentiert. Für den neuen visuellen Auftritt zeichnete das Wiener Büro Typejockeys (siehe Interview) verantwortlich.*

Das fesche Dirndl mit Tattoo und Tablet-Computer unterm Arm und der flotte junge Mann in Lederhosen vor seinem Laptop sind ganz im Stil von Joseph Binders Tourismusplakaten der 1930er- und 1940er-Jahre gehalten. Ihr alpiner Charme macht dem Stifter und Namensgeber des Wettbewerbs – einem führenden österreichischen Designer und Illustrator der Zwischenkriegszeit, der später auch in Amerika Furore gemacht hat – alle Ehre. Gleichzeitig verankert das hippe Trachtenduo das gestalterische Geschehen im Hier und Jetzt und leitet über zu den zeitgenössischen Arbeiten der Bereiche Corporate Design, Kommunikationsdesign, Informationsdesign, Schriftgestaltung, Plakatgestaltung, Editionsdesign, Verpackungsdesign, Buchillustration, Medienillustration, Werbeillustration, angewandter Illustration und Design Fiction, die von einer 9-köpfigen internationalen Jury unter dem Vorsitz von Icograda-Präsidentin Iva Babaja ausgezeichnet wurden. Bei der Preisverleihung im Podium des AZW, moderiert von DA-Geschäftsführer Severin Filek und Susanne Breinfeld aus Mainz, die als Vorstandsmitglied des Bundes Deutscher Kommunikationsdesigner (BDG) auch in der Jury vertreten gewesen war, wurden neun Trophäen in Gold, 14 in Silber und 13 in Bronze sowie 43 Auszeichnungen vergeben. Laurent Graas von Design Luxembourg betonte auf der Bühne in seiner Funktion als Jurysprecher die Bedeutung von Designwettbewerben im Allgemeinen und des Joseph Binder Award im Besonderen. Den Medallenspiegel führt Deutschland (6 Gold, 5 Silber, 3 Bronze) vor Österreich (3 Gold, 6 Silber, 7 Bronze) und Ungarn (1 Silber, 1 Bronze) an. Dahinter liegen ex aequo Italien und die Niederlande (je 1 Silber) und die Schweiz (2 Bronze). 340 TeilnehmerInnen aus 28 Ländern waren mit insgesamt

690 Einreichungen – beinahe doppelt so vielen wie beim letzten Mal – angetreten, um eine der begehrten Trophäen zu erringen: international anerkannte und etablierte Größen wie **alessandri-design** aus Österreich, **Jäger & Jäger** aus Deutschland oder **TGG Hafen Senn Stieger** aus der Schweiz, aber auch zahlreiche junge Studios.

Eines von ihnen, das Wiener Büro **Atzgerei**, stellte seine Versiertheit in Grafikdesign und Illustration besonders eindrucksvoll unter Beweis und schoss mit zwei Auszeichnungen sowie Gold in der Kategorie Corporate Design den Vogel ab: Das neue Erscheinungsbild für das Donaufestival besticht durch ein markantes Ungleichzeichen, das die Veranstaltung nicht nur optisch von anderen abhebt. Gleich zwei Trophäen – eine in Bronze und eine in Gold – konnte die in Graz beheimatete Agentur **moodley brand identity** mit nach Hause nehmen: Ihr Debitorenmailing für Weitzer Hotels steht für optimiertes Kommunikationsdesign und zaubert noch dazu ein Schmunzeln aufs Gesicht der Empfänger. **Gassner Redolfi**, eines der prominenten Vorarlberger Studios, überzeugte wie schon bei der letzten Auflage des Wettbewerbs in der Kategorie Informationsdesign, in der es sich neben einer Auszeichnung auch Gold holte: Die Konzeption der Dauerausstellung »Holzperspektiven« für Rubner Haus wird dem nachhaltigen Baustoff durch mehrperspektivische Gestaltung gerecht.

Aufgrund überragender gestalterischer Qualität kamen in der traditionell starken Kategorie Editionsdesign gleich 2-mal Silber und 2-mal Gold zur Vergabe. Das Berliner Studio **Superfutura** punktete mit der klar und ausgewogen designten wissenschaftlichen Publikation »living rooms. Politik der Zugehörigkeiten im Wiener Gemeindebau«, einem Projekt der Universität Wien; und **Thomas + Martin Poschauko**, stationiert in Au bei Bad Aibling in Bayern, begeisterten die Jury in »Nea Machina« (Verlag Hermann Schmidt Mainz) abermals mit grenzenlosem Einfallsreichtum: Das Konzept zum Kreativitätsbuch der Zwillingbrüder war bereits beim Joseph Binder Award 2008 mit Gold in der Kategorie Design Fiction ausgezeichnet worden. Nun präsentieren sie eine überarbeitete und erweiterte Fassung, die sich sehen lassen kann. Perfektion in der Disziplin Schriftgestaltung führte **Jakob Runge** aus München mit seiner Schriftfamilie »FF Franziska« vor, die sich durch ein in allen Schnitten bestechendes Schriftbild und verspielte Kursiven auszeichnet. In der Disziplin Plakatgestaltung erregte **Götz Gramlich**, einer der führenden Palaktkünstler Deutschlands, mit seiner reduzierten und zugleich höchst wirkungsvollen Affiche »transit« in Form eines Verkehrskegels die Aufmerksamkeit der Jury.

In der Illustration, dem zweiten Schwerpunktbereich des Wettbewerbs, der durch die Einführung mehrerer Subkategorien eine Aufwertung erfahren hat, gab es Gold für die Neujahrskartenedition »Vorsätze 2014« von **Markwald Neusitzer Identity** aus Frankfurt, deren surrealistisch anmutende Zeichnungen auf humorvolle Weise an löbliche Vorhaben erinnern wollen. In der auftragsunabhängigen Kategorie Design Fiction, in der auch Geldpreise in Höhe von 2.500, 2.000 und 1.500 Euro zur Vergabe kamen, behauptete sich **Mustafa Karakas** von



der Fachhochschule Dortmund mit seiner kontroversen Plakatserie »Women's Rights«: Die schockierenden Misshandlungen, die Frauen angetan werden, sind in Form einer Blume in Szene gesetzt. In eindrucksvollen Bildern wird damit auf die Schönheit des Daseins, aber auch auf die Fragilität des menschlichen Lebens hingewiesen. Silber ging an eine Eigeninitiative von **Sarah von der Heide** aus Köln, die in »Draw Me the News« wöchentlich ein aktuelles Ereignis des Weltgeschehens illustriert. Und Bronze gab es für **Susanne Prettereibner** von der FH Joanneum in Graz und ihr ökologisches Kochbuch »Rezepte für die Zukunft«, das auch Hintergrundinformationen in Sachen Ernährung und Umwelt liefert.

Icograda-Präsidentin Iva Babaja sparte nicht mit Lob: »Als Designerin, die häufig an Jurys in aller Welt teilnimmt, kann ich sagen, dass das Qualitätsniveau der Arbeiten sehr hoch und vor

allem in den Kategorien Editionsdesign und Corporate Design besonders beeindruckend war.« Und Jurorin Karen Schmutz aus Lausanne kam zu dem Schluss: »Da müssen sich die Schweizer aber ranhalten, wenn sie ihrem guten Ruf gerecht werden wollen!« Der Wettbewerb ist in einem zweisprachigen (D/E) 220-seitigen **Katalog** dokumentiert, der die 79 nominierten Projekte sowie die Mitglieder der internationalen Jury in Wort und Bild vorstellt. DA-Mitglieder können ein kostenfreies Exemplar mit beiliegender Antwortkarte oder unter [service@designaustria.at](mailto:service@designaustria.at) anfordern. Weitere Exemplare können über designaustria zum Preis von Euro 19,80 (inkl. 10% USt.) bestellt werden.

Die Ausstellung ist noch bis 12. Dezember 2014 an der »Graphischen« in Wien zu sehen. Weitere Stationen in Deutschland und Luxemburg sind geplant.

## Joseph Binder Award 2014 – The Winners

Projekt		Design	Land
<b>Corporate Design</b>			
<b>GOLD: Donaufestival 2014</b>	Logo-Relaunch für einen Festivalveranstalter	<b>Atzgerei</b>	AT
<b>SILBER: STRUCT Baumanagement</b>	Erscheinungsbild für ein Baumeisterduo	<b>Demonstrative</b>	AT
<b>SILBER: Monier</b>	Erscheinungsbild für ein Bürogebäude	<b>Bleed</b>	AT
<b>BRONZE: Dr. Julia Czerny</b>	Erscheinungsbild für eine Arztpraxis	<b>Lisa + Giorgio</b>	AT
<b>AUSZEICHNUNGEN:</b>			
<b>Kunsthalle Mannheim</b>	Redesign für ein Museum	<b>Jäger &amp; Jäger</b>	DE
<b>Ultraschall Berlin</b>	Redesign für ein Musikfestival	<b>Jäger &amp; Jäger</b>	DE
<b>Erzähl uns Linz</b>	Erscheinungsbild für eine Ausstellung	<b>Grafikum – Studio für Gestaltung</b>	AT
<b>SeelenKost Organic Food Delivery</b>	Auftritt eines Bio-Lieferservice	<b>Atzgerei</b>	AT
<b>Kommunikationsdesign</b>			
<b>GOLD: Weitzer Hotels</b>	Debitorenmailing	<b>moodley brand identity</b>	AT
<b>SILBER: The Cube Calendar</b>	Kalenderobjekt	<b>Stroomberg</b>	NL
<b>BRONZE: Anonim</b>	Katalog für ein Kunstkollektiv	<b>100und1</b>	AT
<b>AUSZEICHNUNGEN:</b>			
<b>nock/art</b>	Broschüre für ein Land-Art-Projekt	<b>Kreative Visualisierung</b>	AT
<b>Quellen und Essenzen der Inspiration</b>	Eigenpublikation	<b>Projekttriangle Design Studio</b>	DE
<b>Flavor Ingredients Compendium</b>	Nachschlagewerk für Feinkost und Gastronomie	<b>Heine Warnecke Design</b>	DE
<b>Standpunkt Liesing</b>	Ressourcenbericht	<b>Nofrontiere Design</b>	AT
<b>30 Dialoge</b>	Jubiläumspublikation für eine Beratungsstelle	<b>Grafikum – Studio für Gestaltung</b>	AT
<b>Österreichische Wahrzeichen</b>	Dauerbriefmarkenserie	<b>Teresa Hausgnost</b>	AT
<b>Informationsdesign</b>			
<b>GOLD: Holzperspektiven</b>	Ausstellungsgestaltung	<b>Gassner Redolfi KG</b>	AT
<b>SILBER: vorarlberg museum</b>	Signaletik	<b>Sägenvier Designkommunikation</b>	AT
<b>AUSZEICHNUNGEN:</b>			
<b>Walgau Sammeln</b>	Ausstellungsgestaltung	<b>Sarah Schlatter</b>	AT
<b>Woodbox – Building the Future</b>	Ausstellungsgestaltung	<b>Gassner Redolfi KG</b>	AT
<b>Schriftgestaltung</b>			
<b>GOLD: FF Franziska</b>	Schriftfamilie	<b>Jakob Runge – Type &amp; Grafik Design</b>	DE
<b>SILBER: Muriza</b>	Schriftfamilie	<b>Schwarzsehen feat. type me!</b>	DE
<b>BRONZE: Rekja</b>	Schriftfamilie	<b>Nouvelle Noire</b>	CH
<b>Plakatgestaltung</b>			
<b>GOLD: Transit</b>	Plakat für ein zeitgenössisches Kunstfestival	<b>gggrafik</b>	DE
<b>SILBER: NID Fashion Show</b>	Plakate für eine Modeschau	<b>zup associati srl</b>	IT
<b>BRONZE: Kulturherbst Winterthur</b>	Plakate für ein Kulturfestival	<b>Peter + Noth</b>	CH
<b>BRONZE: Jenseits der Alpen</b>	Ausstellungsplakate	<b>Sägenvier Designkommunikation</b>	AT
<b>AUSZEICHNUNGEN:</b>			
<b>Die Goldene Stunde</b>	Konzertplakate	<b>Marc Damm</b>	AT
<b>Occupy Markets</b>	Sozialkritisches Plakat	<b>gggrafik</b>	DE
<b>Wir spielen für Sie</b>	Plakatkampagne für ein Theater	<b>Isabelle Winter/Staatstheater Kassel</b>	DE
<b>Film ab!</b>	Veranstaltungsplakate	<b>Isabelle Winter/Staatstheater Kassel</b>	DE
<b>Ballett am Rhein, 2013/14</b>	Plakatkampagne für ein Ballettheater	<b>Markwald Neusitzer Identity</b>	DE
<b>rhiz – analog lyrics, 2013</b>	Plakate für ein Musiklokal	<b>3007</b>	AT
<b>Editionsdesign</b>			
<b>GOLD: living rooms – Politik der Zugehörigkeiten im Wiener Gemeindebau</b>	Wissenschaftspublikation	<b>Superfutura</b>	DE
<b>GOLD: Nea Machina – Next Edition</b>	Kreativitätsbuch	<b>Thomas und Martin Poschauko</b>	DE
<b>SILBER: Museum – Haus des Lernens. Fallstudien in Museumstheorie</b>	Wissenschaftspublikation	<b>Lead82</b>	HU
<b>SILBER: ZEIT WERT GEBEN – Ein Inspirationsbuch mit 40 guten Gedanken</b>	Ideenskizzenbuch	<b>Projekttriangle Design Studio</b>	DE
<b>BRONZE: Schwarze Hunde &amp; Bunte Schafe</b>	Familiengeschichte	<b>Lisa Matzi</b>	AT
<b>AUSZEICHNUNGEN:</b>			
<b>Gallus &amp; Pretoria, Typotron-Heft 30</b>	Periodikum	<b>TGG Hafen Senn Stieger</b>	CH
<b>Was vom Leser übrig bleibt</b>	Fundstücke aus Büchern in Buchform	<b>Shakti Paqué, Borries Schwesinger</b>	DE
<b>Heinzelmännchen</b>	Berufsdokumentation	<b>Knusperhäuschen</b>	DE
<b>Frans Haacken</b>	Künstlermonografie	<b>formdusche – studio für gestaltung</b>	DE
<b>Closed Cities</b>	Fotobuch	<b>Manuel Radde</b>	AT

Projekt	Design	Land
<b>Verpackungsgestaltung</b>		
<b>SILBER: Kräuterlikör Marienapotheke</b>	Verpackungskonzept	<b>Ulrike Zeisel</b> Grafikdesign DE
<b>SILBER: Trapl Wein</b>	Flaschenetiketten	<b>Typejockeys</b> AT
<b>BRONZE: Am Dorfplatz 8</b>	Kernölverpackung und Etikett	<b>moodley brand identity</b> AT
<b>BRONZE: Weingut Gruber Röschitz</b>	Flaschenetiketten	<b>alessandridesign</b> AT
<b>AUSZEICHNUNGEN:</b>		
<b>Domaine La Louvière</b>	Relaunch und Etiketten	<b>alessandridesign</b> AT
<b>Barbara Wilds Gewürzmischungen</b>	Verpackungslinie	<b>zurgams Kommunikationsagentur</b> AT
<b>The Madeira Collection</b>	Flaschenkartons und -etiketten	<b>alessandridesign</b> AT
<b>departure literature lab</b>	Verpackungskonzept DVD-Edition	<b>3007</b> AT
<b>Buchillustration</b>		
<b>SILBER: Jazz</b>	Sachbuch	<b>Robert Nippoldt</b> DE
<b>BRONZE: Paris toujours</b>	Reiseskizzenbuch	<b>Studio Yimeng Wu</b> DE
<b>BRONZE: Was für ein Vogel</b>	Kinderbuch	<b>Norbert Nagy</b> HU
<b>AUSZEICHNUNGEN:</b>		
<b>mashUP – Ein Experiment mit der Collage</b>	Bachelor-Arbeit	<b>Lisa Kolbe</b> DE
<b>Mascha und der Bär</b>	Märchenbuch	<b>Renate Wacker</b> DE
<b>Ansichten vom Dorf</b>	Gedichtband	<b>designbüro wanja schnurpel</b> DE
<b>Und dann platzt der Kopf</b>	Bilderbuch	<b>Christina Röckl</b> DE
<b>Otto König – Der Tierprofessor vom Wilhelminenberg</b>	Biografie	<b>Michael Zagorski</b> AT
<b>Medienillustration</b>		
<b>BRONZE: Academy Awards 2014</b>	Magazinillustration	<b>halbautomaten Kommunikationsdesign</b> DE
<b>BRONZE: Eurocrisis</b>	Magazinillustration	<b>illustration tw (Tim Weiffenbach)</b> DE
<b>AUSZEICHNUNG:</b>		
<b>Leben auf zu großen Fußabdrücken</b>	Zeitschriftenillustration	<b>Verena Hochleitner</b> AT
<b>Werbeillustration</b>		
<b>AUSZEICHNUNG:</b>		
<b>The Story of All I Need Green Tea</b>	Animation	<b>Visual Artists Collective</b> AT
<b>Illustration in anderen Anwendungen</b>		
<b>GOLD: Vorsätze 2014</b>	Kartenedition	<b>Markwald Neusitzer Identity</b> DE
<b>SILBER: dasuno for Huber &amp; Lerner</b>	Weihnachtskollektion	<b>dasuno Werbeagentur</b> AT
<b>SILBER: Cycling Affairs. Smarte Ideen für Rad &amp; Stadt</b>	Kommunikationskampagne	<b>buero bauer</b> AT
<b>AUSZEICHNUNGEN:</b>		
<b>Rotkäppchen</b>	T-Shirt und Produktadaptionen	<b>esca – graphik + design</b> AT
<b>brut Wien</b>	Visuelle Kommunikation	<b>Atzgerei</b> AT
<b>Design Fiction</b>		
<b>GOLD: Women's Rights</b>	Plakatkampagne	<b>Mustafa Karakas</b> , Fachhochschule Dortmund DE
<b>SILBER: Draw Me the News</b>	Buchprojekt	<b>Sarah von der Heide Design &amp; Illustration</b> DE
<b>BRONZE: Rezepte für die Zukunft</b>	Ökologisches Kochbuch	<b>Susanne Prettereberner</b> , FH Joanneum Graz AT
<b>AUSZEICHNUNGEN:</b>		
<b>Im Schlaf – eine hypnagoge Ausstellung mit Begleitkatalog</b>	Ausstellungsprojekt	<b>Maria Hack</b> , Hochschule Augsburg DE
<b>geWOHNheiten</b>	Schulprojekt	<b>Maria Fuchs, Samira Fux, Sabine Zach</b> AT Höhere Graphische Bundes-Lehr und Versuchsanstalt
<b>Food Fight – Wer isst was?</b>	Gesellschaftsspiel	<b>Maria Horn</b> , Hochschule der Bildenden Künste Saar DE
<b>Die Zeit zu handeln</b>	Installation	<b>Sandra Krebs</b> , Bauhaus-Universität Weimar DE
<b>Learning Austrian Dialect</b>	Postkarten	<b>Teresa Hausgnost</b> , Staffordshire University/ Werbeakademie Wien AT
<b>Assoziationsräume und Fantasiewelten von Kindern</b>	Buchprojekt	<b>Kathrin Schemel Editorial Design</b> , Zürcher Hochschule der Künste DE
<b>Enter at Own Risk – Risiko und Glück</b>	Buchprojekt	<b>Franziska Loos</b> , Universität der Künste Berlin DE



- 1 Atzgerei: Corporate Design »Donafestival«
- 2 Jakob Runge: Schriftfamilie »FF Franziska«
- 3 moodley brand identity: Debitorenmailing »Weitzer Hotels«
- 4 Gassner Redolfi: Dauerausstellung »Holzperspektiven«
- 5 Superfutura: wissenschaftliche Publikation »living rooms. Politik der Zugehörigkeiten im Wiener Gemeindebau«
- 6 Thomas + Martin Poschauko: Kreativitätsbuch »Nea Machina«
- 7 Götz Gramlich: Plakat »Transit«
- 8 Markwald Neusitzer Identity: Neujahrskartenedition »Vorsätze 2014«
- 9 Mustafa Karakas: Plakatserie »Women's Rights«

# Joseph Binder Symposium 2014



## Wohin führt die Linie? Die Zukunft der Illustration

Am 24. Oktober 2014, dem Tag nach der Preisverleihung des Joseph Binder Award, luden designaustria und der ExpertsCluster illustra zum Symposium ins designforum Wien. Die Veranstaltung, die mittlerweile zum dritten Mal stattfand, richtete den Blick auf die Zukunft des vielseitigen Genres Illustration und bot mit Vorträgen und Diskussionen Raum für Visionen. Dabei standen die Entwicklungspotenziale der digitalen Bildproduktion ebenso zur Debatte wie die Frage nach der Relevanz des »eigenen Strichs« in Zeiten der beschleunigten Verfügbarkeit und (Re-)Produzierbarkeit von Illustration. Der Kurator des Symposiums, der Illustrator und Historiker Jürgen Schremser, leitete die Vorträge mit einem Zitat von Charles Hively ein: »Illustration is an art form that has not been discovered yet or has been forgotten.«

In diese Kerbe schlug sogleich der erste Keynote-Sprecher, der deutsche Künstler **Alexander Roob**, der sich an der Schnittstelle von Kunst und Wissenschaft bewegt. Mit seinen Zeichnungen dokumentiert er Arbeits- und Bewegungsabläufe und erforscht, wie Realität zeichnerisch wahrgenommen wird. Für das Symposium hatte er eine ungewöhnliche Geschichte der Illustration vorbereitet und zeigte Zusammenhänge zwischen Illustration als fortschrittlicher, ja utopistischer Darstellungsform, angewandter und freier Kunst sowie Fotografie auf. Dass Andy Warhol ganz in der nordamerikanischen Kunsttradition stand, führte er eindrucksvoll mit seiner filmisch aufbereiteten Doku »Der letzte Tiler« vor Augen. Das Motto des 1877 in Amerika gegründeten Tile Club (tile = Fliese), dem zwölf fortschrittliche Künstler, darunter Winslow Homer, angehörten, lautete: »Let's do something decorative.« Das war für damalige Verhältnisse durchaus radikal gemeint. Die Tile Sessions dieser die Vorrangstellung Amerikas in der Reproduktionsgrafik begründenden Künstler wurden von Musik und Literatur begleitet, was wiederum an die Factory Warhols (aka Drella) denken lässt, ebenso wie der

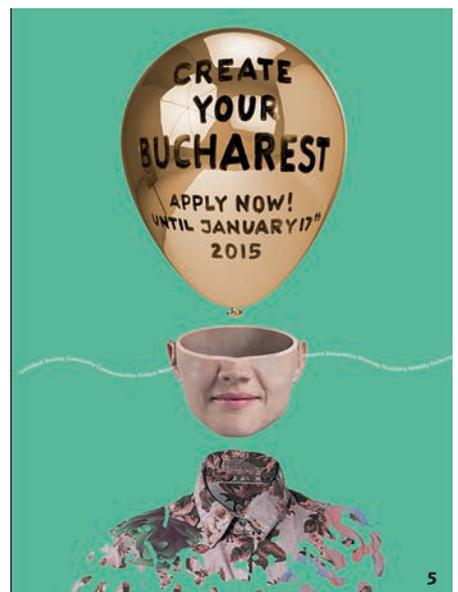
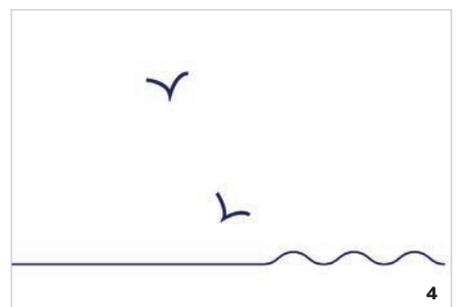
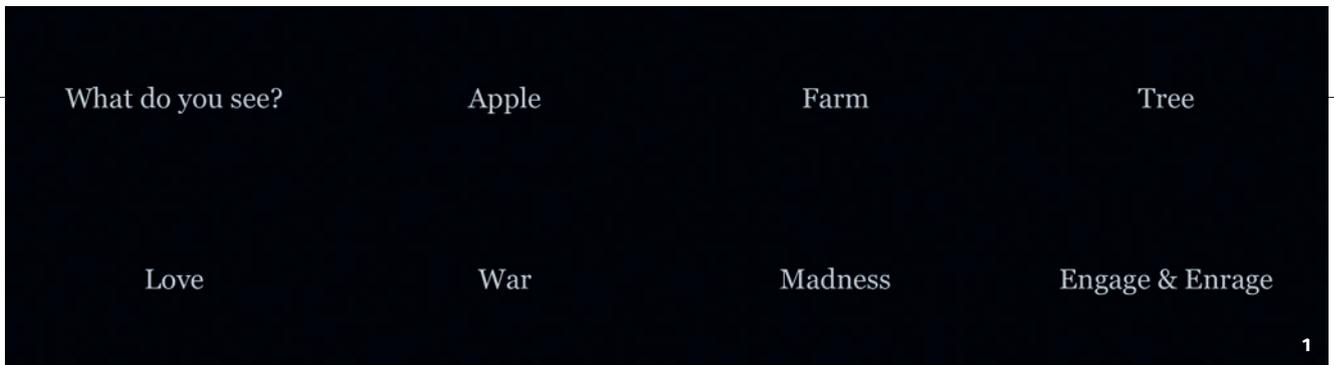
Werdegang vom Gebrauchskünstler zum Vertreter der hohen Kunst ein typisch amerikanischer Weg ist.

Die zweite Keynote lieferten **Charles Hively** und seine Partnerin **Sarah Munt** ([www.3x3mag.com](http://www.3x3mag.com), [www.CQjournal.com](http://www.CQjournal.com)), u. a. Herausgeber und Gestalter von »3x3«, »The Magazine of Contemporary Illustration«, »The 3x3 Annuals« und »Creative Quarterly«. Ihre Präsentation »Words and Pictures« kam unerwartet ganz ohne Bilder aus. Zu einfachen Begriffen wie »Apple«, »Farm«, »Tree« oder »Love« konnte man seinen Assoziationen freien Lauf lassen, sich selbst ein Bild im Kopf machen oder eines aus dem Bildrepertoire der Kunstgeschichte suchen. Die an den Schluss gestellten Wörter »War« und »Madness« waren dann ein Aufruf an die Community der IllustratorInnen, sich verstärkt auch dieser ernsten Themen anzunehmen. Angeregt durch das positive Feedback der SymposiumsteilnehmerInnen hat Charles Hively auf [ih8war.com](http://ih8war.com) die Plattform »Artists and Designers Against War« ins Leben gerufen.

Den Anfang der Kurzpräsentationen machte die preisgekürnte Illustratorin und Grafikdesignerin **Franziska Walther** (<http://sehenistgold.de>), Mitglied der internationalen Jury des Joseph Binder Award 2014: Ihr Vortrag »Marke Illustrator« war dem Problem des eigenen Branding gewidmet, mit dem sich IllustratorInnen häufig konfrontiert sehen. Ihre Erfahrungen gibt sie in Portfolio-Beratungen zum Thema »Die gute Mappe« innerhalb des deutschen Verbands Illustratoren Organisation ([www.io-home.org](http://www.io-home.org)) weiter: Die Persönlichkeit des Illustrators/der Illustratorin wird immer mehr untrennbar mit der Qualität seiner/ihrer Arbeiten verbunden.

Als »unfreiwilliger« Experte für Illustration des **buerobauer** ([www.buerobauer.com](http://www.buerobauer.com)) führte **Sebastian Rauch** in »Illustrated Identities« vor, was als Illustration gelten kann, welche Reaktionen sie auslöst und wie sie medienübergreifend eingesetzt werden kann. Letzteres illustrierte er u. a. eindrucksvoll am Beispiel des beim Joseph Binder Award 2014 mit Silber prämierten Projekts »Cycling Affairs – Smarte Ideen für Stadt & Rad«, einem Wettbewerb rund ums Fahrrad.

- 1 Charles Hively & Sarah Munt: »Words and Pictures«
- 2 Franziska Walther: »Marke Illustrator«
- 3 Alexander Roob: Illustration als Linearzeichnung
- 4 buero bauer: Illustration für die Rückseite einer Postkarte
- 5 buero bauer: Plakatentwurf »Create Your Bucharest«
- 6 buero bauer: Kommunikationskampagne »Cycling Affairs«





1



2



4



Where does value come from?

3



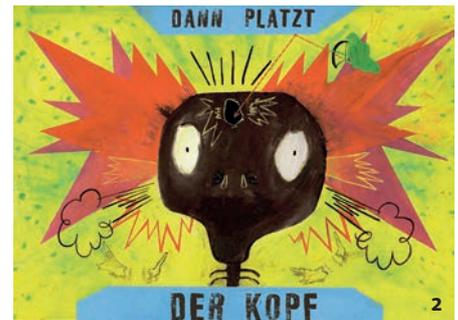
4

1 Brian Main: interaktive Illustration für das Goethe-Institut

2 Brian Main: interaktive Illustration für Casali

3 Brian Main: Illustration »Where does value come from?«

4 Maria Blazejovský: Kinderbuchillustrationen



1 Stefanie Guse: Ergebnisse des Collaborative Drawing im Rahmen des Projekts »Seeanemonen«

2 Christina Röckl: Bilderbuch »Und dann platzt der Kopf«

Der in Österreich lebende amerikanische Illustrator **Brian Main** gestaltet riesige animierte und interaktive Bildwelten für Games & Apps (siehe z. B. [www.lilredapp.com](http://www.lilredapp.com)). In **The Future of a Business Model** sprach er über den Wert und Mehrwert von Illustration und wie dieser Gefahr läuft, in einer Welt des Kapitalismus und der Bürokratie an Substanz zu verlieren. Fazit: »Klassenkampf« ist angesagt – IllustratorInnen, besinnt euch auf eure Werte!

Menschen zum Zeichnen zu animieren, die von sich meinen, es nicht zu können, ist ein Anliegen von **Stephanie Guse** ([www.stephanieguse.com](http://www.stephanieguse.com)). Die in Wien lebende Designerin und Künstlerin aus Deutschland stellte im Vortrag »Von Hand zu Hand denken – Kollaboration durch Zeichnung im Social Design« ihr Seeanemonen-Projekt aus dem Bereich der Biologie vor, in dem sie zu einem verblüffenden Ergebnis kam: Von Hand illustrierte Bilder im Zeichnen nicht geschulter WissenschaftlerInnen vermitteln durch Empathie und Emotion mehr als reale mikroskopische Aufnahmen. Zitat: »Ein wesentlicher Zug des

Sozialen wie des Designs ist nicht zuletzt auch der Glaube an die Gestaltbarkeit von Zukunft. Im Social Design erfolgt dies *für* die Gesellschaft *mit* der Gesellschaft.« Zeichnen ist für Guse eine menschliche Ausdrucksform, vergleichbar der Schrift, derer sich alle Menschen bedienen sollten.

Wie schon Charles Hively und Sarah Munt beschränkte sich die erfahrene Kinderbuchillustratorin und Pädagogin **Maria Blazejovsky** ([www.blazejovsky.com](http://www.blazejovsky.com)) bei ihrer Präsentation »Wie die Worte uns sehen und die Bilder uns sprechen lehren« auf das Gesprochene. Ihren beeindruckenden Text drucken wir im Anschluss an diesen Beitrag ab.

**Christina Röckl** ([www.erikaspitzt.com](http://www.erikaspitzt.com)) stellte ihr von Kindern angeregtes und beim Joseph Binder Award 2014 ausgezeichnetes Bilderbuch für Erwachsene »Und dann platzt der Kopf« vor. In Gesprächen mit sehr jungen Menschen ist sie dem Begriff Seele auf den Grund gegangen und hat deren Ideen und Gedanken in überzeugend kindliche und dabei umso aussagekräftigere Bildwelten übersetzt.

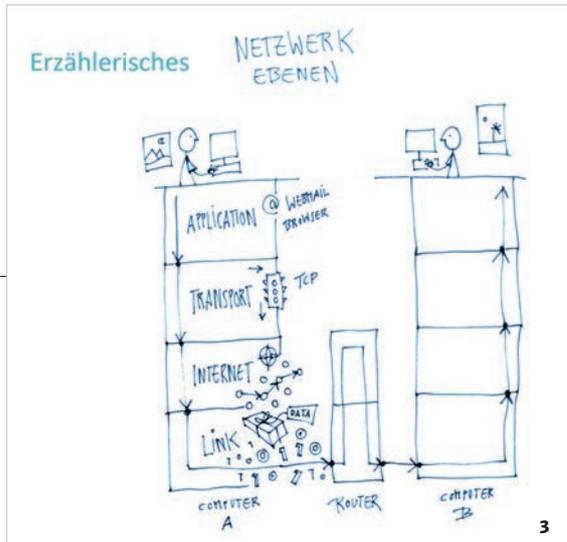


Mont'li-d'issus et  
tu verras Montmartre  
Et aris bien connaisse.  
Qu' tu verras sûr'ment qu'ça' dros de plus  
De li haut s'il fait beau.

Tu verras de Fois j'irai à Charles  
Si tu n'l'as pas vu t'as qu'à  
monter li-d'issus  
Tu verras Montmartre

Pepe Luccia, Jean-Marc Monte Li devant du verres Montmartre

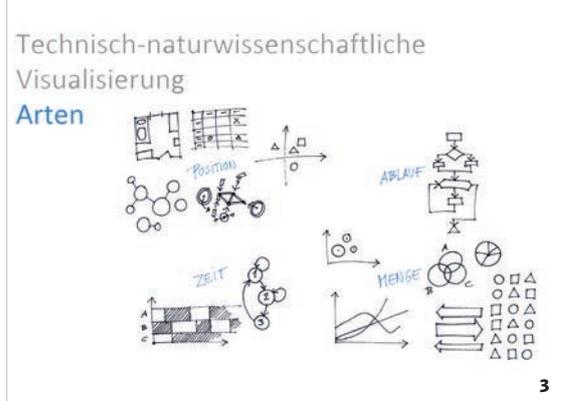
1



3

侷使例俗伊修倏做储催傲儁就僭僂儿元兄充  
光克克兔觉兢入八公六共关兴兵其具典养兼兽  
輶内冈冉册允写农冢冬冰凄淞儿凡凭凸凹出击  
凿刁分创制制剑前剑制制劈办务动努劳劲势勇  
丈上下刀不与丐丑专丕世丙业东丝丢两严丧个  
乞也乡书买乱争事于亏互示五井些亟交办产亨  
亲人仁今介从仓全代令以件企伊众会伞伞余佩  
使例俗伊修倏做储催傲儁就僭僂儿元兄充先

2



3



4

- 1 Yimeng Wu: Reiseskizzenbuch »Paris toujours«
- 2 Yimeng Wu: Font »Bojing« für Hanyi Fonts Beijing
- 3 Wolfgang Hauer: »Bilder fürs Verstehen in Wissenschaft, Technik und Didaktik«
- 4 Die Vortragenden des JBS14

Neben ihrem beim Joseph Binder Award mit Bronze prämierten Reiseskizzenbuch »Paris toujours« präsentierte die aus China stammende und heute in Berlin lebende **Yimeng Wu** ([www.yimengwu.com](http://www.yimengwu.com)) in »Bewegte Illustrationen und Schriften zwischen China und Europa« auch Schriftgestaltungs- und Ausstellungsprojekte und damit die »mediale und kulturelle Bandbreite des Strichs«. Ihr Font »Bojing« in Simplified Chinese für die Foundry Hanyi Fonts Beijing umfasst 7.000 Schriftzeichen und ist eine Synthese aus Bauhaus und chinesischer Kalligrafie.

Den Schlussvortrag übernahm der in Linz stationierte Infografiker und Illustrator **Wolfgang Hauer** ([www.blickformat.com](http://www.blickformat.com)): In »Bilder fürs Verstehen in Wissenschaft, Technik und Didaktik« führte er vor, wie Illustration den Verständnisprozess unterstützt und hilft, komplexe Prozesse darzustellen. Darüber hinaus bietet sich Infografik in bestimmten Kontexten auch als sinnvolle Ergänzung zur narrativen Illustration an.

## Wie die Worte uns sehen und die Bilder uns sprechen lehren

Zwei Zitate zum Anfang: »Ein Bild sagt mehr als tausend Worte« und »Wer keine Worte hat, hat auch nichts zu sagen«. Worte können trösten, aufstacheln, uns zu Lachsalven hinreißen oder zur Salzsäule erstarren lassen. Wie ein Wort ausgesprochen wird, dafür steht uns eine ganze Bandbreite an emotionalen Färbungen und Interpretationsmöglichkeiten zur Verfügung. Dazu kommt auch noch die Sprachmelodie. Sprache ist wie eine riesige Spiellandschaft: Hat man die Worte, kann man sich darin tummeln wie die Fische im Meer.

Auf gleicher Ebene steht das Spiel mit den Farben – ein beinahe endloses Areal. Nehmen wir Rot. Allein das Wort lässt schon Hunderte Vorstellungen zu: Feuer, Hitze, Wärme, Zorn, Rache, Gefahr, Leidenschaft, Liebe. Die Farbfamilie Rot beginnt beim zartesten Rosé und endet bei einem dunklen, fast schon bedrohlichen Farbton, der ins Schwarze geht und an eingetrocknetes Blut erinnert. Im Spiel mit Wort/Ton und Farbe/Akzent lässt sich beides zu einer fantastischen Gemeinsamkeit verbinden. Und was für Rot gilt, ist selbstverständlich auch auf jede andere Farbfamilie anwendbar.

Ich bin geneigt, ein Glaubensbekenntnis zu Bilderbüchern abzulegen. Sie bilden in der grandiosen Einheit von Wort und Bild die Bühne, auf der Leben gespielt und Problembewältigung geübt wird, im Alltagsleben genauso wie bei den wildesten Abenteuern, die Bücher und Geschichten zu bieten haben.

Eine Menge Fragen tun sich auf und wollen beantwortet werden: Warum hat der Affe ein Fell und das Krokodil nicht, die haben doch beide scharfe Zähne?! Warum fressen die einen Gemüse und die anderen Fleisch? Warum sind die einen giftig und die anderen nicht? Warum bellt der Hund und grunzt das Schwein? Aus den in den Geschichten und im Spiel erprobten Tönen und Worten formt sich für das Kind die Sprache: laut/leise,

hoch/tief, bedrohlich /tröstend, ungestüm, wild, lallend, mit Akzent... Immer mehr Fragen tauchen auf: Warum kann man ein Tier zähmen und was bedeutet zähmen? Und schon sind wir mitten in der Literatur und der »Kleine Prinz« schiebt sich ins Geschehen.

Die Sprache ist für das Kind, das gelernt hat, Bilder zu lesen, das Gerüst, um immer differenziertere Nuancen auszuprobieren und mit eigenen Wortschöpfungen zu brillieren. Die Bilder wiederum prägen die Emotionen: Im Dunkeln kann sich alles Mögliche ereignen und verbergen. Vorsicht ist geboten, genaue Wahrnehmung gefragt. Das grelle Licht wiederum überblendet Feinheiten, der Lärm verdeckt die diffizilen Töne. Bilder bieten dem Kind einen Zaubergarten der Worte: Wie heißt denn das? Wer hat sich dort oben versteckt? Warum ist das Pferd grün? Und es spielt nicht nur eine Rolle, was es sieht. Es kommen auch noch alle anderen Sinne »zu Wort«: Wie fühlt/hört sich das an? Kann es sprechen, grunzen, gackern, heulen... Wie riecht das? Gibt es ein stinkendes Grau und ein schreiendes Rot?

Bilder kommen erst einmal sehr einfach, auf das Wesentliche reduziert auf das Kind zu: der rote Apfel, der grüne Frosch, der blaue See. Allmählich differenzieren sich die Bilder und parallel dazu die Sprache. Das Kind wird zum Jugendlichen. Gerade in diesem Alter ist »Sprachegewalt« das sanfte Mittel, um sich durchzusetzen. Das Kind wird zum Erwachsenen und kann seine Bedürfnisse, Erkenntnisse und Wünsche punktgenau definieren.

Bilder lesen lernen heißt auch: seine Wahrnehmung zu schärfen, aus der Haltung und dem Erscheinungsbild eines Gegenübers Schlüsse zu ziehen, zu verstehen, was mir die Werbung da verklickern will und dass ich auch dann, wenn ich den tollen Mantel von XY kaufe, immer noch nicht so fantastisch aussehen werde wie das Model auf dem Bild. Dass ich hinterfragen kann, warum mir die Politik gerade dieses Bild von sich und ihrer Linie vermitteln will.

Sprache ist ein weites Feld. Es fängt bei »Schau genau« an und landet vielleicht irgendwann bei Proust, Thomas Mann oder Elfriede Jelinek. Das Kind lernt, Bilder zu lesen und die Wirkung und Möglichkeiten der Worte zu erkennen und zu gebrauchen und wird daher (hoffentlich!) als Erwachsener nicht zur Faust, sondern zum überlegten Wort greifen. So gesehen sind Bilderbücher und Wortspiele der direkte Weg zu einer friedlichen Welt.

(*Maria Blazejovskij*)

# DA-Interview



## Typejockeys: Design mit Herzblut

Aus Anlass der erfolgreich abgeschlossenen zwölften Runde des Joseph Binder Award bat designaustria das Wiener Büro Typejockeys, das für den neuen visuellen Auftritt des Wettbewerbs verantwortlich zeichnet, zum Interview. Das Gespräch führte Heidi Resch mit den Gründungsmitgliedern des Studios Anna Fahrmaier (AF) und Michael Hochleitner (MH).

*Grund unseres Interviews ist der Joseph Binder Award, reden wir also gleich darüber: Das neue Konzept von designaustria sieht vor, dass ab nun jedes Jahr die gesamte grafische Gestaltung von einem anderen Studio übernommen wird – einem Studio, das beim Wettbewerb davor für zumindest eine Arbeit prämiert wurde und das Mitglied von designaustria ist. Ihr seid die Ersten... Wie habt ihr die Aufgabenstellung empfunden und wie seid ihr auf euer Sujet, das Trachtenpärchen, gekommen?*

**AF:** Die Aufgabenstellung war eigentlich sehr offen, wir sollten einen neuen, frischen und jungen Ansatz für den visuellen Auftritt des Joseph Binder Award 2014 liefern. Wir sind dankbar, dass wir dabei freie Hand hatten. Die einzige Vorgabe war, Joseph Binders Arbeit in irgendeiner Form zu zitieren. Daraus konnte man sehr viel machen.

**MH:** Wir haben uns Bücher und Publikationen angeschaut, alles, was wir über Joseph Binder gefunden haben. Wir fanden seinen Illustrationsstil sehr spannend – besonders den der Tourismusplakate. Wir haben uns natürlich auch angeschaut, was in den letzten Jahren gemacht wurde. Denn die Vorgabe des Zitats gab es ja bereits davor. Oft wurden da Elemente aus den Arbeiten Joseph Binders isoliert und in der Kommunikation des Wettbewerbs eingesetzt. Wir haben nicht nur ein spezifisches Detail ausgewählt, sondern uns seinen Illustrationsstil als solchen zur Vorlage genommen.

**AF:** Es ging uns darum, den Illustrationsstil in die heutige Zeit zu transportieren. Die Motive, die wir entwickelt haben, sollten durch Elemente wie iPad und Laptop oder auch das Styling der beiden Figuren in die heutige Zeit katapultiert werden.

**MH:** Genau. Wir sind mit Ironie herangegangen. Der Illustrationsstil ist alt, die dargestellten Personen sind junge Hipster.

**AF:** Ja. Durch das Wording haben wir das noch einmal unterstrichen: »Komm, mach mit!«. Es ging uns darum, dieses typisch Österreichische, dieses Charmant-Nostalgische herauszuarbeiten. Das schafft man natürlich durch diesen »Sound-of-Music«-Hintergrund ganz gut.

**MH:** Wobei die zwei eben keine Bauern sind, sondern Grafikdesigner. Er mit dem Laptop, sie mit Tattoo und Piercing. Wir hatten viele Ideen. Aber zu klischeehaft sollte es auch nicht werden, nur kleine Details sollten darauf hinweisen.

**MH:** Als Vorlage für die Illustration haben wir das Sujet nachge-

stellt und fotografiert. Die Modelle waren Anna und Stephan (Anm. d. Red.: Stephan Kirsch, Mitarbeiter seit 2012).

**AF:** Es war ja euer und unser Ziel, dass wir mehr Einreichungen generieren. Ich fand es schön zu hören, dass es fast doppelt so viele geworden sind wie in den letzten Jahren. Da können wir alle stolz drauf sein. Und konnten wir, denke ich, auch einen Beitrag dazu leisten.

*Illustration gehört ja eigentlich nicht zu den Disziplinen, für die ihr bekannt seid. Warum habt ihr euch dazu entschlossen? Hat euch der Illustrationsstil Joseph Binders überzeugt? Und habt ihr auch überlegt, typografischer vorzugehen?*

**MH:** Wir haben uns eigentlich relativ schnell für die Illustration entschieden, weil wir das spannend fanden, weil uns das am besten gefallen hat an ihm. Es stimmt, dass wir keine hauptberuflichen Illustratoren sind, aber wir bedienen uns immer der Mittel, die wir für den jeweiligen Job brauchen. Und es hat ja ganz gut funktioniert.

**AF:** Richtig, es war schnell klar, dass Binders Illustrationen ganz speziell sind. Dass das auch etwas ist, das auffällt. Die Anforderung war ja, mehr Leute zu erreichen.

*Euer Name weist ja schon darauf hin, dass euer eigentlicher Schwerpunkt auf Schrift liegt. Könnt ihr ein paar Worte zu den verwendeten Schriften sagen?*

**AF:** Für die Headlines haben wir eine adaptierte Binder-Schrift eingesetzt, zusammen mit unserer Sauber Script, die wir im Jänner unter den »Typejockeys Shots« herausgebracht haben. Die Headline-Schriften haben wir mit der Fließtextschrift Arquitecta von Latinotype kombiniert. Wir haben versucht, im Text-Layout der Drucksorten einen Kontrast zu dieser recht bunten, auffälligen Illustration zu schaffen, angepasst an den Umgang mit Typografie und Schrift der damaligen Zeit: sehr klar, ein strenger Raster, Umrandungen. Wir haben schon versucht, das Flair dieser Zeit zu erzeugen.

**MH:** Als Vorlage haben wir uns alte Film-Programmhefte angesehen.

*Kommen wir zu eurem Büro: Wie habt ihr zueinander gefunden?*

**MH:** Wir waren alle (Anm. d. Red.: Gründungsmitglieder Anna Fahrmaier, Michael Hochleitner und Thomas Gabriel) fünf Jahre zusammen auf der Graphischen und haben 2003 gemeinsam unsere Diplomarbeit gemacht: eine fiktive Neugestaltung für das Porgy & Bess. Im Endeffekt haben wir zu dritt sieben Corporate Designs dafür entwickelt, in unterschiedlichen Konstellationen.

**AF:** Weil wir geheim halten wollten, dass unser Projekt so umfangreich wird, haben wir dann extra für die Zwischenpräsentationen eine »Vertuschungsarbeit« gemacht.

**MH:** Das sind wir sehr konzeptionell angegangen. Wir haben uns zwei Bücher hergenommen – das eine war der FontShop-Katalog, das andere ein Grafikdesign-Buch – und daraus blind eine Schrift bzw. einen Gestaltungsstil ausgesucht. Auf diese Weise haben wir ein gefaktes Corporate Design entwickelt! Das machen wir zwar seither nicht mehr, aber vielleicht sollten wir das wieder aufgreifen! (Lacht.) Wir wollten auch nach der Graphischen miteinander arbeiten, sind aber zunächst getrennte

Wege gegangen. Anna war drei Jahre in Deutschland bei nowakteufelknyrim, Thomas hat für alessandridesign gearbeitet und in Den Haag Schriftgestaltung studiert. Ich habe diverse Freelance-Jobs gemacht und bin dann nach Reading gegangen, um dort Type Design zu studieren. Als ich dann als Letzter nach Wien zurückgekommen bin, haben wir Typejockeys gegründet – Ende 2008. Der Plan war von Anfang an, dass wir Grafikdesign machen wollen, weil es uns Spaß macht, uns aber gleichzeitig auf Schrift spezialisieren, wirklich professionelle Schriften machen. Was in Österreich bis dato sehr rar war. Wir wollten diese Schriften aber nicht nur gestalten und an FontShop verkaufen, sondern auch selbst vertreiben. Da steckt natürlich ein Aufwandsapparat dahinter. Man muss diese ganzen Verträge schließen, Agreements schreiben, sich ein Lizenzmodell überlegen, dann kamen noch Webfonts dazu usw. Die Schriftgestaltung ist ein kleiner Teil von dem, was es bedeutet, wenn man Schriften verkaufen will. Und Fonts sind Software, man muss sich mit der Technik beschäftigen, programmieren...

**AF:** Die ersten beiden Schriften, die Michael und Thomas eigentlich schon während ihres Studiums begonnen hatten, haben sie dann in der Typejockeys-Zeit zu Ende gebracht. Ein halbes Jahr nach unserer Gründung haben wir ein Release-Event veranstaltet, bei dem wir gleichzeitig die Foundry eröffnet haben.

**MH:** Im selben Sommer haben wir auch eine Tour durch Westösterreich gemacht, um darauf aufmerksam zu machen, dass es jetzt in Wien eine Schriftschmiede gibt.

**AF:** Die Typejockeys Roadshow haben wir das genannt.

**MH:** Wir haben Gestalter – vor allem Buchgestalter – angeschrieben, von denen wir wussten, die machen gute Arbeit, die könnten sich dafür interessieren. Aber auch Agenturen: »Wir sind nächste Woche bei euch in der Nähe, können wir vorbeikommen und zeigen, was wir so anbieten an Fonts und Lettering?« Dadurch haben wir auch Leute kennengelernt und auf unsere Arbeit aufmerksam gemacht. Und dadurch haben sich dann auch ein paar Zusammenarbeiten ergeben – das war ein ganz guter Start.

*Woher kommt der Name Typejockeys?*

**MH:** Der Name ist entstanden, als wir noch auf der Graphischen waren...

**AF:** Der Name basiert eigentlich auf Discjockey, ist eine Weiterentwicklung aus einem Gespräch, in dem es darum ging, was wir eigentlich tun wollen – mit Schrift arbeiten und harmonische, spannende Kombinationen entstehen lassen. Wir dachten uns, dass wir da eigentlich arbeiten wie DJs, und daraus ergab sich dann dieses Wortspiel.

**MH:** Nachdem der erste Presseartikel über uns erschienen war, wurde klar, dass die (deutschsprachige) Mehrheit unseren Namen mit den Pferde-Jockeys assoziiert – woran wir gar nicht gedacht hatten. Aber das ist okay. Jedenfalls ist der Name Programm.

*Gibt es abgesehen von Schriftgestaltung bestimmte Schwerpunkte?*

**AF:** Wir machen viel Lettering, zum Beispiel für Logos oder Zeitschriftencover, für »Page« haben wir einmal ein ganzes

Cover gelettert. Ansonsten – im Grafikdesign ist es eigentlich sehr breit gefächert. Da machen wir alles von Corporate Designs über CD-Verpackungen, Broschüren und Magazine bis hin zu Leitsystemen. Unterschiedliche Medien und Anwendungsbe-reiche machen die Arbeit spannend. Man kann also nicht sagen, dass der Schwerpunkt auf einem bestimmten Medium liegt, aber wir versuchen dort, wo der Handlungsspielraum da ist, den Fokus auf den Umgang mit Schrift zu legen. Da kommen wir zwangsläufig nicht drum herum.

**MH:** Es ist interessant, dass sich aus den Sparten Grafikdesign, Schriftgestaltung und Lettering unterschiedliche Kundenkreise ergeben haben. Beim Grafikdesign haben wir meist mit dem Endkunden zu tun, haben sehr direkten Kontakt und können auf individuelle Bedürfnisse eingehen. Bei der Schriftgestaltung ist es ja so, dass wir schon fertige Schriften anbieten. Damit richten wir uns vor allem an GrafikerInnen, die auf gute Fonts angewiesen sind. Lettering ist so ein Zwischending. Wenn wir ein Logo machen, ist es immer ein Lettering. Beim Lettering handelt es sich um einen handgezeichneten Schriftzug, nur für diesen einen Zweck. Da kann es auch eine Agentur sein oder ein Grafikdesigner, der oder dem wir als Spezialisten für Schrift und Lettering zuarbeiten. Bei Schrift kommt auch hinzu, dass wir Hausschriften machen, also Custom Type – Schriften, die speziell für einen Kunden bestimmt sind. Bei Sauber Script war's eben so, dass wir sie für Saubermacher gemacht hatten. Nach Ablauf der Exklusivrechte haben wir jetzt die Möglichkeit, die Schrift der breiten Öffentlichkeit anzubieten.

*Verwendet ihr nur eure eigenen Schriften oder auch andere?*

**MH:** Lettering machen wir natürlich ausschließlich selbst, bei Schriften ist das anders. Wenn eine unserer Schriften zufällig für ein Projekt passt, dann ist das super, und wenn nicht, nehmen wir eine andere.

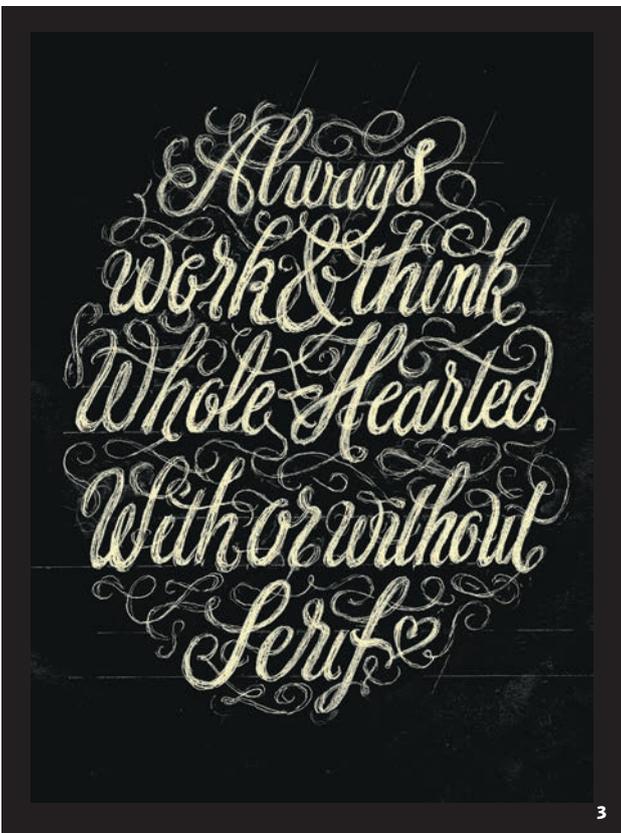
**AF:** Wir probieren unsere natürlich aus und schauen, ob sie den Designkriterien entsprechen. Aber es ist nicht so, dass wir verbissen versuchen, nur unsere eigenen Schriften zu verwenden. Es gibt ja viele tolle andere Schriften. Und es ist auch schön, andere Schriften zu benützen.

*Habt ihre eine Designphilosophie?*

**MH:** Always work and think wholehearted. With or without serif.

**AF:** Unser Herzblut ist auf jeden Fall immer dabei. Wir versuchen stets, uns sehr auf den jeweiligen Kunden und das jeweilige Projekt einzulassen und das Bestmögliche rauszuholen. Wir haben schon unterschiedliche Designphilosophien verlautbart: »Hier läuft die Arbeit nicht vom Band, wir schaffen noch mit Herz und Hand« – ein alter Bauernspruch. Das entspricht auch unserem Ansatz – zu versuchen, Persönlichkeit reinzubringen, indem man auch manchmal mit alten Techniken arbeitet.

**MH:** Wir möchten auf jeden Fall immer hinter dem stehen können, was wir machen. Was es oft nicht einfacher macht – aber es kommt auch kaum vor, dass wir Projekte haben, die wir nicht herzeigen wollen. Auf alles, was wir machen, können wir stolz sein, und das möchten wir auch so beibehalten. Wir machen keine Jobs, die man halt macht, damit man dann die coolen Jobs machen kann.



- 1 Typejockeys: Cover-Lettering »Page«
- 2 Typejockeys: Motto »Herz und Hand«
- 3 Typejockeys: Motto »Think & Work Wholehearted«
- 4 Typejockeys: Weihnachtskarten
- 5 Typejockeys: Labels und Verpackung »Trapl Wein«

*Habt ihr einen eigenen Stil, an dem man eure Arbeiten erkennt?*

**MH:** Das können andere besser beurteilen. Wenn ich mir unsere Website anschau, habe ich den Eindruck, dass wir sehr flexibel sind. Ich glaube, das ergibt sich auch dadurch, dass wir vier Leute sind und jeder von uns einen anderen Stil hat. Es ist bei uns auch immer so, dass die Projekte auf Teams aufgeteilt werden. Wenn Anna ein Projekt leitet, dann wird es anders aussehen, als wenn ich es leite. Wir versuchen eigentlich nicht, uns auf einen Stil festzulegen. Ich würde daher sagen, nein, aber das sehen vielleicht andere Leute anders.

*Hört ihr von Auftraggebern: »Ich will, dass ihr für mich arbeitet, weil ich genau diesen Stil mag«?*

**AF:** Nicht unbedingt wegen des Stils, aber wegen unseres Arbeitsansatzes. Es kommt schon vor – und das ist ja das Tolle, dass Leute kommen, weil sie Dinge von uns gesehen haben, die sie gut finden. Weil sie sich vorstellen können, dass wir auch für sie etwas Schönes machen könnten. Wir hören schon von außen, dass wir erkannt werden, dass Leute fragen: »Hey, ist das von euch?« Da ist immer irgendwo ein gewisse Verspieltheit, was Freches mit drin – wie auch immer sich das äußert. In einem Corporate Design für Lenzing Papier kommt es anders zum Ausdruck als in einem Cover für »Page«. Das sind unterschiedliche Anforderungen, wobei der Anspruch, etwas Spannendes zu machen, an dem wir Freude haben und mit dem wir auch dem Kunden Freude bereiten, immer der gleiche ist. Das ist uns immer ganz wichtig. Dass beide Seiten gut bedient sind.

**MH:** Also wenn wir jetzt eine Pamminer-Arbeit (Anm. d. Red.: Buchgestalter und Konzeptionist Walter Pamminer) und unsere nebeneinander stellen, sind sie sicher einfach zuzuordnen. Wir sind nicht die Minimalisten, aber trotzdem glaub ich, dass da noch genügend Raum für Vielfalt ist.

*Habt ihr Lieblingsprojekte?*

**MH:** Sicher. Das Corporate Design für Wäscheflott ist eines meiner Lieblingsprojekte – das hat vor zwei Jahren einen Joseph Binder Award gewonnen. Da ist sehr viel Herzblut hineingeflossen. Es handelt sich um eine Maßhemdenschneiderei, ein Familienunternehmen. Ich habe sehr eng mit der jungen Chefin, die das Unternehmen von ihren Eltern übernommen hat, zusammengearbeitet. Sie wollte das Unternehmen modernisieren und verjüngen und hat sich für uns entschieden. Das ist natürlich eine große Verantwortung, dass man das nicht verkackt, aber das ist es ja immer. Gleichzeitig gab es soviel Altes, von dem man sich inspirieren lassen konnte. Da gab's über die Jahre 15 verschiedene Logos. Es ist einfach was Schönes rausgekommen, es war eine gute Zusammenarbeit, ein befruchtender Austausch.

**AF:** Es ist schwierig, sich nur auf eines festzulegen... Das schon erwähnte Projekt Lenzing Papier finde ich sehr spannend. Wir betreuen das Unternehmen von Anfang an, seit es uns gibt und dort einen neuen Geschäftsführer. Wir haben das Corporate Design entwickelt, sind aber weiterhin eigentlich für alles, was nach außen geht, zuständig. Wir können es immer wieder ein bisschen weiterentwickeln. Man sieht einfach, was das für eine homogene Sache ist. Oft ist es ja leider so, dass man ein

Corporate Design entwickelt und dann abgibt. Auf der anderen Seite mag ich auch unsere kleinen eigenen Dinge sehr, wie zum Beispiel die Weihnachtskarten. Da versuchen wir jedes Jahr, etwas Besonderes zu schaffen. Diese kurzweiligen Projekte können erfrischend und spannend sein.

*Gibt es aufregende Zukunftsprojekte?*

**MH:** Thomas arbeitet gerade an einer neuen Schrift, die Anfang 2015 herauskommen soll. Das wird eine größere Schriftfamilie, eine Sans Serif. So eine hatten wir bislang nicht im Programm, und man hat uns schon gefragt, wann es soweit sein würde. Johannes Trapl war und ist definitiv ein sehr spannendes Projekt (Anm. d. Red.: Silber beim JBA14). Anlässlich des Joseph Binder Award 2014 ging das Bildmaterial dafür zum ersten Mal nach draußen. Ich habe in den vergangenen Monaten an einer Script-Schrift für ein großes deutsches Unternehmen gearbeitet. Die ist jetzt abgeschlossen und wird bald kommuniziert.

**AF:** Die Arbeit an einem Leitsystem für Zürich geht jetzt los. Wir arbeiten mit Architektinnen in Wien und Zürich zusammen.

*Arbeitet ihr viel für internationale Kunden?*

**MH:** Bei Schriften ist es wirklich breit gestreut. Wir machen alle lateinischen Schriften, aber auch kyrillische Schriften (zum Beispiel für die OMV). Unsere Schriften werden zum Glück auf der ganzen Welt lizenziert und verwendet – teilweise auch ohne Lizenz, aber das ist eine andere Geschichte. Für Hausschrift-Projekte ist Österreich relativ klein. In Deutschland ist die Nachfrage stärker, weil dort die Unternehmen größer sind und sich das eher leisten wollen und können. Oder auch, weil das Bewusstsein ein anderes ist. In England ist es gang und gäbe, dass Werbeagenturen bei größeren Aufträgen eine Schrift anfertigen lassen, weil sie wissen, welche tragende Rolle sie in der Geschäftskommunikation spielt. Das kommt hier jetzt langsam auch, das Interesse wird größer. Agenturen wissen, dass sie sich an uns wenden können. Die Agenturen sind ja die, die an die Kunden rankommen und mit ihnen arbeiten und es in der Hand haben, ob eine Hausschrift gemacht wird. Früher war es bei größeren Unternehmen üblich, dass der Gestaltungsauftrag ins Ausland vergeben wurde. Da finden wir es klarerweise besser, wenn er im Land bleibt. Natürlich soll letzten Endes die Qualität entscheiden, aber da müssen wir uns, glaube ich, nicht verstecken.

*Über Typejockeys:*

*Typejockeys ist ein Büro für Schriftgestaltung und Grafikdesign in Wien, 2008 von Anna Fahrmaier, Thomas Gabriel und Michael Hochleitner gegründet. Das Angebotsspektrum reicht von Plakatgestaltung, Editorial Design und Buchgestaltung über Screen- und Webdesign bis hin zu Corporate Design. Wie der Name verrät, liegt der Fokus jeder Arbeit auf Typografie und Schrift. Typejockeys bietet Produkte wie Custom Type und Lettering in internationaler Qualität an. Schriften können auf der Website des Studios ausgewählt und eingekauft werden:*

**[www.typejockeys.at](http://www.typejockeys.at)**

# DA-Studioporträt



## Gorenje Design Studio: Design als Problemlösungsstrategie

Wie auch einige andere Hersteller von Haushaltsgeräten verfügt Gorenje über mehr als fünfzig Jahre Erfahrung im Bereich Produktdesign und ist heute weltweit in Häusern, Wohnungen und Büros präsent. Im Jahr 2008 gründete Gorenje mit den drei internationalen Unternehmen Trimo, Riko und Pristop das Gorenje Design Studio, welches seit 2008 unabhängig auf dem Markt agiert. Seitdem haben wir unsere interdisziplinär-kreativen Prozesse bei mehr als 150 Projekten in unterschiedlichen Sparten angewendet. Die Bandbreite reicht von der Sportausrüstung bis hin zum User Interface in der Automobilindustrie. Dafür wurde unser Team in den vergangenen fünf Jahren in der Disziplin Produktdesign neunmal mit dem Prestigepreis Red Dot Design Award ausgezeichnet. In den Büros in Velenje und Ljubljana arbeiten wir zum heutigen Zeitpunkt mit einem Team von dreißig MitarbeiterInnen, die auf Design, Maschinenbau und Wirtschaft spezialisiert sind. Seit zwei Jahren expandieren wir kontinuierlich in ausländische Märkte – vor allem nach Österreich und Tschechien.

### Welchen Mehrwert bringen wir in eine Partnerschaft ein?

In fünfzig Jahren Erfahrung in der Industrie haben sich unsere DesignerInnen einen umfassenden Einblick in Produktionsprozesse und Geschäftsabläufe verschafft. Durch unsere betriebsinterne Designforschung sowie unsere Herangehensweise mittels Service Design Thinking bringen wir ganzheitliches Denken und die Entwicklung neuer Lösungen und Technologien sowie das notwendige Verständnis für AnwenderInnenbedürfnisse ein. Wir sind Unternehmen dabei behilflich, neue Lösungen auf dem Markt einzuführen, welche die Antwort auf Usererwartungen sind, und begleiten diese mit überzeugenden Geschichten. In Österreich schenken uns renommierte Unternehmen wie beispielsweise Fischer Sports, AVL DiTEST, Harreither und AHT das Vertrauen.

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

- 1 Abseilgerät »Anthon DSD plus«
- 2 Einbaugerät »Gorenje GUI«
- 3 Carving-Ski für Frauen »Fischer Sports KOA 100«
- 4 Home-Gateway »Innbox FTTH P2P Gigabit«
- 5 »BMW Brand Experience«



# Members@Work



1 buero bauer: Initiative Include



2 buero bauer: visuelle Identität »Parlamente der Welt« für den Österreich-Pavillon der 14. Architekturbiennale Venedig

Der Antrieb, die Gesellschaft mitzugestalten und dabei die unterschiedlichsten Bedürfnisse von Menschen zu berücksichtigen, hat das **buero bauer** jüngst veranlasst, die Initiative **Include** für **Inclusive Orientation Design** ins Leben zu rufen. Die Website will eine partizipative Netzwerkplattform für konstruktive und kritische Diskussion werden und Inklusion als gesellschaftlichen Auftrag in allen Aspekten der Gestaltung thematisieren. Sie steht Betroffenen, Kritischen und Neugierigen offen und lädt sie ein, ihre Ideen, Projekte und Visionen zu teilen. Inclusive Design spricht alle Menschen gleichwertig, unabhängig von ihrem persönlichen und kulturellen Hintergrund und ihren Fähigkeiten an. Von Respekt und Fairness getragen, unterstützt diese Designhaltung die Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen. Wöchentliche Beiträge stellen Innovationen im Bereich Orientierung sowie spannende Sichtweisen vor. Das buero bauer ist in Österreich Vorreiter auf dem Gebiet des Inclusive Orientation Design. Für den neuen Campus der Wirtschaftsuniversität im Wiener Prater verantwortet es das nach den Richtlinien von Inclusive Design konzipierte Orientierungssystem für das gesamte Areal. [www.include-initiative.org](http://www.include-initiative.org)

Im Team des interdisziplinären **buero bauer** zeichneten die Designer **Erwin K. Bauer** und **Stephan Göschl** verantwortlich für den visuellen Gesamtauftritt des **Österreich-Pavillons der 14. Architekturbiennale in Venedig**, der die grafische Ausstellungsgestaltung, den Pocket Guide, eine Theoriepublikation sowie die Art Direktion der Website umfasste. Kernthema der von Kommissär Christian Kühn konzipierten Schau war der architektonisch-analytische Blick auf **196 Parlamente der Welt**. An den Wänden des puristischen Pavillons von Josef Hoffmann wurden sie als Architekturmodelle präsentiert. Der visuelle Auftritt rückte Symbole nationaler Repräsentation in den Mittelpunkt: Die Nationalflaggen sind Ausdruck der Souveränität der einzelnen Staaten. Eine Software sortierte die Farben der Flaggen nach Prozentwerten. Deutlich wurden dabei Gruppierungen von Staaten, deren kulturelle Verbundenheit sich in der gemeinsamen Farbigkeit widerspiegelt. Der Pocket Guide lieferte vertiefende Informationen und Infografiken zu jedem Land und seinem Parlament. Erwin K. Bauer: »Unsere Visual Identity für den österreichischen Pavillon bietet mit den neu interpretierten Nationalflaggen und kontroversiellen politischen Begriffen Diskussionsstoff zur aktuellen Weltpolitik.« [www.buerobauer.com](http://www.buerobauer.com)

Preise regnete es nur so für das Dornbirner Gestaltungsbüro **Sägenvier**, das für das Orientierungssystem und die Plakatgestaltung des im Vorjahr neu eröffneten **vorarlberg museum**

verantwortlich zeichnet: Neben Silber bei den **European Design Awards 2014** und beim **Joseph Binder Award 2014** punktete das Projekt auch als Winner bei den **Iconic Awards 2014** und beim **Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2015** und sicherte sich einen Premier Award bei den **ISTD Awards 2014** in London. Das Leitsystem, das ohne Direktbeschriftungen an den Wänden und ohne Schilder auskommt und Informationsinhalte auf Wände und Böden projiziert, trifft den Puls der Zeit und überzeugt nicht nur durch Flexibilität, sondern auch durch den behutsamen Umgang mit den Materialien. Es hält sich bewusst im Hintergrund und unterstreicht die Ästhetik der Architektur. In einer Jurybegründung hieß es: »Ein Musterbeispiel für adaptive Signaletik...«. Das Orientierungssystem verschwindet, wenn das Museum am Abend seine Pforten schließt und das Licht ausgeht. Die Signaletik umfasst auch die Screens mit Schwarz-Weiß-Schrift an der Außenfassade, die mit Blattgold beschrifteten Veranstaltungsräume sowie die aufpolierten Schriften an den patinierten Messingtüren. Die Idee des Schriftzugs auf der Außenfassade mit Buchstaben aus Messing stammt von **Stefan Sagmeister**. Basierend auf seinen Entwürfen wurde der Schriftzug, der sich je nach Lichtsituation und Betrachtungsperspektive verändert, umgesetzt.

[www.saegenvier.at](http://www.saegenvier.at), [www.vorarlbergmuseum.at](http://www.vorarlbergmuseum.at)

Drei jüngere Projekte des Büros **Lichtwitz Leinfellner visuelle Kultur** bezeugen dessen große Kompetenz und Vielseitigkeit im musealen und kulturellen Bereich. Mit der Gestaltung und Infografik für das **Naturkundemuseum** im Grazer Joanneums-viertel wurden individuelle Räume geschaffen. Dabei galt es, die Wirkung der Objekte selbst zu unterstützen. Das Museum ist auf Interaktion ausgelegt und bietet in jedem Raum eine »Werkbank« als Möglichkeit zum Einstieg in das jeweilige Thema an. Komplexe Sachverhalte wurden anschaulich und mitunter raumgreifend visualisiert. Auch die Benutzeroberfläche der interaktiven Terminals, diverse Landkarten oder Hands-on-Materialien sind Bestandteile eines durchgängigen Gestaltungskonzepts. Durch den Einsatz spezieller Druck- und Transfertechniken konnten nahezu sämtliche grafischen Elemente direkt in die Oberflächen der Präsentationselemente integriert werden. Auch Corporate Design, Website und die Kampagne **Getanzte Schöpfung** für das **Weltmuseum Wien** lagen in den Händen des Büros. Die Bildmarke symbolisiert eine Gruppe von Personen, die sich im Kreis versammeln: Er steht für Zusammengehörigkeit, egal in welchem Kulturkreis. Für weitere Anwendungen wurden in einem umfangreichen Corporate Design Manual Spielarten der Grundelemente dekliniert, um Anwendungen für



Werbung, Web und Office möglichst medienspezifisch, aber dennoch kohärent zu gestalten. Der Jahresbericht 2013 der **Vienna Film Commission** dokumentiert die umfangreichen Aktivitäten der Institution. Ein dichtes, aber strukturiertes Gemenge an Zahlen, Fotos und Infografiken wird mit dem eigenwilligen typografischen Vokabular aus dem bestehenden Erscheinungsbild kombiniert. Aus der Coverbeschriftung wird ersichtlich, dass der Name gleichzeitig Mission ist.

[www.lichtwitz-leinfellner.com](http://www.lichtwitz-leinfellner.com), [www.museum-joanneum.at](http://www.museum-joanneum.at), [www.weltmuseumwien.at](http://www.weltmuseumwien.at), [www.viennafilmmmission.at](http://www.viennafilmmmission.at)

- 1 Sägenvier: Signaletik für das vorarlberg museum
- 2 Lichtwitz Leinfellner visuelle Kultur: Infografik »Naturkundemuseum«
- 3 Lichtwitz Leinfellner visuelle Kultur: Kampagne »Getanzte Schöpfung« für das Weltmuseum Wien
- 4 Lichtwitz Leinfellner visuelle Kultur: Jahresbericht »Vienna Film Commission«



1



2



3



4



5



5

- 1 Roland Stecher: Ausstellungskatalog »Jukebox. Jewkbox!«  
 2 Roland Stecher: Ausstellungsgestaltung »Ich, Felder. Dichter und Rebel!«  
 3 Julia Landsiedl: Ausstellungsgestaltung »Der perfekte Haushalt aus Papier«  
 4 Julia Landsiedl: Installation »Bygone Bonbons«  
 5 Katja Kraiss, Anja Schwendenwein: Ausstellung »Nagoya Design Meets Graz«



1 Atelier Dreiholz: Buchserie »The Time Machine«

2 Atelier Dreiholz: Architekturbuch »Unbuildable Tatlin?!«

Das auf Kultur- und Ausstellungsprojekte spezialisierte Designbüro von **Roland Stecher** zeichnete für Szenografie, Architektur und Katalog der neuen Sonderausstellung im **vorarlberg museum** verantwortlich. **Ich, Felder. Dichter und Rebell** (lief bis 16. November) inszenierte mit einer aus Papier gebauten Rauminstallation, zeitgenössischen Still-Videos, Toninstallationen und dem gesamten handschriftlichen Werk ein berührendes Bild des früh verstorbenen Schriftstellers, Bauern und Sozialreformers Michael Felder, dessen Name für Mut und Aufklärung steht. Die von Roland Stecher gestaltete und visuell begleitete Ausstellung **Jukebox. Jewkbox!** wurde kürzlich im **Jüdischen Museum Hohenems** eröffnet und läuft noch bis 8. März 2015. Entstanden ist die poppige Inszenierung eines jüdischen Jahrhunderts auf Schellack und Vinyl. [www.stecher.at](http://www.stecher.at), [www.vorarlbergmuseum.at](http://www.vorarlbergmuseum.at), [www.jm-hohenems.at](http://www.jm-hohenems.at)

Im Zentrum der von **Julia Landsiedl** gestalteten Ausstellung **Der perfekte Haushalt aus Papier – Bürgerlicher Alltag zur Zeit Mozarts**, noch zu sehen im **Hofmobiliendepot – Möbelmuseum Wien** bis 11. Jänner 2015, steht ein kulturhistorischer Schatz: das »Augsburger Klebealbum«, ein minutiös eingerichtetes Spielzeughaus in Buchform. Die Ausstellung ist als begehbare Klebealbum konzipiert. Die Besucher werden an Objekten, Figuren, Zimmern, Treppen und Stellagen entlang geführt und tauchen in einen Haushalt aus längst vergangenen Zeiten ein. Mit einer persönlicheren Vergangenheit beschäftigte sich eine Installation der Designerin: **Bygone Bonbons**, konzipiert für die Veranstaltung **Designblok** während der Prague Design & Fashion Week im Herbst, lässt bittersüße Kindheits-erinnerungen wach werden. Mit den einstigen Lieblingsbonbons

hat sie eine Miniaturwelt nachgebaut, die man auch noch auf Landsiedls Website besuchen kann. [www.jeplus.at](http://www.jeplus.at), [www.hofmobiliendepot.at](http://www.hofmobiliendepot.at), [www.designblok.cz](http://www.designblok.cz)

**Katja Kraiss** und **Anja Schwendenwein** wurden mit beim diesjährigen **Red Dot Award: Communication Design** für ihre Abschlussarbeit, die Ausstellung **Nagoya Design Meets Graz**, ausgezeichnet. Ihr Projekt wurde als eines von 569 von der internationalen Jury aus insgesamt 7.096 Einreichungen ausgewählt. Die beiden haben an der **FH Joanneum** das Master-Programm für Ausstellungsdesign absolviert und ihre Arbeit auch im Rahmen des Designmonats Graz präsentiert. Das Ausstellungskonzept fußt auf drei Elementen – der Verwendung von Holz und Papier, dem Format der Tatami-Matten und dem Einsatz von Licht und Schatten – und damit auf traditionellen Kriterien japanischer Ästhetik. [www.fh-joanneum](http://www.fh-joanneum), <http://red-dot.de>

Zwei Projekte des in London und neuerdings auch in Wien stationierten Grafikdesigners **Paulus M. Dreiholz** wurden bei den **ISTD Awards 2014** der International Society of Typographic Designers ausgezeichnet: Die bei Bookworks veröffentlichte dreibändige Serie **The Time Machine**, die auf gekonnte Weise mit Typografie spielt, erhielt einen Premier Award, und das aufwendig und mit Sinn für Detail gestaltete Architekturbuch **Unbuildable Tatlin?!**, erschienen bei Springer Wien/NewYork und bereits in Österreich mit einem Staatspreis sowie in Deutschland mit dem Buchpreis des Deutschen Architekturmuseums ausgezeichnet, ein Certificate of Excellence. <http://dreiholz.com>, [www.istd.org.uk](http://www.istd.org.uk)



**1** lenz+ büro für visuelle gestaltung: visuelle Gesamterscheinungsbild für die Klocker Stiftung

**2** Hofegger und Partner: visuelle Kommunikation für Hufnagl

**3** Hofegger und Partner: Geschäftsberichte für Polytec

Im Oktober 2014 wurde der Kunstpreis der **Klocker Stiftung** an **Lois Weinberger** verliehen. Das erste Künstlerbuch in der Publikationsreihe ist dem Preisträger gewidmet und im Verlag Hatje Cantz erschienen. Die Buchgestaltung wie auch das visuelle Gesamterscheinungsbild der Stiftung stammen von **Gabriele Lenz** und **Elena Henrich**, die mit ihrem mehrfach ausgezeichneten Studio **lenz+ büro für visuelle gestaltung** im geladenen Wettbewerb überzeugen konnten. Die Klocker Stiftung ist eine gemeinnützige Stiftung mit Sitz in Innsbruck und verfügt über eine beachtliche Kunstsammlung, die durch jährliche Ankäufe systematisch erweitert wird. Ab 2014 vergibt die Stiftung einen großen Kunstpreis sowie Förderpreise. [www.gabrielelenz.at](http://www.gabrielelenz.at), [www.klockerstiftung.com](http://www.klockerstiftung.com)

Ein rundes Paket an Kommunikationsmaßnahmen des renommierten Architekturbüros **Hufnagl** lieferte die Agentur für Corporate Design und Markengestaltung **Hofegger und Partner** ab. Dass bei den Bauprojekten des Auftraggebers die Menschen im Mittelpunkt stehen, sollten alle Kommunikationsmedien vermitteln. Bei der neuen Webpräsenz standen Übersichtlichkeit, Klarheit und Ästhetik im Vordergrund. Das Menü wurde bewusst schlank gehalten, der Fokus liegt auf den Projekten. In weiterer Folge wurden Folder für verschiedene Zielgruppen erstellt und eine Online-Marketing-Kampagne entwickelt. Zudem wurden die Geschäftsberichte 2012 und 2013 für den Automobilzulieferer **Polytec** aus Hörsching beim **27. International ARC Award** ausgezeichnet. Der allgemeine Teil wurde als ansprechendes Magazin nach dem Vorbild hochwertiger Automobilmagazine gestaltet und bietet Aktionären neben den Zahlen durch Fotos und Illustrationen einen spannenden Einblick in die Erfolgsgeschichte des Konzerns. Ein weiteres großes Projekt steht mit der Entwicklung eines gemeinsamen Auftritts der Installateure bevor: In einem mehrstufigen Auswahlverfahren hat sich die **Bundesinnung der Sanitär-, Heizungs- und Lüftungstechniker** für Hofegger und Partner entschieden. Gemeinsam mit Strategieberatern wird eine neue **Dachmarke** geschaffen. [www.hofegger.com](http://www.hofegger.com), [www.hufnagl-architects.at](http://www.hufnagl-architects.at), [www.polytec-group.com](http://www.polytec-group.com)

Diesen Herbst ist im **Luftschacht-Verlag** ein neues Buch von Illustrator **Alexander Strohmaier** und Autorin **Melanie Laibl** erschienen: **Nasenraub in Anderland – Der bunten Vielfalt auf der Spur**. Dieses Sach-Geschichten-Buch erzählt nicht nur vom spektakulärsten Nasenraub aller Zeiten. Es erweckt auch die Vielfalt fast vergessener Obst- und Gemüsesorten zu neuem Leben und wirft dabei einen kleinen Blick auf große Zusammenhänge. Für LeserInnen ab 8 Jahren. Hardcover, 20 x 24 cm, 70 Seiten, farbig illustriert. Das Buch wurde auf der

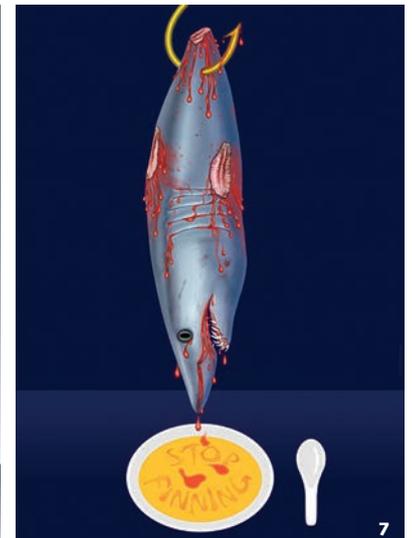
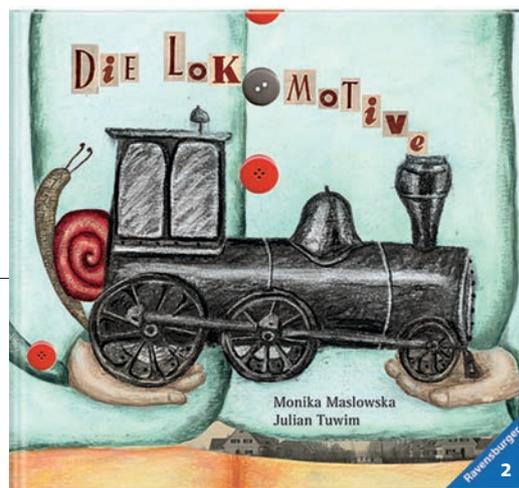
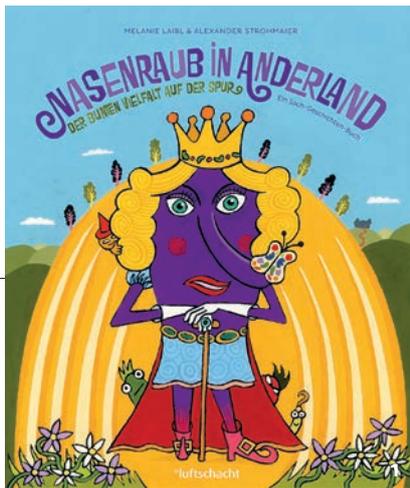
Buch Wien 2014 und in der Hauptbibliothek in Wien präsentiert. [www.strohmaierillustration.com](http://www.strohmaierillustration.com), [www.luftschacht.com](http://www.luftschacht.com)

Zu zwei weiteren Neuerscheinungen auf dem Kinderbuchsektor steuerte Illustratorin **Monika Maslowska** die Bilder bei. **Julian Tuwims** bei **Ravensburger** neu erschienene Geschichte **Die Lokomotive** ist ein polnischer Klassiker, den **James Krüss** 1969 in wunderbarer Reimsprache übersetzt hat. Lautmalerisch ahmt das Gedicht die Geräusche der Lokomotive nach, die mit Getöse und Gebräus ihre schwere Last zieht. Farbkräftige Bilder, Kohlezeichnungen und Fotocollagen illustrieren den Schwung der Bewegung und der Reime. Das Bilderbuch über die alte Dampflok ist für Kinder ab 4 Jahren geeignet. Die Geschichte **Drachen kocht man nicht** von Autorin **Michaela Holzinger** folgt auf **Drachen küsst man nicht** und ist im Innsbrucker **Obelisk Verlag** erschienen. Barnabas, der kleine Drache, soll verspeist werden! Missjö Schmatz, gefürchteter 5-Hauben-Koch, muss einen Kochwettbewerb gewinnen, und sein Rezept verlangt nach Drachenfleisch. Kunigunde und Jaromir stürzen sich ins Abenteuer. [www.monikamaslowska.com](http://www.monikamaslowska.com), [www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de), [www.obelisk-verlag.at](http://www.obelisk-verlag.at)

Ein ungewöhnliches Galeriekonzept – **Arbeit in der Auslage** – und die Zeichnungen der Illustratorin und Künstlerin **Verena Hochleitner** zogen die Aufmerksamkeit von PassantInnen im Herbst im 2. Bezirk in der Stüwerstraße auf sich. In sechs Vitrinen an der Hausfassade werden im fünf- bis achtwöchigen Rhythmus Ausstellungen präsentiert. [www.friederikegruenstich.blogspot.com](http://www.friederikegruenstich.blogspot.com)

Leicht einzuordnen ist **La Razzia** nicht. Ist das, was sie macht, post-, neo- oder gar nicht feministisch? Ist ihr Humor schwarz, intellektuell, traditionell? Eines ist gewiss: Ihr Strich ist raffiniert. Davon überzeugen konnte man sich im Projektraum der **Landesgalerie Burgenland** in Eisenstadt, wo ihre Ausstellung **Trotzphase** zu sehen war. **Doris Schamp**, so der bürgerliche Name der aus Oberpullendorf stammenden Designerin und Cartoonistin, ist jedenfalls eine erfrischende Erscheinung in der österreichischen Zeichner-Szene. Dies wurde ihr beim Internationalen Cartoonwettbewerb in Aachen bestätigt, bei dem sie es unter mehr als 280 internationalen TeilnehmerInnen aufs Siegerpodest schaffte. [www.laguggurazzia.at](http://www.laguggurazzia.at), [www.dorisschamp.at](http://www.dorisschamp.at)

Grafikdesigner, Illustrator, Cartoonist und Künstler **Otmar Grisseemann** widmet sich in seinem vielseitigen Schaffen auch sehr ernsten Themen. Viele seiner Plakate üben Kritik an der Gesellschaft, am Konsumsystem und an Machtstrukturen. Sein



Sujet **Bread instead of Missiles!** wurde von **Graphis** ins »Poster Annual 2014« aufgenommen und mit Gold und Platin ausgezeichnet. Die aktuelle Arbeit **Stop Finning** ist ein weiteres Plakat zu einem Thema, das wütend macht: Es betrifft den Verzehr von Hai-fischflossen (den Tieren werden die Flossen abgeschnitten, und anschließend werden sie lebend ins Meer zurückgeworfen) und wird im »Graphis Poster Annual 2015« erscheinen.  
[www.grissemandesign.com](http://www.grissemandesign.com), [www.graphis.com](http://www.graphis.com)

- 1 Alexander Strohmaier: Kinderbuchillustrationen »Nasenraub in Aderland – Der bunten Vielfalt auf der Spur«
- 2 Monika Maslowska: Bilderbuchillustrationen »Die Lokomotive«
- 3 Monika Maslowska: Kinderbuchillustrationen »Drachen kocht man nicht«
- 4 Verena Hochleitner: »Arbeit in der Auslage«
- 5 La Razzia: Cartoon »Trotzphase«
- 6 Otmar Grissemann: Plakatsujet »Bread Instead of Missiles!«
- 7 Otmar Grissemann: Plakatsujet »Stop Finning«



1 Volker Uiberreither: Plakat »Domgrabungen«

2 Volker Uiberreither: Ausstellungsplakat »Manzù« für das Dommuseum Salzburg

3 Volker Uiberreither: Plakat zum Tag der Verkehrssicherheit 1959

4 Volker Uiberreither: Tourismusplakat für Badgastein

5 ARGE Egger/designgruppe koop: Projekt »Dornbirn«

6 designgruppe koop: Büro-Neubau designgruppe koop

7 designgruppe koop: »Werkbuch«

8 podpod design: Beleuchtungskonzept »Amalienbad«

9 podpod design: Beleuchtungskonzept »Stadtpalais Liechtenstein«

10 Soda Designers: Schwenkspiegel »Bellevue«

11 Soda Designers: Waschbecken mit Klappspiegel »Vienna«

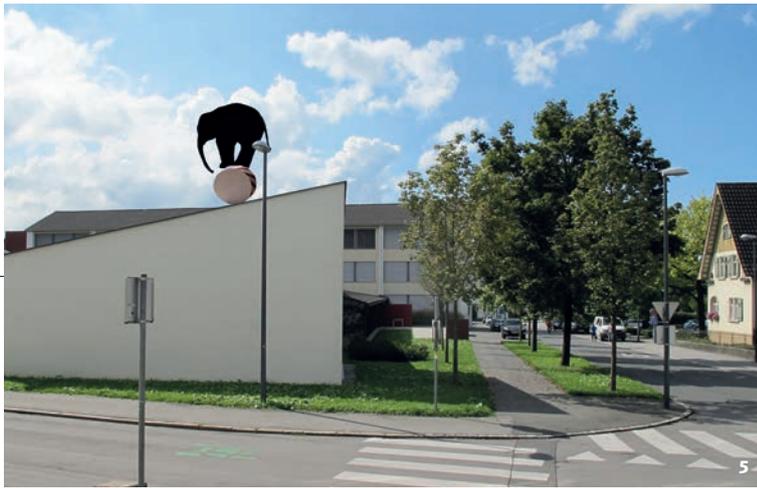
Wir gratulieren dem Salzburger Grafiker, Designer, Maler und Objektkünstler **Volker Uiberreither** zum **50-jährigen Berufsjubiläum**. Der Absolvent der Wiener »Graphischen« hat als Künstler zahlreiche Ausstellungen bestritten, selbst Ausstellungsprojekte initiiert und geleitet und als Grafikdesigner unzählige Bücher, Plakate, Kalender und Drucksorten gestaltet. Er wurde für seine Arbeiten, die zum einen von seiner Verbundenheit zu seiner Heimat und zum anderen von seiner großen Reiselust zeugen, vielfach ausgezeichnet. Über viele Jahre fungierte er als Präsident der Berufsvereinigung bildender Künstler Salzburg und engagierte sich zudem im Rahmen der Aktion »Licht ins Dunkel«. Im Jahr 2007 war er Preisträger der Karl-Weiser-Stiftung und bekam den Professorentitel verliehen. [www.uiberreither.at](http://www.uiberreither.at)

Gestalterische Vielseitigkeit und Kompetenz stellt die **designgruppe koop** immer wieder unter Beweis. Beim diesjährigen **VLOW! Award** überzeugten **Andreas** und **Nadine Koop** im Verbund einer ARGE, in der auch die Schriftstellerin **Daniela Egger**, die Künstler **Daniel Nikolaus Kocher** und **Gottfried Bechtold**, der Soziologe **Mark Riklin** und das **Büro Super BFG** eingebunden waren, mit ihrem Projekt **Dornbirn**. Es galt, Lösungen für fünf Städte der Gemeinschaft BVT (Bodensee-Vorarlberg-Tourismus) zu finden. Die Aufgabe bestand in der Gestaltung eines Erlebnisraumdesigns. Präsentiert wurden die Vorschläge vor Publikum und einer Live-Jury (in der u. a. Designspezialisten wie **Markus Hanzer** und **Clemens Schedler** vertreten waren). Im Fall Dornbirn sollte eine Verbindung zweier stark frequentierter Areale, die zwar nicht weit voneinander entfernt liegen, aber weder physisch noch gedanklich aneinander angebunden sind, hergestellt werden. Dafür wurde ein außergewöhnliches Leitsystem entwickelt, das intuitiv und spielerisch funktioniert. Zentraler Gedanke war die Weckung von Neugierde durch einen deplatzierten Polizisten und einen überdimensionalen Hirschkäfer. Die beiden Skulpturen irritieren – und informieren über das »andere« nahe gelegene und reizvolle Ziel, zu dem Trommeln den Weg leiten. Für den eigenen **Büro-Neubau**, geplant und gebaut ganz nach ökologischen Kriterien, erhielt die **designgruppe koop** einen **Iconic Award** und wurde dafür

zudem für den **German Design Award** nominiert. Und für das **Werkbuch** der Schreinerei **Freudig**, das die lange Geschichte und das Tätigkeitsfeld eines mittlerweile weiträumig agierenden Innenausbau-Unternehmens dokumentiert, gab es einen **Red Dot**, den 3. Platz beim **MfG-Award** in der Kategorie »Emotion« sowie eine Prämierung beim **DDC Award**. [www.designgruppe-koop.de](http://www.designgruppe-koop.de), [www.oekoop.com](http://www.oekoop.com), [www.vlow.net](http://www.vlow.net), [www.freudig.com](http://www.freudig.com)

Bei der Galanacht des **Deutschen Lichtdesignpreises 2014** in Berlin konnte **podpod design** gleich drei Preise mit nach Hause nehmen. Das auf Beleuchtungskonzepte spezialisierte Duo überzeugte in der Kategorie »Öffentliche Bereiche – Innenraum« mit dem bereits in Österreich beim Staatspreis Design 2011 ausgezeichneten Projekt **Amalienbad** sowie in der Kategorie »Museen« mit dem erst kürzlich wiedereröffneten **Stadtpalais Liechtenstein**. Zudem wurden Iris und Michael Podgorschek mit dem Titel **Lichtdesigner des Jahres 2014** ausgezeichnet. Wir gratulieren herzlich! [www.podpoddesign.at](http://www.podpoddesign.at), [www.lichtdesign-preis.de](http://www.lichtdesign-preis.de)

Das Studio **Soda Designers** besteht aus **Nada Nasrallah** und **Christian Horner**, die einander bei ihrem Industriedesign-Studium in Wien und Paris begegnet sind. Beide kommen ursprünglich aus dem Handwerk – aus der Tischlerei und der Goldschmiedekunst. Nach Arbeitererfahrungen bei Sottsass Associati und Paolo Rizzato in Mailand, Radi Designers in Paris und Philips Design in Wien und Singapur arbeiten die beiden seit geraumer Zeit im eigenen Büro, das auf Möbeldesign, Heim-elektronik, Innenausstattung und Wohnaccessoires spezialisiert ist. Beim diesjährigen Mailänder Möbelsalon präsentierten sie neue Produkte wie den Schwenkspiegel **Bellevue** für **Porro** und das Waschbecken mit Klappspiegel **Vienna** für **Rapsel**. Im Oktober waren sie mit ihren Produkten bei der Ausstellung »Austrian Design – Surprisingly Ingenious« beim Designblok Prague und bei der Dutch Design Week in Eindhoven sowie im Rahmen der Vienna Design Week in den Ringstraßen-Galerien vertreten. [www.soda.at](http://www.soda.at), [www.porro.com](http://www.porro.com), [www.rapsel.it](http://www.rapsel.it)





1 Thomas Feichtner: Wodkaglas »Absolut Elyx«

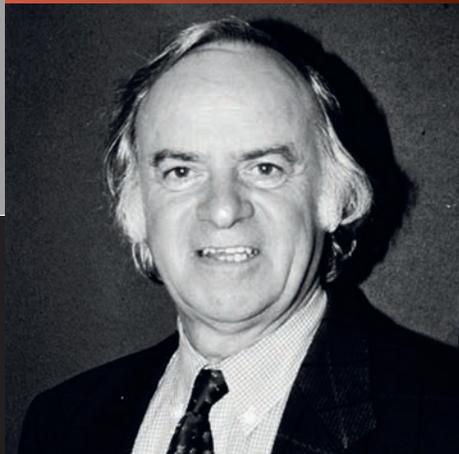
2 Design Ballendat: Gläser »Lucaris«

Designer **Thomas Feichtner** wurde von **Absolut Vodka** mit der Gestaltung eines neuen Glases speziell für **Absolut Elyx**, den edelsten Wodka der schwedischen Destillerie, beauftragt. Das Ergebnis erinnert bei aller Eigenständigkeit an frühere Möbel- und Tableware-Entwürfe des Gestalters: Es steht auf drei Beinen und zeichnet sich durch höchste Stabilität aus. »Mich fasziniert der formale Wechsel zwischen positiv und negativ, zwischen Sinus und Kosinus. Hier wollte ich, dass sich der Glaskörper von der Standfläche abhebt und dadurch Objektstatus erlangt«, erklärt Feichtner. Durch seine Kanten und Oberflächen lädt das Glas dazu ein, es nicht nur visuell, sondern auch haptisch zu erkunden. Es besticht durch seine Ausgewogenheit von Gewicht, Dicke und Höhe. Der zu Ehren Feichtners kreierte Drink besteht aus Elyx, Weizensirup, Limettensaft, einem Schuss Peychaud's und Angostura Bitter und erinnert in der Farbe an den alten Kupferkessel, in dem die wertvolle Spirituose lagert. [www.thomasfeichtner.com](http://www.thomasfeichtner.com), [www.absolut.com](http://www.absolut.com)

Wer **Martin Ballendat** eher als Möbeldesigner kennt, wird überrascht sein: Die in Thailand beheimatete und am asiatischen Markt etablierte Premium-Marke für Weingläser **Lucaris** vertreibt seit dem Sommer Ballendats Weinglasdesign: konkret vier Produktfamilien mit insgesamt 37 Gläsern. Zudem wurde Ballendat von Ocean Glass, Thailands größter Glasfirma für Haushaltsartikel, mit dem Aufbau der Marke beauftragt, von Namensfindung, Slogan, Grafikdesign und Fotostyling bis zum Verpackungsdesign. Nach fünf Jahren Arbeit kann man nun

ein sehr positives Resümee ziehen: Bei Veranstaltungen mit prominenter Beteiligung aus China, Japan und Thailand gab es begeisterte Resonanz. Die Beauftragung von Design Ballendat erfolgte aufgrund seiner in Asien bekannten Glaskollektionen für die Firmen InnCristal, Mikasa und Stölzle Oberglas, mit denen Martin Ballendat seine selbstständige Tätigkeit als Produktdesigner in den 1990er-Jahren begann. [www.ballendat.com](http://www.ballendat.com), [www.lucariscrystal.com](http://www.lucariscrystal.com)

# Nachrufe

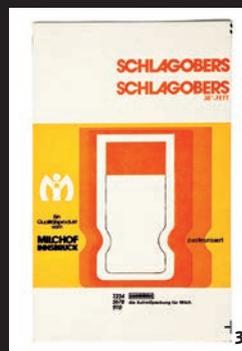
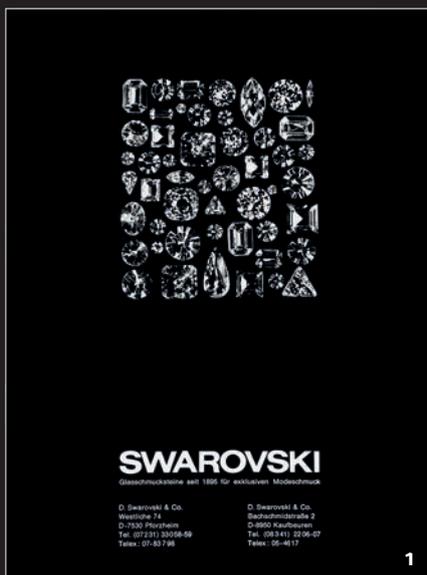


## Helmut Benko (1934–2014)

Tirol war der zentrale Wirkungskreis von Professor Helmut Benko – 2010 wurde ihm dieser Berufstitel verliehen – der im Grunde nochmals enger eingrenzbar ist: auf Innsbruck. Hier kam er zur Welt und wirkte über viele Jahrzehnte als herausragender Gestalter. Er, dem die Kunst nahestand, war davon überzeugt, man müsse sich entscheiden: entweder für die angewandte Gebrauchsgrafik oder für die freie Kunst. Beides parallel ginge nicht. Es wurde die Grafik; erst nach seiner Pensionierung 2001 widmete er sich wieder der Malerei und dem Zeichnen. Damals, so sagte er in einem Gespräch zur Ausgabe der monografischen Serie »design|er|leben«, standen im Telefonbuch außer ihm höchsten noch zwei, drei andere »erstzunehmende« Grafiker. Als gelernter Positivretuscheur mit anschließendem Studium an der »Angewandten« baute er 1961 für Swarovski ein firmeneigenes Atelier auf und leitete es knapp fünfzehn Jahre lang. Dann gründete er sein Studio. Für öffentliche Auftraggeber wie die Innsbrucker Kliniken gestaltete er Broschüren, für Einzelhändler Signets und Anzeigen, für Firmen wie den Milchhof Innsbruck Verpackungen. Helmut Benko verstarb am 30. März 2014.

(Andreas Koop)

- 1 Helmut Benko: Plakat »Swarovski Glasschmucksteine«
- 2 Helmut Benko: Cover »Neubau Innsbrucker Universitätsklinik«
- 3 Helmut Benko: Verpackungen für den Milchhof Innsbruck



## Karl Brunner (1940–2014)

Karl Brunner verstarb im April dieses Jahres in seinem Haus im Waldviertel. Nach seinem Pflichtschulabschluss absolvierte er eine Berufslehre als Offsetdrucker. Diese Ausbildung und die darauffolgende Berufspraxis waren vor allem für seine spätere Lehrtätigkeit eine wesentliche Erfahrung. Nach dem Militärdienst absolvierte er die Ausbildung zum Grafikdesigner an der Höheren Graphischen Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt Wien XIV. Wie bei vielen begabten jungen Gestaltern seiner Generation war auch für Karl Brunner die Kunst eine verlockende Vision. So begann er 1966 ein Studium der Malerei an der Akademie der Bildenden Künste in Wien, welches er 1970 abschloss. Ab diesem Zeitpunkt arbeitete er als freischaffender Grafikdesigner und Maler in Wien. Stellvertretend für viele seiner gebrauchsgrafischen Arbeiten soll an dieser Stelle auf das Erscheinungsbild der Sportartikelkette Schuh Schi verwiesen werden: Karl Brunner gelang damals – ganz im internationalen Trend der frühen 1970er-Jahre – mit klarer, flächiger Gestaltung und harten Schwarzweiß-Kontrasten innovatives, zeitgemäßes Design. 1975 wurde er als Professor für Grafikdesign an die »Graphische« berufen. Im Schulbetrieb wurde Karl Brunner sehr schnell selbst



1 Johannes Peter Klien: Beatmungsgerät »bellavista« für imtmedical

2 Johannes Peter Klien: Beschichtungsanlage für oerlikon balzers

zu einer Art Markenzeichen, war doch seine starke Ähnlichkeit mit dem berühmten Sänger und Schauspieler Kris Kristoffersen nicht zu übersehen! Auch sein »ausgestreckter Zeigefinger«, den er immer wieder im Unterricht und bei fachlichen Diskussionen als Mittel seiner Körpersprache einsetzte, wird wohl bei vielen Schülerinnen und Schülern wie auch bei seinen Kolleginnen und Kollegen unvergessen bleiben: eine Mischung aus Hinweis, Warnung und wohl auch eine sanfte Drohgebärde. 1968 heiratete Karl Brunner Silvia Bischof. Die beiden hatten zwei Töchter. 1981 erwarb er im Waldviertel das Haus Nr. 62 in Mottingeramt. Im Jahr 2000 trat er als Lehrer der »Graphischen« in den Ruhestand. Damit wurde sein Zweitwohnsitz im Waldviertel für ihn zunehmend zum Lebensmittelpunkt. Er konnte in der Einsamkeit der Natur wieder ungestört seine geliebte Malerei ausüben, aber auch die im Waldviertel noch weitgehend intakte Umwelt war für ihn wichtige Leben- und Inspirationsquelle. Bis zu seinem Tod war Karl Brunner immer der gestalterischen Kraft verpflichtet: Seit 2000 war er Obmann des Vereins »Kreatives Rastefeld«, der sich um Kulturförderung bemühte und auch viele Ausstellungen ausrichtete. Letztlich wurde Karl Brunners geliebtes Haus im Waldviertel auch zu seinem Sterbeort.

(Norbert Schröckenfuchs)

## Johannes Peter Klien (1946–2014)

In Wolfurt bei Bregenz aufgewachsen, studierte Johannes Peter Klien nach seiner Ausbildung in Vorarlberg und Arbeitsaufenthalten im Ausland an der Universität für angewandte Kunst in Wien Industrial Design, um danach, Anfang der 1970er-Jahre, in Paris in mehreren Studios tätig zu sein. 1979 ließ er sich mit seiner Familie in Liechtenstein nieder und gründete dort zusammen mit seiner Frau Margarita die Design Form Technik AG, über die er für die unterschiedlichsten nationalen und internationalen Konzerne Designs entwickelte. Sein vielseitiges und reichhaltiges Portfolio enthält unter anderem Lampen, Möbel, medizinische Produkte, Analyse- sowie Haushaltsgeräte und industrielle Maschinen. Zahlreiche internationale Auszeichnungen krönen seine Arbeit. Mehrere seiner Erfindungen wurden patentiert und begleiteten seine erfolgreiche Tätigkeit ebenso wie sein hochgeschätztes Urteil als Jurymitglied. Die Verbundenheit zu Wien hat Johannes Peter Klien bis zuletzt mit großer Freude gepflegt. Er beteiligte sich mit Interesse an der Design- und Kunstszene und schloss eine teilweise Rückkehr an den Ort seines Studiums im irgendwann geplanten Ruhestand nicht aus. Als begnadeter Designer, der mit sehr viel Herzblut, Leidenschaft und technischem Know-how ans künstlerische Werk ging, wird uns Johannes Peter Klien in bester Erinnerung bleiben.

(Matthias Peschke)

Karl Brunner: Ölmalerei »Abstrakte Komposition«



# Ausstellungen



## 100 beste Plakate 13 – Deutschland Österreich Schweiz

Herausragendes Kommunikationsdesign aus dem Jahr 2013 zeigt das **MAK** im **Kunstblättersaal** bis **26. April 2015**. Bereits zum neunten Mal sind die Siegerprojekte des beliebten deutschsprachigen Plakatwettbewerbs im MAK zu sehen und laden mit innovativen Gestaltungskonzepten zum Eintauchen in facettenreiche Bildwelten ein (über den Wettbewerb und die PreisträgerInnen aus Österreich haben wir in Ausgabe 2.2014 berichtet). Die aktuellen Beiträge bestechen in Materialauswahl, Arrangement und ausgefeilter Schriftgestaltung und dokumentieren eine subtile Auseinandersetzung mit der Frage nach dem adäquaten Maß von Schrift im Plakat. Dem viel beachteten Buch »The Medium Is the Massage: An Inventory of Effects« (1967) von Medientheoretiker Marshall McLuhan folgend präsentiert die Ausstellung Kommunikationsdesign, das RezipientInnen auf unterschiedlichen Wahrnehmungsebenen sensorisch »massiert« und damit beeinflusst. (Der Wortspiel kam aufgrund eines Druckfehlers zustande – richtig sollte es »message« heißen.) Unter den prämierten 100 Plakaten trifft auch dieses Jahr Arriviertes auf Neues. Beispielsweise interpretiert der Schweizer Erich Brechbühl für das Luzerner Theater Aeternam Ernst Hodels Gemälde »Aufstieg zum Mont Blanc« (1928) neu. Durch raffinierte Decollage lässt Brechbühl die schneebedeckten Berge der typischen Bergsteigeridylle dreidimensional in den Raum abblättern. Im Subtext werden auch die Klimaveränderung und der Rückzug der Gletscher in der Alpenregion mitkommuniziert. Die Ausstellung wird von dem gleichnamigen Buch, erschienen im Verlag Hermann Schmidt Mainz, begleitet, das den Sonderbeitrag »Über den Gebrauch von Plakaten« von Jan-Henning Raff enthält. [www.mak.at](http://www.mak.at)

**Zur Ausschreibung des Wettbewerbs 100 beste Plakate 14 siehe unter »Calls & Wettbewerbe«!**

## Design Discourse: Austria – South Africa

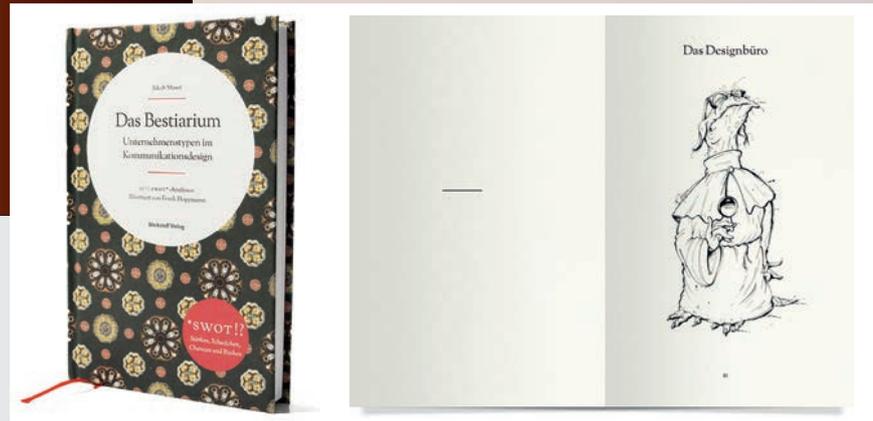
Kapstadt ist in diesem Jahr World Design Capital. Unter dem Zusammenschluss Österreichs führender Designinstitutionen präsentierte AustriaDesignNet von 6. bis 13. November 2014 österreichische Designkultur in der Hauptstadt Südafrikas. Formate wie Workshops, Gespräche und eine umfangreiche Ausstellung fördern den transkulturellen Dialog und Austausch. In der von dem Designerduo chmara.rosinke kuratierten Ausstellung »Design Discourse: Austria –South Africa« werden über 40 österreichischen Designprojekten etwa 30 südafrikanische gegenübergestellt. In Österreich ist die Schau von **28. Jänner** bis **8. März 2015** im **designforum Wien** zu sehen. [www.designforum.at](http://www.designforum.at)



**1** Erich Brechbühl: Plakat »Das Matterhorn ist schön – Alpbabzug« für das Theater Aeternam, Luzern

**2** Atelier Bundi: Plakat »Rigoletto« für das Theater Biel Solothurn

# Buch



## »Das Bestiarium« – Unternehmenstypen im Kommunikationsdesign

### Das Schweizer Taschenmesser für den Designdschungel

Auf der Suche nach einem Designer/einer Designerin wissen potenzielle Auftraggeber oft nicht, ob sie bei einem Designbüro, einer Werbeagentur oder einer CI-Beratung besser aufgehoben sind. Das »Bestiarium« von Jakob Maser mit treffenden und amüsanten Illustrationen von Frank Hoppmann hilft durch den Designerdschungel. Es stellt verschiedene Unternehmenstypen mit dem schonungslosen Blick des Insiders vor – damit man auch stets den richtigen Partner für das richtige Kommunikationsdesign findet. Dieses Buch ist unverzichtbar für alle DesigneinkäuferInnen und DesignerInnen, die den Designeinkauf verstehen möchten. Die SWOT-Analyse der Unternehmenstypen bietet eine präzise und ganz neue Entscheidungshilfe.

Das Buch ist 2014 im Werkstoff Verlag erschienen, der hilfreiche Bücher und Druckerzeugnisse für die Designwelt und darüber hinaus veröffentlicht. Getrieben wird er dabei von einer Leidenschaft für Logik, Typografie und gute Gestaltung. Dank einer Kooperation mit dem Berufsverband Deutscher Kommunikationsdesigner (BDG) erhalten DA-Mitglieder das »Bestiarium« zum Preis von Euro 16,95 (statt Euro 19,95), zzgl. Versandkosten. Bestellungen nehmen wir unter [service@designaustria.at](mailto:service@designaustria.at) entgegen. [www.werkstoff-verlag.de](http://www.werkstoff-verlag.de)

### Ein kurzes Interview mit dem Autor

*Jakob, für wen muss ein Designer/eine Designerin seine KollegInnen in Typen einteilen?*

Auf den ersten Blick scheinen die Unterschiede, zum Beispiel zwischen Designbüro und Werbeagentur, glasklar zu sein. In der Praxis gibt es jedoch viele Mischformen und Zwischenstufen. Designbüros machen Werbekampagnen, Werbeagenturen Geschäftsberichte und PR-Agenturen gestalten Erscheinungsbilder. Aus Auftraggebersicht sind wir alle daher meist »irgendwas mit Medien« oder einfach »Kreative«. Daher sind Missverständnisse und enttäuschte Erwartungen an der Tagesordnung – sowohl auf Seiten der AuftraggeberInnen, an die sich das Büchlein in erster Linie wendet, aber eben auch auf Seiten der DesignerInnen. Dabei beschränke ich mich auf Typen, die sich mit Unternehmenskommunikation, also Werbung, Öffentlichkeitsarbeit usw. beschäftigen. Denn in diesem Teil des Designerdschungels bin ich zuhause. Das »Bestiarium« basiert ja auf eigenen Erfahrungen und Gesprächen mit Auftraggebern sowie vielen Kolleginnen und Kollegen.

*Woher kommt denn die Einteilung in genau 12,5 Kategorien?*

Die hat sich ergeben. Zunächst hatte ich nur grob Schubladen wie Design, Werbung und PR im Kopf. Im Verlauf der Recherche kamen immer mehr Unternehmensprofile zusammen, die natürlich alle sehr individuell wirken, sich aber dennoch recht gut in diese 12 Schubladen einsortieren lassen. »Die eierlegende Wollmilchsau« als zwölfteiligste Profil war dann zum Schluss das Sahnehäubchen, um gleich im Titel klarzumachen, dass sich das »Bestiarium« nicht als wissenschaftlich exakte Analyse, sondern eher als Essay versteht. Deswegen auch die genialen Illustrationen von Frank Hoppmann, die viel Wahrheit enthalten, aber eben auch deutlich überzeichnete Charaktere zeigen. Also Achtung: nicht alles bierernst nehmen!

*Sollten DesignerInnen wirklich mehr mit SWOT-Analysen arbeiten?*

Situationen und Produkte zu analysieren und Menschen und Reaktionen einzuschätzen gehört für DesignerInnen zum täglichen Geschäft. Meist wird das jedoch intuitiv und aus dem Bauch heraus gemacht. Eine SWOT-Analyse kann dabei sehr hilfreich sein. Denn sie bietet eine Struktur, an der man sich orientieren kann. Erstaunlicherweise haben viele noch nie davon gehört. Dabei ist es wichtig, sich in der Sprache des Auftraggebers äußern zu können. So kann man argumentieren und kann als DesignerIn mehr als bloß Dekoration bieten.

*Welcher ist denn laut deinem Bestiarium der beste Designunternehmer?*

Ganz klar: die »eierlegende Wollmilchsau« – nur leider ist die ein Fabelwesen. Im Ernst: Die Vorstellung eines »besten« Designunternehmens ist Wunschdenken. Jeder der vorgestellten Unternehmenstypen hat seine spezifischen Stärken und Schwächen. Es geht darum, den zur Aufgabe und zum Unternehmen passenden Typus zu finden. Dabei soll das »Bestiarium« Orientierung bieten.

*Und wo würdest du dich selbst einordnen?*

Da bin ich wohl ein typischer Fall: eindeutig in eine Schublade passe ich nicht. Aber »Nicht-mehr-Jungspund-noch-nicht-Koryphäe« trifft es wohl ganz gut...

### Über den Autor:

Jakob Maser ist Designer und Unternehmer aus Berufung. Er spricht als freischaffender Designer und Berater in einer CI-Agentur aus reichhaltiger eigener Erfahrung über den Kosmos der DesignerInnen und darüber, wie dieser manchmal auf Auftraggeber wirken kann. [www.jakobmaser.com](http://www.jakobmaser.com)

### Über den Illustrator:

Frank Hoppmann illustriert für Tageszeitungen und Magazine, seine Arbeiten sind mehrfach mit Preisen ausgezeichnet.

[www.frankhoppmann.de](http://www.frankhoppmann.de)

# Erfolge



1



2



3



4

## NWW Design Award 2014

Mittlerweile zum zweiten Mal wurde der NWW Design Award für kreatives Interieur-Design verliehen. Im Herbst wurden die Gewinnerentwürfe der Öffentlichkeit präsentiert: Die Siegerprojekte kommen allesamt aus Deutschland. Die 18 nominierten Shortlist-Projekte waren von einer 14-köpfigen Jury unter der Leitung von Künstler Erwin Wurm begutachtet worden. Schlussendlich entschied man sich für vier Gewinner: Neben den vorgesehenen drei Preisen wurde ein Special Award vergeben. Nach der Jurysitzung äußerte sich Wurm zum Wettbewerbsthema, das diesmal unter dem Motto »Antifragilität« gestanden hatte: »Es gibt in unserer kurzlebigen Welt eine Sehnsucht nach Dingen, die Bestand haben. Holztische aus gutem Holz, Autos, die mit den Jahren zu wertvollen Oldtimern werden.« Von den jungen DesignerInnen hatte sich Wurm mehr Mut erwartet: »Mir fehlen die Naughty Peters. Alles ist heute so brav und angepasst geworden.« Der Gewinner **Benedikt Kartenberg** aus Münster überzeugte die international besetzte Jury mit dem konzeptionellen Ansatz von **Aporte**. »Es vereint die Ideen von Sharing, Mobilität, Individualisierung und Aufnutzung und greift in diesem Sinn viele Aspekte des Award-Themas auf«, so die Begründung der Jury. Das Stoffregal unterstützt den Nutzer im strukturierten Alltag, da jedes Fach auch als Tragetasche befüllt und mitgenommen werden kann. Der noch studierende Jungdesigner gewann damit den mit 5.000 Euro dotierten NWW Design Award 2014, seine Hochschule, die FH Münster, wird mit einer Prämie ausgezeichnet. Auf Platz zwei landete **Wladimir the Russian** von **Tanja Unger** aus Halle: »Der Russe ist nicht gern allein, drum lädt er einfach Freunde ein«: Es handelt sich um einen Hocker, der in seinem Inneren einen zweiten, dritten oder gar vierten verbirgt. Die Hocker lassen sich auch ganz einfach stapeln. Das Projekt **Undefinierte Objekte** von **Romin Heide** und **Hanna Litwin** aus Berlin belegte Platz drei: Es ergeben sich immer wieder neue Kombinationen durch unterschiedliche Objekte. So entstehen je nach Arrangement einfache Gefäße bis hin zu vielseitigen Kleinmöbeln. Der Special Award ging an **Mustage** von **Marina Fischer** aus Offenbach: Die Knotenverbindung des Tisches besteht aus einer neuartigen Riegelkonstruktion. Mit zunehmender Belastung der Verbindung erhöht sich die Festigkeit.

1 Benedikt Kartenberg: Stoffregal »Aporte«

2 Tanja Unger: Stapelhocker »Wladimir the Russian«

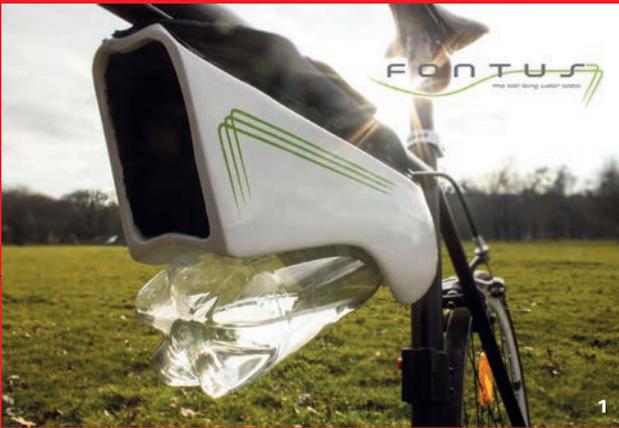
3 Romin Heide und Hanna Litwin: Projekt »Undefinierte Objekte«

4 Marina Fischer: Tischkonstruktion »Mustage«

## James Dyson Award 2014

Auch heuer war Österreich wieder mit zwei Projekten im Finale des James Dyson Award vertreten, der nach kreativen Lösungen für Alltagsprobleme sucht: Aus weltweit über 600 Einreichungen wählten die Dyson Engineers die 20 besten Projekte aus. **Kristof Retezár**, Student an der Universität für angewandte Kunst in Wien, punktete mit **Fontus**, einer Wasserflasche, die sich selbst auffüllt. Das Gerät ist in der Lage, die Luftfeuchtigkeit aufzunehmen, zu kondensieren und flüssiges, trinkbares Wasser zu speichern. Das Produkt kann einerseits als sportliches Fahrradzubehör dienen, andererseits als mobile Wasserquelle in trinkwasserarmen Regionen eingesetzt werden. Das Team **Matthias Lechner** und **Philipp Moherndl**, Studenten an der TU Wien, lagen mit einer **Packtasche** fürs Fahrrad gut im Rennen. Sie eignet sich als Serviceverpackung und Transportbehelf für den Einzelhandel und als Werbeträger für NGOs, Events und Tourismus. In der österreichischen Landeswertung überzeugte **Aaron Wansch**, Absolvent der FH Salzburg, die Jury, die mit Lilli Hollein als Initiatorin der Vienna Design Week, Standard-Journalist Michael Hausenblas und Eberhard Schrepf, Geschäftsführer der Creative Industries Styria, besetzt war. Sein Produkt **Oralux** ist eine neuartige medizinische Leuchte zur Durchführung von Untersuchungen im Mund- und Rachenraum für ärztliches Fachpersonal. In erster Linie verbessert und vereinfacht es einen routinemäßigen Arbeitsablauf. Das Konzept bietet funktionale Innovationen wie die Kombination der Stabhalterung mit einer zielgerichteten Lichtquelle sowie eine ergonomische Griff- und Bedienmöglichkeit, verpackt in ein schlankes, reduziertes Design. Die integrierte Lichtquelle wird beim Einführen einer neuen, sterilen Untersuchungsspachtel automatisch aktiviert und kann durch einen Öffnungsschlitz entweichen. Ein intuitiver Schieber ermöglicht das Auswerfen der Holzspachtel, ohne dass diese berührt werden muss, und deaktiviert gleichzeitig die interne LED-Lichtquelle.

Den Hauptpreis, den James Dyson Award 2014, gewann der Brite **James Roberts** für den transportablen Säuglingsinkubator **MOM**, der bereits als funktionstüchtiger Prototyp vorliegt ([www.mom-incubator.weebly.com](http://www.mom-incubator.weebly.com)). Jedes zehnte Baby weltweit wird zu früh geboren. Rund 75% der auf Frühgeburten zurückzuführenden Todesfälle ließen sich laut WHO vermeiden, wenn die kleinen Patienten auch in Entwicklungsländern durch leistbare Behandlungsmethoden versorgt werden könnten. Der neu entwickelte Inkubator liefert die gleiche Leistung wie ein modernes Inkubationssystem für 38.000 Euro, kostet jedoch nur etwa 300 Euro. Das Gerät kann zum Transport zusammengeklappt werden, und eine Batterie hält die Versorgung bei Stromausfall für 24 Stunden aufrecht. MOM wird manuell aufgeblasen und durch keramische Heizelemente erwärmt. Am Bildschirm



lassen sich Temperatur und Feuchtigkeit überwachen. Verändert sich die voreingestellte Temperatur, ertönt ein Alarm. Um an Gelbsucht erkrankte Babys kümmert sich ein Fototherapie-Element. Mit seinem Preisgeld kann Roberts die Entwicklung weiterer Prototypen und Tests finanzieren, um die Kosten bis zur Marktfähigkeit weiter zu senken. James Roberts: »Auslöser für MOM war ein Dokumentarfilm über Frühgeborene in Flüchtlingscamps.« James Dyson: »Diese Erfindung zeigt, welchen Einfluss Designer und Ingenieure auf das Leben der Menschen haben. Indem James Roberts Konventionen gebrochen hat, hat er etwas geschaffen, das Menschen das Leben retten könnte.«

Der James Dyson Award ist ein internationaler Designpreis, der die nächste Generation von DesignerInnen auszeichnet, unterstützt und inspiriert. Der Preis ist mit 30.000 Pfund dotiert. Zusätzlich erhält der Fachbereich der Universität des Gewinners ein Preisgeld von 10.000 Pfund. Der James Dyson Award wird von der James Dyson Foundation, einer von James Dyson gegründeten Stiftung, durchgeführt, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, kreative Ingenieursleistungen von morgen zu fördern.

Detaillierte Informationen zu allen 20 Finalprojekten auf: [www.jamesdysonaward.org](http://www.jamesdysonaward.org)

## Internationaler Deutscher PR-Preis 2014

Ziel des Internationalen Deutschen PR-Preises ist die Förderung besonders innovativer und wegweisender Kommunikationsprojekte. Die Einreichungen müssen klare Kommunikationsziele ausweisen, Planung und Umsetzung des Problemlösungsweges aufzeigen sowie Evaluation und Wertschöpfung nachvollziehbar dokumentieren. Vier österreichische Projekte zweier Wiener Agenturen haben es geschafft, sich gegen die große Konkurrenz von insgesamt 404 Einreichungen durchzusetzen: **senft & partner PR** gehören mit der Unternehmenskommunikation für **bellaflora**, Österreichs größtem Gartencenter, in der Kategorie Verantwortungskommunikation und CSR zu den Finalisten. Für diese Kommunikationsleistung wurde die Agentur schon 2013 im Rahmen des Österreichischen Staatspreises für PR als Sieger in der Kategorie »Corporate PR« ausgezeichnet. **The Skills Group** geht mit drei Nominierung in drei Kategorien ins Finale: mit **chegg.net**, einer Online-Anlaufstelle für Versicherungsfragen; mit **Find Your Way** für **Müller Transporte**; und mit dem Coaching-Programm **Wir sind DA, wo Sie uns brauchen** für SchülerInnen in schwierigen Situationen, umgesetzt im Auftrag der **Gewerkschaft der Gemeindebediensteten – Kunst, Medien und Sport**. PRVA-Präsidentin Ingrid Vogl, selbst Mitglied der Jury, freut sich über die österreichischen Finalisten: »Wir sehen, dass Strategie, Kreativität und Professionalität in der Kommunikation Jahr für Jahr an Bedeutung gewinnen. Der PRVA kann stolz darauf sein, dass es zwei Mitgliedsagenturen geschafft haben, sich in diesem internationalen Bewerb Gehör zu verschaffen. Es ist sicher kein Zufall, dass beide Agenturen Träger des österreichischen PR-Gütezeichens sind.« Die Preisverleihung findet am 23. Jänner 2015 in Frankfurt am Main statt. Bis dahin bleibt es spannend. [www.der-deutsche-pr-preis.de](http://www.der-deutsche-pr-preis.de), <http://senft-partner.at>, <http://skills.at>

1 Kristof Retezár: Wasserflasche »Fontus«

2 James Roberts: transportabler Säuglingsinkubator »MOM«

3 Matthias Lechner, Philipp Moherndl: »Packtasche«

4 Aaron Wansch: Untersuchungsgerät »Oralux«

# Call & Wettbewerbe



## 100 beste Plakate 14 Deutschland Österreich Schweiz

Ab Mitte Dezember 2014 gehen die 100 besten Plakate in die nächste Runde: Affichen, die im Jahr 2014 in Deutschland, Österreich oder der Schweiz entworfen, gedruckt und veröffentlicht wurden, können bis **25. Jänner 2015** online eingereicht werden. Das zweistufige Auswahlverfahren besteht aus einer Online-Vorauswahl und der Jurysitzung in Berlin Ende Februar. Die Plakate werden von folgenden internationalen ExpertInnen begutachtet: Philippe Apeloig (F), Christof Nardin (AT), Jiří Oplátek (CH), Ariane Spanier (DE) und Richard van der Laken (NL). Die Teilnahmegebühren liegen zwischen Euro 50 (für ein Einzelplakat oder eine Plakatserie) und Euro 200 (ab 10 Einreichungen.) Studierende und Mitglieder des 100 Beste Plakate e. V. erhalten einen Rabatt von 50%. Das Corporate Design zur Neuauflage des Wettbewerbs wird in diesem Jahr von Sensomatic aus Wien gestaltet! Die 100 Besten werden ab Sommer 2015 in Ausstellungen im gesamten deutschsprachigen Raum gezeigt und in einem Jahrbuch des Verlags Hermann Schmidt Mainz veröffentlicht. Allgemeine Informationen zum Wettbewerb auf: [www.100-beste-plakate.de](http://www.100-beste-plakate.de).



reddot design award  
product design 2014

## Red Dot Award: Product Design 2015

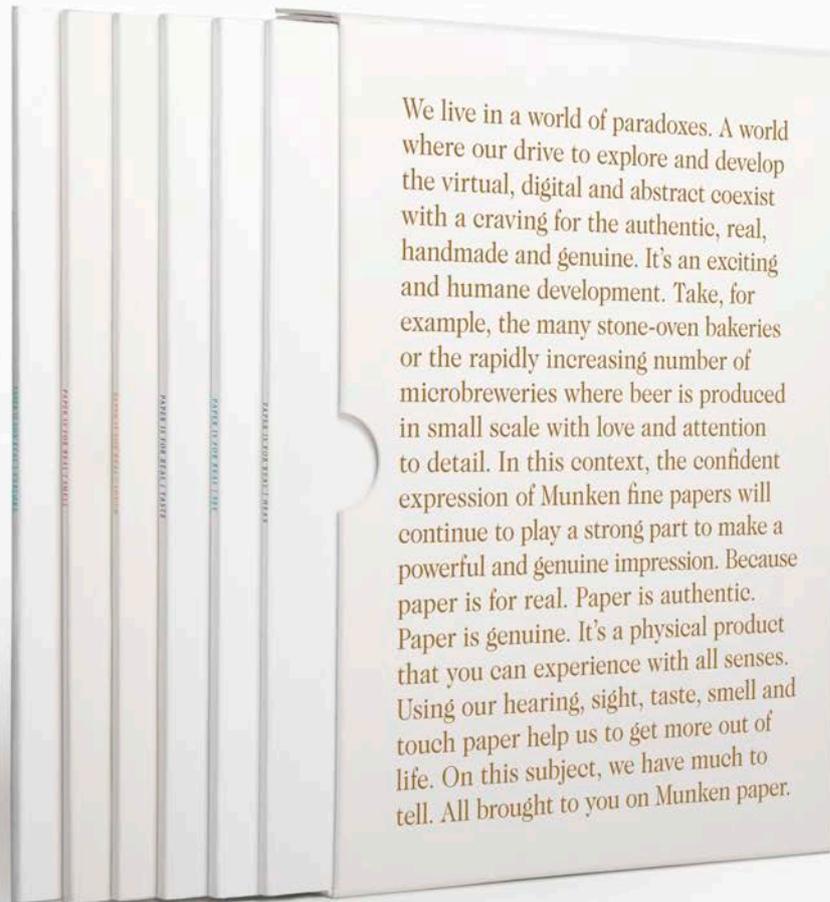
Der Startschuss ist gefallen: Weltweit sind ProduzentInnen und DesignerInnen aufgerufen, ihre Produkte für den renommierten Designwettbewerb anzumelden. Eine internationale Jury aus unabhängigen GestaltungsexpertInnen begutachtet, testet und bewertet jede Einreichung und zeichnet nur die besten Produkte mit dem begehrten Qualitätssiegel »Red Dot« aus. Innovationsgrad, formale Qualität, Funktionalität und ökologische Verträglichkeit sind Kriterien, die in das Urteil einfließen. Ein wichtiges Merkmal des Wettbewerbs ist die Vielfalt physischer Einreichungen aller Größen und Branchen: Er bietet 31 Kategorien, in denen industriell gefertigten Neuheiten eingereicht werden können. Die reguläre Einreichfrist läuft bis **27. Jänner 2015**, Latecomers haben gegen einen Gebührenaufschlag bis **11. Februar 2015** Zeit. Weitere Informationen zu den Teilnahmebedingungen und Kosten sowie Anmeldung auf: [www.red-dot.de/pd](http://www.red-dot.de/pd).



## European Design Awards 2015

Die Einreichphase der European Design Awards 2015 hat am 1. Dezember 2014 begonnen und läuft bis **20. Februar 2015**. Der europäische Wettbewerb geht bereits in die neunte Runde. Prämiert wird das Beste aus Grafikdesign, Illustration & digitaler Gestaltung. Für die Jurierung sind internationale DesignjournalistInnen zuständig, unter denen sich auch ein Vertreter/eine Vertreterin von designaustria befinden wird. Ausführliche Richtlinien finden sich auf der Website: [www.europeandesign.org](http://www.europeandesign.org)

# *Munken spricht die Sinne an – „Paper is for real“*



Papier ist etwas Greifbares. Papier ist authentisch. Es spricht alle unsere Sinne an. Daher hat Arctic Paper eine Buchreihe zum Thema „Sinne“ zusammengestellt, komplett aus den Papieren der Munken Design Range. Wussten Sie zum Beispiel, dass der fünfte Geschmacksinn Umami heißt? Oder dass Fühlen den Blutdruck senken kann? Die Papiere der Munken Design Range sind die perfekte Wahl für Unternehmen, die einen authentischen, natürlichen Eindruck vermitteln möchten.

Für weitere Informationen besuchen Sie [www.arcticpaper.com](http://www.arcticpaper.com)

Kontaktieren Sie uns und bestellen Sie Ihr persönliches Exemplar:

Arctic Paper Papierhandels GmbH, Hainburgerstraße 34a, 1030 Wien, [info-at@arcticpaper.com](mailto:info-at@arcticpaper.com)



The mark of responsible forestry



Alle Standard Munken Produkte sind EU Ecolabel, FSC™ und PEFC zertifiziert.

ARCTIC PAPER PAPIERHANDELS GMBH [INFO-AT@ARCTICPAPER.COM](mailto:INFO-AT@ARCTICPAPER.COM) [www.arcticpaper.com](http://www.arcticpaper.com)



## Impressum

### Herausgeber und Verleger

designaustria, DA, gegründet 1927, ist die Berufs- und Interessenvertretung sowie das Informations- und Wissenszentrum für Design und engagiert sich für Österreich als Designation. designaustria vertritt nationale Interessen in internationalen Organisationen und ist Mitglied des International Council of 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  
Sigi Ramoser, Dornbirn  
Beatrix Roidinger, Wien

### 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: Jana Madzigon (JBA14 und JBS14), Andreas Jakwerth (Gruppenporträt Typejockeys), Darko Todorovic (Sägenvier), Klaus Pichler (Lichtwitz Leinfellner/Naturkundemuseum), Robin Consult, Roznovsky & Lepsi (NWW Design Award 2014)

### Layout und Artdirektion

Sandra Steiger, zeitmaß, Kandlgasse 16, 1070 Wien

### Papier

Munken Polar, Cover: 300 g/m<sup>2</sup>, Kern: 120 g/m<sup>2</sup>  
zur Verfügung gestellt von Arctic Paper Papierhandels GmbH, Hainburgerstraße 34a, 1030 Wien  
www.arcticpaper.com

### Belichtung, Druck und Endfertigung

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

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

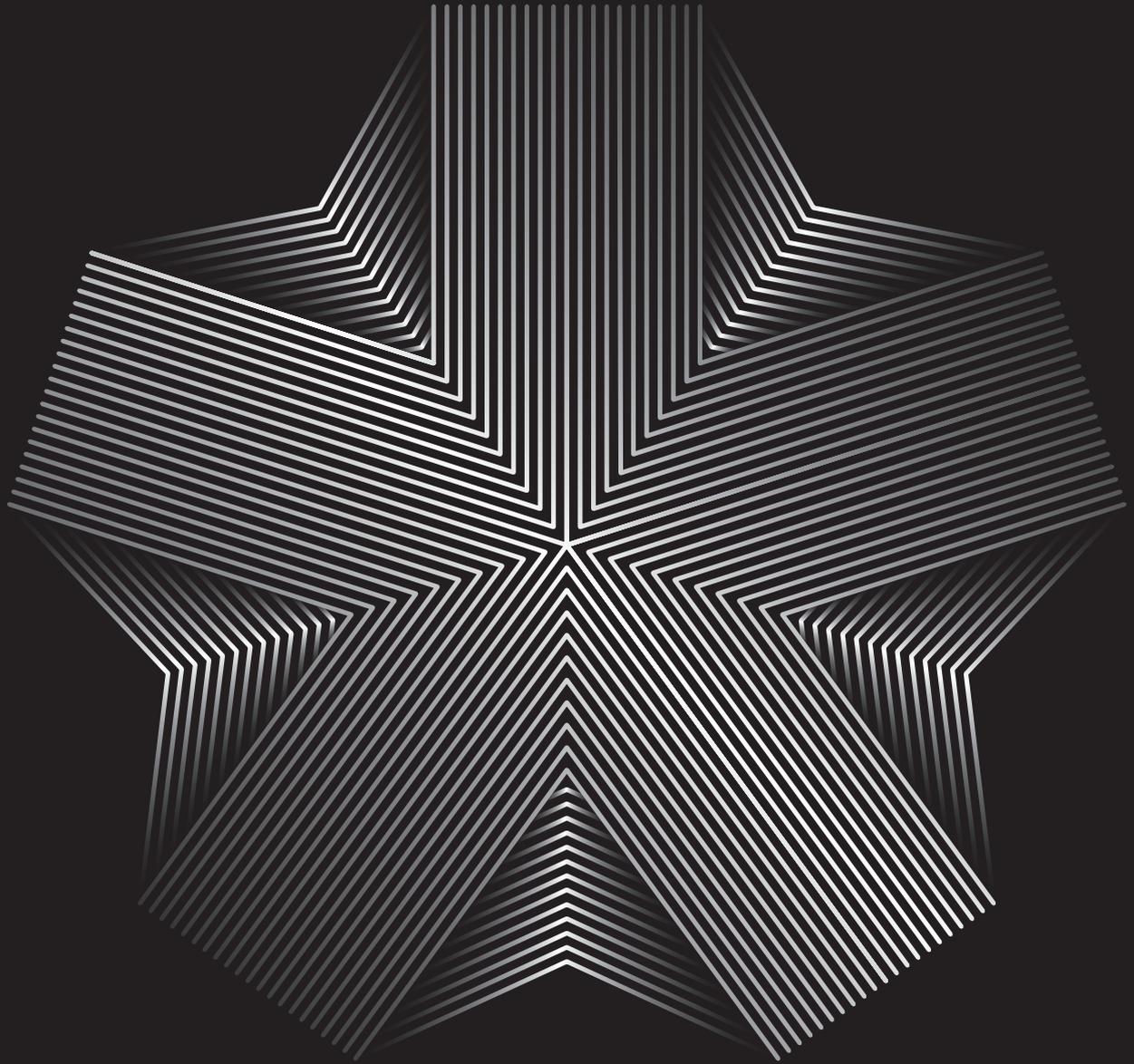
### ISSN 1022-9566

mit Unterstützung des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur



EINSENDESCHLUSS  
20. FEBRUAR 2015

P.b.b. Verlagspostamt 1070 Wien  
PTA-Zulassungsnummer 022032526M



EUROPEAN  
DESIGN AWARDS  
2015

[WWW.EUROPEANDESIGN.ORG](http://WWW.EUROPEANDESIGN.ORG)