

designaustria® mitteilungen

Verantwortung im Design: »Die Welt ist da draußen« von Andreas Koop | buero bauer:
Identität, Inklusion & Integration | Kampagne »Heimat bist du großer Flüchtlinge«
| Designforschung: Zwei Dissertationen | Ehrenmitgliedschaften für Friedrich Eisenmenger &
Herbert Lindinger | Zuerst Zapf, jetzt Frutiger: Ein besonders schlechtes Jahr für Typografie-
Begeisterte | »Austrian Illustration in Picture Books« in Bratislava &
»In a Nutshell – Zeitgenössisches Design aus Kroatien« im designforum Wien
| »Fluchtwege« – ein Buch, gemacht um zu helfen

1.2.3.4 2016



INHALT



04 DESIGN & VERANTWORTUNG

- 04 **Andreas Koop: Die Welt ist da draußen**
- 08 **Identität, Inklusion & Integration**
- 10 **Kampagne »Heimat bist du großer Flüchtlinge«**

12 DESIGNFORSCHUNG

- 12 **Thinking Hands – Für Co-Design & Co**
- 13 **Gesellschaft und Wirtschaft – Bildstatistisches Elementarwerk (1930): Erste umfassende Untersuchung und kritische Interpretation**

15 RÜCKSCHAU

- 15 **NÖ Kreativ-Wirtschafts-Kongress 2015**

16 DESIGNAUSTRIA INSIDE

- 16 **designaustria-Ehrenmitgliedschaften 2016**
- 17 **Neuerungen im Steuerrecht und in der Sozialversicherung für Selbstständige**

18 NACHRUF

- 18 **Zuerst Zapf, jetzt Frutiger: Ein besonders schlechtes Jahr für Typografie-Begeisterte**

20 DESIGNAUSTRIA-STUDIOPORTRÄT

- 20 **The other day in the headroom ...**

22 MEMBERS@WORK

- 22 **Thomas Feichtner: Design Unplugged**
- 22 **Ballendat für Tonon: Allround-Chair mit Knoten**
- 23 **Soda Designers machen neugierig**
- 23 **Bösmüller stellt Produktionen CO₂-neutral**

24 AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

- 24 **Austrian Illustration in Picture Books**
- 25 **Romulus-Candea-Preis 2015: Preisverleihung, Buchpräsentation & Ausstellung**
- 27 **In a Nutshell – Zeitgenössisches Design aus Kroatien**
- 28 **Josef Frank: Against Design/ Die Welt der Muster von Josef Frank**
- 28 **Spurensuche Wien–Breslau**
- 29 **tga-Vorträge im designforum Wien**
- 29 **PD+I 2016**
- 30 **designaustria: Workshops und Fortbildungsprogramm 1. Halbjahr 2016**

31 ERFOLGE

- 31 **Fidel Peugeot neues AGI-Mitglied**
- 33 **Red Dot Award: Communication Design 2015**
- 35 **Braun Prize 2015**

36 BÜCHER

- 36 **»Fluchtwege« – ein Buch, gemacht um zu helfen**
- 37 **Vision & Strategie: Strategisches Denken für kreative Köpfe**
- 37 **365typo**

38 WETTBEWERBE

- 38 **Joseph Binder Award 2016**
- 38 **Die schönsten deutschen Bücher 2016**
- 38 **Der Red Dot Award: Communication Design 2016**

MATERIAL & BEDARF

- 39 **Arctic Paper**

38 IMPRESSUM

DESIGNAUSTRIA-MITTEILUNGEN & DESIGNAUSTRIA-WEBSITE FÜR DESIGNAUSTRIA-MITGLIEDER

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

redaktion@designaustria.at

webredaktion@designaustria.at

EDITORIAL

Wie jedes Jahr präsentieren sich die *designaustria-Mitteilungen* in einem anderen Kleid. Dass die Veränderung diesmal etwas größer ausgefallen ist, ist dem Wunsch nach einem neuen Zuschnitt geschuldet, der ein flexibleres und zugleich innigeres Verhältnis von Text und Bild zulässt. Für die umfassende Überarbeitung des Layouts und viele Jahre der guten Zusammenarbeit bedanken wir uns herzlich bei *Sandra Steiger* vom *Studio zeitmaß*.

Neu wird auch der *designaustria*-Vorstand sein, wenn Sie dieses Heft in Händen halten. Der Termin der *Generalversammlung* lag mit 4. März 2016 nach Redaktionsschluss und Drucklegung dieser Ausgabe, sodass wir über Ablauf und Wahl erst beim nächsten Mal berichten können. Hier stellen wir jedoch bereits vorab – im bedingungslosen Vertrauen auf ein befürwortendes Votum – die neuen Ehrenmitglieder *Friedrich Eisenmenger* und *Herbert Lindinger* vor.

Der Schwerpunkt dieser Ausgabe kreist um das Thema *Verantwortung im Design*. Viel Platz nach oben sieht *Andreas Koop*, der Autor unsers Leitartikels, wenn es um einen verantwortungsvollen Umgang des Gestalters/der Gestalterin mit der Welt in ökologischer, ökonomischer und (gesellschafts)politischer Hinsicht geht. Dass Design Verantwortung übernimmt, zeigen auch mehrere von Kreativen initiierte und unentgeltlich realisierte Projekte vor dem Hintergrund der *Flüchtlingskrise*, die Europa seit dem Sommer in Atem hält: etwa ein »First Aid Kit« von *buero bauer*, das in eine Spendenaktion eingebettete Buch »Fluchtwege« von Fotograf *Florian Rainer*, gestaltet vom *Studio Lisa + Giorgio* oder die von einem Großteil der österreichischen Werbe- und Medienbranche getragene Kampagne *Heimat bist du großer Flüchtlinge*.

Zwei Mitglieder des *ExpertsClusters Designforschung* – *Roswitha Peintner* und *Stephanie Guse* – haben Ende Jänner an der Universität für angewandte Kunst Wien die Doktorwürde verliehen bekommen. Beide haben ihr Dissertationsstudium mit Auszeichnung abgeschlossen und stellen ihre wissenschaftlichen Arbeiten in dieser Ausgabe vor. *designaustria* gratuliert den beiden frisch promovierten Kolleginnen herzlich zum Erfolg! Unsere Gratulation gebührt darüber hinaus *Fidel Peugeot*, Partner von *Walking Chair Design Studio*, der Ende letzten Jahres zeitgleich mit *Andrea Redolfi* (siehe Ausgabe 4.2015) in die *Alliance Graphique Internationale (AGI)* aufgenommen wurde. Wir bringen einen kurzen Abriss über seinen Werdegang und sein Schaffen. ____ **Die Redaktion**



Stefanie Guse und Roswitha Peintner bei der Promotionsfeier in der Säulenhalle des MAK

we
design
austria

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Nobelpreisträger Heribert Simons definiert Design in »The Sciences of the Artificial« so:

»Everyone designs who devises courses of action aimed at changing existing situations into preferred ones.«

So banal es scheint, so unausweichlich ist es: Für wen wir was wie gestalten, verändert Situationen, zum Besseren oder zum Schlechteren. Für wen sich Bedingungen wie verändern, entscheiden wir daher maßgeblich mit, denn unsere Disziplin und unsere Kompetenz besteht darin, Maßnahmen Wirkung und Bedeutung zu verleihen. Keine andere Disziplin ist im Rahmen der Kommunikation, der Bühne auf der wir agieren, so nah am Menschen. Womit auch Joseph Binder wieder zitiert werden kann und muss: »Im Design hat alles eine Funktion. Design hat die Funktion der Darstellung. Design hat die Funktion der Kommunikation. Design hat die Funktion der Motivierung.«

Wofür wer wen wie motiviert, das gestalten wir.

Schön, bei *designaustria* zu sein!

(Das neue)

designaustria-Vorstandsteam und
die *designaustria*-Geschäftsstelle

DIE WELT IST DA DRAUSSEN

von *Andreas Koop*

Wenn man darüber nachdenkt und sich fragt, welche Relevanz Design für die Gesellschaft hat (oder haben könnte), dann muss man es zuerst über den »umgekehrten« Weg versuchen: Was würde der Welt und den Menschen eigentlich fehlen, wenn es Design nicht gäbe? Auf was müssten sie verzichten und wären sie dann soviel ärmer? Vermutlich muss man sagen, es ginge genauso gut auch ohne.

AUSFÜHREN ODER EINMISCHEN?

Wie immer muss man dabei natürlich auch ein wenig differenzieren, was hier einen methodischen Sinn und Nutzen hat: Von welchem Design sprechen wir überhaupt? Dabei ist weniger gemeint, ob Produkt-, Mode- oder Kommunikationsdesign, sondern eher, wessen Geist es entspringt und welche Haltung es trägt. Wenn man eine solche Differenzierung für ergiebig hält, kommt man schnell auf mindestens zwei recht grundsätzliche Arbeits- und Gestaltungshaltungen: Man macht, was verlangt wird, für was und wen auch immer – oder man »mischt sich ein«, arbeitet konsequenterweise inhaltlich mit, was vom Strategischen bis zum Pragmatischen gehen kann. Stört, irritiert, hilft, korrigiert, diskutiert, bringt sich eben ein. Gestaltung hat also das breite Spektrum von Quasi-Prostitution bis zum/zur beratenden, begleitenden (wirklichen) »GestalterIn«. Dieser Begriff wird hier nicht um der Abwechslung willen gesetzt, sondern bewusst verwendet: Man mag sich vertritt man eher die zweite Ausprägung, angesichts der Design-Grausamkeiten und Wortmissbräuche schon lieber als GestalterIn sehen und benennen denn als DesignerIn.



WER DIENT WEM?

Jetzt hat sich dieses »begleitende Gestalten« nicht nur mit Blick auf die letzten fünfzig, sechzig Jahre sehr stark verändert, sondern schon in den letzten ein, zwei Jahrzehnten. Wenn wir auf die Nachkriegszeit schauen, auf das fulminante und lange anhaltende Wirtschaftswachstum, dann hat das mit heute wenig zu tun. Das Wachstum hat sich stark verlangsamt und wird selbst in diesem Ausmaß vermutlich nicht dauerhaft möglich sein. Immer mehr Menschen stellen zudem in Frage, ob es überhaupt erstrebenswert und sinnvoll ist. Wenn das Ansteigen des Lebensstandards (wohlgemerkt nicht der Lebensqualität) zur Folge hat, dass bald mehr Plastikmüll als Fische in den Ozeanen schwimmt, gibt das durchaus zu denken. Eine andere Verschiebung ist aber nicht weniger wichtig: Damals haben fast alle vom Wirtschaftswachstum profitiert. Heute sind es wenige und immer weniger. Der Zeitwandel zeigt sich ganz eindrucksvoll an einem der wichtigsten Gestalter: Otl Aicher, dessen Grafikdesign selbst vielleicht das am wenigsten Besondere seines Schaffens ist, umso mehr aber sein Ansatz, (visuell) zu forschen und sich einzumischen. So wichtig er für – bis heute auf ihrem Gebiet führende und beispielgebende – Unternehmen war, so innovativ und intelligent, so naheliegend und weitreichend seine Ansätze waren, das genügt heute längst nicht mehr. Ob es der Gedanke ist, keine Leuchten mehr zu machen, sondern Licht (was allein das für Perspektiven öffnet, einen Imperativ zu forschen entstehen lässt!) und bei Türgriffen über das Greifen nachzudenken. Oder dass eine neue, etwas schöner gestaltete Broschüre nicht viel verändern wird, dieses Nachdenken über das Eigentliche jedoch schon. Und was sich daraus wiederum für ein Potenzial eröffnet. Auf dieses eine Büro Otl Aichers bezogen waren das Konzept und die Herangehensweise sozusagen endlich – da eben nur für jeweils ein Unternehmen in der Branche machbar. Und dies wiederum auch in einer noch wenig globalisierten Welt, wo nur der Quartalsbericht zählte.

VON OBEN NACH UNTEN?

Im Zusammenhang mit dieser »anderen« Zeit sollte man sich einen weiteren Aspekt anschauen. Das damalige zentrale Versprechen war: »Wenn wir uns anstrengen und fleißig arbeiten, geht es uns morgen besser als heute.« Auch das hat ausgedient. Wenn es heute einem Unternehmen gut oder gar besser geht, heißt das nicht automatisch, dass seine MitarbeiterInnen daran teilhaben. Man tut eben (leider) nicht mehr automatisch »allen« etwas Gutes, wenn man einer Firma nützt. Der Erfolg der (deutschen) Industrie

wird zu einem guten Teil auf dem Rücken der Zeit- und LeiharbeiterInnen ausgetragen. Und Steuern zahlen große Unternehmen auch selten in gebotener Höhe und im »richtigen« Land. Von ökologischen und sozialen Aspekten ganz zu schweigen oder von dem, was sich in anderen, ärmeren Ländern abspielt. Und wenn man heute ein Produkt der Firma Braun kauft, dann unterstützt man damit den Formel-1-Weltmeister Sebastian Vettel. Schön für ihn und seine KollegInnen vom Fußballstadion oder Golfplatz – und ein kleines Beispiel für die anscheinend nicht mehr aufzuhaltende Umverteilung von unten nach oben.

Heute also wird der Imperativ, der Antrieb für eine/n GestalterIn, eher darin begründet und damit motiviert sein müssen, ein nachhaltiges, faires, verantwortungsvolles Wirtschaften zu stärken. So überstrapaziert diese Begriffe sind und zur Floskel verkommen sein mögen, es gibt leider keine besseren, wenn zum Ökonomischen das Ökologische und Soziale hinzukommt. Denn so vernünftig und logisch ist unsere Art des Wirtschaftens ja nicht. Ein Neukauf ist inzwischen meist günstiger als eine Reparatur (wenn sich überhaupt jemand dafür findet), und für die Folgekosten des Wirtschaftens muss letztlich auch niemand selbst aufkommen, sondern zumeist die Gesellschaft. Würde die konventionelle Landwirtschaft beispielsweise für die schleichende Vergiftung des Trinkwassers aufkommen müssen, wären ihre Produkte vermutlich nicht mehr billiger als die der biologisch-organisch arbeitenden Bauern.

TÄUSCHEN ODER ENTTÄUSCHEN?

Ist es wirklich so, dass – zumindest ein »marketing-getriebenes« – Design im Grunde nur täuschen oder enttäuschen kann? Wobei freilich der Enttäuschung gemeinhin eine Täuschung vorangeht. Die gewissermaßen vorsätzlichen Behauptungen (ergo Visualisierungen) wider besseres Wissen würde man doch eher den »Werbem« zuschieben wollen. Doch das Design macht mit, wozu auch ganz elementar die oftmals rein oberflächliche Funktion von Design als eine Art Differenzierungs- und Distinktionsmaschine gehört. Und die ist es leider viel zu oft! Und hat wohl schon in den Höhlen der ersten Menschen ange-



fangen... Die Doppeläxte der Bronzezeit waren funktional ein Rückschritt ohne Nutzen, machten aber mehr her. Viel hilft viel, man beeindruckt über die ungewöhnliche, martialische und eindrucksvolle Form, auch wenn sie keinen Sinn hat. Der SUV ist heute der legitime Nachfolger der Doppelaxt mit fast identischer Zielsetzung. Peter Sloterdijk schreibt zu diesen Entwicklungen: »[...] wie Designer als Maskenbildner der Waren mitwirken an der Erwirtschaftung eines Aufmachungsmehrwerts; auch dass Scheinbesserungen, Vortäuschung von Qualitätsdifferenzen, Erzeugung der Illusion von Auswahl beim Kunden seit langem problematische Domänen von Design als angewandter Kunst auf Abwegen darstellen [...].« Aber es muss doch mehr möglich sein, als nur vorzutäuschen – sei es Einfachheit oder Komplexität, sei es Stabilität oder Flexibilität, sei es Wert oder Nutzen. Wie kann ein ehrliches Design aussehen? Und wie weit muss diese Ehrlichkeit eigentlich und konsequenterweise gehen – mit Blick auf Produktion, Rohstoffe, Entsorgung?

NUTZEN ODER AUSNUTZEN?

Doch um nochmals auf die unterschiedlichen Arten von Design und die Haltungen von GestalterInnen einzugehen, kann man diese grob zwei »Geschäftsmodellen« zuordnen (mit vielen »Graustufen« dazwischen natürlich): Bei den einen werden DesignerInnen, die sowieso alles machen, meist erst am Ende eines Prozesses hinzugezogen, wenn ohnehin alles entschieden ist; bei den anderen, bei denen es (wenigstens zumeist) darum geht, Nutzen stiftet, werden GestalterInnen im Idealfall von Beginn an mit einbezogen, um noch Einfluss nehmen zu können. Besser bezahlt ist wahrscheinlich Ersteres, geht es ja

auch darum, jemandem das Profitmachen zu erleichtern. Damit kommt man sehr konkret zu zwei Beziehungen zwischen Design und Gesellschaft: Es kann eine »kaschierende« und wie zuvor beschrieben täuschende, (über)blendende sein oder eine informierende, korrigierende und bereichernde. Dabei ist die – schon wesensimmanente – Fähigkeit und Anlage von Design zur »Multiplikation« ein nicht unwesentlicher Faktor. Wenn jeder nur sein eigenes Verhalten ändern würde (was freilich genügen würde, wenn es alle täten), könnte ein Bäcker für viele ein gutes, ein besseres Brot backen. Wir GestalterInnen aber haben die Chance und Gelegenheit, dieses »Anders« und »Besser« Tag für Tag bei den verschiedensten Unternehmen, Projekten und Institutionen einzubringen. Darin steckt eine Kraft, die man nicht unterschätzen sollte. Aber wie immer gilt: Größerer Einfluss bringt natürlich auch Verantwortung mit sich.

Einen ähnlichen Wirkungsgrad hätte ansonsten freilich die Politik; immerhin ist sie für die Rahmenbedingungen verantwortlich und könnte diese anderes justieren. Im Grunde gestalten BürgermeisterInnen die Welt weit mehr als wir GestalterInnen. Insofern wäre es für die Politik viel einfacher, gleichzeitig aber auch schwerer, Veränderungen zu initiieren – die Demokratie hat nicht nur Vorteile. Doch DesignerInnen haben eine Fähigkeit, die sonst kaum jemand hat: Sie können Dinge visualisieren, die es noch nicht gibt – Bilder erschaffen, die ein Ziel, eine Vision entwerfen, und damit vielleicht Kräfte wecken; Überzeugungen schaffen und Energien freisetzen, die so notwendig wären, um die vielen wichtigen kleinen, besonders aber großen Zukunftsthemen voranzubringen. Eine Energiewende beispielsweise scheitert in Deutschland ja letztlich nicht an ihrer technischen Machbarkeit, und auch ihre Finanzierung kann nicht das Problem sein (wie konnte man

früher Eisenbahnen bauen?), aber sie wird zerredet, in Wahlkämpfen instrumentalisiert und von allen Richtungen derart infrage gestellt, dass sie im Ganzen ernstlich gefährdet ist. Denn es gibt keine Vision und keine Bilder davon, was es bedeuten könnte, nicht mehr von zweifelhaften Staaten und deren Erdöl- und -gaslieferungen abhängig zu sein, die Wertschöpfung im Land zu behalten und Technologien zu entwickeln, die andere Nationen früher oder später ebenfalls brauchen werden.

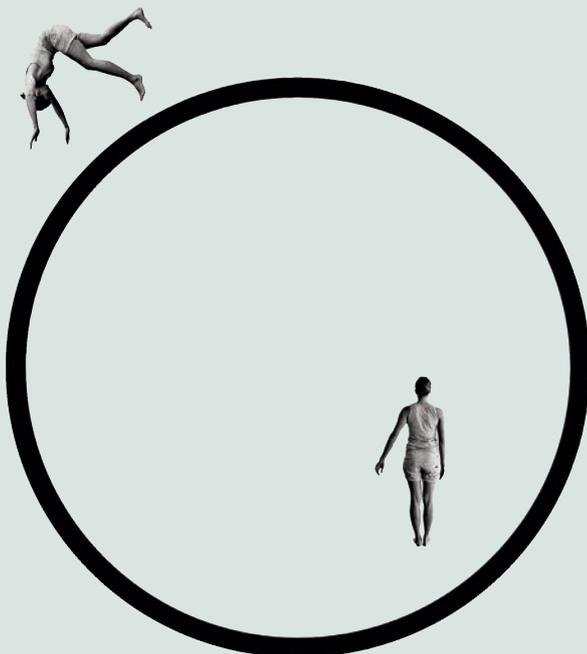
DISZIPLINEN ÜBERSCHREITEN

Sicherlich, selbst wenn die Wirtschaft das Leben der Menschen zwar sehr zentral und elementar prägt, alles ist sie auch nicht. Bemerkenswert ist ebenso, dass die »Ökonomie« ohne disziplinenübergreifende Zusammenarbeit mittlerweile nur mehr wenig echten Ertrag zu leisten imstande ist. Man hat hier (ein)gesehen – (ein)sehen müssen –, dass Wirtschaften eine so rationale Angelegenheit nicht ist. Weshalb es schwer ist, sie zu verstehen oder gar ihre Entwicklung vorauszusagen, wenn man nicht die Soziologie, die Psychologie etc. hinzuzieht. Freilich ein gute Entwicklung, die vielleicht auch im Ganzen dazu führen mag, die extreme »Überspezialisierung« allerorten ein wenig zu korrigieren. Dies alles jedenfalls entspricht einem Grundzug und einer Entwicklung, die mehr und mehr fast überall zu beobachten sind – und die vermutlich auch das Design ganz stark betreffen. Diese Interdisziplinarität ist eine große Chance. Oder muss man noch sagen: Sie wäre eine? Niemand hindert uns daran, VertreterInnen anderer Disziplinen bei Projekten zumindest phasenweise mit ins Boot zu holen, das Wissen und die Perspektiven von SoziologInnen, HistorikerInnen, AnthropologInnen und anderen zu nutzen. Wer damit nur ein wenig Erfahrung gemacht hat, weiß, wie spannend das sein kann.

DESIGN UND FORSCHUNG

Was aber muss passieren, damit die VertreterInnen anderer Disziplinen auch in uns eine Bereicherung sehen? Der »Nutzen« könnte in der Visualisierung von Ergebnissen, von Prozessen etc. liegen. Nicht nur wegen des schöneren Satzspiegels oder damit es bunter wird; nein, sondern um vielleicht erst über die Darstellung Zusammenhänge zu entdecken, sicht- und kommunizierbar zu machen. Vermutlich braucht es dazu in einer Art Erweiterung die Designforschung – und mit ihr das Verständnis für die Bedeutung von visueller Kommunikation auch außerhalb der »Branche«, im Sinn einer wissenschaftlichen Perspektive und Expertise, damit wenigstens mit halbwegs ähnlichen Standards gearbeitet wird und das Ganze mehr ist als »kreativ« und »subjektiv«.

Um wie viel mehr könnten beispielsweise HistorikerInnen aus Dokumenten gewinnen, wenn sie nicht nur den Inhalt, sondern auch die Form »lesen« könnten, wenn sich unterschiedliche Zugänge und Kompetenzen ergänzen würden, wenn man sogar gestalterisch eingreifen könnte in Archivalien, Alternativen nicht nur beschreiben könnte, sondern sie erstellen... Dabei könnte Design/Designforschung



sicherlich oft eine zumindest helfende Funktion haben oder sogar auch eine inhaltliche, substanzielle. Es gibt leider noch immer viel zu wenige Beispiele, die derlei illustrieren – und damit auch motivieren.

DER ERWEITERTE GESTALTUNGSBEGRIFF

Was sicherlich eine weitere problematische Rolle im Kontext von Design und Gesellschaft spielt, ist die doch relativ starke Eingrenzung der Mittel, Medien und Möglichkeiten – zumindest solange man diese als gegeben hinnimmt. Wenn sich also Kommunikations- und Informationsdesign auf Broschüren und Online-Medien beschränkt. Dies betrifft auch inhaltliche und konzeptionelle Aspekte. So muss beispielsweise nicht beinahe reflexartig »das Buch« als probates Medium gelten, nur weil es um wissenschaftliche oder theoretische Inhalte geht. Vielleicht wäre ja gerade ein Symposium viel geeigneter. Wenn ich einen Dialog initiieren will, warum nicht gleich direkt, physisch sozusagen? Gleichmaßen müsste man sich schon fragen, ob es nicht auch eine Stärke von Gestaltung (auch hier die bewusste Umgehung des Wortes »Design«) sein könnte, nicht nur die »Ergebnisse« zu visualisieren, sondern auch den Weg dahin mitzugestalten: also die Strategien, Herangehensweisen und ganz besonders die Prozesse. Gerade hier wäre vermutlich auch das notwendige und wichtige Zusammenwirken verschiedener Disziplinen, Professionen und Perspektiven gegeben, verbunden und unterstützt durch die bereits erwähnte Fähigkeit, Bilder zu erschaffen, die es noch nicht gibt.

Fast immer ist gerade dort die »Nicht-Linearität«, die Ergebnisoffenheit von Design(prozessen) und seiner (deren) Anwendung (im Sinn von »Design Thinking«, das diesen Begriff gar nicht bräuchte, den UnternehmensberaterInnen aber gerne wertschöpfend verwenden) sehr konstruktiv, bereichernd und überraschend. Und wenn man ohnehin gerade dabei ist, weit nach vorne zu schauen, dann kann man den Horizont auch gleich noch weiter absuchen: Was eines der drängendsten und dringendsten Designprojekte sein könnte, wäre die Neugestaltung unserer Demokratie! Ein neues Ausbalancieren von Individualität und Gemeinschaft. Wer soll es sonst machen? Die Wirtschaft praktiziert es ja bereits in hohem Maß und ohne große Zurückhaltung mit dem Lobbyismus. Die Politik wird sich nicht selbst neu erfinden können – denn sie würde damit sicherlich Privilegien (und mehr) einbüßen. JuristInnen und



BerufsbeamtenInnen scheinen dafür auch nicht gerade vielversprechend. Wer also könnte eine Vision von Demokratie im 21. Jahrhundert entwickeln? Doch auch, wenn diese Vorstellung verwegen sein mag, eines scheint elementar: Design ist politisch. Jede Art der Gestaltung hat eine politische, eine gesellschaftliche Dimension und Wirkung. Sei sie noch so klein (oder versäumt) – viel Kleines ergibt irgendwann auch etwas Großes.

Selbst wenn die Welt ohne DesignerInnen vielleicht nicht so viel ärmer wäre, sie wäre vermutlich entschieden reicher, wenn es kein Marketing mehr gäbe. Und wenn GestalterInnen ihren Einfluss auf die Gesellschaft suchen: Sie haben ihn bereits. Er ist sogar unumgänglich. Die Frage ist nur, was wir daraus machen und ob wir ihn nutzen. Denn natürlich ist ein »Schöner-Machen« auch schon besser – aber ein »Besser-Machen« halt umso schöner! Und wichtiger. Und »besser« ist immer auch politisch und gesellschaftlich relevant.

Illustrationen:
designgruppe koop,
Rückholz, inspiriert von
László Moholy-Nagy

ÜBER DEN AUTOR

Andreas Koop, Diplomdesigner und Master of Advanced Studies, führt seit 1995 ein mehrfach international ausgezeichnetes Designbüro im Allgäu. Parallel dazu ist er Hochschuldozent für Typografie, Szenografie und Corporate Design. In seiner Arbeit stehen vor allem nachhaltige und intelligent-ökologische Ansätze im Fokus. Ein weiteres Interesse gilt der Designforschung. Fester Bestandteil seines Schaffens ist zudem die publizistische Arbeit, im Rahmen derer zahlreiche Buchprojekte, Vorträge und Beiträge entstanden sind, u. a. seine Kolumne »designaspekte« in der Zeitschrift »Novum« und die von designaustria herausgegebene Buchreihe »|design|er|leben|«.

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

IDENTITÄT, INKLUSION, INTEGRATION

von *Brigitte Willinger*

Seit Jahren beeindruckt das in der Alpenmilchzentrale in Wien angesiedelte und interdisziplinär agierende buero bauer national und international mit Projekten, die sich nicht nur durch ein herausragendes zeitgemäßes, ganzheitliches und präzises Design, sondern auch durch einen ausgeprägten sozialen Gestaltungswillen auszeichnen. Der zum Landwirt, Typografen und Grafikdesigner ausgebildete Erwin K. Bauer, einer der Vorreiter barrierefreier Gestaltung in Österreich (Stichwort: Campus WU), hat als Kreativer, Autor und Lehrender mit selbstinitiierten Projekten stets Wege abseits der von Kundenbriefings und Erfolgszahlen diktierten Arbeitspraxis beschritten, etwa mit dem »Labor« der Vienna Design Week, der »Typopassage« im Wiener MuseumsQuartier und der Initiative »Include« für barrierefreies Orientierungsdesign, aber auch mit Publikationen wie »Bildersprache. Otto Neurath – Visualisierungen« (2006, mit Frank Hartmann) und »Orientation & Identity« (2008, mit Dieter Mayer). Doch auch und vor allem mit seinen gemeinsam mit seinem Team realisierten Gestaltungslösungen, die nicht nur Auftragsarbeiten für kommunale und soziale Einrichtungen, sondern auch eigeninitiierte Non-Profit-Projekte umfassen, stellt er immer wieder unter Beweis, wie wichtig ihm soziale Verantwortung und damit die Schaffung eines gesellschaftlichen Mehrwerts und die Förderung eines breiten Diskurses sind. Im Zusammenhang mit der seit vergangenem Sommer akut gewordenen Flüchtlingskrise, die Österreich und Europa noch über einen langen Zeitraum fordern wird, stellen wir hier zwei Projekte von buero bauer vor, die mit ihrem großen menschlichen Engagement eine positive Botschaft und Motivation aussenden.

FIRST AID KIT

Mit diesem ehrenamtlichen Projekt, das im Sommer 2015 angesichts des verstärkt nach Europa dringenden Menschenstroms ins Leben gerufen wurde, wird nicht nur ein Beitrag aus dem Bereich Kommunikationsdesign zu einer verbesserten Bewältigung der Situation geleistet, sondern auch aufgezeigt, welche Handlungsmöglichkeiten GestalterInnen haben. Welche Zeichen kann man setzen, um auf der Flucht befindlichen Menschen Respekt entgegenzubringen? Das für Erstunterkünfte gedachte System, das auf Icons basiert und dadurch über die Sprachen hinweg verständlich ist, vermittelt deutlich die wichtigsten Informationen und geht dabei subtil auf ethnische Eigenheiten ein.

Recherchen haben gezeigt, dass Flüchtlinge ganz ähnliche Fragen haben: Bin ich hier in Sicherheit? Wo werde ich medizinisch versorgt? Wo kann ich essen, wo schlafen? Häufig finden sich in Notunterkünften die Antworten in einer für die Betroffenen nicht verständlichen Sprache oder gehen in einer Zettelflut unter. Das Icon-System »First Aid Kit« wirkt diesem Missstand entgegen und unterstützt den Kommunikationsablauf: NGOs und Helfende können das Open-Design-Kit kostenlos downloaden, selbst auf neongrünem Papier ausdrucken und an den notwendigen Stellen anbringen. Das Zeichenset kommuniziert kulturelle Vielfalt und nimmt auf ethnische Besonderheiten Rücksicht: So kann die Darstellung des Kopfes auf dem Piktogramm »Frau« sowohl als Frisur als auch als Kopftuch verstanden werden. Das Zeichen für Erste Hilfe zeigt nicht nur das Rote Kreuz, sondern den in der arabischen Welt üblichen Roten Halbmond: Die Leserichtung funktioniert für Okzident und Orient!

Wichtig sind vor allem die Zeichen zur Unterstützung der medizinischen Erstuntersuchung. Die Kommunikation ist wesentlicher Teil der Kontaktaufnahme mit den PatientInnen. Obwohl die Diagnosestellung ohne verbalen Dialog nicht denkbar ist, können vor allem bei sehr hoher Frequenz einfache Zeichen für die häufigsten Beschwerden den ÄrztInnen die Arbeit erleichtern. Sie können rascher eingrenzen, wo Schmerzen verspürt werden und sich damit schneller eine medizinische Meinung bilden. Das »First Aid Kit« hat sich innerhalb kürzester Zeit über den Download-Link auf der Website von buero bauer in ganz Europa verbreitet und ist mittlerweile an zahllosen Standorten im Einsatz.



2 buero bauer: Tageszentrum der Caritas am Hauptbahnhof

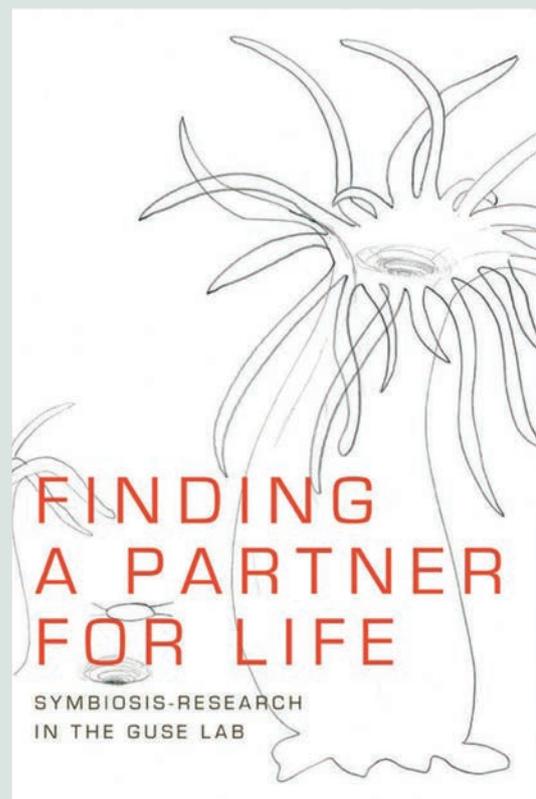


KAMPAGNE »HEIMAT BIST DU GROSSER FLÜCHTLINGE«



Österreichische Werbeagenturen haben auf Initiative von Christian W. Mucha und des Branchenmagazins »Extradienst« Kampagnen gegen Fremdenhass entwickelt. Realisiert wurde das Projekt »Heimat bist du großer Flüchtlinge« von Czerny Plakolm. Es zeigt bekannte ÖsterreicherInnen, von Mirna Jukic, Paul Lendvai, Michael Niavarani und Zoe Zawinul bis Ivica Vastic, deren Wurzeln im Ausland liegen und die vor Krieg und Aufständen geflohen und in der Hoffnung auf ein besseres Leben nach Österreich gekommen sind oder die bereits in zweiter oder dritter Generation hier leben. Mit der Kampagne soll ein Zeichen für Menschlichkeit und gegen Ausländerfeindlichkeit gesetzt werden. Über fünf Millionen Euro an Werbefläche, Kreativ- und Produktionsleistung stehen zur Verfügung. Getragen wird die Aktion von führenden Medien des Landes. Die Spendengelder fließen zur Gänze an Caritas, Diakonie, Hilfswerk, Rotes Kreuz, Samariterbund und Volkshilfe. Alle Beteiligten haben ihre Leistungen zu 100 Prozent kostenlos und spesenfrei zur Verfügung gestellt.

Bald nach der Gründung des EC Designforschung 2013 erschien es sinnvoll, insbesondere zum Thema der kultur- und geisteswissenschaftlichen Forschung im Designbereich akademische Arbeiten der Cluster-Mitglieder in den »designaustria-Mitteilungen« zu präsentieren und zentrale Fragestellungen anhand von Gastbeiträgen zu thematisieren (siehe Ausgaben 2013.2 und 2014.3). Im vorliegenden Heft werden zwei Dissertationen vorgestellt, die kürzlich (2015) an der Universität für angewandte Kunst mit Auszeichnung beurteilt wurden. Die Veröffentlichung zielt darauf ab, das Erforschte der Designpraxis sowie Universitäten und Fachhochschulen zur Anwendung, Diskussion und Weiterentwicklung zur Verfügung zu stellen. Im Rahmen des designaustria-Fortbildungsprogramms werden von den Autorinnen in der Folge auch Workshops und Vorträge für Mitglieder und Interessierte angeboten.



THINKING HANDS – FÜR CO-DESIGN & CO

von Stephanie Guse

Unsere Welt nachhaltig, gerecht und vor allem gemeinsam zu gestalten, ist eine Anforderung, die umso dringlicher wird, da die Probleme der Menschheit stetig komplexer und bedrohlicher werden. Es scheint sinnvoll, Wissen und Kräfte zu bündeln, was Bewegungen wie Co- und Social Design oder Responsible Research and Innovation (RRI) hervorbringt. Damit stehen DesignerInnen vor der Aufgabe, sich auf eine Vielzahl von Themen, SpezialistInnen und Interessen einzulassen.

Ich habe mich gefragt, wie interdisziplinäres und kollaboratives Design in der Praxis funktioniert, und festgestellt, dass der Wunsch danach zwar groß ist, die Zusammenarbeit aber oftmals an Verständigungsschwierigkeiten scheitert. Fachjargon, Sprachen, Kultur, Bildungsniveau oder Generationsunterschiede bilden Barrieren zwischen WissenschaftlerInnen, GestalterInnen und Gesellschaft und erschweren die Kooperation auf Augenhöhe. Um diese Trennungen zu überwinden, habe ich begonnen, Menschen in gemeinsame Illustrationsprozesse zu involvieren, eine Methode, die ich »Thinking Hands« nenne. Es bedeutet, dass ein zeichnerisches Gemeinschaftswerk – ähnlich einem *Kollektivgedächtnis* – hergestellt wird. Es entsteht, indem Menschen, die ein Thema verfolgen, zeichnen. Sie ergänzen sich dabei auf gemeinsamen Blättern und fügen die Essenz diskursiv zusammen. Das Ergebnis ist ein offenes, heterogenes und vielperspektivisches Werk – alle können partizipieren.

Der Prozess ermöglicht das Verstehen von Fremdpositionen durch Mitgefühl, da Zeichnen eine Handlung darstellt, die vom Gegenüber nachempfunden und somit intuitiv erfasst werden kann. Gleichzeitig stellt Bildsprache – die älter ist als die schriftliche Kommunikation – eine natürliche Facette der menschlichen Intelligenz dar und wird damit als machtvolles Werkzeug für viele Menschen und Belange verfügbar. Auf diese Methode bin ich durch die Zusammenarbeit mit IllustratorInnen-Kollegen aufmerksam geworden und habe im Zuge meiner Dissertation begonnen, sie in anderen, kunstfernen Bereichen einzusetzen. Beispielsweise hat sich »Thinking Hands« bei biologischen ForscherInnen bewährt, um ihre Themen allgemein verständlich zu visualisieren. Gerade in der Forschung und an der Universität ist Kommunikation nach außen wichtig, um die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit und damit finanzielle Unterstützung zu gewinnen. SchülerInnen können über diese Methode an Forschungsthemen partizipieren und Input aus unversehrttem Blickwinkel beisteuern. Co-Design- und Social-Design-Prozesse profitieren von dieser Vorgehensweise, da es durch den interdisziplinären Ideenfluss gelingt, umfassendes Denken, von der kindlichen Logik bis zum Spezialwissen, zu kombinieren.

Mein aktuelles Ziel ist es, Interessierte verschiedener Bereiche mit relevanten Fragestellungen für den Einsatz von »Thinking Hands« zu gewinnen, um die Möglichkeiten der Methode weiter zu erforschen. Längerfristig soll daraus ein vielperspektivischer Pool von Wissen und Ideen werden, dessen Beteiligte und Beiträge ich vernetzen möchte, um innovative Projekte und Lösungen zu initiieren.

Kontakt: stephanieguse.com



Anwendung der Methode »Thinking Hands«
im Forschungsbereich Biologie

GESELLSCHAFT UND WIRTSCHAFT – BILDSTATISTISCHES ELEMENTARWERK (1930)

von Roswitha Peintner

ERSTE UMFASSENDE UNTERSUCHUNG UND KRITISCHE INTERPRETATION

»Gesellschaft und Wirtschaft – Bildstatistisches Elementarwerk«, allgemein »Neurath-Atlas« genannt, gilt als Pionierwerk der Datenvisualisierung. Es besteht aus 100 Bildtafeln und 30 Textblättern etwa im Format A3. Die darin verwendete Bildsprache ist unter dem Namen »Wiener Methode« bekannt geworden. Mit dem Anspruch, ein Werk zu erstellen, das Gesellschaft und Wirtschaft in Vergangenheit und Gegenwart behandelt, wurde es 1929 vom Bibliographischen Institut in Leipzig beim Wiener Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseum in Auftrag gegeben. Otto Neurath, u. a. Initiator und damaliger Direktor des Museums, leitete das Team, in dem WissenschaftlerInnen und GestalterInnen eng zusammenarbeiteten. Die grafische Leitung wurde 1929 an Gerd Arntz übertragen, während an der Umsetzung auch Jan Tschichold und KünstlerInnen der Gruppe »Kölner Progressive« beteiligt waren.

Über den »Neurath-Atlas« wurde seit seiner Wiederentdeckung Anfang der 1980er-Jahre viel geschrieben, aber alles, was ich gelesen hatte, konnte mir nicht meine Frage beantworten, welche Art Gesellschaft es ist, die hier mit visuellen Mitteln und auf Basis statistischer Daten konstruiert wird.

Zudem hatte ich, ganz entgegen den bereits vorliegenden Interpretationen, nicht den Eindruck, dass es sich bei dem, was ich vor mir hatte, um ein humanes, demokratisches Projekt handelte. So entstand der Wunsch, das Werk selbst neu zu lesen, was auch die Frage nach dem wie, d. h. einer Methode, aufwarf. Da ich das Werk von Anfang an weniger als Grafikdesign-Produkt, sondern vielmehr als dreidimensionales Produkt aus industrieller Fertigung verstand, schien es mir passend und spannend, es mithilfe einer frühen geisteswissenschaftlich orientierten Methode aus dem Bereich des Industriedesigns zu untersuchen und diese im Zuge der Untersuchungen so zu adaptieren, dass sie auch nachfolgenden Forschungen als Instrument dienen kann. Eine wesentliche Grundlage der Neuinterpretation bildet auch der verloren geglaubte und nach langer Suche aufgefundene Verlagsvertrag.

Die Arbeit ist in fünf Kapitel gegliedert und wird durch einen ausführlichen Teil mit wissenschaftlichen Zeichnungen und Bildtafeln ergänzt: Im ersten Kapitel, »Kontext: Personen, Institutionen, Buchbegriff«, werden die am Werk unmittelbar beteiligten AkteurInnen anhand von bis dahin im Designbereich größtenteils unbekanntem oder wenig beachtetem Fakten aus neuen Gesichtspunkten dargestellt. Otto Neurath erscheint als Ökonom, Begründer der

Kriegswirtschaftslehre und Vertreter eines radikalen Wirtschaftsmodells, das auf den Erfahrungen der Kriegswirtschaft aufbaut und auch in Friedenszeiten eine zentralistisch organisierte Planwirtschaft vorsieht, welcher eine quasi allmächtige Universalstatistik zugrunde liegt. Den »Neurath-Atlas« anhand dieser Fakten neu zu lesen bestätigte meine Ahnungen. Um auch im Bereich der Gestaltung neue Erkenntnisse erzielen zu können, habe ich das Werk nicht als Mappenwerk, als welches es rein formal gesehen konzipiert war, untersucht, sondern als Buch. Der Sinn dieser Entscheidung wird dann nachvollziehbar, wenn man weiß, dass die Auflösung des klassischen gebundenen Buches, d. h. die Verräumlichung von Wissen, ein zentrales Thema avantgardistischer GestalterInnen war. Mit dieser Entscheidung wurde es auch möglich, das Werk mit Buchprodukten der Zeit zu vergleichen, was sich als äußerst aufschlussreich herausstellte. Der in diesem Zusammenhang skizzierte Buchbegriff erscheint mir außerdem für eine noch zu entwickelnde fachspezifische Buchforschung interessant.

Otto Neurath (rechts) mit dem Wiener Bürgermeister Karl Seitz bei der Überreichung und Ausstellung von »Gesellschaft und Wirtschaft – Bildstatistisches Elementarwerk« am 1. Oktober 1930 im damaligen Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseum in der Ullmannstraße 44

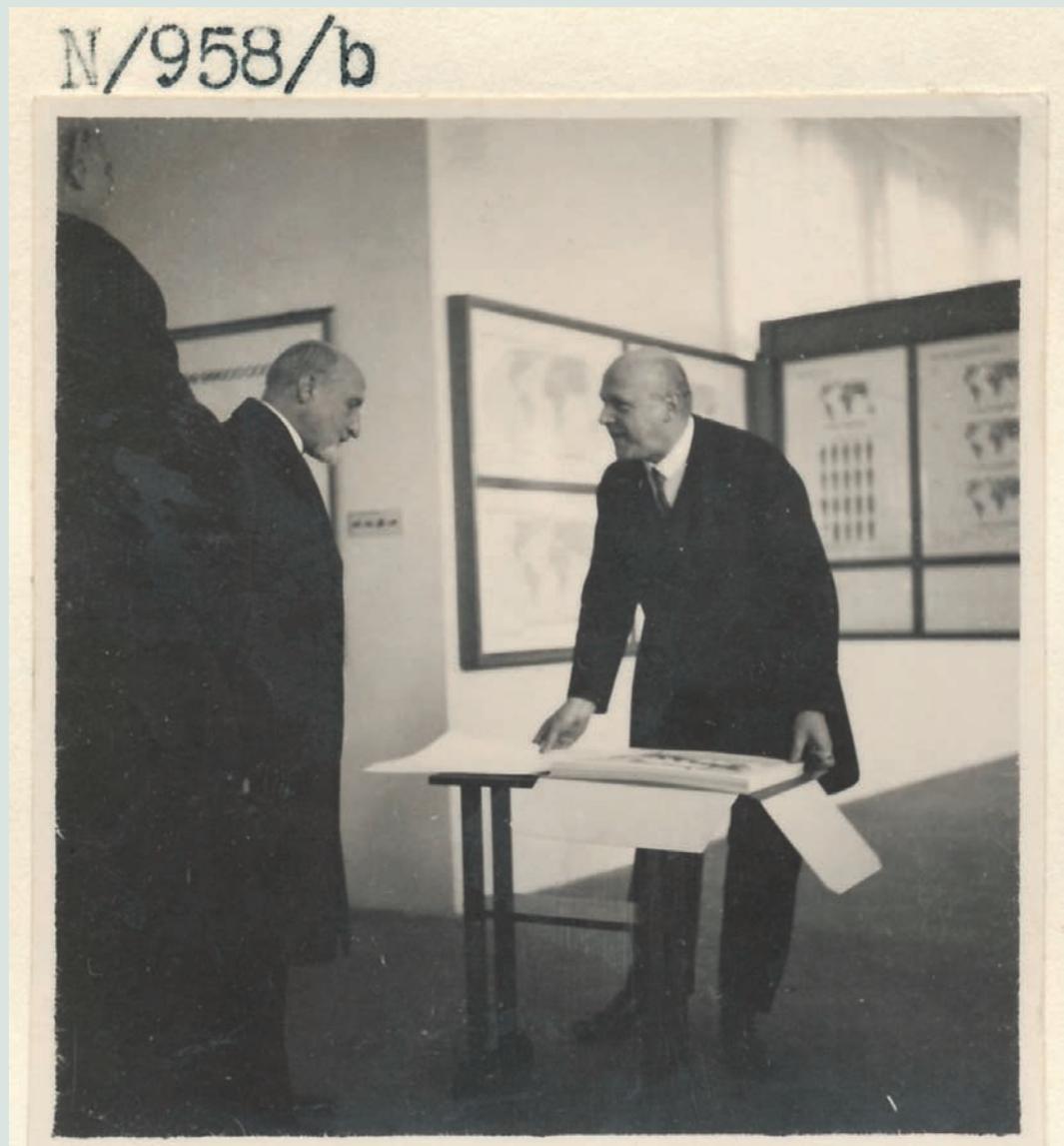
Im zweiten Kapitel, »Methodologie«, wird die Methode »Produktsprache Offenbacher Ansatz« vorgestellt, für meine Forschungszwecke ent-

sprechend adaptiert und daraus resultierend in »Produktsprache Wiener Ansatz« umbenannt.

Im dritten Kapitel, »Untersuchungen am Werk«, wurden auch erstmals der Schutzkarton, das mehrfarbig bedruckte Deckblatt und die Mappe selbst vermessen und zeichnerisch wie begrifflich erfasst, wodurch gestalterische und produktionstechnische Besonderheiten sichtbar geworden sind, die eine zeitliche und stilistische Einordnung auch im Bereich der Verpackung ermöglichen. Was die im »Neurath-Atlas« verwendete Bildsprache, die sogenannte »Wiener Methode der Bildstatistik« betrifft, wurden auch hier erstmals die oft genannten Vorbilder altägyptischer Malerei für einen ausführlicheren Vergleich herangezogen. Weiters konnten Vorläufer der Methode aus Amerika um 1914/18 aufgefunden und zum Vergleich herangezogen werden.

Den Abschluss der Arbeit bilden das vierte und fünfte Kapitel, »Ergebnisse« und »Ausblick«, wo das Forschungspotenzial insbesondere in Bezug auf Lehre und Praxis im Bereich Grafikdesign zusammengefasst wird.

Kontakt: Roswitha Peintner: yocoto@chello.at



NÖ KREATIV-WIRTSCHAFTS- KONGRESS 2015



Auf Initiative der Wirtschaftskammer NÖ mit dem ihr angeschlossenen WIFI, der Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation und der New Design University St. Pölten wurde Ende vergangenen Jahres das kreative Potenzial des Landes Niederösterreich vor den Vorhang gehoben. Abschlussredner André Heller fesselte mit Thesen wie »Kreativität ist die Fähigkeit, sich Dinge vorzunehmen und diese umzusetzen«, »Ich weiß, dass wir die Möglichkeit haben, über unsere Gedanken die Wirklichkeit zu gestalten« oder »Mein Weg liegt im Gehen« die rund 400 BesucherInnen. Für designaustria nahmen Heidi Resch und Judith Weiß an der Veranstaltung teil.



»Kreative Leistungen und Innovationen sind immer öfter der Schlüsselfaktor, mit dem sich erfolgreiche Unternehmen aller Branchen im Wettbewerb bessere Chancen sichern. Kreativität ist sozusagen der Schrittmacher für Unternehmen. Es ist wichtig, Wirtschaftstreibende auf die wirtschaftliche Bedeutung von Kreativität aufmerksam zu machen. Die Kreativwirtschaft ist Wegbegleiter und Antrieb von innovativen neuen Geschäftsfeldern und somit neuer und wichtiger Bestandteil der Wertschöpfungskette von Betrieben«, so die Präsidentin der Wirtschaftskammer NÖ, Sonja Zwagl. »Wir sind stolz, mit diesem Kongress unsere Privatuniversität New Design University als Zentrum der Kreativität zu positionieren.«

Der Kongress startete mit einer Keynote von Design-Guru Professor Peter Zec, Initiator der Red Dot Awards. Speaker-Slam-Sieger 2015 Frederik Malsy hielt einen packenden Vortrag zum Thema »Inspiration statt Irritation – Mit Improvisationsgeschick zu mehr Erfolg im Business«. Thomas Wollner, Experte für Körpersprache der RTL Group & COO Rosenberger Gruppe Österreich, sprach zum Thema »Kreativität als Verkaufsargument – Wie Kreativität geschickt zur Positionierung von Produkten verwendet werden kann«. Dass die New Design University St. Pölten mit ihren neuen Ausbildungsprogrammen am Puls der Zeit liegt, ließ sich im Rahmen von Führungen durch das neue Gebäude erleben. Zudem gab es interaktive Sessions mit Kreativ-Designer Wolfgang List (»Self-Marketing – Brücke zwischen 2D und 3D Design«), Psychologin Petra Gelléri (»Kreative MitarbeiterInnen fordern, fördern und verstehen«, Matthias Fiegl, Vice-President Business Marketing & M2M Services T-Mobile (»Die neue Welt des Arbeitens – Machine to Machine Communication«) und Psychologin Carolin Palmer (»Kreativer Kopf gesucht. Was steckt hinter kreativen MitarbeiterInnen und wie finden wir sie?«).

Um dem Vernetzungsgedanken Rechnung zu tragen, stand auch ein Speed Networking unter dem Motto »AuftraggeberIn trifft AuftragnehmerIn« auf dem Programm, bei dem man zu verschiedenen Themen Netzwerkpartner im Turbotempo kennenlernen konnte. Die unterschiedlichen Formate und das breite interdisziplinäre Spektrum der Mitwirkenden ließ Einseitigkeit nicht aufkommen und sorgte mit unterschiedlichen Sichtweisen für aufschlussreiche Einblicke und Anregungen, die sich, so steht zu wünschen, auch in die kreativ-berufliche und unternehmerische Praxis übernehmen lassen.

Auf der Veranstalter-Website können die Vorträge nachgehört werden.

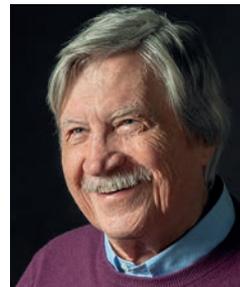
www.kreativkongress.at

DESIGNAUSTRIA- EHRENMITGLIEDSCHAFTEN 2016

Bei der designaustria-Generalversammlung am 4. März 2016 wurde zwei langjährigen und verdienten Mitgliedern unserer Organisation für ihre Leistungen als Designpioniere und ihr Engagement für den Berufsstand die Ehrenmitgliedschaft verliehen – einem von ihnen posthum.



Friedrich Eisenmenger



Herbert Lindinger

FRIEDRICH EISENMENGER (1941–2006) hat die Komplexität und Bedeutung des modernen Corporate Designs frühzeitig erkannt und gilt als dessen Begründer in Österreich. Er war Absolvent der Hochschule für angewandte Kunst und Staatspreisträger. Bereits ab 1970 legte er den Schwerpunkt seines Schaffens auf Corporate Design und Corporate Identity. Im Laufe seiner beruflichen Tätigkeit entwickelte er rund 250 Erscheinungsbilder, darunter für Austrian Airlines, Bankomat, die Österreichische Nationalbank, das Verkehrsbüro, Humanic, Semperit, Kapsch, die Länderbank und den ÖAMTC. Er unterrichtete zehn Jahre lang an der Hochschule für angewandte Kunst Typografie und Corporate Design und übernahm 1998 die Leitung der Fachausbildung für Grafikdesign an der Werbekademie in Wien, die er zu internationaler Anerkennung geführt hat. Sowohl seinen StudentInnen als auch seinen jüngeren KollegInnen vermittelte er eindrucksvoll und mit Nachdruck die Bedeutung von Qualität in der gestalterischen Arbeit und einem verantwortungsvollen und selbstbewussten beruflichen Selbstverständnis. Seine Energie ist dabei auch in die Erarbeitung theoretischer Konzepte und berufrechtlicher Grundlagen geflossen. Als Vizepräsident und Vorstandsmitglied hat er vor allem als Experte für Honorarkalkulation, Design-Nutzungsrechte und Auftragsabwicklung Unschätzbares beigetragen.

Friedrich Eisenmenger:
Logos für Austrian Airlines, Österreichische Nationalbank, Bankomat, Grazer Wechselseitige, Kapsch, Kastner & Öhler und Nationalpark Thayatal

Auch **HERBERT LINDINGER** (Jahrgang 1933) gilt als ein Vorreiter im Corporate Design. In Wels geboren und aufgewachsen, wurde er in Linz und an der renommierten HfG Ulm ausgebildet, wo Josef Albers, Johannes Itten und Max Bill zu seinen Lehrern zählten. Er war Mitarbeiter der Designlegenden Otl Aicher und Hans Gugelot, in den 1960er-Jahren selbst Dozent in Ulm und hatte Gastprofessuren in den USA und Indien inne. Von 1971 bis zu seiner Emeritierung 1998 war er Professor und Direktor des Instituts für Industrial Design an der Leibniz Universität Hannover, zudem Fachbereichsleiter für Architektur und Dekan der Fakultät Bauwesen. Als Corporate Designer hat er u. a. das Erscheinungsbild der ÖBB mitgeprägt. Nach wie vor praktiziert er Design in einem umfassenden Spektrum, das von Grafik- über Produktdesign und Designmanagement bis hin zur Stadtgestaltung (Plätze in Darmstadt und Heidelberg) reicht. Als Industrial Designer gestaltete er an der Seite Gugelots Radios und Hi-Fi-Systeme für Braun; über viele Jahre hat er sich später vor allem in den Bereichen Transportation, öffentlicher Verkehr und Stadtmöblierung einen Namen gemacht. Als Konsulent war er für Volkswagen, Rosenthal und Bosch Telekom tätig. Für sein Schaffen hat er zahllose Design- und Architekturpreise erhalten. Lindinger war Präsident des deutschen Industriedesigner-Verbandes VDID, dessen Ehrenmitglied er heute ist, und ist Mitbegründer des europäischen Designverbands BEDA.

www.lindingerdesign.de

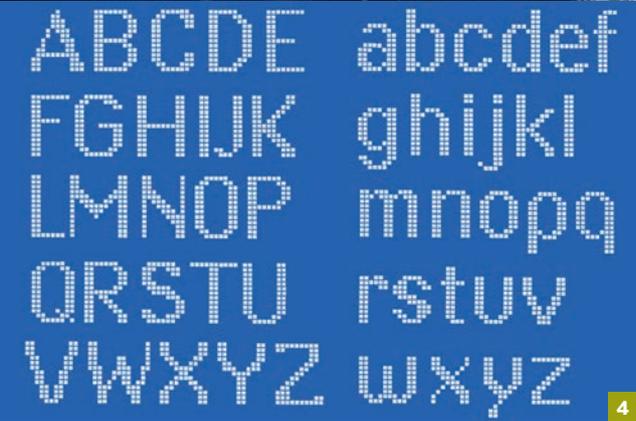
AUSTRIAN AIRLINES 



KASTNER & ÖHLER

Herbert Lindinger:

- 1 Erscheinungsbild und Fernzuggestaltung der ÖBB (Koordination + Co-Design)
- 2 Stadtbahn Stuttgart
- 3 Skytrain Düsseldorf
- 4 Schrift für die digitale Bahnhofsinformation der ÖBB
- 5 Hi-Fi-System für Braun (1959; mit Hans Gugelot)
- 6 Logo für die Leibniz Universität Hannover
- 7 Logo für die Stuttgarter Straßenbahnen



NEUERUNGEN IM STEUERRECHT UND IN DER SOZIALVERSICHERUNG FÜR SELBSTSTÄNDIGE

Durch die Steuerreform und die Anpassungen in der Sozialversicherung haben sich für das Jahr 2016 Änderungen ergeben. Wir haben die wichtigsten Sätze, Grenzen und Werte hier zusammengefasst.

NEUER STEUERSATZ FÜR KUNST-SCHAFFENDE & ILLUSTRATORINNEN

Der ermäßigte Umsatzsteuersatz für Leistungen von KünstlerInnen und IllustratorInnen hat sich mit 1. Jänner 2016 von 10 auf 13 Prozent erhöht (§ 10 Abs. 3 Z 4 UStG). Ab diesem Stichtag erbrachte Leistungen unterliegen somit dem neuen Steuersatz. Für die im Jahr 2016 erfolgte Verrechnung von bereits im Jahr 2015 erbrachten Leistungen sowie für Zahlungen von Honorarnoten/Rechnungen aus dem Jahr 2015 im Jahr 2016 gilt somit noch der alte Steuersatz von 10%. Im Jahr 2015 geleistete Anzahlungen für Leistungen des Jahres 2016 müssen jedoch nachträglich dem neuen Steuersatz von 13% unterworfen werden. Details zur Steuerreform 2015/16 auf www.help.gv.at oder www.wko.at.

NEUE SELBSTSTÄNDIGE: EINHEITLICHE VERSICHERUNGSGRENZE

Bis 2015 gab es bei den Neuen Selbständigen zwei Versicherungsgrenzen. Ab 1. Jänner 2016 entfällt die höhere Versicherungsgrenze (Euro 6.453,36) für Versicherte, die im Kalenderjahr keine anderen Erwerbseinkünfte als aus ihrer selbstständigen Tätigkeit und keine Sozialleistungen (Pensionszahlungen, Arbeitslosen-, Kranken- und/oder Kinderbetreu-

ungsgeld) bezogen haben. Ab diesem Jahr unterliegen alle Neuen Selbständigen, deren Einkünfte aus der selbstständigen Erwerbstätigkeit jährlich den Wert der 12-fachen Geringfügigkeitsgrenze überschreiten (2016: Euro 4.988,64), der Pflichtversicherung bei der SVA.

WERTE IM ARBEITS- UND SOZIALRECHT 2016

Pensionsversicherung 18,5%

Mindestbeitragsgrundlage (monatlich) 723,52 – Beitrag 133,85
Höchstbeitragsgrundlage (monatlich) 5.670,00 – Beitrag 1.048,95

Krankenversicherung 7,65%

Mindestbeitragsgrundlage (monatlich) 415,72 – Beitrag 31,80
Höchstbeitragsgrundlage (monatlich) 5.670,00 – Beitrag 433,76

Selbstständigenvorsorge 1,53%

Mindestbeitragsgrundlage (monatlich) 415,72 – Beitrag 6,36
Höchstbeitragsgrundlage (monatlich) 5.670,00 – Beitrag 86,75

Geringfügigkeitsgrenze (monatlich) 415,72

Eine umfangreiche Aufstellung der aktuellen Werte (inkl. der aktuellen Beitragssätze für DienstnehmerInnen/DienstgeberInnen im Rahmen von Arbeits- und Angestelltenverhältnissen) unter:

www.wko.at/aktuelle_Werte

ZUERST ZAPF, JETZT FRUTIGER: EIN BESONDERS SCHLECHTES JAHR FÜR TYPOGRAFIE-BEGEISTERTE¹

von Martin Tiefenthaler



Adrian Frutiger

Mit **ADRIAN FRUTIGER** (24. Mai 1928 – 10. September 2015) starb der mit seiner Arbeit im öffentlichen Raum wohl präsenteste Schriftgestalter der gesamten lateinisch schreibenden Zivilisation. Er war einer jener Meister, die in der Bleisatzzeit gelernt und gearbeitet, die Fotosatzzeit überwunden und in der digitalen Ära ihre Vollendung gefunden haben. Seine über 30 Schriften und Schriftfamilien decken alle Stile ab und weisen in so gut wie jedem Entwurf nicht nur eine gekonnt integrierte und beherrschte Geschichte, sondern auch genau jenes Quantum an Neuerung auf, das nie das Gebot einer optimalen Lesbarkeit verletzt und die Schriften dennoch jenseits des Horizonts der Gegenwart verortet sein ließ.

Freda Sack (selbst eine der gewandtesten Schrift-designerInnen der letzten Jahrzehnte) schilderte mit großer Ver- und Bewunderung, wie sie einmal Frutiger dabei beobachten durfte, als er mit größter Präzision und mit einem einzigen langen Scherenschnitt die äußere Kontur eines gemeinen »a« meisterte.² Diese Sicherheit der Gestaltung in allen Medien verweist sowohl auf ein herausragendes Gespür für Formen an sich als auch auf ein tiefes Wissen um die Funktionalität eben dieser Formen – Formen, die Auge und Gehirn gleichermaßen optimal bedienen und mit achtsamer Diskretion den zu vermittelnden Inhalten zuarbeiten.

Die Univers³ mit ihrer revolutionären Schnittpflicht und -ordnung (1957, die Helvetica stilistisch und konzeptuell weit hinter sich zurücklassend), die Frutiger mit ihrer wegweisenden Humanität (1977, Rolemodel für die letztendliche funktionelle Gleichstellung der Serifenlosen mit den Serifenschriften), Serifenschriften wie Centennial, Serifa, Iridium, Méridien (meisterhafte Fingerübungen auf der Klaviatur der Geschichte), die OCR-B (1968, die sogar Maschinen das Lesen erleichtert und zum ISO-Standard erhoben wurde) und sein Alterswerk Avenir (eine vorsätzliche Lückenschließung, die wahrscheinlich eine konstruierten Serifenlose hätte werden sollen, es aber nicht übers Herz brachte, tatsächlich wie eine auszusehen) – sie alle wurden vielfach ausgezeichnet und glücklicherweise noch zu Frutigers Lebenszeit ausreichend gewürdigt. Hoffentlich war diese Achtung, die ihm von allen Seiten entgegengebracht wurde, ein wenig Ausgleich für die schweren privaten Schicksalsschläge, die Frutiger in seinem Leben zu erdulden hatte. Frutiger arbeitete bis zuletzt an einem Schriften-Atlas, der aber nicht mehr erscheinen wird.

¹ »First Zapf, now Frutiger: a remarkably negative year for typography enthusiasts.« (aus einem Blog)

² »Die Hand, dieses wunderschöne Instrument, wurde uns in die Wiege gelegt. Die Zuversicht in meine Hand ist mein Gut.« (Frutiger in: »Ein Leben für die Schrift«)

³ »Im Blei habe ich die Schrift und ihre Fähigkeit, mit immer denselben Lettern die ganze geistige Welt lesbar werden zu lassen, zuerst erlebt. Damit erwachte in mir das Bedürfnis, die bestmögliche Lesbarkeit zu entwickeln.« »Schnell kam die Zeit, in der ein Text nicht mehr mit Bleibuchstaben, sondern durch einen Lichtstrahl gesetzt wurde. Die Aufgabe, die Schriften der alten Meister vom Hoch- in den Flachdruck umzudenken, war für mich die beste Schule. Als es jedoch um den Grotesk-Stil ging, hatte ich meine eigene Vorstellung: Es entstand die Univers-Familie.« [Anm.: Frutiger verglich die Gestaltung von Sanserif-Schriften mit dem Handling des glitschigen Körpers eines Fisches, bei dem man sich keinen Fehler erlauben darf.]

FRUTIGER ALS AUTOR:

- »Der Mensch und seine Zeichen«, 2 Bde., D. Stempel: Frankfurt am Main 1978/79 [Kurzfassung: Marix: Wiesbaden 2006 – ein Standardwerk zur Zeichentheorie für die praktische grafische Anwendung wie in z. B. Logos]
- »Type, Sign, Symbol«, ABC: Zürich 1980
- »Ein Leben für die Schrift« – von Interlaken nach Paris, Schlaefli & Maurer: Interlaken 2003
- »Nachdenken über Zeichen und Schrift«, Haupt: Bern 2005 [Betrachtungen über Geschichte und fremde Kulturen]
- »Symbole. Geheimnisvolle Bilder-Schriften, Zeichen, Signale, Labyrinth, Heraldik«, Haupt: Bern 2008 [reich bebilderte und mit Erläuterungen versehene Sammlung von unterschiedlichen Symbolen aller Art]

ÜBER ADRIAN FRUTIGER:

- Erich Alb, »Adrian Frutiger – Formen und Gegenformen«, Syndor: Cham 1998
- Heidrun Osterer und Philipp Stamm, »Adrian Frutiger – Schriften. Das Gesamtwerk«, Birkhäuser: Basel 2008

Zwei schnelle Füchse **sprangen behende** über alle Stile und Zeiten hinweg **UND LIESSEN AUCH** Bézier und Veljović *hinter sich zurück.* > ✎ ✂ ✨ ✨ ☐ ✕ 🍷 ✝ ✝

Palatino, Frutiger, OCR-B, Univers, Optima,
Avenir, Centennial, Zapf Dingbats

Illustration: Martin Tiefenthaler

Mit **HERMANN ZAPF** (8. November 1918 – 4. Juni 2015) starb ein weiterer betagter Meister aller drei Schrifttechnologien. Er gilt im Gegensatz zu Frutiger auch als Kalligraf, hatte aber interessanterweise mehr Wirkung auf die computergenerierte Typografie, als diese Einschätzung vermuten lässt. In frühester Jugend von Rudolf Kochs »Das Schreiben als Kunstfertigkeit« und Johann Neudörffers Schriften inspiriert, begann seine Karriere als Schriftgestalter 1948 mit dem Erfolg der Palatino (und der etwas schmäleren Aldus 1954). Seine Beachtung fand einen Höhepunkt in der Rezeption der Optima (ab 1958), deren erste Buchstabenansätze er einer Anekdote zufolge im Oktober 1950 während einer Besichtigung von Santa Croce in Florenz auf einen 1000-Lire-Schein skizziert hatte, inspiriert durch einige der in der Kirche befindlichen 276 Grabin-schriften.

Schon in den 1960er-Jahren begann Zapf die Möglichkeiten einer elektronischen Verarbeitung digitalisierter Schriften zu erwägen und erhielt nach einem Vortrag an der Universität von Texas in Austin seine erste Einladung zu einer Professur nach Amerika, die er aber ablehnte, obwohl seine Anliegen in Deutschland keinen Widerhall fanden. 1971 begannen seine Zusammenarbeit mit Donald E. Knuth und die Entwicklung von Schriften für das frühe Satzprogramm TeX. 1972 gestaltete er mit der Marconi Antique einen der ersten Zeichensätze für digitalen Mengensatz auf der Hell-Digiset Typesetting Machine. Seinen Lehrauftrag für Typografie in Darmstadt erweiterte er dann 1976 doch noch durch eine extra für ihn eingerichtete Professur für computergestützte Typografie – »Typographic Computer Programming« – am Rochester Institute of Technology in Stanford.

Mit Herb Lubalin gründete er die Firma Design Processing International Inc. in New York, mit dem Ziel, Programme zu entwickeln, die die Möglichkeiten professioneller Typografie am Computer zur Verfügung stellen und auch für Laien bedienbar

sind. Aus dieser Zeit resultiert sein von gegenseitiger Wertschätzung getragener Kontakt mit Steve Jobs, wodurch seine Schriften Palatino, Zapf Chancery, ITC Zapf Dingbats und später auch die Zapfino als Systemschriften im Mac Aufnahme fanden (was ihre Brauchbarkeit nicht nur aus gestalterischen Gründen einschränkt).

Zapf entwickelte in Kooperation mit der Hamburger URW Software & Type GmbH die Software »hz«. Sie sollte Algorithmen für einen besseren Zeilenausgleich mittels Spationierung und Kerning bereitstellen. Adobe lizenzierte diese später in InDesign für die Kerning-Einstellung »Optisch« in der Zeichenpalette, wodurch die eingebaute Metrik von Fonts ersetzt wird – wie viele programmiertechnische Meisterleistungen ohne Empfehlung für eine Anwendung.

Seine Affinität zu sowohl Kalligrafie als auch Computertechnologie mag erklären, warum seine Bekanntheit in Amerika höher einzuschätzen ist als in Europa. Auch seine Frau Gudrun Zapf von Hesse, deren Werk von Hermann als »noch kalligrafischer« als sein eigenes eingeschätzt wurde, wird dort als Schrift- und Buchgestalterin hochverehrt. 2002 wurde der 2. September von Willie Brown, Bürgermeister von San Francisco, zum »Hermann and Gudrun Zapf Day« erklärt, nachdem 2001 zu Ehren des Paares das »Zapffest« gefeiert worden war. Eine schöne Geste für jemanden, der viele seiner Schriften nach sich benannt hat.

ZAPF ALS AUTOR:

→ »Alphabetgeschichten. Eine Chronik technischer Entwicklungen«, Mergenthaler Edition, Linotype: Bad Homburg 2007

ÜBER HERMANN ZAPF:

→ Rick Cusick, »What Our Lettering Needs: The Contribution of Hermann Zapf to Calligraphy & Type Design at Hallmark Cards«, RIT Cary Graphic Arts Press: Rochester 2011
→ Nikolaus Weichselbaumer, »Der Typograph Hermann Zapf. Eine Werkbiographie«, De Gruyter: Berlin/Boston 2015



Hermann Zapf

THE OTHER DAY IN THE HEADROOM...

Ein Kollektiv kann viel bewegen. Aber ein Kollektiv ist nur dann schlagkräftig, handlungs- und durchsetzungsfähig, wenn es eine Vielzahl an Charakteren in sich vereint. Und wer einmal mit in the headroom an einem Tisch gegessen hat, der ist ihnen allen begegnet: dem Punk, dem Gentleman, dem Rebell, dem Controller, dem Umkrempeler, dem Querdenker, dem Koordinator, dem Perfektionisten, dem Künstler, dem Visionär, dem Zeitmanager, dem Schöngest. Und dabei sitzen nur drei Leute am Tisch.

Drei Experten auf ihrem Gebiet – Mark Grünberger, Alexander Kofler und Silvia Thaler – die seit über zehn Jahren als Team funktionieren, in Einigkeit und kreativer Diskussion, drei Experten, die sich bei einem internationalen Konzern gefunden haben, drei Experten, die zusammen auf mehrere Jahrzehnte Brand Building und Kampagnenkonzeption auf Weltniveau zurückblicken.

- 1 Cadenzza: TV-Spot – (Director Fabien Constant/Oscar de la Renta/New York Fashion Week)
- 2 Tiroler Landesmuseen: Kampagne zur Einführung der App »#myFERDINANDEUM«
- 3 Tirol Werbung: Designerporträt Rebekka Ruétz
- 4 in the headroom: Collage (Model-Bilder: Nadine Wolfbeisser für Cadenzza/Photography Mario Schmolka, Hanna Juzon für lola and grace/Photography Raphael Just)

Heute stehen diese drei mit einem starken Team im Rücken für unerschrockenes Corporate Thinking, für Global-Player-Konzepte, die im Herzen Tirols entstehen, für Liebe zum Detail und Kompetenz für das Big Picture. Das Kunden- und Projektportfolio spricht für sich: Unter den AuftraggeberInnen von in the headroom finden sich Namen wie Swarovski, Cadenzza, lola and grace, p2 cosmetics, Tirol Werbung, die Tiroler Landesmuseen, Autriche pro France, Destination Wattens oder L'Amotion.

Auch die kreative Partnerliste kann sich sehen lassen: Unter anderen gehören Fabien Constant, Jacob Sutton, Daniella Midenge, Mario Schmolka, Raphael Just, Gerhard Merzeder, Bruno Aveillan und Indlekofer-Knöpfel zum Netzwerk des Designstudios. Dabei sind es jedoch nicht die bekannten Namen, die bei in the headroom zählen, sondern die vielversprechenden Ideen. Wer bei in the headroom am Tisch sitzt, findet gute ZuhörerInnen, trifft auf Kreativität mit Anspruch und fühlt sich verstanden. Und sobald sich die Türen schließen, entsteht Bewegung – und mit ihr etwas Großes.

Design Studio for Brand Culture and Communication

www.intheheadroom.com





in the headroom

YOUNG AT HEART, YET RICH IN EXPERIENCE

MEMBERS@WORK

THOMAS FEICHTNER: DESIGN UNPLUGGED

Die zu Skizzen geronnenen Gedanken des österreichischen Produktdesigners *Thomas Feichtner* präsentiert die Galerie *Bildraum Bodensee* in Bregenz noch bis *1. April 2016*. Feichtner geht es in seinen zum Teil noch nicht zielgerichteten und ungefilterten Handzeichnungen, mit denen er seine ersten Ideen sozusagen unverfälscht zu Papier bringt, weniger um das Ästhetische, sondern um Inhalt und Kommunikation. Die Schau gewährt damit Einblick in seine tägliche Arbeit, bei der sich der Gestalter auch im digitalen Zeitalter eines traditionellen Mediums bedient und damit zu herausragenden zeitgenössischen Designlösungen findet. Zeitgleich zur Ausstellung entsteht in Zusammenarbeit mit dem Werkraum Bregenzer Wald und Möbelbau Wolfgang Schmidinger der Prototyp des neuen *A-Chair*, der bei der Finissage am *1. April* präsentiert wird.

www.thomasfeichtner.com www.bildrecht.at



Thomas Feichtner: Design Unplugged

BALLENDAT FÜR TONON: ALLROUND-CHAIR MIT KNOTEN

Bei den *Iconic Awards 2016: Interior Innovation*, die anlässlich der IMM in Köln ausgeschrieben wurden, gab es für *Ballendat Design* ein »Best of Best« für den stapelbaren Allround-Chair *Quo*, entwickelt für den renommierten italienischen Hersteller *Tonon*. Der stapelbare Stuhl überrascht mit einer ganz neuartigen Form: Die miteinander verbundenen Sitz- und Rückenflächen sind gegeneinander um *180 Grad* gedreht. Der Übergangsbereich bildet einen gestalterischen Knoten, welcher der Bequemlichkeit bei Weitem keinen Abbruch tut, sondern sie durch den flexibel nachgebenden Rücken noch unterstützt, ebenso wie die haptisch weiche Oberfläche des geschäumten Sitzkörpers. Der Stuhl ist in vielen Farben erhältlich.

www.ballendat.de www.tononitalia.com



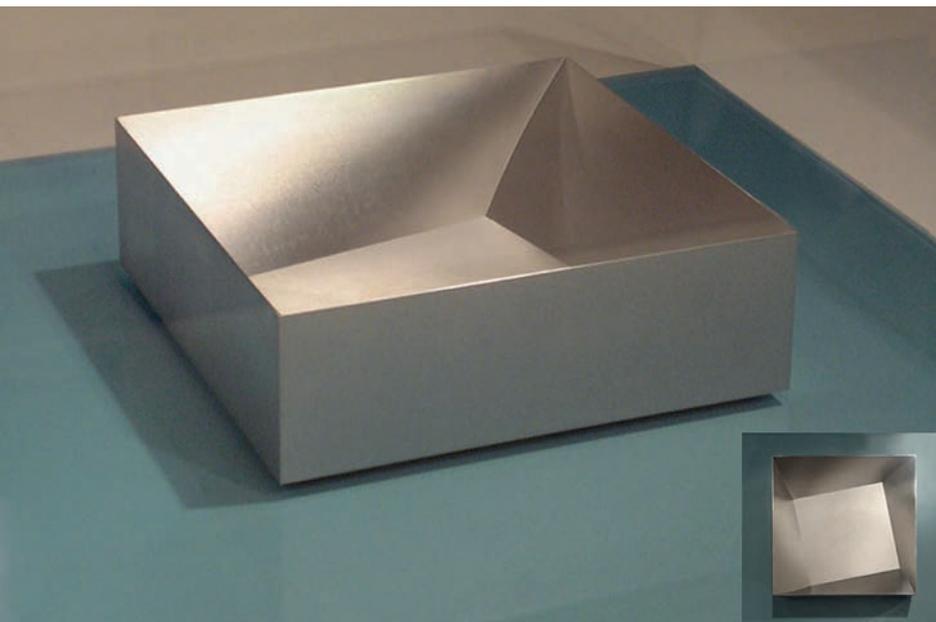
Ballendat Design:
Allround-Stuhl »Quo« für Tonon

SODA DESIGNERS MACHEN NEUGIERIG

Zum 90. Jubiläum des italienischen Möbelunternehmens *Porro* haben sich Nada Nasrallah & Christian Horner aka *Soda Designers* die ungewöhnliche Schachtelkollektion *Cabinet of Curiosities* als Überraschung ausgedacht. Von außen erweckt der Behälter den Eindruck einer einfachen Box. Öffnet man ihn, tun sich unerwartete Perspektiven auf. Hier lassen sich Geheimnisse und Schätze perfekt aufbewahren. Vergangenen Herbst war die Kollektion auf der IDS West in Vancouver zu sehen.

www.soda.at www.porro.com

Soda Designer: Schachtel »Cabinet of Curiosities«



BÖSMÜLLER STELLT PRODUKTIONEN CO₂-NEUTRAL

Die Umwelt und KundInnen von *Bösmüller Print Management*, der Partnerdruckerei von designaustria, profitieren ab sofort von der *Bösmüller-for-Climate-Initiative*, durch die nicht nur alle Produktionen, sondern auch alle internen Prozesse der Druckerei CO₂-neutral gestellt werden. »Unternehmen, die ihre Drucksorten und Verpackungen bei uns produzieren, haben die Sicherheit, dass wir den entstandenen CO₂-Ausstoß ohne Verwaltungsaufwand und Kosten für KundInnen kompensieren«, erklärt Geschäftsführerin Doris Wallner-Bösmüller. Mit der Förderung von zertifizierten Klimaprojekten stellt das Druckereunternehmen sicher, dass die bei einer Druckproduktion unvermeidbar entstehende Menge CO₂ an anderer Stelle eingespart bzw. wieder in Sauerstoff umgewandelt werden kann. Wallner-Bösmüller: »Wir haben uns für zertifizierte Projekte im Bereich erneuerbare Energien entschieden, wodurch wir die Substitution fossiler Brennstoffe unterstützen.« Partner bei der Umsetzung der Initiative von Bösmüller Print Management ist das Zukunftswerk, eine Genossenschaft, die Unternehmen bei der Erreichung ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit sowie bei der Auswahl von geeigneten Klimaprojekten unterstützt. Bösmüller Print Management ist damit die erste Druckerei Österreichs, die komplett klimaneutral agiert, in dem Bewusstsein, dass das, was der Natur genommen wird, an anderer Stelle ausgeglichen werden muss. Auf diese Weise wird ein Beitrag für die Lebensgrundlage künftiger Generationen geleistet.

www.boesmueller.at



**BÖSMÜLLER
FOR CLIMATE**
CO₂-NEUTRAL



Ballendat Design:
Allround-Stuhl »Quo« für Tonon

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN



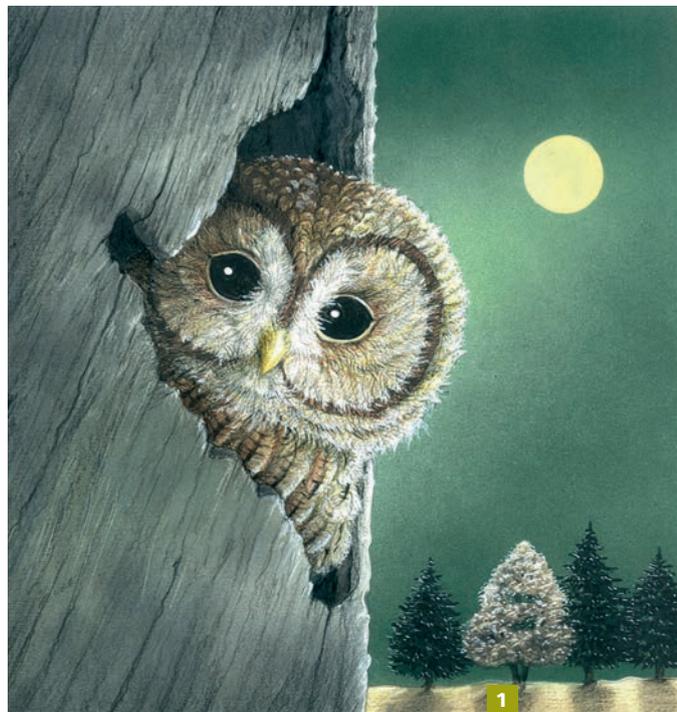
AUSTRIAN ILLUSTRATION IN PICTURE BOOKS

Auf Einladung des *Bibiana International House of Art for Children* und der Biennale für Illustrationen Bratislava (BIB) hat designaustria eine Ausstellung kuratiert, die einen Einblick in das Feld aktueller österreichischer Kinderbuchillustration und in die heimische Verlags- und Buchproduktionsszene gibt. Die Schau eröffnete am 1. März ist noch bis **17. April 2016** im Herzen Bratislavas zu sehen. Mit dabei: Lisa Althaus, Birgit Antoni, Helga Bansch, Maria Blazejovsky, Renate Habinger, Verena Hochleitner, Carola Holland, Angelika Kaufmann, Raoul Krischanitz, Monika Maslowska, Erwin Moser, Winfried Opgenoorth, Nanna Prieler, Susanne Riha, Linda Wolfgruber, Lisbeth Zwerger und viele andere sowie eine Reihe österreichischer Verlage, die Kinder- und Jugendbücher prominent im Programm haben.

Wenn wir Geschichten hören, entstehen in den Köpfen von Groß und Klein Bilder. Bilderbuch-IllustratorInnen bringen diese »Bilder im Kopf« zu Papier. Kindern anspruchsvolle Illustration vor Augen zu führen und ihr Interesse und Verständnis für die verschiedenen Techniken zu wecken, ist das

1 Susanne Riha: »Komm mit hinaus! – Die Natur im Jahreslauf«

2 Helga Bansch: »Die Hüte der Frau Strubinski«

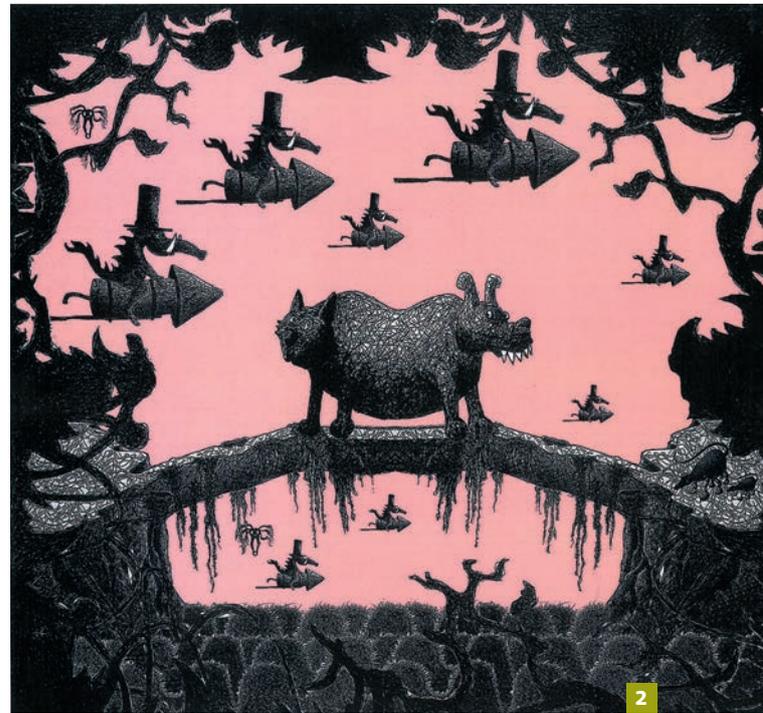


erklärte Ziel dieser Ausstellung. Aber auch Erwachsene sollen mit den Bildern angesprochen werden – entscheiden sie doch, welche Bücher sie ihren Kindern näherbringen. Geboten wird ein spannender Überblick über das aktuelle Schaffen österreichischer IllustratorInnen in Form von Originalillustrationen sowie über die Bandbreite heimischer Verlagsproduktion in Form von realisierten Kinderbüchern.

www.bibiana.sk www.designaustria.at

2





ROMULUS-CANDEA-PREIS 2015 PREISVERLEIHUNG, BUCHPRÄSENTATION & AUSSTELLUNG

Zu dem von designaustria bereits zum siebten Mal ausgeschriebenen Romulus-Candea-Preis, der neben einer Dotierung von 3.000 Euro die Realisierung eines unveröffentlichten Kinderbuchprojekts beinhaltet, waren im vergangenen Jahr 105 Arbeiten angetreten. Die Entscheidung der ExpertInnenjury, die auf »Anders, und nicht so!« von Richard Klippfeld und Judith Hurra gefallen war, wurde bereits im November 2015 auf der Buch Wien verkündet (siehe Ausgabe 4.2015). Nun werden im Rahmen einer Ausstellung im *designforum Wien* am **11. April 2016** (ab 16 Uhr) auch die Ergebnisse der Kinderjury verlautbart und das bei Luftschacht erschienene Siegerbuch präsentiert. Die Schau selbst ist bei freiem Eintritt bis **15. April 2016** zu sehen und präsentiert neben dem erstgereihten Buchprojekt auch die Beiträge der vier FinalistInnen Marlene Posch, Kathrin Steinbacher, Angela Thiel-Entacher und Robert Thierry sowie eine Auswahl fünf weiterer projektierter Kinderbücher von Martin Bruner, Annegret Haider, Vanessa Kröll, Stefanie Maier und Manuela Tober, die allesamt einer Volksschule zur Begutachtung vorgelegt wurden. In diese bunten und in einer breiten stilistischen und technischen Vielfalt gestalteten Bildwelten einzutauchen lohnt sich nicht nur für die ganz jungen BesucherInnen.

www.designaustria.at

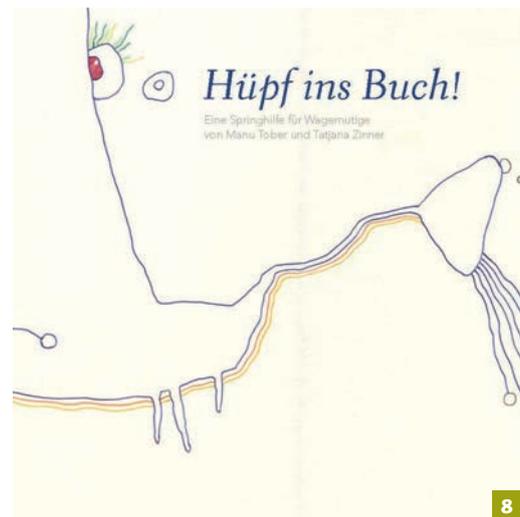


- 1** Marlene Posch: »In der Badewanne«
- 2** Thierry Robert: »Hereinspaziert!«
- 3** Richard Klippfeld, Judith Hurra:
»Anders, und nicht so!«
- 4** Annegret Haider: »Bubu und Specht!«





5



8



6

Mit rosa Punkten, Federn bunt
Das Küken frisst sich kugelrund



7



9



10

5 Kathrin Steinbacher: »The Magic Pen/
Der Zauberstift«

6 Angela Thiel-Entacher: »Fleckomio«

7 Vanessa Kröll: »Was ist los?«

8 Manuela Tober: »Hüpf ins Buch«

9 Martin Bruner: »Das unmögliche Kind«

10 Stefanie Maier: »Der Wolf und die
sieben Geißlein«

»IN A NUTSHELL« – ZEITGENÖSSISCHES DESIGN AUS KROATIEN

Eine breites Spektrum aktueller Gestaltung aus Kroatien, das die Genres Plakat, Verpackung, Produktdesign, Buch- und Zeitschriftengestaltung, Typografie und Mode umfasst, erwartet BesucherInnen von **5. Mai** bis **5. Juni 2016** im *designforum Wien* im Museums-Quartier. Die Schau wurde 2012 für Maribor in Slowenien konzipiert, das in diesem Jahr zu einer der beiden Kulturhauptstädte Europas auserkoren worden war, und soll auch weiterhin als Botschafterin für das Design eines Landes fungieren, dessen ProtagonistInnen und Kreationen zweifellos Aufmerksamkeit verdienen: Die rund 120 Ausstellungstücke bestechen durch Originalität, Relevanz, Funktionalität, ökologisches und soziales Bewusstsein und eine überzeugende Umsetzung. Wir stellen hier eine kleine Auswahl vor.

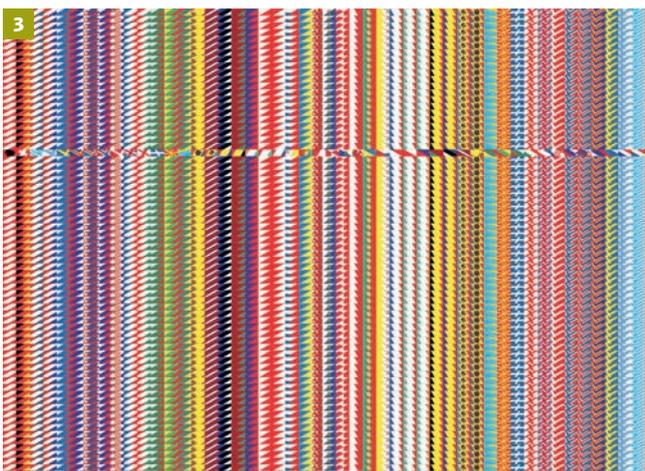
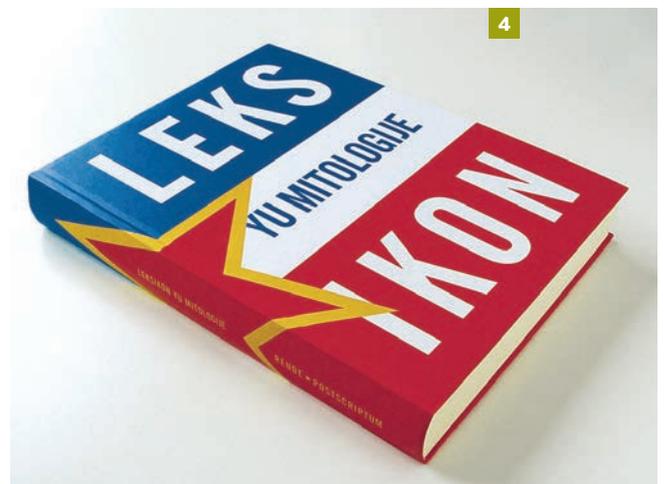
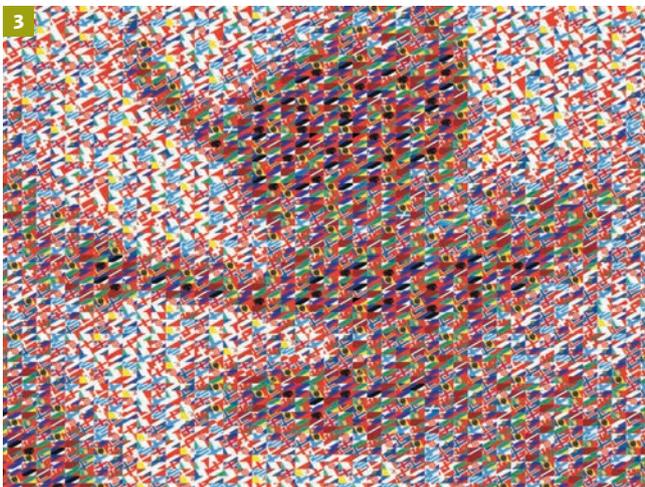
www.designforum.at | inanutshell.hr

- 1** Laboratorium (Ivana Vučić, Orsat Franković): selbstklebender immerwährender Kalender
- 2** Milimetar (Ljiljana Kolundžić): Untersetzer/ Tablett »HotFlat« aus recyceltem Glas
- 3** Studio International (Boris Ljubičić): Plakatserie »Europe 2020 – Identity/Integrity«
- 4** Dragan Mileusnić, Željko Serdarević: Buchgestaltung »Lexicon of YU Mythology«
- 5** Numen/For Use (Nikola Radeljković, Sven Jonke, Kristoph Katzler): Klappliegestuhl mit Sonnendach »XZ«

ERÖFFNUNG

4. Mai

17 Uhr

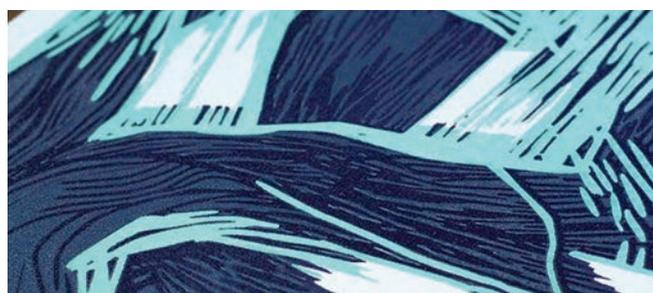


Die Ausstellung **JOSEF FRANK: AGAINST DESIGN** im Wiener MAK läuft noch bis **3. April 2016** (siehe Ausgabe 4.2015). Sie gibt einen umfassenden Überblick über das vielschichtige Œuvre des Ausnahmestalters: Frank war als Designer hochproduktiv, entwarf eine Fülle von Möbeln und Textilien und war vor allem ein maßgeblicher Architekt der Moderne, der sich mit allen – auch sozialpolitischen – Themen des Bauens und Wohnens

auseinandersetzte. Parallel dazu ist im Salon BeLLeArTi (Radetzkystraße 5, 1030 Wien) noch bis **17. März 2016** bei freiem Eintritt die Schau **DIE WELT DER MUSTER VON JOSEF FRANK** zu sehen. Frank floh vor den Nationalsozialisten nach Schweden und wurde einer der wichtigsten Designer und Architekten des Landes. Für Svenskt Tenn lieferte der Österreicher zahlreiche Musterentwürfe.

www.mak.at www.svenskttennwien.com

»Josef Frank: Against Design« – Ausstellungsansicht MAK



SPURENSUCHE WIEN – Breslau

Die Ausstellung der Meisterschule Kommunikationsdesign an der Höheren Graphischen Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt Wien präsentiert in diesem Jahr visuelle Fundstücke einer kulturellen Forschungsreise nach Breslau, Kulturhauptstadt Europas 2016. Die Schau ist von **26. April bis 1. Mai 2016** bei freiem Eintritt zu sehen.

TGA-VORTRÄGE IM DESIGNFORUM WIEN

Die in Kooperation mit designaustria durchgeführte Vortragsreihe der typographischen gesellschaft austria (tga) findet auch im Jahr 2016 eine Fortsetzung und bietet Interessierten die Möglichkeit, das Schaffen internationaler TypografInnen kennenzulernen und mit ihnen ins Gespräch zu kommen.

Am **9. März 2016** steht die brasilianische Typografin und Kommunikationsdesignerin *Tassiana Nuñez Costa* am Programm, die in Paris lebt und arbeitet. Ihre Masterarbeit zum Thema »Augmented Reading« wurde 2009 mit dem Pariser Digital-Forum-Preis ausgezeichnet. 2015 schloss sie ihr Postgraduate-Studium an der ESAD in Amiens mit »Thelo« ab, einer Schrift fürs Web, die sich mit den Möglichkeiten optischer Größe und dynamischer Interpolation befasst. Derzeit arbeitet sie bei Fjord Paris, wo es ihr ein Anliegen ist, ihre Fähigkeiten als Schriftgestalterin mit Service Design zu verbinden.

Am **6. April 2016** folgt *Michael Bierut*, heute Partner im New Yorker Büro von Pentagram, wo er Teams in den Bereichen Identity, Environmental Graphic Design und Editorial Design leitet. Die Ergebnisse seines Schaffens wurden mit zahllosen Designpreisen ausgezeichnet und sind bereits in mehreren musealen Sammlungen vertreten. Bierut unterrichtet Grafikdesign an der Yale School of Art und ist einer der Begründer und Beitragenden des vielbeachteten Blogs »Design Observer«.

Ort: designforum Wien

Beginn: jeweils 19 Uhr (bis 21 Uhr)

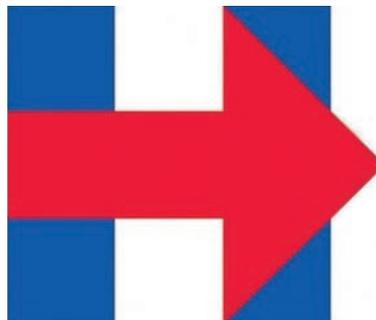
Kosten: 8 Euro | für designaustria-Mitglieder und

Studierende: 3 Euro | freier Eintritt für tga-Mitglieder

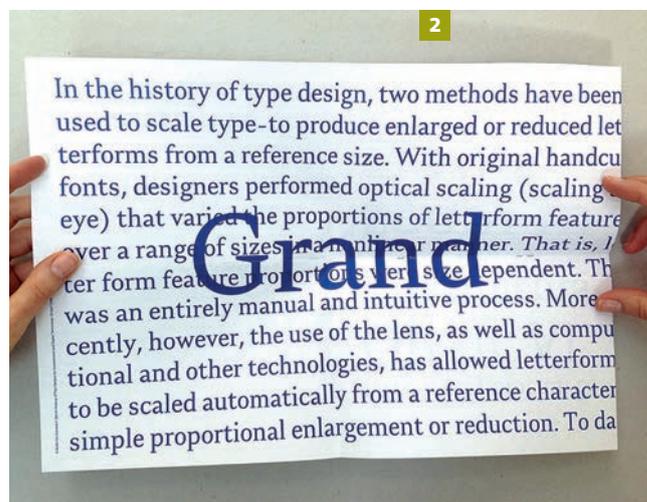
Keine Anmeldung erforderlich.

www.designaustria.at | typographischegesellschaft.at

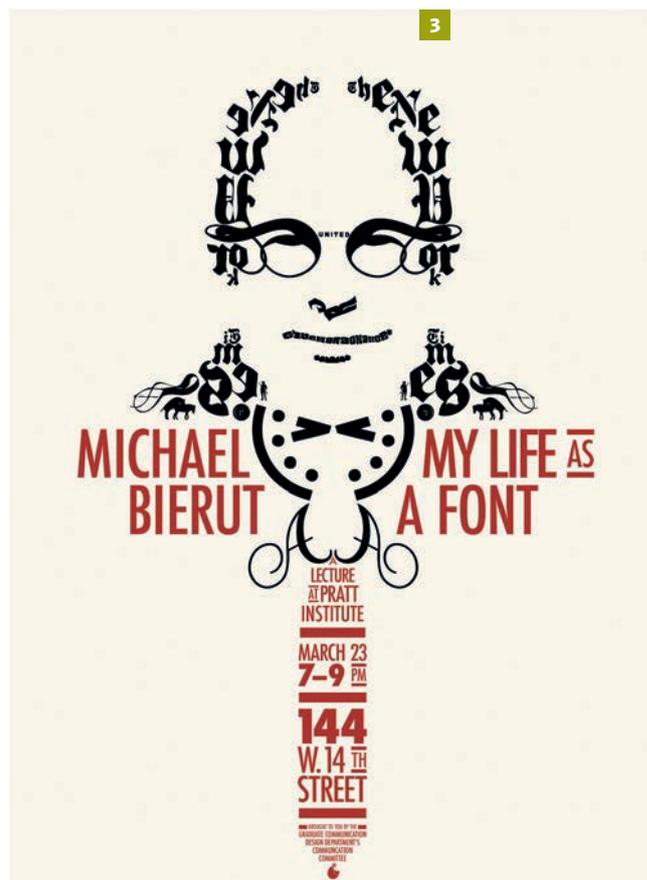
- 1 Michael Bierut:
Kampagnenlogo für
Hillary Clinton
- 2 Tassiana Nuñez Costa:
Schriftfamilie »Thelo«
- 3 Michael Bierut:
Vortragsplakat
»My Life as a Font«



1



2



3

PD+I
PRODUCT DESIGN INNOVATION

PD+I 2016

Diese internationale Konferenz für Produktdesign & Innovation, eines der führenden Events im Bereich Industrial Design, findet am **18. und 19. Mai 2016** im *America Square Conference Centre* in London statt. Erwartet werden Brandleader, prominente Designpersönlichkeiten und VertreterInnen der Bereiche Werbung, Consulting und Finanzwesen aus Europa, Nordamerika und Asien. Die Veranstaltung steht unter dem Motto »Design Thinking for now and beyond«. Präsentiert werden Fallstudien und Ergebnisberichte über den Beitrag, den Design Thinking für die Zukunft bereithält. designaustria ist Medienpartner von PD+I 2016. Mitglieder von designaustria erhalten 30% Ermäßigung auf die Teilnahmegebühr; außerdem wird ein Freiplatz vergeben. Bei Interesse melden Sie sich unter webredaktion@designaustria.at, wir teilen Ihnen die entsprechenden Codes mit.

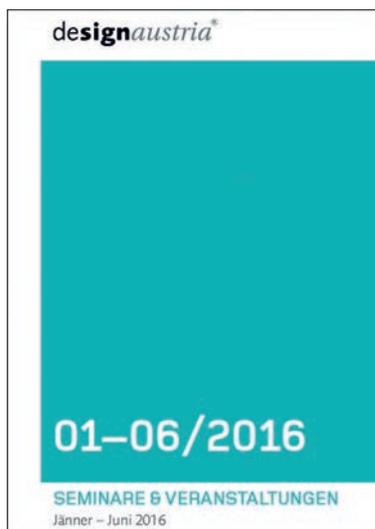
conference.pdesigni.com

DESIGNAUSTRIA: WORKSHOPS UND FORTBILDUNGSPROGRAMM 1. HALBJAHR 2016



Als Wissenszentrum bietet designaustria Fortbildung und Veranstaltungen für Mitglieder und Designinteressierte an. Diese haben dabei nicht nur die Möglichkeit, ihr Wissen zu erweitern und neues Know-how zu erwerben, sondern auch Gelegenheit, mit Gleichgesinnten ins Gespräch zu kommen, Kontakte zu knüpfen und sich von neuen Ansätzen und Ideen inspirieren zu lassen. Ganz nach dem Motto: »Move yourself! Improve yourself!«

Von März bis Juni 2016 stehen noch auf dem Programm:



VORTRAG »KOMMUNIKATION IN DER KREATIVWIRTSCHAFT«

Bettina Steindl, designforum Wien
Montag, 14. März 2016

16.00–18.00 Uhr

Der Vortrag beschäftigt sich mit kreativer Kommunikationsarbeit abseits der klassischen Kommunikationskanäle und damit, wie die Kreativbranche ihre jeweils definierten Zielgruppen neben den klassischen Presse-, PR- und Marketingaktivitäten erreichen kann. Dazu sind innovative Kommunikationswege zu beschreiben, neuartige Ideen zu generieren und mitunter aufsehenerregende Aktionen zu starten.

45 Euro Normalpreis (inkl. 20% USt.)

15 Euro für designaustria-Mitglieder und StudentInnen (inkl. 20% USt.)

Anmeldung: judith.weiss@designaustria.at

SEMINAR »NEUKUNDEN- AKQUISE – WIE GEWINNE ICH NEUE KUNDEN?«

Marianne Lotz, Trainerin und Coach
Freitag, 8. April 2016

9.00–18.30 Uhr

Sie wollen gerne neue Kunden gewinnen, wissen aber nicht, wie? Es fehlt an der richtigen Vorgehensweise und an der richtigen Organisation, und deshalb warten Sie lieber auf Weiterempfehlungen? Wie verhalte ich mich am Telefon oder im persönlichen Kontakt, um erfolgreich Kunden zu gewinnen? Wie integriere ich meine Akquise-Aktivitäten in meinen Arbeitstag? Wie kann ich mich nach dem Erstkontakt dauerhaft in Erinnerung bringen? Wenn Sie sich auch nur eine dieser Fragen stellen, dann finden Sie hier die Antwort.

340 Euro Normalpreis (inkl. 20% USt.)

220 Euro für designaustria-Mitglieder und StudentInnen (inkl. 20% USt.)

Inkludiert sind Seminarunterlagen sowie Pausengetränke, Mittagspause zur freien Verfügung. Anmeldung:

judith.weiss@designaustria.at bis

17. März 2016

ECO PECHA KUCHA

Montag, 2. Mai 2016

20.20–23.00 Uhr

Im Rahmen der ERDgespräche 2016 lädt Neongreen Network in Kooperation mit designaustria und Pecha Kucha Night Vienna zur dritten Eco Pecha Kucha Night. Im bewährten Format, 20 Slides à 20 Sekunden, erwarten uns erneut spannende Kurzvorträge.

Nähere Informationen und Anmeldung ab April unter www.erdgespraeche.net
Eintritt frei

INFOTAG »START UP & DESIGN RECRUITMENT DAY«

Donnerstag, 9. Juni 2016

16.00–21.00 Uhr

Du willst dich als DesignerIn selbstständig machen? Du möchtest mit möglichen AuftraggeberInnen ins Gespräch kommen? Du möchtest dich über die Erfordernisse von Start-up-Unternehmen informieren? Du möchtest dir ein Bild von AbsolventInnen und damit neu auf den Markt tretenden GestalterInnen machen? Dann komm vorbei! In Kurzpräsentationen erhalten NeugründerInnen grundlegende Informationen zu Recht, Kalkulation, Steuer, Sozialversicherung und Berufseinstieg und die Möglichkeit, sich AuftraggeberInnen präsentieren.

Keine Anmeldung erforderlich,
Eintritt frei

Alle Veranstaltungen finden im *designforum Wien*, Museumsplatz 1, 1070 Wien, statt. Anmeldungen gelten als verbindlich (die Nennung einer Ersatzperson ist möglich). Nähere Informationen auf der designaustria-Website und im Programmfolder.

www.designaustria.at www.designforum.at

FIDEL PEUGEOT NEUES AGI-MITGLIED

ERFOLGE



DESIGN →
WALKING
CHAIR.

1

In der letzten Ausgabe (4.2015) haben wir über die Aufnahme von Andrea Redolfi in die *Alliance Graphique Internationale (AGI)*, den Weltverband führender Grafik- und Kommunikationsdesigner, berichtet – ohne zu wissen, dass es noch ein weiteres neues Mitglied aus der Alpenrepublik gibt: *Fidel Peugeot*, Mitbegründer und Partner von Walking Chair Design Studio in Wien. Ein solcher Doppelerfolg, so der Auserwählte, steht stellvertretend für das »Neue Design aus Österreich der letzten Jahre, welches mit höchstem Niveau die Welt begeistert«.

Der gebürtige Schweizer studierte Kommunikationsdesign an der Hochschule für Gestaltung in Basel, arbeitete bereits während des Studiums bei renommierten Agenturen, tourte als Musiker mit verschiedenen Bands und gründete in den 1980ern das Schweizer Label »Radio G্লাibasel«. 1991 kam er über New York und Paris nach Wien. Hier entwickelte er früh die ersten digitalisierten Handschriften und eine ganze Legion an Pixelschriften fürs Internet darunter die »Lomo Fonts«. Peugeot ist in allen Bereichen des Grafikdesigns zu Hause – auch als freier Illustrator und Logogestalter, etwa für die Albertina und die Cocktailbar Puff. 1999 traf Fidel Peugeot auf den italienischen Produktdesigner Karl Emilio Pircher. 2003 gründeten die beiden das interdisziplinär agierende Walking Chair Design Studio mit Sitz in Wien. Bekannt wurde das Duo u. a. mit aus PET-Flaschen gebauten Lichträumen und Garderobesystemen, aus alten Tablettenverpackungen hergestellten Beleuchtungskörpern und schrägen Möbelentwürfen. Die Arbeiten des Studios verbinden Kunst und Alltagsgegenstände. So heißt es über die beiden: »Design in Wien: Damit sind nicht nur Thonet und Wiener Werkstätte, Otto Wagner und Lobmeyr gemeint, sondern auch junge

Wilde wie Walking Chair...« (Peter Stuber, 2007, in: »Design & Wien«). Unter dem Motto »We Make Things & Songs« ersinnen Peugeot und Pircher in einem ehemaligen Kaffeehaus Produkt-, Architektur-, Ausstellungs-, Grafik- und Schriftdesigns und stellen KollegInnen in ihrer Walking Chair Gallery aus. Längst agiert das Studio als internationale Trademark und für eine lange und beeindruckende Liste von AuftraggeberInnen. Das im Jahr 2011 erschienene Buch »You Do Design You« komprimiert die abseits des Mainstreams liegende Welt von Walking Chair.

walking-chair.com | www.a-g-i.org

1 Logo »Walking Chair«

2 Fidel Peugeot

3 Walking Chair:

Logoschriftzug für die Albertina, 2003

4 Walking Chair: Werkschau

»You Do Design You«, Metro Verlag, 2010

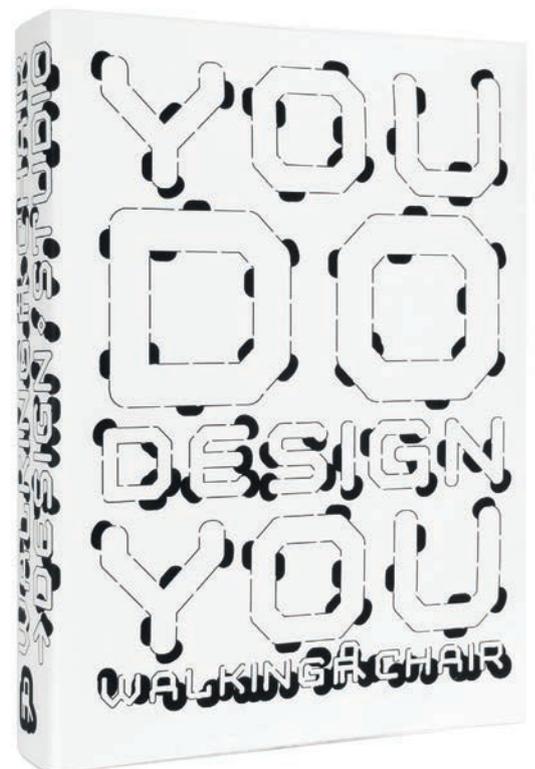


2



3

4



5 Walking Chair:

Logo für Puff, 2011

6 Walking Chair:

Corporate Font für das Magazin »Line« von Tyler Büle (Wall*paper), 2000

7 Walking Chair: Haus-

schrift »Aspirin« für die Marien Apotheke Wien, 2005–2015

8 Walking Chair:

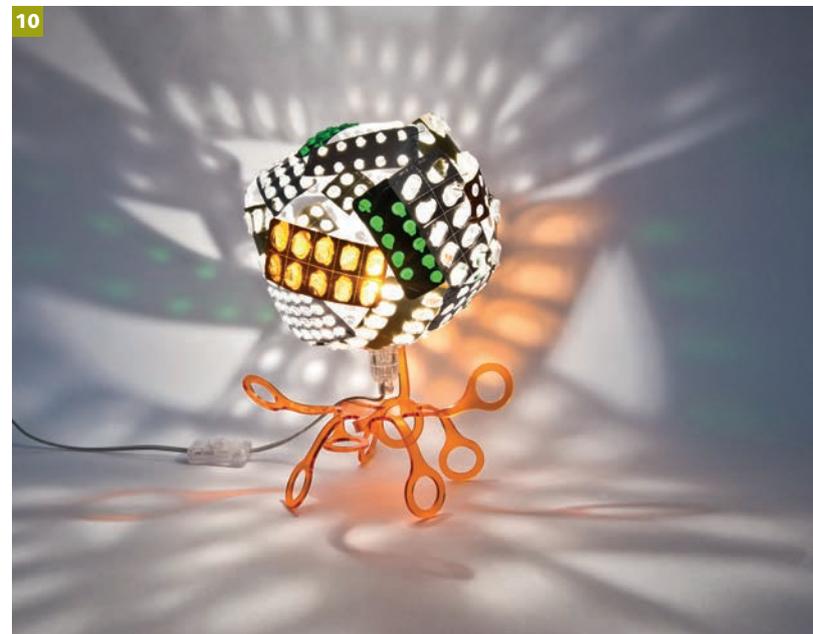
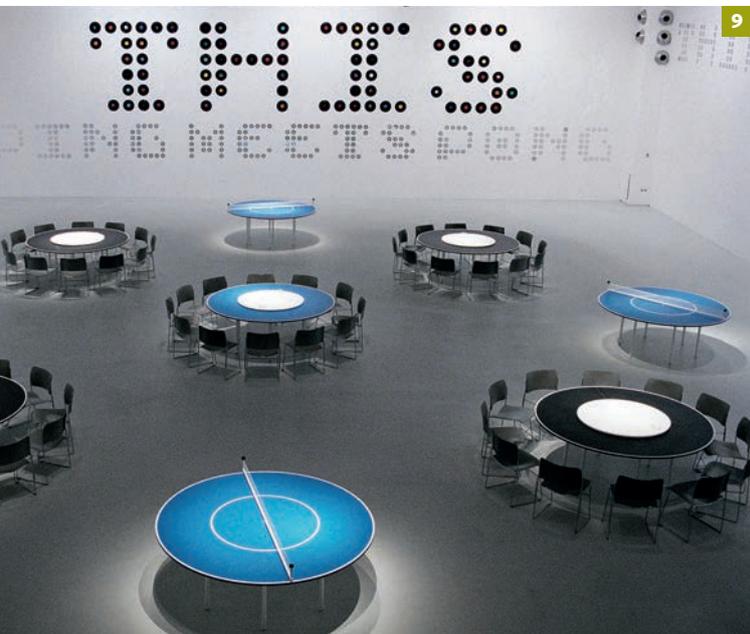
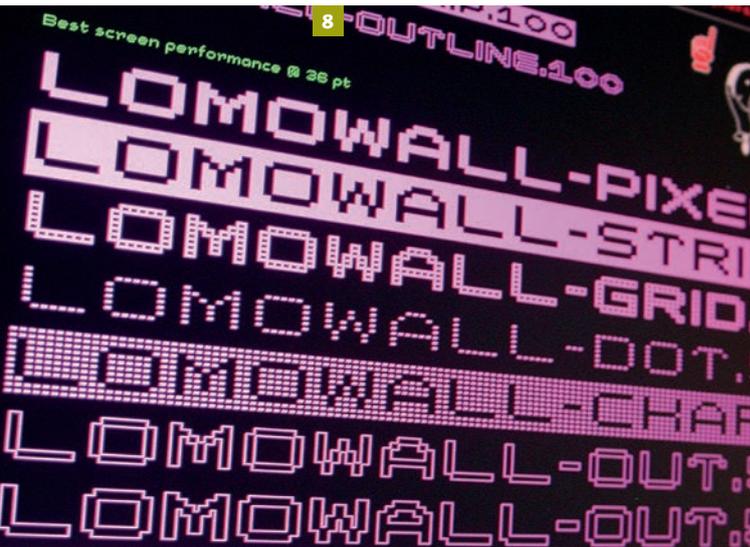
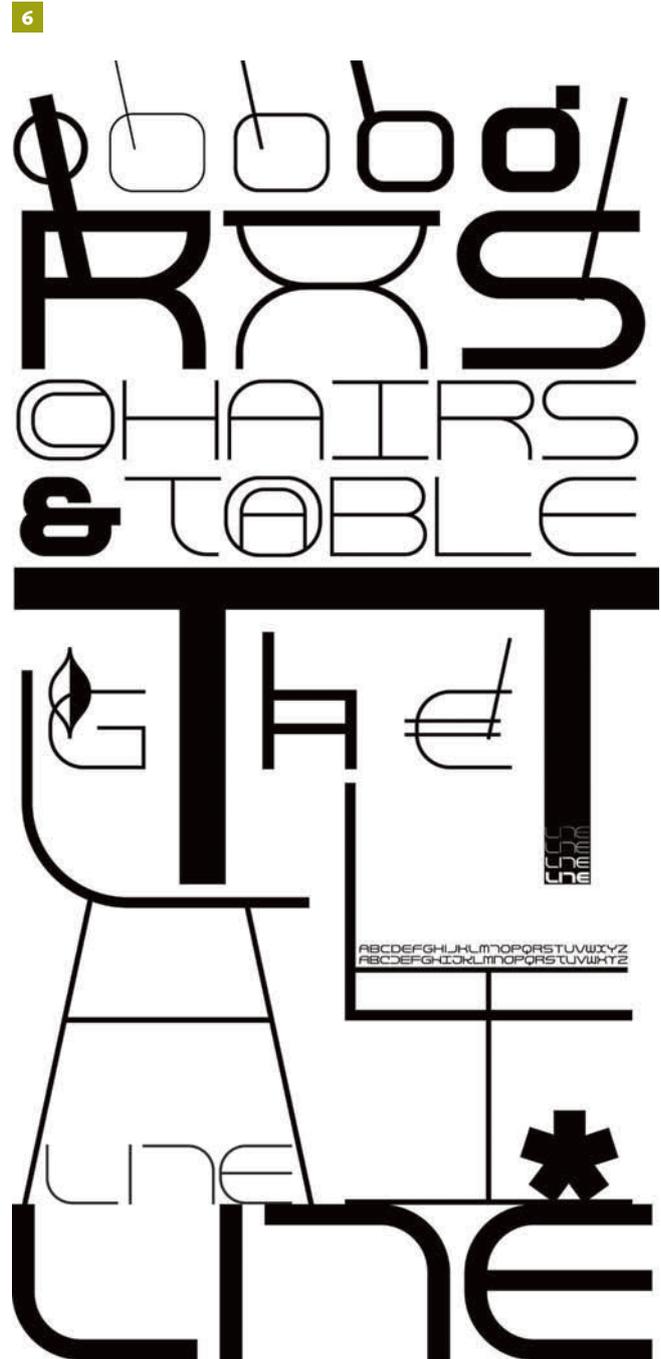
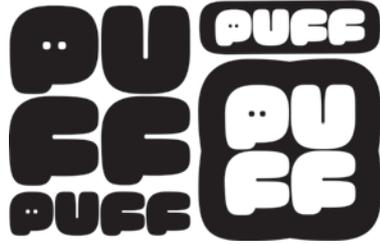
Lomo Fonts für die Lomographic Society, 1997–1999

9 Walking Chair:

Multifunktionsisch »Ping Meets Pong«, 2003

10 Walking Chair:

Blisterleuchte »My Sister Blister«, 2013



RED DOT AWARD: COMMUNICATION DESIGN 2015

Insgesamt 7.451 Arbeiten aus 53 Nationen – ein neuer Rekord bei den Einreichungszahlen – sind im vergangenen Jahr in insgesamt 17 Kategorien in der Disziplin Kommunikationsdesign des Red Dot Award angetreten. Die vielköpfige Jury vergab 568 der begehrten roten Punkte und 81-mal die Auszeichnung »Best of the best« für höchste Designqualität. Initiator Peter Zec: »Die Kreativbranchen wachsen: Immer neue Trends in der Digitalkommunikation, aber auch im Event- und Printbereich lassen Diversität und Spezialisierungen entstehen.« Von Corporate Design über Apps bis hin zu Social Responsibility – die Vielzahl der diesjährigen Kategorien bot den TeilnehmerInnen zahlreiche Möglichkeiten, ihr Talent unter Beweis zu stellen. Am 6. November wurden im Rahmen der Red Dot Gala in Berlin die Sieger verkündet, die sich den Red Dot: Grand Prix und den mit 10.000 Euro dotierten Red Dot: Junior Prize gesichert hatten. Letzterer ging nach Taiwan: *Chien-Hsing Chen* von der National Taiwan University of Science & Technology wurde für die von ihr entwickelte Anwendung *BlindNavi* ausgezeichnet.

Die App-Neuheit orientiert sich daran, wie blinde Menschen Straßen wiedererkennen, und verbindet multisensorische Nachrichten mit bekannten Bezugspunkten. Je ein Grand Prix ging an die Werbeagentur *Scholz & Friends* und an *Strichpunkt Design* aus Deutschland sowie an *Win Win Packaging Ltd.* aus Finnland. Zur Red Dot: Agency of the Year 2015 wurde die deutsche Agenturgruppe *Leo Burnett* gekürt; als Red Dot: Brand of the Year 2015 entpuppte sich *LG Electronics*.

Auch für eine ganze Reihe von DesignerInnen aus Österreich – die Mehrzahl davon aus Graz – gab es das begehrte Qualitätssiegel. Gar ein »Best of the best« ging an in Wien beheimatete *Willerstorfer Font Foundry* für die umfassende und vielseitig einsetzbare Schriftfamilie *Sindelar*: 18 Schnitte zu je 980 Glyphen sowie zahlreiche OpenType-Features (siehe das ausführliche Interview mit Stefan Willerstorfer in Ausgabe 4.2015). Für *Stefan Leitner* und *Simon Lemmerer* aus Graz gab es dieselbe hohe Auszeichnung für ihr typografisches Artwork für das Doppel-

- 1 Willerstorfer Font Foundry: Schriftfamilie »Sindelar«
- 2 Stefan Leitner, Simon Lemmerer: typografisches Artwork »This & That«

Sindelar is available at Willerstorfer Font Foundry.
→ www.willerstorfer.com

Type Family Sindelar
Version 1.0
Year of release 2014
Complete family 18 fonts
Number of glyphs 983/font
Font format OpenType (OTF)
Designed by
Stefan Willerstorfer
Willerstorfer
FONT FOUNDRY

Sindelar

The highly legible text face addressing the demands of contemporary news and media design.

a

3 Regulars
A, B, and C
3 Regular Italics
A, B, and C
Medium
Medium Italic
Semibold
Semibold Italic
Bold
Bold Italic
Extrabold
Extrabold Italic
Black
Black Italic
Extrablack
Extrablack Italic
→ www.willerstorfer.com

© Stefan Willerstorfer 2009–2014 All rights reserved. For viewing purposes only. No reproduction without written consent.



1

2

album *This & That* von *Bam & Mr. Dero*, erschienen bei *Tiefparterre Records*. Die farbigen Typo-Installationen aus alten Musikinstrumenten hielten dann auch für das Cover her. Unter die Besten reichte sich auch der *Geschäftsbericht 2014* der *Merkur Versicherung*, gestaltet von der in Wien und Graz ansässigen Agentur *Arts & Crafts*. Das Motto einer »neuen Handschrift« wurde hier ganz wörtlich genommen – und das auf 176 Seiten. Weitere rote Punkte holten sich *Kiska* für die Website *KTM.com*; zwei Studierende der *FH Joanneum Graz* – *Lisa Gaugl* und *Valentin Peter Eisele* – für die Gestaltung des *Kreativmagazins NÜ* und das Corporate Design des biologisch ausge-

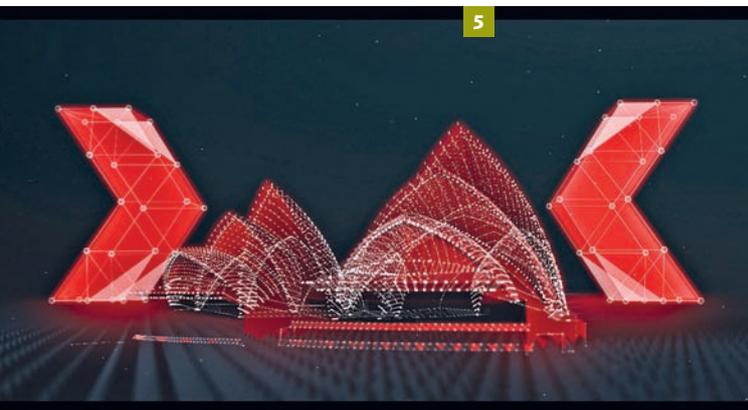
richteten Start-up-Unternehmens *Wollwerk*; *Mindconsole/Thomas Thurner* aus Graz für die effektiv in Szene gesetzten Opening Titles zum australischen Event *TEDx Sydney 2014*; *FOON* aus Graz für den Corporate Design Relaunch von *Pathos*, ein Theater und Kunst- und Veranstaltungszentrum in München; und *Vasku & Klug* aus Wien für die Ausstellungs-gestaltung *Confession of Design* der *Außenwirtschaft Austria* beim *Salone Internazionale del Mobile* in Mailand 2014. Alle Siegerbeiträge werden online auf der Veranstalterwebsite ausführlich in Wort und Bild vorgestellt.

www.red-dot.de

- 3 Arts & Crafts:
Merkur Versicherung
Geschäftsbericht 2014
- 4 Lisa Gaugl: Gestaltung
»Kreativmagazins NÜ«
- 5 Mindconsole/Thomas
Thurner: Opening Titles
»TEDx Sydney 2014«
- 6 Valentin Peter Eisele:
Corporate Design
»Wollwerk«



3



5



4



6





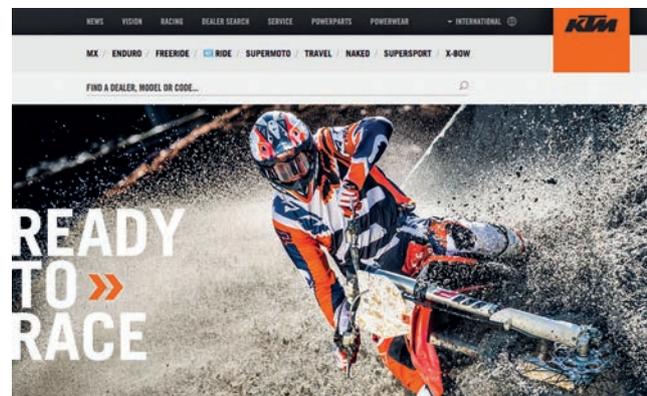
7

9

- 7 Vasku & Klug: Ausstellungsgestaltung »Confession of Design«
- 8 FOON: Corporate Design »Pathos«
- 9 Kiska: Website KTM.com



8



BRAUN PRIZE 2015

- o Livin Studio: Projekt »Fungi Mutarium – Growing Food on Toxic Waste«

Eine Flut an Gestaltungslösungen bewarb sich um diesen renommierten und seit 1968 bestehenden internationalen Designpreis, der 2015 unter dem Motto »The Extra in the Ordinary« nach Dingen suchte, die das Leben oder die Welt verändern, auch wenn sie vielleicht sehr einfach, klein oder gar virtuell sind. Den Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie Professionals holten sich *Julia Kaisinger* und *Katharina Unger* von *Livin Studio* in Graz mit ihrem Projekt *Fungi Mutarium – Growing Food on Toxic Waste*. In Zusammenarbeit mit der Universität Utrecht entwickelten die beiden Frauen eine neuartige und bekömmliche Schimmelpilznahrung, die auf Plastikabfallstoffen gedeiht, sowie das dazugehörige Essbesteck. Die Jury: »Dieses visionäre und herausfordernde Projekt beschäftigt sich mit zwei wichtigen Problemkreisen: Plastikabfall und Nahrungsmittelknappheit.« Überzeugt hat die Verbindung zwischen einer wissenschaftlich fundierten Ausgangsbasis und Design als Katalysator. Herausgekommen ist dabei ein Lösungsansatz, der die Abfallproduktion verringert und die Welt zugleich mit Nahrung versorgt.

www.livinstudio.com | www.braunprize.org



BÜCHER

»FLUCHTWEGE« – EIN BUCH, GEMACHT UM ZU HELFEN

Im Herbst 2015 dokumentierte der Wiener Fotograf *Florian Rainer* die Fluchtbewegung quer durch Österreich. Was als Auftrag für die Caritas und das UNHCR begann, setzte er auf eigene Initiative fort. Sein Weg führte ihn an die Landesgrenzen, wo auch das Cover des Buches entstanden ist. Er dokumentierte die Arbeit des Train of Hope am Hauptbahnhof und der Caritas am Westbahnhof, er besuchte die großen Flüchtlingslager und Transitunterkünfte. In ihm wuchs die Idee, das Bildmaterial in Form eines Buches zu verarbeiten, das die Dimensionen der Flüchtlingskrise beschreibt und die sozialen, politischen, zivilgesellschaftlichen Aspekte berücksichtigt. Der Erlös sollte den Flüchtlingen zugute kommen. In kürzester Zeit stellte er eine Crowdfunding-Kampagne für die Finanzierung der ersten Auflage auf die Beine, bat um Textbeiträge und recherchierte verlässliche Quellen: Zu komplex war die Thematik, um sie nur mit Bildern zu erzählen. Die vielschichtigen Fotos sind durch Texte von Flüchtlingen, HelferInnen, JournalistInnen, SchriftstellerInnen und ExpertInnen ergänzt, kommentiert und untermauert. Entstanden ist daraus ein Zeitdokument, das auch in 20 Jahren noch von Relevanz sein wird – eine Erinnerung an den Herbst 2015.

Das Buch ist geografisch und zeitlich strukturiert – von der Einreise nach Österreich bis zur Ausreise an der deutschen Grenze. Als Prolog illustrieren Handyfotos, die Refugees selbst auf der Flucht gemacht haben, einen Text über die Balkanroute. Ganz bewusst beginnt Florian Rainer sein Buch mit dem Einzelschicksal von Hakeem Abdullah, um sich dann auf die Metaebene weiterzubewegen. Die Fotos gehen weg von den plakativen Bildern, wie man sie in den letzten Monaten oft in den Medien gesehen hat, sondern erzählen komplexe Sachverhalte, zeigen leicht zu übersehende Details und halten Momente fest, die im Kopf des Betrachters/

Fluchtwege

**Broschur, 16,5 x 23 cm,
240 Seiten, 200 Fotos,
20 Texte,
ISBN 978-3-902976-67-3,
Euro 33 (davon ca. 30 Euro
Spende). Das Buch ist
beim Verein Ute Bock,
Zohmannsgasse 28,
1100 Wien, und via
Internet unter
<https://shop.fraubock.at>
erhältlich und kann
auch per E-Mail an
fluchtwege@fraubock.at
bestellt werden.**



der Betrachterin Fragezeichen auslösen. Durch diese Sicht auf das Uneigentliche kommt, bei aller Dramatik, auch die Situationskomik nicht zu kurz. Das letzte Kapitel geht wieder auf individuelle Schicksale ein und widmet sich jenen Flüchtlingen, die in Österreich geblieben sind. Zu sehen sind Familienporträts vor notdürftigen Schlafplätzen.

Für die Gestaltung des beeindruckenden Bandes zeichnet die Agentur *Lisa + Giorgio* verantwortlich, die wie alle anderen Beteiligten unentgeltlich mitgearbeitet hat. Das Layout ist bewusst schlicht und gibt den Fotos Raum. Die Typografie ist nüchtern und versucht mit möglichst wenig Schnitten und Auszeichnungen auszukommen. Spannung entsteht durch typografische Details. Transportieren die Fotos Emotionen, spiegelt das Grafikdesign die Strenge der Gesetze und Härte der Regeln wider. Kleine Pfeile finden sich auf den Kapitelseiten und nehmen auf den Titel »Fluchtwege« Bezug. Produziert wurde das Buch ohne großen Firlefanz, gedruckt wurde auf Munken Lynx, was haptisch zum Thema passt und wodurch Text und Bild bestmöglich zur Geltung kommen. *Der Reingewinn aus dem Verkauf kommt dem Verein Ute Bock sowie Train of Hope zugute.*

www.florianrainer.at www.lisaundgiorgio.at
www.fraubock.at

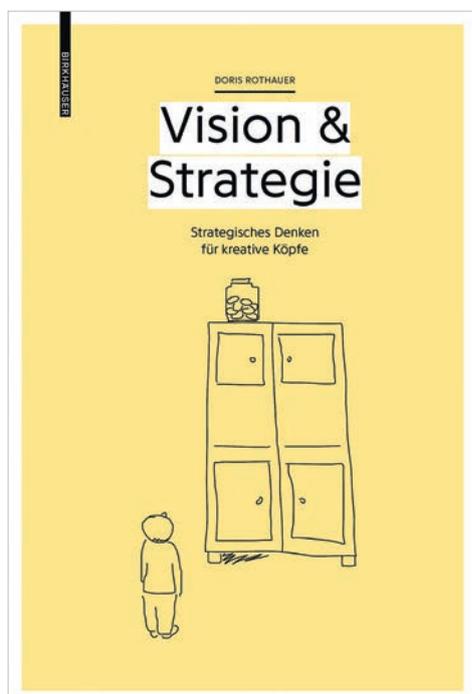


»VISION & STRATEGIE: STRATEGISCHES DENKEN FÜR KREATIVE KÖPFE«

Unternehmerisch zu denken und zu handeln heißt, sich unter den heutigen Rahmenbedingungen permanenter Veränderungen mit strategischen Grundfragen der eigenen Weiterentwicklung auseinanderzusetzen. Diese dem Zufall zu überlassen, intuitiv anzugehen oder sich auf Erfolge der Vergangenheit auszuruhen, funktioniert nicht länger. Gerade dort, wo Kreativität und Innovation angesiedelt sind, wo es um Visionen und Inhalte geht, müssen junge UnternehmerInnen strategisch denken und agieren, wenn sie betriebswirtschaftlich erfolgreich sein wollen. Das Handbuch von Doris Rothauer zeigt auf, dass Strategie Visionen voraussetzt, dass sie klare Haltungen und Werte, Kreativität und innovatives Denken braucht; dass Strategie als schöpferischer Prozess aber auch Spaß machen, spielerisch und experimentell sein und so zu einer Kernkompetenz kreativer und innovativer Köpfe werden kann. Dazu bietet das Buch einfache, aber wirkungsvolle Tipps und Tools. Erwin K. Bauer: »Das Buch versammelt nicht nur kluge Tipps, sondern motiviert auch, seine eigene Strategie visionär zu denken und in die Tat umzusetzen. Wirklich hilfreich ist die smarte Sammlung an Tools, mit denen man seine eigene Strategie entwickeln, festigen und sichtbar machen kann.«

Doris Rothauer ist studierte Wirtschaftswissenschaftlerin mit einem Postgraduate-Abschluss in Kulturmanagement und als systemische Beraterin ausgebildet. Sie war als Kulturmanagerin tätig und leitet seit 2006 das Büro für Transfer, das auf Strategieberatung und Projektentwicklung im Kultur- und Kreativwirtschaftsbereich spezialisiert ist. Zu den KundInnen zählen Unternehmen der Kreativwirtschaft, Kulturinstitutionen, Institutionen der öffentlichen Hand sowie innovative KMUs.

www.visionundstrategie.com www.buerofuertransfer.at



365TYPO

The »365typo« annual book, published in collaboration with Association Typographique Internationale (ATypl), features 365 stories by the best writers in the field of typography, visual communication, and type and graphic design from all over the world. The book presents not only crucial stories and facts, but also analyses and predictions of future developments in the industry, and helps readers find their way through the labyrinth of current happenings, trends and ideas. It brings together some of the greatest experts and uses their enthusiasm to help promote typography and graphic design. The idea to publish a typography and graphic design annual was first floated in 2013, shortly after »Typo Magazine« ceased publication. The contributors are: John D. Berry, José Scaglione, Stephen Coles, John L. Walters, Erik Spiekermann, Luc(as) de Groot, Fiona Ross, Yves Peters, Andreu Balius, Indra Kupferschmid, Nadine Chahine, Gerry Leonidas, Laurence Penney, Erik van Blokland, Stephen Banham, Veronika Burian, Jaap Biemans, Jacek Utko, Dan Reynolds, Eben Sorkin, Richard Kegler, Bill Gardner, Dionysis Livanis, Adam Twardoch, Laura Meseguer, Jeremy Leslie, Silvia Sfligiotti, Ilene Strizver, Kris Sowersby, Pascal Zoghbi and 71 more, including designaustria. The maze of 365 stories is divided into several blocks including magazines, education, awards, software, know-how, and a unique selection of the 50 most interesting typefaces of 2014.

www.365typo.com

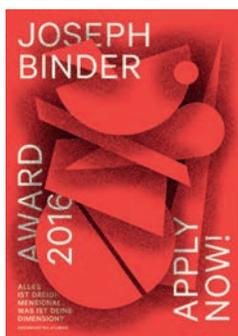
365typo

The 308–page, 230 x 283 mm hardback publication is edited by Linda Kudrnovská and published by étapes: editions, Paris, ISBN: 979–10–95254–00–3. To be ordered online for Euro 49.50.

Vision & Strategie :
Strategisches Denken für kreative Köpfe
 Erschienen im Birkhäuser Verlag, Layout und Covergestaltung von Brand Unit, Broschur, 152 Seiten, 30 Abbildungen, ISBN 978–3–03821–992–7, Euro 25,65 (inkl. 10% USt.), auch als E-Book erhältlich.



WETTBEWERBE



JOSEPH BINDER AWARD 2016

Einreichungen zum JBA16, Österreichs großem internationalem Wettbewerb für Grafikdesign und Illustration, werden zu regulären Tarifen noch bis **17. April 2016** online entgegengenommen. Die Teilnahme für Mitglieder von designaustria (und der Partnerverbände) ist um 30% ermäßigt, Studierende zahlen die Hälfte. Neu ist, dass die Arbeiten – eingereicht werden können ab dem Jahr 2014 realisierte Projekte – gleich auf der Website hochzuladen sind.

Noch mehr europäische Designorganisationen als bisher haben sich für eine Partnerschaft entschieden, sodass mit einer Ausdehnung der Reichweite und mit noch mehr Internationalität als bisher zu rechnen ist. Juriiert wird zum ersten Mal in zwei Runden – im Juni in einem ersten Schritt Online und im Juli in einem zweiten Schritt vor jenen Arbeiten, die die erste Runde passiert haben und physisch vorliegen werden. Erstmals wird es beim Joseph Binder Award, der bisher auf Print beschränkt gewesen ist, möglich sein, auch digitale Medien und Illustrationen einzureichen. Die Sonderkategorie Design Fiction, in der (noch) nicht umgesetzte Konzepte und Projekte entgegengenommen werden, bleibt bestehen. Neben den begehrten Trophäen in Gold, Silber und Bronze und den Geldpreisen in der Kategorie Design Fiction kommt in diesem Jahr – und auch das ist eine Premiere – der vom Weltdachverband gestiftete ico-D Excellence Award (ehemals IcoGrada Excellence Award) zur Vergabe. Das neue Erscheinungsbild des JBA16 stammt aus der Schmiede von 100und1. Es zitiert Joseph Binders typische geometrische Formen in den kräftigen Grundfarben Rot und Blau. Die Frage »Was ist deine Dimension?« fordert GestalterInnen aus aller Welt auf, mit ihrer eigenen visuellen Sprache zu antworten und ihre Arbeiten zum Wettbewerb einzureichen.

www.designaustria.at/jba16



DIE SCHÖNSTEN DEUTSCHEN BÜCHER 2016

Die Stiftung Buchkunst mit Sitz in Frankfurt am Main und Leipzig wird dieses Jahr 50 und lädt zur Teilnahme an ihren beiden Wettbewerben »Die schönsten deutschen Bücher 2016« und »Förderpreis für junge Buchgestaltung 2016« ein. Der Einsendeschluss für beide Wettbewerbe ist der **31. März 2016**. Das Gebrauchsbuch steht dabei im Mittelpunkt. Eine von der Stiftung berufene unabhängige Fachjury prüft die Bücher des aktuellen Jahrgangs nach Konzeption, Gestaltung, Satz, Druck, Bild und Einband. Der Wettbewerb richtet sich an Verlage, BuchgestalterInnen und produzierende Betriebe. Ausgezeichnet wird eine festgelegte Anzahl von 25 Büchern. Diese sind gleichzeitig Nominierungen für den mit 10.000 Euro dotierten Preis der Stiftung Buchkunst, der für das allerschönste deutsche Buch vergeben wird. Eingereicht werden können Neuerscheinungen der Jahre 2015 und 2016.

Der »Förderpreis für junge Buchgestaltung« möchte außergewöhnliche, neue Ideen zu gedruckten Büchern oder hybriden Buchformen – und damit Entwicklungen im Medium Buchgestaltung – aufspüren und Buchimpulse für morgen sowie Qualitätskonzepte von heute sichtbar machen. Hier steht nicht die technische Perfektion, sondern die Idee im Vordergrund. Studentische Arbeiten sind herzlich willkommen! stiftung-buchkunst.de



DER RED DOT AWARD: COMMUNICATION DESIGN 2016

ist eröffnet: Early Birds können noch bis **5. April 2016** einreichen, regulär ist eine Teilnahme bis **12. Mai 2016** möglich, Latecomer haben bis **10. Juni 2016** Zeit. www.red-dot.de

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 Designers Associations, BEDA.

VORSTAND: Monika Fauler, Wien; Martin Föbleitner, Wien; Markus Hanzer, Wien; Sigi Ramoser, Dornbirn; Beatrix Roidinger, Wien

GESCHÄFTSSTELLE: designaustria im designforum Wien, MQ, Museumsplatz 1/Hof 7, 1070 Wien, Telefon (01) 524 49 49-0, Fax (01) 524 49 49-4, E service@designaustria.at, www.designaustria.at, Geschäftsführung: Prof. Severin Filek, Birgit Gartner (Finanz- und Projektmanagement, Mitgliederbetreuung), Tamara König (Webredaktion & Projektmanagement), Heidi Resch (Projektmanagement), Sibel Sermet (Webredaktion), Bettina Steindl (Projektmanagement & Kuration designforum Wien), Judith Weiß (Projektmanagement), Brigitte Willinger (Redaktion & Text Editing)

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 ge-

nannt: Otto und Marie Neurath, Isotype Collection, University of Reading (Roswitha Peintner/Gesellschaft und Wirtschaft – Bildstatistisches Elementarwerk), Jürgen Röhrscheid (Porträt Hermann Zapf), MAK/Aslan Kudrnofsky (Josef Frank: Against Design), Mathias Swoboda (Romulus-Candea-Preis/Richard Klippfeld)

LAYOUT UND ARTDIREKTION: Sandra Steiger, zeitmaß, Kandlgasse 16, 1070 Wien
PAPIER: Munken Kristall, Cover: 200 g/m², Kern: 120 g/m², 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 der Kunstsektion im Bundeskanzleramt

BUNDESKANZLERAMT ÖSTERREICH

KUNST

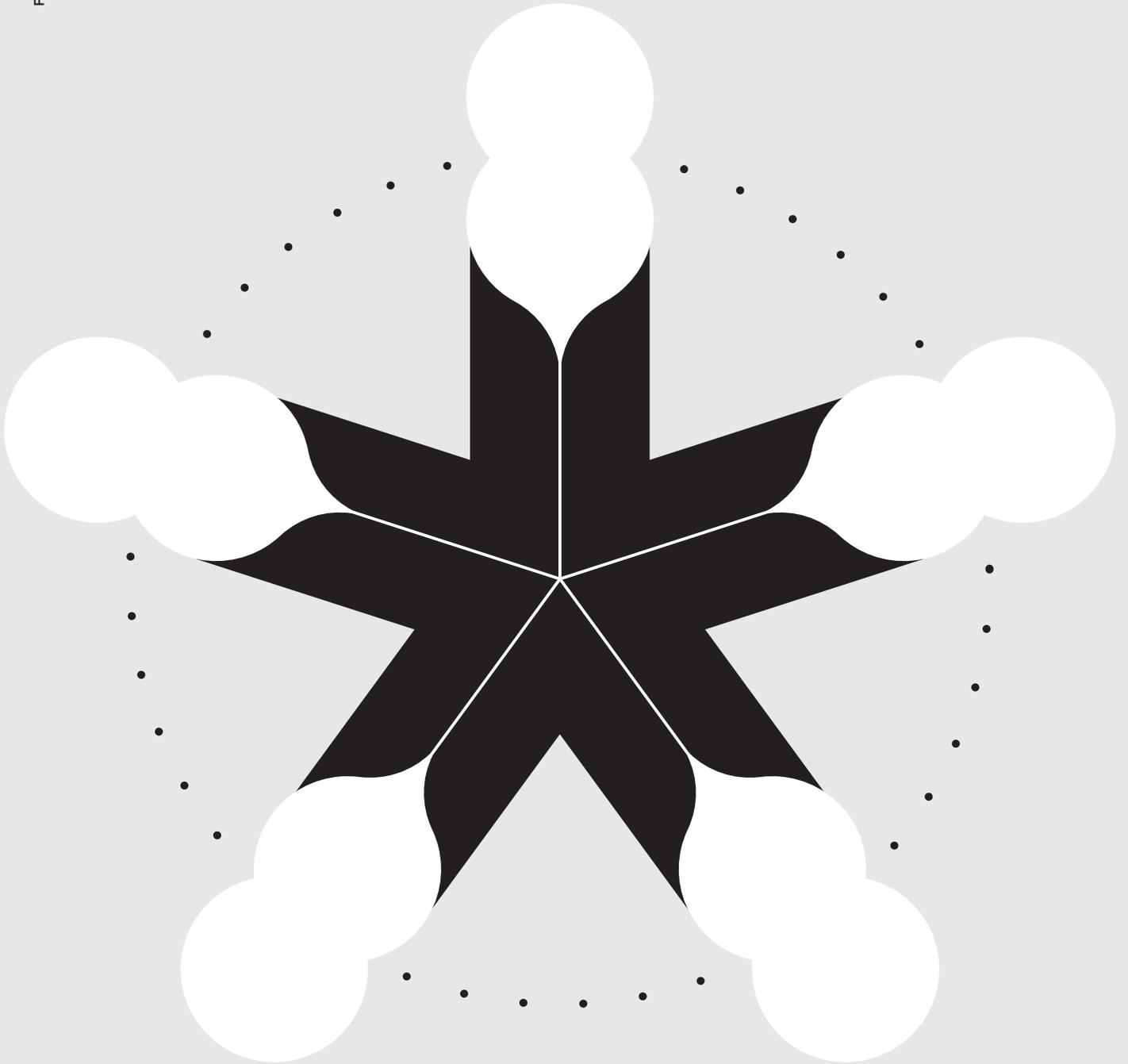
NEU

Is your choice of white crystal clear?

Es kommt nicht jeden Tag vor, dass wir – die papierliebhabenden Perfektionisten, die wir sind – ein neues, ungestrichenes Papier auf den Markt bringen! Munken Kristall ist das vierte Mitglied der Munken Design Range und expandiert Ihr kreatives Universum. Der brillantweiße Farbton von Munken Kristall gibt Bildern eine zusätzliche Dimension und setzt einen farblichen Kontrast, während die Oberfläche Ihrem Druckerzeugnis einen ganz natürlichen Charakter verleiht. Es ist die perfekte Wahl für Projekte, die eine besondere Eleganz ausstrahlen sollen.

Entdecken Sie die Munken Design Range und finden Sie Ihren Lieblingsfarbton auf www.arcticpaper.com!

EUROPEAN
DESIGN AWARDS
2016



CELEBRATING
CREATIVE EXCELLENCE

WWW.EUROPEANDESIGN.ORG

PREISVERLEIHUNG UND KONFERENZ

20.|21. Mai 2016

in Wien