

designaustria® mitteilungen

JOSEPH BINDER AWARD 2016: Preisverleihung, Ausstellung, Katalog, Symposium |
Michael Leube: Xenophobie als Symptom nicht-integrativen Designs |
»Design gehört nachgelesen«: breadedEscalope & mischer'traxler studio | »Design Promoviert«
zum ersten Mal in Österreich | DESIGNED CLICHÉ. Austrian Industrial Design
auf der WDC 2016 Taipei | Studioporträt: EN GARDE Design Company | 40 Jahre MAM:
Nicht nur die Geschichte eines Schnullers

1.2.3.4 2016



we
design
austria



INHALT

04

JOSEPH BINDER AWARD 2016

- 04 **WINNERS! WINNERS! WINNERS!**
Die Preisverleihung des JBA16
- 06 Die Ausstellung • Der Katalog
• |design|er|leben| # 8.2
- 07 Gold, Silber und Bronze
- 08 **WINNERS! WINNERS! WINNERS!**
Die Jury zu den Gold Awards
- 10 JOSEPH BINDER SYMPOSIUM 2016

11

DESIGN & ANTHROPOLOGIE

- 11 Michael Leube: »Die Boten des Unglücks« – Xenophobie als Symptom nicht-integrativen Designs
- 12 »Flechten-Flüchten«: Ein soziales Experiment der Kooperation

13

»DESIGN GEHÖRT NACHGELESEN«

- 13 Designer/Designerinnen bei der Arbeit:
breadedEscalope
- 15 Das österreichische Designduo
mischer'traxler

18

DESIGNFORSCHUNG

- 18 »Design Promoviert« zum ersten Mal in Österreich
- 19 Lehrveranstaltung:
DAS BUCH NEU DENKEN
- 20 Forschungsbereich für visuelle
Designforschung an der FH Vorarlberg

20

NACHRUF

- 20 50. Todestag von VW- und
Porsche-Designer Erwin Komenda
- 21 Siegfried Maser (1938–2016)
- 21 Giancarlo Iliprandi (1925–2016)

22

RÜCKSCHAU

- 22 **DESIGNED CLICHÉ.** Austrian
Industrial Design
- 24 **Business Design Thinking** – Denkraum
für eine neue Unternehmenskultur

26

DESIGNAUSTRIA-STUDIOPORTRÄT

- 26 **EN GARDE** Design Company

28

DESIGNAUSTRIA-FEATURE

- 28 **40 Jahre MAM:** Nicht nur die
Geschichte eines Schnullers

29

MEMBERS@WORK

- 29 Das Jahr in der Tasche
- 30 Baden bei Wien im neuen Kleid
- 31 When it rains for Brains in New York
• Mit Spaß und Witz durchs Leben
- 32 Inklusion – die Zukunft gehört den
Mutigen! • Ei, ei, was ist denn das?
- 34 Kollaborateure auf der ORGATEC 2016
in Köln
- 35 Fühl dich geküsst! Der Weg einer
liebenswürdigen Trinkflasche

35

DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

- 35 **Neue Buttons »We design Austria«**
• designaustria-Honorarumfrage
• Young ExpertsCluster
- 36 Katalog: Die Welt von Mattiazzi
• BilderBuchKunst aus Österreich
• Papyrus neu im designaustria-
Paperpoint
- 37 Austrian Design Update in Tallinn
und Skopje • Kooperation mit
CreativeMornings Vienna

39

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

- 39 Workshops und Fortbildungs-
programm bis März 2017
- 40 **FORWARD FESTIVALS:** Wien *
München * Zürich • Symposium:
»Stadt. Land. Schluss.« • Die schönsten
Bücher Österreichs 2016
- 41 100 beste Plakate 15 – Deutschland,
Österreich, Schweiz • Stefan
Sagmeister: THE HAPPY FILM

42

WETTBEWERBE

- 42 Staatspreis Design 2017 • Romulus-
Candea-Preis 2017 • Red Dot Award:
Product Design 2017

41 SERVICE

43 MATERIAL & BEDARF

43 IMPRESSUM



we
design
austria

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Es ist wieder soweit: Die Verkaufsflächen glitzern in Gold und versprechen das pure Shopping-Vergnügen. Was schreibt ihr auf euren weihnachtlichen Wunschzettel? Vielleicht einen Fernseher mit einer Bildschirmdiagonale von über zwei Metern, eine smarte Überwachungskamera zum Schutz des eigenen Besitzes, die trendigsten Sneakers oder einfach nur Kosmetika und etwas Schmuck? Worauf ich mich zu Weihnachten freue, sind Mamas Kekse, das Treffen von Familie und Freunden, die Ruhe und gemütliche Winterspaziergänge. Der ungezügelte Konsum durchzieht zwar besonders gegen Ende jedes Jahres unsere Gesellschaft, steigert aber nicht die persönliche Zufriedenheit und ist keinesfalls zukunftsfähig. Er versperrt lediglich die Sicht auf das Wesentliche.

Ich freue mich, dass sich in diesen designaustria-Mitteilungen ein mitreißender Beitrag zum aktuellen Thema Xenophobie befindet. Sein Autor Michael Leube hat mich schon während meiner Studienzeit zum kritischen Denken und bewussten Handeln angeregt. Er zeigt auf, dass der Beruf des Designers/der Designerin eine gesellschaftliche Verantwortung mit sich bringt. Wir können schöne Logos gestalten, effektive Werbekampagnen entwickeln, Schwachstellen in Produkte einbauen, den Absatz steigern und zum Konsumwahn beitragen. Oder wir hinterfragen das Bestehende, setzen uns inhaltlich mit Problemstellungen auseinander, spüren wahre Bedürfnisse auf, setzen Ressourcen verantwortungsvoll ein, fördern den Gemeinschaftssinn und gestalten die Zukunft der Welt zum Besseren. Wir haben großartige Möglichkeiten!

Ich wünsche ein besinnliches, gemeinschaftliches Weihnachten und ein kreatives, sinnstiftendes 2017.

Schön, bei designaustria zu sein!

Anna Maislinger

stellvertretend für Monika Fauler, Benno Flotzinger,
Martin Föbleitner, Jürgen Schremser
und alle DA-Mitglieder

EDITORIAL

Ein Heft voller Bilder und spannender Beiträge liegt zu Jahresende vor. An erster Stelle natürlich der Joseph Binder Award 2016, dessen Preisverleihung am 10. November 2016 im Wiener MuseumsQuartier vor großem Publikum über die Bühne ging – mit anschließender Ausstellungseröffnung und Symposium am Tag darauf im designforum Wien. Der dazugehörige Katalog, der Österreichs großen internationalen Wettbewerb für Grafikdesign & Illustration dokumentiert, wurde diesmal vom Studio 100und1 gestaltet und ist besonders flott ausgefallen. Wir bedanken uns herzlich bei Julia Schäfer und Lukas Fliszar von 100und1 für die gute Zusammenarbeit und das tolle Ergebnis. Die Ausstellung mit allen 81 Siegerbeiträgen läuft noch bis 23. Dezember 2016, der Katalog kann bei designaustria bestellt werden. Besonderer Dank gebührt auch Michael Leube, der einen zum Nachdenken anregenden Beitrag über Xenophobie beige-steuert hat. Er zeigt Wege auf, wie Design hier positiv wirken kann. Außerdem freuen wir uns, dass das Radio aufs österreichische Design gekommen ist: Wir veröffentlichen die reich bebilderten Abschriften zweier Sendebeiträge, die im Herbst auf Ö1 liefen. In der Rubrik »Design gehört nachgelesen«, die wir hiermit eröffnen, werden auch künftige unseren Mitgliedern gewidmete Sendungen dokumentiert. Zum Nachlesen und als Rückschau ist auch ein Bericht über den Österreich-Beitrag zur World Design Capital 2016 in Taipei gedacht. Wir wünschen eine abwechslungsreiche Lektüre, fröhliche Weihnachten und einen guten Rutsch ins Jahr 2017.

--- Die Redaktion



Preisverleihung Joseph Binder Award 2016

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



WINNERS! WINNERS! WINNERS! DIE PREISVERLEIHUNG DES JBA16

Zum Bersten voll war die Veranstaltungshalle des Architekturzentrums Wien im MuseumsQuartier, als dort am 10. November 2016 die Preise des JOSEPH BINDER AWARD 2016 vergeben wurden. Der von designaustria 1996 lancierte internationale Wettbewerb für Grafikdesign & Illustration beging in diesem Jahr sein 20-jähriges Jubiläum. Durch den Abend, der unter dem Motto »Winners! Winners! Winners!« stand, führten designaustria-Pressbeauftragte Christina Pikl und Jurymitglied Gion Fry aus der Schweiz. Es wurde heftig gefeiert – mit PreisträgerInnen und JurorInnen aus dem In- und Ausland, einem begeisterten Publikum, zahlreichen SponsorInnen, heißer Musik, coolen Drinks und Konfettikanonen.

Rund 300 Gäste aus der heimischen und internationalen Designszene feierten die besten Projekte, die aus einer Rekordzahl von rund 720 Beiträgen von einer 16-köpfigen Expertenjury ausgezeichnet worden waren. 81 Arbeiten hatten es auf die Shortlist geschafft. In insgesamt 15 Kategorien wurden die begehrten Trophäen in Gold, Silber und Bronze (35) sowie eine stattliche Reihe von Auszeichnungen (46) vergeben. Auf die Frage »Was ist deine Dimension?«, die designaustria mit dem Call zum Joseph Binder Award 2016 gestellt hatte, hatten 321 GestalterInnen aus 27 Ländern geantwortet. »Die vielen hochwertigen Einreichungen zu beurteilen war eine anspruchsvolle Aufgabe«, erklärte Jurymitglied Gion Fry aus Zürich, Art Director bei Fry & Partner und Vorstandsmitglied der Swiss Graphic Designers. »Denn was uns vorlag, war nur die Spitze des Eisbergs: Hinter jeder Arbeit verbarg sich eine intensive inhaltliche und formale Auseinandersetzung mit einem Thema.« 40 Siegerprojekte aus Österreich heimsten zwei Gold-, drei Silber- und sechs Bronze-Trophies sowie 29 Auszeichnungen ein. Aber auch viele internationale TeilnehmerInnen – aus Deutschland, der Schweiz, Italien, den Niederlanden, Schweden, Polen, Tschechien, China und Taiwan – konnten mit ihren Beiträgen punkten und nahmen die höchsten Auszeichnungen samt Urkunden in Form peppiger Fahnen mit nach Hause. Erstmals zur Vergabe kam



2



4



3



5

der vom Weltdachverband gestiftete ico-D Excellence Award für eine herausragende Leistung im Design: Lena Windisch, Designstudentin aus Halle an der Saale, überzeugte mit ihrem Typografie-Projekt »123«. »Dass sich die Jury hier für eine Arbeit aus dem Bereich »Design Fiction« entschieden hat, werten wir als Zeichen für eine vielversprechende Zukunft visueller Gestaltung«, meinte JBA-Projektleiterin Heidi Resch. Im Anschluss an die Preisverleihung zog man weiter ins designforum Wien, wo die Ausstellung der 81 Siegerprojekte eröffnet und der üppig ausgefallene Katalog präsentiert wurden. Für die gesamte visuelle Kommunikation des JBA16 zeichnen Lukas Fliszar und Julia Schäfer vom Wiener Studio 100und1 verantwortlich.

www.designaustria.at/jba16



6

- 1 Die PreisträgerInnen des JBA16
- 2 Lena Windisch gewinnt den ico-D Excellence Award
- 3 Jan Buchtela gewinnt Gold für »Prostor«
- 4 Fahnen statt Urkunden: Lukas Fliszar und Julia Schäfer von 100und1 mit Sponsoren-Vertreterin Stephanie Kienapfel von Mondi Paper Sales GmbH
- 5 Bruch – Idee & Form gewinnt Gold für »The Infinite Factory«
- 6 Moderatorin Christina Piki

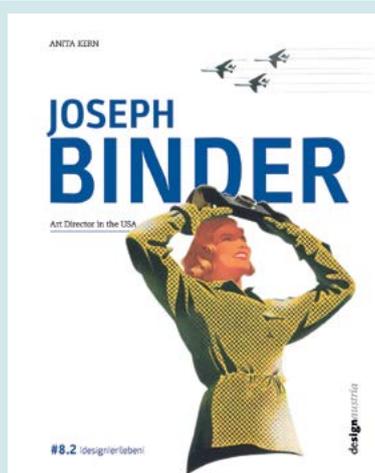


JOSEPH BINDER AWARD 2016 – DIE AUSSTELLUNG

Alle 81 nominierten Arbeiten des Joseph Binder Award 2016 sind noch bis **23. Dezember 2016** im *designforum Wien* im MuseumsQuartier zu besichtigen. Bücher, Zeitschriften und Verpackungen liegen zum Blättern und Angreifen auf, Plakate hängen an den Wänden, und digitale Projekte, die erstmals zum Wettbewerb zugelassenen waren, laufen auf Monitoren. Paneele liefern Hintergrundinformationen zu den Siegerprojekten in Wort und Bild. Öffnungszeiten: Mo bis Fr 10–18 Uhr, Sa, So und Feiertage 11–18 Uhr.

[DESIGN|ER|LEBEN] BAND #8.2: »JOSEPH BINDER. ART DIRECTOR IN THE USA«

Zur Preisverleihung des JBA16 liegt auch der lange erwartete zweite Band zum Schaffen des österreichischen Designpioniers vor (in englischer Sprache): Autorin Anita Kern hat ihn der Zeit Joseph Binders in den Vereinigten Staaten gewidmet. Zu bestellen zum Preis von Euro 9,90 (inkl. 10% USt.) über service@designaustria.at.



JOSEPH BINDER AWARD 2016 – DER KATALOG

Im Blickpunkt des diesjährigen Katalogs zum Joseph Binder Award 2016, gestaltet von 100und1, stehen die von der internationalen Jury in 15 Kategorien der Bereiche Grafikdesign, Illustration & Design Fiction nominierten 81 Projekte. Darüber hinaus präsentiert der Band die Mitglieder der internationalen Jury und liefert Hintergrundinformationen zur 13. Auflage des Wettbewerbs und zum Namensgeber Joseph Binder. Zweisprachig (D/E), Softcover mit transparentem Kunststoffumschlag, 23,5 x 32 cm, 220 Seiten, mit zahlreichen Farabbildungen, Preis: Euro 27,50 (inkl. 10% USt.), für designaustria-Mitglieder um 50% ermäßigt, eine *Bestellkarte* liegt dieser Ausgabe bei.



WINNERS! WINNERS! WINNERS!

Folgende Einreichungen wurden mit Gold, Silber oder Bronze gewürdigt:

CORPORATE DESIGN

GOLD

→ »The Infinitive Factory«

Letterpress-Druckerei

Bruch – Idee & Form/Kurt Glänzer,
Josef Heigl, Elke Bauer | AT

SILBER

→ »Accademia Carrara«

Museum Lupo & Burtscher/Angelika
Burtscher, Daniele Lupo, Claudia
Polizzi | IT

BRONZE

→ »Bruch – Idee & Form«

Grafikdesign-Studio Bruch – Idee &
Form/Kurt Glänzer, Josef Heigl | AT

KOMMUNIKATIONSDESIGN

GOLD

→ »Montforter Zwischentöne«

Veranstaltungsreihe Kaleido –

Büro für Gestaltung/Silvia Keckeis,
Karoline Mühlburger | AT

SILBER

→ »Brandportal Messe Frankfurt«

Einführungskampagne Jäger & Jäger/
Olaf Jäger, Regina Jäger | DE

INFORMATIONSDSIGN

SILBER

→ »Schlesisches Museum«

Leitsystem Blank Studio/Bartłomiej
Witański, Aleksandra Krupa, Jakub
Cikała | PL

SCHRIFTGESTALTUNG

GOLD

→ »Prostor«

Schriftfamilie Davis & Miller/
Jan Buchtela | CZ

SILBER

→ »Vito«

Schriftfamilie Dots & Stripes Type/
Thomas Gabriel | AT

BRONZE

→ »Korpus Grotesk«

Schriftfamilie binnenland.ch/
Mika Mischler, Nik Thoenen | CH

PLAKATGESTALTUNG

GOLD

→ »Design x Taipei«

Ausstellungsplakat Hesign
International/Jianping He | CN

SILBER

→ »Théâtre des Marionnettes de Genève«

Plakatserie atelier blvd/
Silvia Francia | CH

BRONZE

→ »Coexistence«

Ausstellungsplakat Hesign
International/Jianping He | CN

EDITIONSDESIGN – BÜCHER

GOLD

→ »Rediscovering«

Buchprojekt Eremenko Visual
Communication/Konstantin Eremenko |
CH

SILBER

→ »You Say Light, I Think Shadow«

Buchprojekt Designstudio Sandra
Praun/Sandra Praun, Aleksandra
Stratimirovic | SWE

BRONZE

→ »Die Dreigroschenoper«

Theaterprogramm Yo Studio/Marcin
Markowski | PL

→ »Gestaltet im Auftrag von...«

Buchprojekt Marc Damm | AT

EDITIONSDESIGN – ZEITSCHRIFTEN

GOLD

→ »Festivalzeitschrift der Kulturinstitutionen der Stadt Poznan«

Yo Studio/Marcin Markowski | PL

BRONZE

→ »Nord & Süd – Leben, Arbeit und Wirtschaft in Südtirol«

Wirtschaftsmagazin CH Studio/
Christian Hoffelner, ExLibris/Thomas
Kager, Lupo & Burtscher/Angelika
Burtscher | AT/IT

VERPACKUNGSGESTALTUNG

GOLD

→ »Got One!! Wild Mullet Catch«

Fischrogen-Verpackung Ching Wei Liu |
TW

BRONZE

→ »Weingüter Kress«

Flaschenetiketten Jäger & Jäger/
Olaf Jäger, Regina Jäger | DE

DIGITALE MEDIEN

GOLD

→ »ProSieben/SAT.1«

www.prosiebensat1.com hw.design/
Dirk Habenschaden, Carlos Hoyos | DE

SILBER

→ »Zyndstoff«

www.zyndstoff.org Michael Holzer | AT

BRONZE

→ »Stuhl ≠ Stuhl HUSSL = HUSSL«

www.hussl.at styleflasher/Andreas
Langreiter, Markus Gwiggner,
Gregor Sailer | AT

BUCHILLUSTRATION

GOLD

→ »Das hündische Herz«

Geschichtenband Christian Gralingen | DE

→ »Die Finger an den Füßen«

Buchprojekt Yeye Weller | DE

BRONZE

→ »the little bag«

Bildgeschichte Ching Wei Liu | TW

→ »My Letter Friends«

Buchprojekt studio ANNABEL/
Annabel Keijzer | NL

MEDIENILLUSTRATION

BRONZE

→ »Signaturen der Mächtigen«

Zeitungssillustration

Joseph Carlson | DE

→ »Zehn Minuten, bis die Welle kommt«

Magazinillustration

Gregory Gilbert-Lodge | DE

DIGITALE ILLUSTRATION

BRONZE

→ »Taxi Burma«

Interaktiver Reiseessay

Francesco Ciccolella | AT

ILLUSTRATION IN ANDEREN ANWENDUNGEN

SILBER

→ »BAM & Mr. Dero«

Typografisches Artwork

Simon Lemmerer, Stefan Leitner | AT

BRONZE

→ »DU BIST SO GRAZ«

Slogan-Illustrationen NEBULABOR/
Katharina Seiler | AT

DESIGN FICTION

GOLD &

ICO-D EXCELLENCE AWARD

→ »123«

Typografie-Projekt Lena Windisch | DE

GOLD

→ »Maß und Muße. Die Kreati- vität der Grenzen«

Masterarbeit Evi Ille | IT/DE

BRONZE

→ »LUKS Magazin #3: Tabu«

Studentenmagazin LUKS/Pia Bublies,
Lynn Dohrmann, Laura von Husen,
Christoph Kleinstück, Ute Lederer,
Patrick Mariathsan | DE

WINNERS! WINNERS! WINNERS!

DIE JURYBEGRÜNDUNGEN ZU DEN GOLD AWARDS DES JOSEPH BINDER AWARD 2016



EDITIONSDESIGN BÜCHER

Rediscovering Eremenko Visual Communication

Die unglaublich interessante grafische Umsetzung eines schwierigen Themas und die ansprechende Haptik des Objekts laden in der Tat zum Entdecken ein.



KOMMUNIKATIONSDESIGN

**Montforter
Zwischentöne**

Kaleido – Büro für
Gestaltung

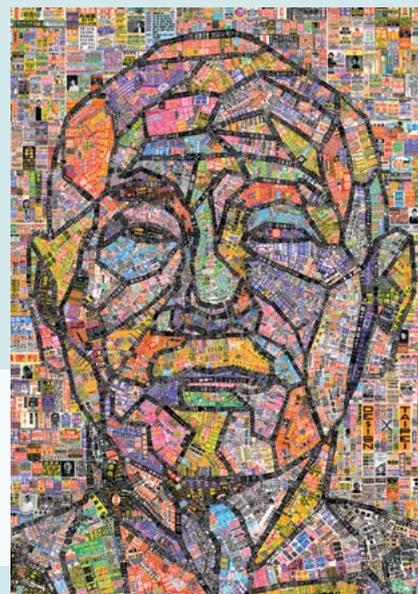
Vor allem als Plakat funktioniert die ungewöhnliche und zugleich harmonische Bildsprache perfekt im öffentlichen Raum.



CORPORATE DESIGN

The Infinite Factory Bruch – Idee & Form

Großes Potenzial wird hier anschaulich und insgesamt stimmig sichtbar gemacht. Gewagt ist die Verbindung von Text und Raster.

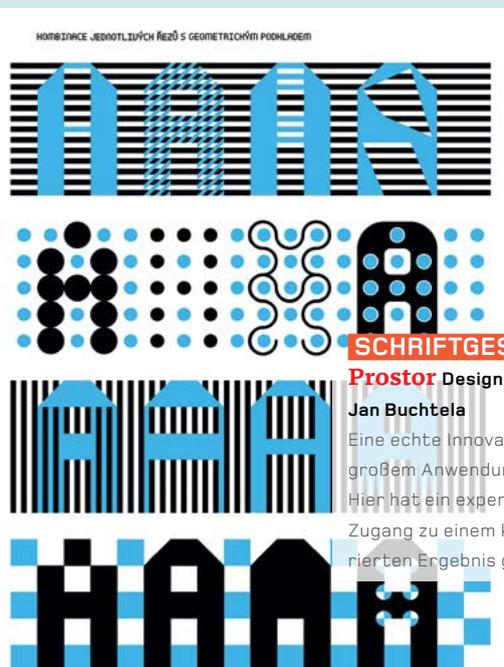


PLAKATGESTALTUNG

Design x Taipei

Hesign International

Die vereinnahmende grafische Collage ist technisch beeindruckend, dominiert den Raum und ist voll und bunt wie Asien.



SCHRIFTGESTALTUNG

Prostor Designkomando/
Jan Buchtela

Eine echte Innovation mit großem Anwendungspotenzial: Hier hat ein experimenteller Zugang zu einem klar strukturierten Ergebnis geführt.



EDITIONSDESIGN ZEITSCHRIFTEN

**Festivalzeitschrift der Kulturinstitutionen
der Stadt Poznan** Yo Studio

Die herausragende Typografie, die abwechslungsreiche Systematik und feinsinnige Details werden zum Statement für das Medium an sich.



VERPACKUNGSGESTALTUNG

Got One!! Wild Mullet Catch Ching Wei Liu

Diese Verpackungslösung kommt rotzig und frech und doch ästhetisch und damit sehr lebendig daher.

BUCHILLUSTRATION

Das hündische Herz Christian Gralingen

Eine Illustrationsmaschine: Hier findet mathematische Raffinesse in der Bildfindung Anwendung. Die Kombination organischer und geometrischer Formen sorgt für Emotionalität



DIGITALE MEDIEN

ProSiebenSat.1 Corporate Website hw.design

Hier wurde Komplexität auf überzeugende, stringente Weise umgesetzt – gut strukturiert und technisch innovativ.



DESIGN FICTION

Maß und Muße. Über die Kreativität der Grenze Evi Ille

Die breite Auslotung des Themas sorgt für Tiefgang und Intensität. Die Gestaltung ist sofort verständlich, die Typografie klar. Die Arbeit überzeugt auf allen Ebenen sowie auf der Metaebene.

BUCHILLUSTRATION

Die Finger an den Füßen

Yeye Weller

Die stilistische Vielfalt ist beeindruckend, und trotzdem passt alles zusammen. Die Illustrationen sind authentisch, alles ist zur Gänze von Hand gemacht.

DESIGN FICTION

123 Lena Windisch

Typografie wird spielerisch erlebbar gemacht. Faszinierend sind deren Verschmelzung mit Szenografie und Modellbau und die perfekte Umsetzung der Idee. Ein Projekt mit großem Potenzial!



JBS 2016: »STARKES BILD«. WAS KANN ILLUSTRATION?

JBS16

Als Begleitveranstaltung zur Preisverleihung des Joseph Binder Award hat sich das Joseph Binder Symposium (JBS) mittlerweile als Fixpunkt etabliert. Die von Illustrator und Historiker Jürgen Schremser kuratierte und moderierte Veranstaltung fand bereits zum vierten Mal statt und stand 2016 unter dem Motto »Starkes Bild«. Was kann Illustration?« SprecherInnen und TeilnehmerInnen der diesjährigen Auflage gingen am 11. November 2016 im designforum Wien der Frage nach, wodurch sich Illustration als eigenständiges Kommunikationsangebot auszeichnet und welche Kompetenzen IllustratorInnen zu AutorInnen mit eigenem Vokabular machen.



1



3

Von Katerstimmung am Tag nach der Preisverleihung und dem ausgelassenen Feiern im Anschluss konnte keine Rede sein. Zahlreich wie noch nie fanden sich die TeilnehmerInnen ein, um die Wirkungsweisen von Illustration zu ergründen und zu diskutieren, wann und wie ein gezeichnetes Bild bewegt und auch ohne Worte verständlich wird. Das von Judith Weiß organisierte Symposium bot viel Raum für illustre RednerInnen, illustrierte Visionen und anregende Gespräche. Soolin & Chris Buzelli (USA), Jarek Bujny (Polen) und Preisträger Ching Wei Liu (Taiwan) sorgten mit ihren spannenden Vorträgen und Präsentationen für internationales Flair. Ihre KollegInnen aus Österreich standen ihnen mit spannenden Beiträgen um nichts nach.

Art Director Soolin Buzelli und der vor allem in der Verlagsbranche gefragte Illustrator Chris Buzelli berichteten in einer ebenso eindrucksvollen wie unterhaltsamen Keynote über ihre Arbeit im Big Apple. Soolin arbeitet mit IllustratorInnen aus aller Welt zusammen. Ihr ist es gelungen, mit Illustration trockenen Fachmagazinen aus der Wirtschafts- und Finanzwelt ein eigenständiges und aufgelockertes Profil zu geben; ihr Mann Chris arbeitet in Öl, einer im Illustrationsbereich ungewöhnlichen Technik, zu



2

der er nach anfänglicher »Zerissenheit« während einer längeren, durch einen Unfall bedingten Rekonvaleszenz fand. Marie Pascale-Gafinen vermittelte, wie gezeichnete Bilder Emotionalität in die Nachhaltigkeitskommunikation bringen, während designaustria-Vorstandsmitglied Martin Fößleitner das weite Feld des Informationsdesigns als Anwendungsbereich für Illustration beleuchtete. Simon Lemmerer & Stefan Leitner erzählten die Entstehungsgeschichte ihrer nicht nur beim JBA16 ausgezeichneten analogen Installation aus Musikinstrumenten, die für ein Plattencover entstand. Christoph Esca berichtete von der für IllustratorInnen wie geschaffenen Welt der Märchen, Mythen und Sagen, Jarek Bujny widmete seine Präsentation der »sozialen Propaganda« im Plakat. Judith Kroisleitner & Kathrin Heimel haben mit dem »Datillum« eine Methode entwickelt, sich Jahreszahlen durch deren Integration in Bilder besser merken zu können. Regula Widmer & Claudia Dzengel präsentierten den Einsatz von Wandillustrationen in einem Krankenhaus, Florine Glück & Marie Pascale-Gafinen veranschaulichten die stilistische Vielfalt von Porträtilustration, wie sie im Magazin »CreativeMornings Vienna« Verwendung findet. Den Abschluss machte Designer und Illustrator Ching Wei Liu, dessen beim JBA16 mit Gold ausgezeichnete Verpackung für Fischrogen die Jury begeisterte. Ein Online-Reader des Symposiums ist geplant und wird zur gegebenen Zeit auf der Website bereitstehen.

www.designaustria.at/jbs16

1 Vortragende und TeilnehmerInnen des JBS16

2 Vortrag Jarek Bujny

3 Vortrag SooJin Buzelli

»DIE BOTEN DES UNGLÜCKS« XENOPHOBIE ALS SYMPTOM NICHT-INTEGRATIVEN DESIGNS

I von Michael Leube

Jede gestalterische Leistung – ob von einer blinden Natur oder einem planendem Designer – gibt ein Signal, eine Art Einladung zur Kommunikation ab. Die Xenophobie, die Angst vor dem fremden, unvertrauten Signal, ist ein Symptom des nicht-integrativen Designs. So sind Asylbewerber »Boten des Unglücks« und Europa der Schauplatz eines globalen Konflikts um den Zugang zu begrenzten Ressourcen und deren Verteilung geworden. Verantwortlich sind Vielverbraucher und Entscheidungsträger, die ein Gefüge für eine solche globale Ordnung entwerfen. ÖsterreicherInnen werden nicht geboren, sondern durch eine vielschichtige Sozialisation von Geburt an zu solchen gemacht und in der Folge als solche erkannt. AusländerInnen signalisieren analog dazu das »Andere«. Es ist der Job des Designers/der Designerin, die Signale beider Seiten zu übersetzen, um das Leben zwischen den Kulturen zu vereinfachen. In Österreich gab es zwar schon in der Vergangenheit eine echte multikulturelle Gemeinschaft, doch heute geht es selten über Yoga am Mittwoch und Sushi am Freitag hinaus. Hier geht es aber weder um eine globale Kultur noch um eine extreme Besinnung auf die eigenen Wurzeln, denn sowohl der globale Einheitsbrei à la McDonald's auf der einen Seite des Spektrums als auch extremer Tribalismus à la Dschihad auf der andern sind Gefahren für die Demokratie.

Es ist unumstritten, dass die Spezies Mensch eine äußerst hierarchische und territoriale ist. International stehen kognitive Konstrukte wie »wir« und »unser« gegenüber »die« und »ihr«. Heute wirken Rassen, Nationen, Staaten und Grenzen real und fest, sind aber doch nur menschliche Gebilde: Miragen, die es nicht gibt in der restlichen Natur. »Ich«, »du« und »wir« sind milliardenschwere Reiche, bevölkert von mikroskopischen Bürgern, alle mit Migrationshintergrund. Lläuft es unrund zwischen den Horden unserer Körper, werden wir krank. »Ich« kann unmöglich ohne »euch« leben. Es ist wissenschaftlicher Status quo, dass wir alle vom Homo sapiens abstammen, der vor 50.000 Jahren von Afrika nach Australien emigrierte. Barfuß und in Booten! Dies konnte nur durch maximale Kooperation – die sogenannte »Eusozialität« – gelingen, denn Einzelgänger errichten keine Städte, schreiben keine Bücher und bauen keine internationale Raumstation.

Es ist wahrscheinlich, dass der moderne Mensch gestalterische Fähigkeiten genetisch in sich verankert hat, denn archaische Einzelgänger überlebten nicht und hatten per Definition keine Kinder. Die ursprünglichen Designer und Designerinnen ließen sich Erfindungen mit Sicherheit nicht patentieren; sie waren wie Prometheus die Kulturbringer und immer Co-Designer; Gestaltung folgte immer dem Open-Source-Prinzip.

In Europa gibt es zwar noch große Flächen der Fülle, des Friedens und der schönen Vielfalt. Aber auch viele Greise und wenige Babys. Hier wird nicht mehr mit Händen gewerkt. Das Firmenlogo ist mächtiger als der »Logos«, das Wort. Leere Kirchen stehen neben berstenden Konsumtempeln. Wo Philosophie nur ein Fremdwort ist und Ethik nicht mehr im Curriculum steht, wo die Gesellschaft, fragmentiert und orientierungslos, schon lange keine Gemeinschaft mehr ist, dort treffen Flüchtlinge ein, und das ist kein Zufall. Die Welle von Menschen, die aufgrund von anthropogenen Umweltkatastrophen emigrieren, wird noch kommen und uns zeigen: Ein ökonomisches System des ständigen Wachstums kann niemals zukunftsfähig sein. Designer und Designerinnen müssen sich vom trendorientierten Marketing emanzipieren, müssen ab sofort zukunftsorientiert handeln. Die Zukunft, nicht die Gegenwart, ist Luxus.

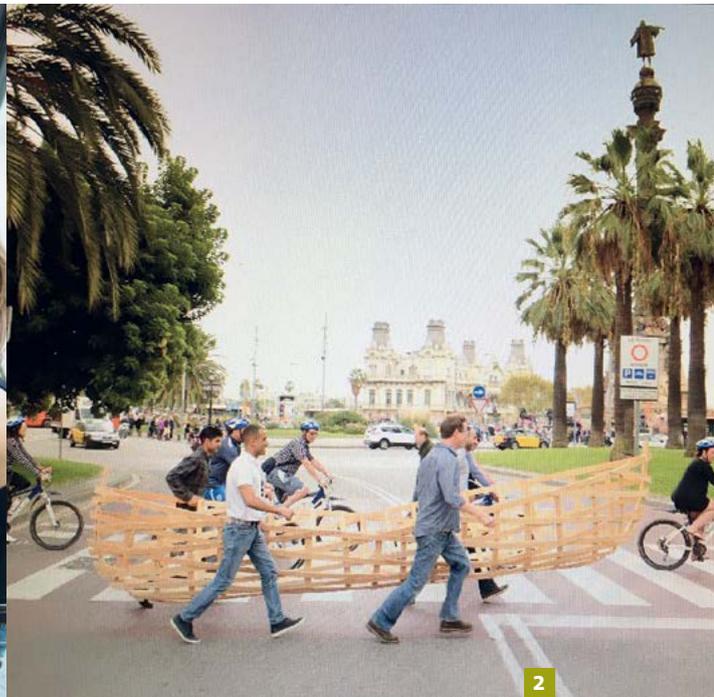
Wenn es enger wird im europäischen Shangri-La und die Angst vor dem Fremden wächst, dann schwenken wir unsere Fahnen, grölen unsere Hymnen und spalten uns in Stämme. Dann treiben wir das Fremde aus wie Exorzisten. Oder wir stellen es ohnmächtig als Sündenbock und Steuerlast in die Ecken unserer Reiche. Solange Wohlfahrtsbürger für arme Asylwerber zahlen müssen, ist ein polarisierender Rechts- und Linkspopulismus nicht verwunderlich. Wenn die Asylbewerber aber sofort die Erlaubnis bekämen, etwas Neues, Besseres für eine Gemeinschaft schaffen zu dürfen, würde das BIP logischerweise steigen und die Angst sinken. Es ist nämlich genau diese partizipative Gestaltung und Produktion von öffentlichen Gütern durch Kooperation, die eine echte Gemeinschaft von einer Gesellschaft – also einer bloßen Ansammlung von Individuen – unterscheidet.

ÜBER DEN AUTOR

Der gebürtige Innsbrucker Michael Leube ist in der San Francisco Bay Area aufgewachsen. Er studierte Anthropologie an der University of California in Berkeley (BA), in Wien (Magister) und in Zagreb (Doktorat). Er war als Journalist für Umweltschutz tätig, arbeitete als Wissenschaftler mit Schwerpunkt Entwicklungshilfe in Guatemala (1999), Indien und Nepal (2000) und Kenia (2001) und unterrichtete an der Universidad Nebrija und der Syracuse University in Madrid. Leube forscht an der Schnittstelle von Anthropologie und Design. Heute ist er Mitarbeiter in Lehre und Forschung und Fachbereichsleiter für wissenschaftliches Arbeiten, Design und Produktmanagement an der FH Salzburg/Campus Kuchl.



1



2

»FLECHTEN-FLÜCHTEN«: EIN SOZIALES EXPERIMENT DER KOOPERATION

- 1 Arbeiten auf Augenhöhe, ohne Pläne und Hierarchien
- 2 »Provokation in Barcelona«: Auf der Flucht mit dem Boot
- 3 Design als Kommunikation

Die Flüchtlingsfrage lässt das genaue Gegenteil von »Gerechtigkeit, Frieden und der Bewahrung der Schöpfung« zutage treten. Im Rahmen des Reformationsjubiläums 2017 möchte die Fachhochschule Salzburg/Campus Kuchl mit dem Projekt »Flechten-Flüchten« der europäischen Asyl- und Migrationspolitik Hoffnung entgegenhalten.

Um sieben Tore wird die »Weltausstellung Reformation« angelegt, die im Mai 2017 in Wittenberg eröffnet wird. Sie liegen direkt an der alten Stadtmauer, die im Mittelalter hauptsächlich dazu diente, die Stadtbevölkerung vor feindlichen Angriffen, aber auch vor heimischen Unterprivilegierten zu schützen. Eine ähnliche Politik der Abschottung betreibt die Europäische Union gegenüber Drittstaaten. Studierende der FH Salzburg/Campus Kuchl gestalten im Rahmen der Ausstellung »Torraum 4«. Der Schwanenteich – mit seiner Wasserfläche der größte Teil des Areal – steht als Metapher für das Mittelmeer, wo allein im Jahr 2016 über 2500 Menschen ums Leben kamen. Als traurige Erinnerung werden die Studierenden geflochtene Boote hineinlegen. Diese werden in einem zerrütteten Europa – in Barcelona, Basel, Salzburg und Paris – von Hochschullehrern, Studierenden und Asylwerbern im Rahmen von Workshops gebaut. Die Boote entstehen ohne Pläne und Hierarchie. Die Studierenden glauben an das ungeheure Potenzial der Vielfalt und daran, dass auf Augenhöhe miteinander gearbeitet werden kann.



3

Das Flechten ist eine archaische, weltweit praktizierte Technik, die darin besteht, dass Stränge ineinander verschlungen werden. Diese Methode bringt nicht nur, wie Körbe, Seilbahnseile und Schiffe demonstrieren, eine sehr hohe strukturelle Stabilität mit sich, sondern auch eine gesellschaftliche. Deshalb setzt die FH Salzburg/Campus Kuchl bei diesem Projekt auf alte Handwerkstechnologien und eine nicht kapitalintensive industrielle Fertigung. Die Strukturen können leicht zerlegt und wieder zusammengebaut werden. Dies erlaubt eine unkomplizierte »Transformation«, wenn im Frühjahr 2017 insgesamt 40,4 Meter lange Bootsstrukturen in Wittenberg ankommen werden.

Nach den europäischen Workshops mit ihrem provokativen und zugleich sensibilisierenden Charakter geht das Projekt in Wittenberg in eine zweite Phase der Motivation und Hoffnung über. Dort werden Menschen vieler Nationen – Studierende, Angehörige des Lehrkörpers, KünstlerInnen und HandwerkerInnen – die Boote auseinandernehmen, um aus dem Material sakrale Strukturen in Form riesiger Pavillons zu flechten. Bei der Durchführung des Projekts liegt das Augenmerk der Fachhochschule Salzburg/Campus Kuchl auf der Zukunft. Die am Projekt Beteiligten fühlen sich verpflichtet, die Form aus einer nachhaltigen Konzeption fließen zu lassen und nützen Holz als Material mit der höchsten Ökobilanz. Nur bei Holz wird CO₂ gebunden, gespeichert und erst durch Verbrennung oder Verrottung wieder freigesetzt. Das Projekt geht nahezu monomateriell vor. Alle Materialien bleiben in geschlossenen biogenen beziehungsweise technischen Kreisläufen. So wie bei jeder sinnstiftenden Schöpfung ist die Ästhetik nur ein Nebenprodukt der achtsamen Handlung.



Design hat neuerdings seinen Weg ins Radio gefunden. Im Rahmen des Ö1-»Kulturjournals« stellt Wolfgang Popp in der Reihe »Designer/Designerinnen bei der Arbeit« von designaustria empfohlene junge, innovative GestalterInnen und ihr Schaffen im Audiokurzformat vor. Den Anfang machte am 18. August 2016 das experimentell arbeitende Wiener Studio breadedEscalope. Und am 3. September brachte Christina Scheuch in der Ö1-Sendung »Diagonal – Radio für ZeitgenossInnen« anlässlich der ersten London Design Biennale, die von 7. bis 27. September über die Bühne ging, ein Porträt des Designduos mischer'traxler, das auf Einladung von Austria Design Net (ADN) den Österreich-Beitrag gestaltete.



1



2

DESIGNER/DESIGNERINNEN BEI DER ARBEIT: BREADEDDESCALOPE

Die Ottakringer Straße 77, nur einen halben Kilometer stadteinwärts liegt der Yppenplatz, einer der Lieblingsorte der Wiener Bobos, um in der Sonne ihren Caffé Latte zu trinken. Hier draußen regiert aber noch die Vorstadt. Ein Geschäft für Handyzubehör, der bulgarische Greißler und ein Sonnenstudio liegen in unmittelbarer Nachbarschaft des langgestreckten Straßenlokals mit der Aufschrift »breadedEscalope«. Ein Blick ins Übersetzungsprogramm verrät, dass es sich dabei um den englischen Fachausdruck für das gute alte Wiener Schnitzel handelt.

»Es ist einfach der wilde Zusammenschmitt einer englischen und französischen Bezeichnung für ein identitätsgebendes Wiener Produkt. Noch dazu ist das Schnitzel eine Meisterleistung des Designs. Es ist hoffentlich ein gut ausgewähltes, qualitativ hochwertiges Stück Fleisch, und das wird dann noch einmal mit einem Gestaltungslayer überarbeitet«, verrät Michael Tatschl, ein Viertel des Designquartetts breadedEscalope. Drei von ihnen sitzen in Wien, Gründungsmitglied Sascha Mikel ist nach Kärnten zurückgegangen, steht aber von seinem Orbit aus in Dauerkontakt mit dem Mutter-schiff, wie die drei versichern. Zum Gespräch bittet das Designertrio an einen großen aus verschiedenen Komponenten zusammengestellten Tisch, einen ihrer jüngsten Entwürfe, genannt »Collective Desk«. Gernot Sklenovsky: »Die Arbeitsfläche vervollständigt sich aus Modulen, die man einsetzen, wechseln, wenden und so diesen Tisch – diesen Arbeitsplatz – an die eigenen

Bedürfnisse anpassen kann. Das ist das Spannende daran, dass man zum Beispiel einen Tisch in einer kleinen Wohnung hat, der am Tag eine Art Werkbank ist oder ein Schreibtisch, und am Abend kann man daraus eine plane Fläche mache, auf der man ein schönes Abendessen genießen kann.«

Der Name »Collective Desk« kommt nicht von ungefähr. Aus welchen Modulen der Tisch zusammengesetzt ist, darüber haben nämlich Dutzende Menschen entschieden, Fachleute genauso wie Durchschnittsuser. In Workshops wurden die verschiedenen Ansprüche an den Tisch auf den Tisch gebracht, in einem Webforum wurden diese Vorschläge gesammelt und diskutiert, schließlich wurde darüber abgestimmt. Und dann lag es an breadedEscalope, aus diesen groben Informationen einen feinen Tisch zu zimmern. Ein langwieriges Projekt, das aber zeigt, wie viel Aussagekraft in gelungenem Design steckt, und das deshalb auch fortgesetzt werden soll, so Michael Tatschl: »Es wäre ganz spannend, das natürlich nicht nur auf einen Tisch oder auf einen Sessel, sondern auf ganz andere, ganz banale Bereiche umzumünzen. Man würde immer so eine Art zeitgenössischen gesellschaftlichen Fingerabdruck von einem Bedürfnis zeichnen. Das ändert sich wahrscheinlich in fünf oder zehn Jahren ganz unvorhersehbar.«

Ganz unvorhersehbar waren auch die Ergebnisse eines anderen Projekts. »Original Stool« hieß es und setzte nicht auf lange Planung, sondern auf

- 1 breadedEscalope:
Multifunktions-tisch
»Collective Desk«
- 2 breadedEscalope:
Hocker »Original Stool«



3



4

3 breadedEscalope:
Hocker »Original Stool«

4 breadedEscalope:
»Bar Non-Lieu«

5 breadedEscalope:
Uhr »Shadowplay«

Spontaneität und Zufall. Über Jahre hinweg führen die Designer dafür kreuz und quer durch Europa, im Gepäck eine gymnasikballgroße Kugel, darin eingehängt die Silikonform für einen einfachen Hocker, die jedes Mal neu mit Kunstharz gefüllt wurde. »Wir waren in Teneriffa am Strand und haben diese Kugel mit den Wellen spielen lassen, wir waren dort auf einem Vulkan, wir waren in St. Moritz auf der Bobbahn und haben die Kugel dort hinuntergelassen und haben dann in einer Galerie im Kunsthaus Basel eine Kugelbahn gebaut, auf der die Kugel hinuntergerollt wurde. Auf diese Weise sind drei verschiedene Hocker entstanden.« Die unterschiedlichen Temperaturen vor Ort und die verschiedenen Rotationsgeschwindigkeiten sorgten dabei für ganz unglaubliche und oft stark voneinander abweichende Resultate. »Wenn man den Ball öffnet, ist das wie bei einem Überraschungsei. Dann zieht man die Silikonform von dem gehärteten Harz ab. Das ist wirklich ein Erlebnis wie eine Geburt.«

Die Gründungsmitglieder von breadedEscalope, allesamt Kärntner, kennen sich seit Jugendtagen. Nach Abschluss der HTL beschlossen sie, gemeinsam nach London zu gehen. An der Kingston University belegten sie den Studiengang »Product & Spatial Design«, sie teilten sich eine WG und verzweifelten gemeinsam an der Hektik und am hohen Preisniveau der englischen Hauptstadt. »Wir haben eine ganz stark geprägte Art, miteinander zu kommunizieren, die aus diesem Lebensteilungsprozess hervorgegangen ist.« Im Designprozess kennt das Quartett deshalb keine Arbeitsteilung, stattdessen steuert man aus unter-

schiedlichen Richtungen auf eine Lösung zu. Martin Schnabl: »Oft beeinflusst man sich gegenseitig, was macht der eine, was macht der andere, und was macht YouTube. [Lacht.] Und daraus ergibt sich dann so ein Konglomerat aus Forschung.«

An einer großen Pinnwand hängen Fotos einer Holzkonstruktion, die wie eine Wahlzelle aussieht. Sie ist aber an allen vier Seiten geschlossen, und unterhalb des Sichtschutzes sind die Unterkörper eines Mannes und einer Frau zu sehen, die auf zwei Barhockern sitzen.

In ihrem Projekt »Bar Non-Lieu«, also »Bar Nicht-Ort«, haben sich breadedEscalope mit der Wiener Salonkultur um 1900 auseinandergesetzt. Der ursprüngliche Plan, einen Barschrank zu designen, wandelte sich dabei im Schlaf zu etwas ganz anderem, erinnert sich Michael Tatschl: »Es kam zu der absurden Situation, dass einem von uns im Traum ein weißer Raum erschienen ist, in dem sich eine Bar befindet, aber die Bar schwebt im Raum, und man muss von unten hineintauchen und ist dann in einer ganz anderen Welt, die erinnert an ein buntes Treiben, wie man es aus dem Nachtleben kennt.«

Der Innenraum ist mit einer Kassettendecke ausgestattet, die Seitenwände sind aus Mahagoni, es gibt einen Tisch mit Cognacflasche, Gläsern und einer Kerze. Und eine durchgehende Spiegelfront sorgt dafür, dass sich der Raum ins Unendliche auszu dehnen scheint – ein Trick, den man sich von der Loos-Bar abgeschaut hat. Diese räumliche Weite schafft bei gleichzeitiger völliger Konzentration auf das Gegenüber eine einzigartige Stimmung.

»Wir glauben ganz stark daran, dass wir Atmosphären erzeugen oder Objekte in einem Raum auf die Betrachter in einer Weise wirken lassen können, dass die Kommunikation stärker in den Vordergrund tritt. Dass wir eigentlich Bühnen für Prozesse bilden.«

Gelungenes Design bedeutet deshalb, gesellschaftspolitische Eingriffe zu setzen. Wo Design funktioniert, kann es Trends anstoßen oder helfen, sich von Zwängen des Zeitgeists zu befreien. Das klingt ernst, ist im Fall von breadedEscalope jedoch immer auch von einem listigen Augenzwinkern begleitet. Ein gutes Beispiel dafür ist die Arbeit »Shadowplay«, also »Schattenspiel«. Ein einfacher runder Holzrahmen umfasst eine leere, matt leuchtende Scheibe. Erst ein leichter Druck mit dem Finger lässt zwei zeigerförmige Schatten erscheinen, die tatsächlich die aktuelle Uhrzeit anzeigen.

Martin Schnabl: »Die Uhr gibt den jetzigen Zeitpunkt nicht preis, sondern ich muss aktiv zur Uhr hingehen, mich ihr nähern und die Uhrzeit anzeigen lassen, ohne das Diktat dieser mechanischen Zeitwahrnehmung.«

Nicht mehr wickelt hier die Zeit den Menschen, sondern der Mensch die Zeit um den Finger. Nur einer der zahlreichen Befreiungsschläge aus dem Studio breadedEscalope. Die Inspiration kann dabei von überall herkommen, so das Glaubensbekenntnis des Designquartetts, man muss nur genau hinsehen und hinhören.

Martin Schnabl: »Man darf keinem Phänomen einen Zweck absprechen.«

www.breadedescalope.com



5

DAS ÖSTERREICHISCHE DESIGNDUO MISCHER'TRAXLER

Sie thematisieren das Verhältnis von Mensch und Natur, von Gebautem und Gewachsenem, von Handwerk und Hochtechnologie: die beiden Designer des Studios mischer'traxler. Da steht etwa ein Tisch mit Pflanzen aus dünnem Metall wie Schablonen darauf: Sie verschwinden plötzlich, wenn man sich dem Tisch nähert, und klappen sich wieder auf, sobald man sich entfernt. Wie das die Natur so macht, sie tarnt sich. Poetisch sind die Arbeiten von mischer'traxler oft, dort wo Design und Kunst zusammentreffen. Das Studio vertritt heuer Österreich auf der ersten Design-Biennale im September in London. Die Biennale findet im Somerset House statt, wird von den führenden Designinstitutionen kuratiert und widmet sich den großen Fragen Nachhaltigkeit, Migration, Umweltverschmutzung, Energie, Städte und soziale Gleichheit. Einige Themen kommen auch bei mischer'traxler vor, hat Christine Scheuch bei einem Studiobesuch herausgefunden.

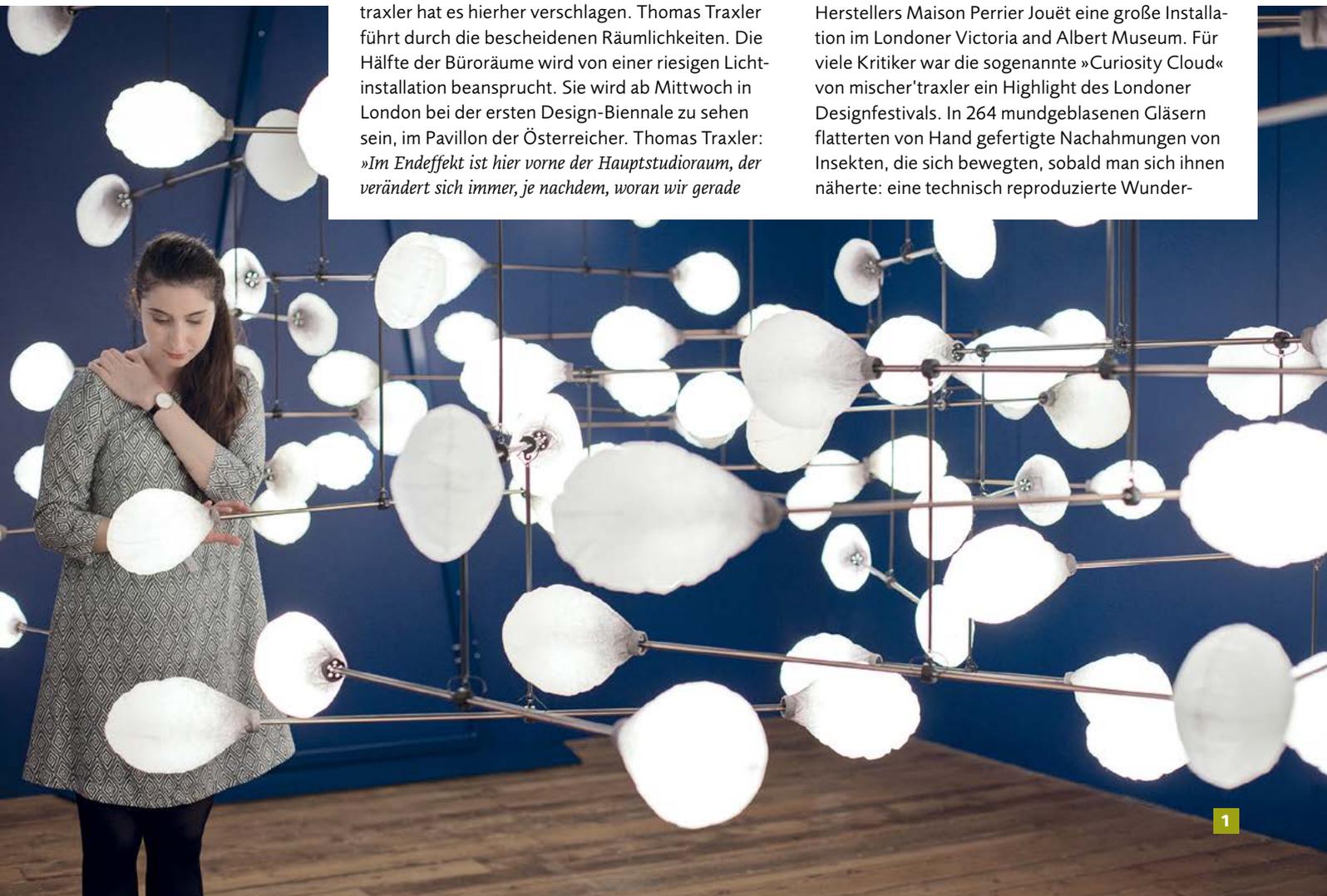
1 mischer'traxler studio: Lichtinstallation »Level. the fragile balance of utopia« für die London Design Biennale 2016

Unauffällig sieht sie aus, die Kommandozentrale des jungen österreichischen Designduos mischer'traxler. Seit einigen Jahren werken und forschen Katharina Mischer und Thomas Traxler, die Masterminds, die hinter mischer'traxler stehen, im 15. Wiener Gemeindebezirk. Im Arbeiter- und Migrantenviertel sind in den letzten Jahren Ateliers und Studios für Kreative wie Pilze aus dem Boden geschossen. Auch mischer'traxler hat es hierher verschlagen. Thomas Traxler führt durch die bescheidenen Räumlichkeiten. Die Hälfte der Büroräume wird von einer riesigen Lichtinstallation beansprucht. Sie wird ab Mittwoch in London bei der ersten Design-Biennale zu sehen sein, im Pavillon der Österreicher. Thomas Traxler: »Im Endeffekt ist hier vorne der Hauptstudioraum, der verändert sich immer, je nachdem, woran wir gerade

arbeiten. Jetzt im Moment ist ein großer Teil belegt mit dem Projekt für die Londoner Design-Biennale. Hinten geht's noch weiter mit dem Werkraum.«

Eigentlich wirkt das Studio nicht wie ein schickes Designloft, eher wie eine kleine Werkstatt. Tatsächlich entstehen vor Ort nicht nur Ideen für Installationen und Produkte. Hier produziert das Duo eigenhändig Prototypen von Designs, die später eventuell in serielle Produktion gehen. Im Werkraum findet man alles, was das Handwerkerherz höher schlagen lässt: Bohrmaschinen und Sägen, Saugnapfe, Stemmeisen und, und, und. Thomas Traxler: »Das ist mehr oder weniger unsere Handwerksstätte, weil wir doch immer ziemlich viel selbst bauen, ausprobieren, testen, Prototypen machen und eben auch die Installationen immer alle bei uns zusammengebaut werden. Für unsere Arbeit ist es wichtig, dass wir die Sachen angreifen können, dass wir die Möglichkeit haben, das Material zu sehen.«

Thomas Traxler und Katharina Mischer, beide Mitte 30, haben sich in den vergangenen Jahren in der Designszene einen Ruf erarbeitet, der mittlerweile – das kann man ohne Übertreibung sagen – international ausstrahlt. 2014 wurden die beiden mit dem Young Talent Award ausgezeichnet, der im Rahmen der Möbelmesse in Mailand vergeben wird. Im vergangenen Jahr gestalteten sie im Auftrag des Champagner-Herstellers Maison Perrier Jouët eine große Installation im Londoner Victoria and Albert Museum. Für viele Kritiker war die sogenannte »Curiosity Cloud« von mischer'traxler ein Highlight des Londoner Designfestivals. In 264 mundgeblasenen Gläsern flatterten von Hand gefertigte Nachahmungen von Insekten, die sich bewegten, sobald man sich ihnen näherte: eine technisch reproduzierte Wunder-





2



3



kammer, die in die geheimnisvolle Welt teilweise ausgestorbener Tierarten entführte. Ein Statement im Zeichen der Biodiversität.

Thomas Traxler: *»Die Insekten beziehen sich alle auf existierende Arten. Wir haben die Insekten in drei Kategorien eingeteilt: schon ausgestorbene Insekten, wichtige Insekten, die jeder kennt, wie Bienen, Hummeln oder Marienkäfer, und schließlich auch wiederentdeckte Insekten. Wir wollten den Einfluss des Menschen auf die Natur zeigen. Zum einen können wir Dinge verschwinden lassen, zum anderen können wir sie schützen oder wiederentdecken.«* Da der Auftraggeber der Installationen einen Bezug zum Art Nouveau hat – das Flaschendesign von Perrier Jouët stammt von Jugendstildesigner Émile Gallé – bezogen sich mischer'traxler in ihrer Arbeit auf diese große Designgeschichte.

Katharina Mischer: *»Wir haben ganz lange den Jugendstil und den französischen Art Nouveau hinterleuchtet, der ja voller Natur ist. Es gibt keinen Tisch, keine Lampe ohne Blätter, ohne Insekten. Die Insekten wollten wir lebendig darstellen, im Dialog mit dem Menschen.«* Entstanden ist die »Curiosity Cloud« in Kooperation mit dem Wiener Traditions-unternehmen Lobmeyr, das die Gläser der Installation beisteuerte. Der Brückenschlag von traditioneller Handwerkskunst und hochspezialisierter Technologie ist generell ein Markenzeichen von mischer'traxler. Damit liegen mischer'traxler im Trend. Seit einigen Jahren wird das traditionelle Handwerk aufgewertet. Betriebe und Unternehmen betonen ihr handwerkliches Know-how, sei es der Bäcker von nebenan, der

damit wirbt, die Semmel von Hand zu fertigen, oder auch die große Kette, die Selbiges verspricht. Das handwerklich erzeugte Unikat entwickelt im Kontrast zum industriellen Massenprodukt neue Strahlkraft. Die Werbung ist auf diesen Zug längst aufgesprungen. Für junge Designer und Designerinnen ermöglicht die Zusammenarbeit mit lokalen Handwerksbetrieben aber vor allem auch mehr Flexibilität.

Katharina Mischer: *»Einerseits kann man extrem viel ausprobieren, weil es die kleine Menge erlaubt. Bei einem Handwerker kann man sagen, machen wir die zwei, drei Stück und schauen wir. Die Industrie erlaubt das nicht von vornherein, denn bis man einmal einen Prototyp serienreif hat, ist es viel komplizierter. Andererseits liegt ganz viel Qualität in den Techniken, die man maschinell noch nicht umsetzen kann. Ich finde, es braucht beide Seiten, denn die ergänzen einander auch wunderbar.«*

mischer'traxler geben sich nicht damit zufrieden, das Konzept für ein Produkt zu entwickeln, um die Produktion im zweiten Schritt auszulagern. Das Duo bringt sich in den Produktionsprozess ein, legt sozusagen selbst Hand an, experimentiert. mischer'traxler geht es nicht allein darum, Produkte zu entwickeln, die am Markt funktionieren, wengleich einige Kooperationen mit internationalen Firmen bereits auf Schiene sind. Für den spanischen Hersteller PCM haben die beiden Geschirr entworfen, das von den Formen der Natur inspiriert ist. Die Idee ist simpel, aber trotzdem neu. Karfiol oder Paprika werden in Kunstharz gegossen. Einmal getrocknet,

2 mischer'traxler studio:
Tisch »Ephemeräk« für
Perrier Jouët

3 mischer'traxler studio:
Glasinstallation
»Curiosity Cloud« für
Perrier Jouët



hat das Material die Form des Gemüses angenommen und kann als Schale oder Schüssel verwendet werden. Thomas Traxler: *»Wir haben einige Projekte, die einen starken Naturbezug haben, wo es zum Teil um Biodiversität geht oder, wie bei den Obst- und Gemüseschalen, um den täglichen Gebrauch.«*

Katharina Mischer: *»Und um die Schönheit, die in den ganzen Oberflächen steckt. Ich hol einmal eine her.«*

Thomas Traxler: *»Zuerst gab es die Serie aus zehn verschiedenen Obst- und Gemüsesorten. Zur Erweiterung haben wir drei verschiedene Blätter genommen – das war für uns die logische Nachfolge, weil ja traditionellerweise im asiatischen Raum zum Beispiel Bananenblätter als Teller verwendet werden.«*

Es sei wichtig, fügt Katharina Mischer hinzu, dass gute Produktideen auch am Markt funktionieren. Doch eine gute Designidee sei mehr als eine ansprechende Oberflächenbehübschung. mischer'traxler geben sich jedenfalls nicht damit zufrieden, die bunte Palette unserer Warenwelt mit einem ansprechenden Äußeren zu versehen. Geht es nach dem Designtandem, sind DesignerInnen Pioniere der Gegenwart. So erklärt sich wohl auch die Vorliebe des Duos für Projekte, die auch im Kunstkontext funktionieren könnten. Ein wirtschaftliches Standbein sei zwar wichtig, sagt Katharina Mischer, aber: *»Ich glaube, im Moment sind das Design und die Produktion sowieso im Wandel, sodass man schwer sagen kann, was nun eigentlich ein wirtschaftliches Standbein ist. Es heißt zwar immer, man soll als Designer/Designerin viel mit Firmen zusammenarbeiten und produzieren lassen. Aber das wandelt sich immer mehr und mehr. Im Endeffekt ist das mit einer extremen Problematik verbunden. Welche Stückzahl muss produziert werden, damit für den Designer/die Designerin auch eine gewisse Schnittmenge abfällt? Nur weil man Produkte bei Firmen untergebracht hat, heißt das nicht automatisch, dass man damit mehr verdient. Das ist eine aktuelle Diskussion, die schon Jahre läuft. Ein Designer/eine Designerin ist nicht automatisch finanziell fein heraus ist, wenn er/sie viel mit Firmen macht, weil das einfach nicht mehr stimmt.«*

Für die Design-Biennale in London, die ab 7. September zum ersten Mal stattfindet, haben sich mischer'traxler mit dem ausgegebenen Generalthema »Utopia by Design« auseinandergesetzt. Muss das vielzitierte Ende der Utopie nach dem Zusammenbruch des Kommunismus neu diskutiert werden? Wie kann man den aus der Mode gekommenen Utopiebegriff schärfen und für die Gegenwart fruchtbar machen? Anlass für diese Fragestellung ist

das 500-jährige Jubiläum der Erstveröffentlichung von Thomas Morus' Klassiker »Utopia«.

Für die Design-Biennale haben mischer'traxler ein riesiges Lichtmobile geschaffen. Seit Monaten wurde an der Installation getüftelt. Aus welchem Material sollen die Leuchtkörper gefertigt werden? Wie funktioniert die Energieversorgung? Die Installation »LeVeL. the fragile balance of utopia« sieht tatsächlich wie ein Mobile aus, das über einem Kinderbett hängt, allerdings um ein Vielfaches vergrößert. An den verzweigten Ästen des Mobiles sind Lampenschirme angebracht. Thomas Traxler: *»Es besteht insgesamt aus 62 einzelnen Stäben, an denen sich an jedem Ende ein Lichtkörper befindet. Wenn alles in Balance ist, hat es die größte Strahlkraft. Sobald aber*



jemand durchgeht oder Wind kommt und es zu schwanken anfängt, dann wird das Licht gedimmt, und man sieht, welchen Einfluss das auf das Gesamtsystem hat.« Interagiert der Besucher/die Besucherin mit der Lichtinstallation, nimmt die Strahlkraft des Leuchtkörpers also ab, das System gerät aus der Balance. Der Idealzustand, die Utopie also, kann nicht permanent gehalten werden, sie wird ständig von Außeninflüssen bedroht.

Katharina Mischer: *»Wir haben festgestellt, dass eine Utopie eigentlich in sich total fragil ist, weil sobald die Utopie erreicht ist, diese perfekte Balance von allem, dann ist sie eigentlich schon kurz vor dem Kollabieren. Sobald ein Element in dem perfekten Spiel nicht mehr funktioniert bzw. ein Individuum Fragen stellt oder etwas nicht mehr so durchführt wie geplant, dann fängt die ganze Utopie zu bröseln an und bekommt eine ganz andere Dynamik. Vielleicht auch nicht im Schlechten, aber wir sind der Überzeugung, dass eine Utopie kein lang anhaltender Zustand sein könnte.«*

Ein geschlossenes Designsystem als Metapher für eine Gesellschaft, deren Gleichgewicht aus der Balance geraten ist. Design kann und soll sich in gesellschaftliche Prozesse einmischen. Zumindest wenn es nach mischer'traxler geht, sind Designerinnen und Designer Vordenker im Labor der Gesellschaft.

www.mischertraxler.com

- 4** mischer'traxler studio:
Lampe »Equilumen«
für die Mailänder
Möbelmesse 2016
- 5** mischer'traxler studio:
Obst-, Gemüse- und
Blattschalen »Reserved
Volumes« für PCM Design
- 6** mischer'traxler studio:
Teppich »Day-by-Day
Rug« für Nodus



Nachstehender Beitrag kam auf Einladung von Roswitha Peintner, der Leiterin des designaustria-ExpertsClusters Designforschung, zustande und dokumentiert die Österreich-Premiere eines im deutschsprachigen Raum bereits etablierten Kolloquiums.



o Pausendiskussion
beim Kolloquium
»Design Promoviert«



Bereits vierzehn Mal war das Kolloquium »Design Promoviert« zustande gekommen, bevor es am 11. Juni 2016 erstmals in Österreich abgehalten wurde. Die Veranstaltung ist als »Wanderkolloquium« für den deutschsprachigen Raum konzipiert und findet zweimal pro Jahr an verschiedenen Hochschulen beziehungsweise Universitäten statt. Die Stationen umfassen Ausbildungsstätten des Hochschulsektors in Deutschland, in der Schweiz und in Österreich, die einen Designschwerpunkt anbieten (siehe Grafik auf Seite 19). Organisiert wird das Kolloquium von Designpromovierenden für Designpromovierende, die an den jeweiligen Institutionen forschen. Das nötige »Backoffice« wird derzeit ehrenamtlich von Markus Köck und Sven Quadflieg geleitet, die es 2014 von Katharina Bredies und Christian Wölfel übernommen haben. Die Initiative rund um das Kolloquium ist im Jahr 2009 aus der Deutschen Gesellschaft für Designtheorie und -forschung (DGTF) als Themengruppe entstanden. Ziel ist es, dem »Early-Stage Researcher« – dazu zählen auch Promovierende – aus unterschiedlichsten Bereichen der Designforschung eine Plattform zu geben.

An die Kunstuniversität Linz holten das Kolloquium Helga Aichmaier und Daniel Rüdiger Mueller, die beide im Bereich der Entwurfsforschung promovieren. Sie hatten als Vortragende und Besuchende bereits positive Erfahrung mit dem Veranstaltungsformat gemacht. Ihr Anliegen war es, neben Deutschland und der Schweiz auch Österreich als Promotionsstandort für Designforschung vorzustellen. Gerade in Österreich beklagen viele Promovierende das Fehlen einer starken Forschungscommunity im Feld der Designforschung. Für sie ist das Kolloquium eine Möglichkeit zum internationalen Austausch. Die

von Helga Aichmaier und Daniel Rüdiger Mueller

Kunstuniversität Linz hat dieses Bestreben infrastrukturell, die hiesige Österreichische HochschülerInnenschaft monetär unterstützt.

»Design Promoviert« fördert den Austausch unter Designpromovierenden in den deutschsprachigen Ländern. Neben kommunikativen Aspekten lädt die Veranstaltung dazu ein, die eigene Forschungsarbeit zur Diskussion zu stellen und nebenbei praktische Erfahrungen im Abstract-Schreiben und Vortragen zu sammeln. Dazu geben die Vortragenden Einblick in ihre Forschungsfragestellungen und entwickelten Methoden sowie in ihre forschersche und gestalterische Praxis und deren Ergebnisse. Das Veranstaltungsformat ermöglicht es, auch unkonventionelle Präsentationsformen zu erproben und Forschungs-ideen bereits in ihrer Entwicklungsphase vorzustellen. Neben diesen inhaltlichen Aspekten wird auch die Infrastruktur zur Designforschung Thema. Dazu zählen etwa der Erfahrungsaustausch über geeignete Promotionsmöglichkeiten oder unterschiedliche Methoden zur Bearbeitung einer Forschungsfrage. Jene Studierenden, die am Anfang ihres Doktorats stehen oder erst mit dem Gedanken spielen, ein solches zu beginnen, profitieren dabei von den Empfehlungen der Fortgeschrittenen. Zudem werden ExpertInnen eingeladen, die mit ihren Erfahrungen einen wichtigen Beitrag leisten, indem sie Rückmeldung und Anregungen geben.

Das Kolloquium »Design Promoviert« in Linz wurde von Ulrich Brandstätter eröffnet, der an der Kunstuniversität als Studienassistent tätig ist und dort selbst promoviert. Er stellte die Kunstuniversität Linz vor und vermittelte Informationen zu ihrem Promotionsstudiengang, dem »PhD-Studium«. Es folgte eine Vorstellungsrunde der etwa 25 Teilnehmenden, die einen Überblick zu den jeweiligen Kompetenzen und Forschungsinteressen verschaffte. Die bisweilen weiten Anreisen verdeutlichten, wie wichtig der Austausch über die Plattform »Design Promoviert« im gesamt deutschsprachigen Raum genommen wird. Als ExpertInnen für das Kolloquium in Linz konnten Roswitha Peintner aus Wien sowie Gerhard Buurman und Giaco Schiesser, beide aus Zürich, gewonnen werden. Roswitha Peintner ist Designforscherin und Grafikdesignerin und Gründerin des designaustria-ExpertsClusters Designforschung. Gerhard Buurman hat eine der ersten Designpromotionen in Deutschland abgeschlossen. Er war Oberassistent und Gastprofessor an der Kunstuniversität Linz, aktuell ist er Professor des Departements Design an der Zürcher Hochschule der Künste. Giaco Schiesser ist Direktor des Departements Kunst &



- 1: Technische Universität Berlin, 2: Technische Universität Dresden, 3: Hochschule der Künste Bern, 4: Hochschule für Bildende Künste Braunschweig, 5: Universität der Künste Berlin, 6: Hochschule für Gestaltung in Schwäbisch Gmünd, 7: Bauhaus-Universität Weimar, 8: Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim, 9: Hochschule Luzern, 10: Hochschule für bildende Künste Hamburg, 11: Bergische Universität Wuppertal, 12: Hochschule Konstanz, 13: Hochschule der Bildenden Künste Saar, 14: Fachhochschule Potsdam, 15: Kunstuniversität Linz, 16: Hochschule Anhalt – Dessau

Medien und Professor für Kultur- und Medientheorie an der Zürcher Hochschule der Künste. Er hat eine Gastprofessur an der Kunstuniversität in Linz für die Betreuung von Promovierenden inne. Die Moderation der Diskussionen übernahmen Laura Popplow und Daniel Rüdiger Mueller.

Den Kern der Veranstaltung bilden die Vorträge und die anschließende Diskussion mit den Designforschenden über das vorgestellte Projekt. Diese halbstündigen Beiträge werden vorab von den OrganisatorInnen anhand eines »Call for Papers« gesammelt und durch ein Blindgutachten ausgewählt. Die ExpertInnen für dieses Verfahren setzen sich zum einen aus Promovierenden und zum anderen aus Postdocs oder ProfessorInnen aus dem Netzwerk der Deutschen Gesellschaft für Designtheorie und -forschung zusammen. In Linz machte Marion Schoenfeld den Anfang mit ihrem Vortrag über »Das Schaufenster in der semiotischen Analyse«. Sie verhandelte das Schaufenster als Kommunikationsmittel und Gestaltungsraum des öffentlichen Lebens. Thomas Stöckl stellte anschließend seine Arbeit »Ornaments in Posthuman Society« vor. Als Schmuckdesigner stellt er sich die Frage, welche Bedeutung Schmuck in einer virtuellen Realität haben könnte und welche Attribute dieser erfüllen sollte. Jeanine Dörr gab Einblicke in »Kriterien und Wege zur Gestaltung von Promotionen im Industrie-

design in Deutschland«. Ihre Arbeit strebt einen Überblick über Promotionsmöglichkeiten im Industrial Design an. In der Diskussion zeigte sich, dass ihre Ergebnisse mit Spannung erwartet werden. Julia Makhaeva präsentierte »Spaces for Unfolding Creative Potentials in Autistic Children«. Ihre Arbeit steht beispielhaft für einen Praxisbezug in der Designforschung, zumal die von ihr generierten Erkenntnisse wieder direkt Anwendung finden. Der Abschlussvortrag kam von designaustria-Mitglied Christian Hoffelner über das »Re-Design ruinöser Spekulationsobjekte«. Seine Arbeit zeigt, dass Ansätze einer künstlerischen Forschung ebenso im Kontext der Designforschung diskutiert werden können, da deren Grenzen fließend zu verstehen sind. Nach einer angeregten Abschlussdiskussion, die den Wunsch nach einer stärkeren Forschungscommunity sichtbar machte, gab es die Möglichkeit, Linz besser kennenzulernen. Eine Führung durch das Ars Electronica Center unterstrich die Bedeutung von Linz als Kreativstandort. Die Veranstaltung endete mit einem geselligen Beisammensein an der Donau. Die anregenden Vorträge boten noch viel Diskussionsstoff.

Das nachfolgende Kolloquium »Design Promoviert« fand am 20. November 2016 in Dessau statt. Weitere Informationen zu den Kolloquien und zur Teilnahme auf: www.design-promoviert.de

ÜBER DIE AUTOREN

Helga Aichmaier und Daniel Rüdiger Mueller sind Doktoranden an der Kunstuniversität Linz. Ihr Forschungsschwerpunkt liegt auf dem Thema Bild und Entwurf. Kontakt: helga.aichmaier@ufg.ac.at

LEHRVERANSTALTUNG: DAS BUCH NEU DENKEN

DAS BUCH NEU DENKEN ist Inhalt und Ziel einer Lehrveranstaltung, die erstmals im Sommersemester 2017 an der Universität für angewandte Kunst Wien am Institut für Sprachkunst abgehalten wird. Es wird dazu angeregt, das BUCH und die damit verbundenen Praktiken – Lesen, Schreiben, visuelles Gestalten etc. – im Kontext des aktuellen gesellschaftlichen Wandels in der Art praxisbasierter Forschung auch in ihren Wechselwirkungen zu erkunden. Dieser Zugang eröffnet neue Quellen kritischer und poetischer Gestaltung und Erkenntnis. Einzelne markante Buchbeispiele, von der Buchrolle bis zum elektronischen Buch, werden den Ausgangspunkt der Untersuchungen bilden.

Die Lehrveranstaltung ist transdisziplinär als Vorlesung mit Übung konzipiert. Sie eignet sich auch für

Studierende der Studienrichtungen Grafikdesign, Design, Grafik & Werbung, Fotografie etc. an der Universität für angewandte Kunst Wien und anderer Kunstuniversitäten und Fachhochschulen.

Zur Vertiefung und Weiterentwicklung des Inhalts dieser Lehrveranstaltung wird derzeit auch ein national und international vernetztes PEEK-Forschungsprojekt ausgearbeitet, dessen Förderprogramm auf die Erschließung der Künste und des Designs als Mehrwert für die Gesellschaft abzielt (Einreichung: Frühjahr 2017).

Konzept und Leitung der Lehrveranstaltung und der Planung des PEEK-Forschungsprojektes: Dr. phil. Mag. art. Roswitha Peintner, Kontakt: yocoto@chello.at

Roswitha Peintner promovierte Ende Jänner 2016 an der Universität für angewandte Kunst Wien mit einer Arbeit über »Gesellschaft und Wirtschaft – Bildstatistisches Elementarwerk« von Otto Neurath. www.dieangewandte.at/sprachkunst

FORSCHUNGSBEREICH FÜR VISUELLE DESIGNFORSCHUNG AN DER FH VORARLBERG



Die Fachhochschule Vorarlberg entwickelt im Zusammenhang mit der Neupositionierung des Masterstudiengangs InterMedia, der seit Herbst 2015 von designaustria-Mitglied Markus Hanzer geleitet wird, einen Forschungsbereich im Bereich der visuellen Kommunikation. Die Masterstudierenden arbeiten ab dem Wintersemester 2016 jeweils zwei Jahre an einer gestalterischen Fragestellung, auf die es derzeit noch keine Antworten gibt. Betreut werden sie in ihrer wissenschaftlichen Arbeit sowohl durch ein breit aufgestelltes Team von ExpertInnen im Haus als auch durch ein umfassendes Netzwerk von externen Fachleuten. Um Studierende wie Institutionen und Unternehmen im Rahmen wissenschaftlicher Forschungsarbeit optimal unterstützen zu können, schafft die FH Vorarlberg die Voraussetzungen sowohl für die Grundlagenforschung als auch für eine Begleitung und Durchführung brisanter, konkreter und aktueller Forschungsprojekte. Entsprechend der Strategie der FH Vorarlberg versteht sich Designforschung nicht nur als ein

eigenständiges, sondern auch als ein auf Kooperation ausgerichtetes Unterfangen. Die Ergebnisse der unterschiedlichen Forschungsprojekte werden in einer Wissensdatenbank gesammelt, um allen an einem Projekt beteiligten Personen gleichermaßen Zugriff auf die gesammelten Informationen zu ermöglichen. Ansprechpartner für Forschungsprojekte ist Dr. Roland Alton-Scheidl, Kontakt:

roland.alton-scheidl@fhv.at

www.fhv.at

Der Studiengang InterMedia an der FH Vorarlberg veranstaltet innerhalb der Reihe »OpenIdea« regelmäßig öffentlich und frei zugängliche Vorträge/ Diskussionsveranstaltungen. Nächster Termin: Am **19. Januar 2017** spricht Boris Kochan zum Thema »Charakter in der Gestaltung«.

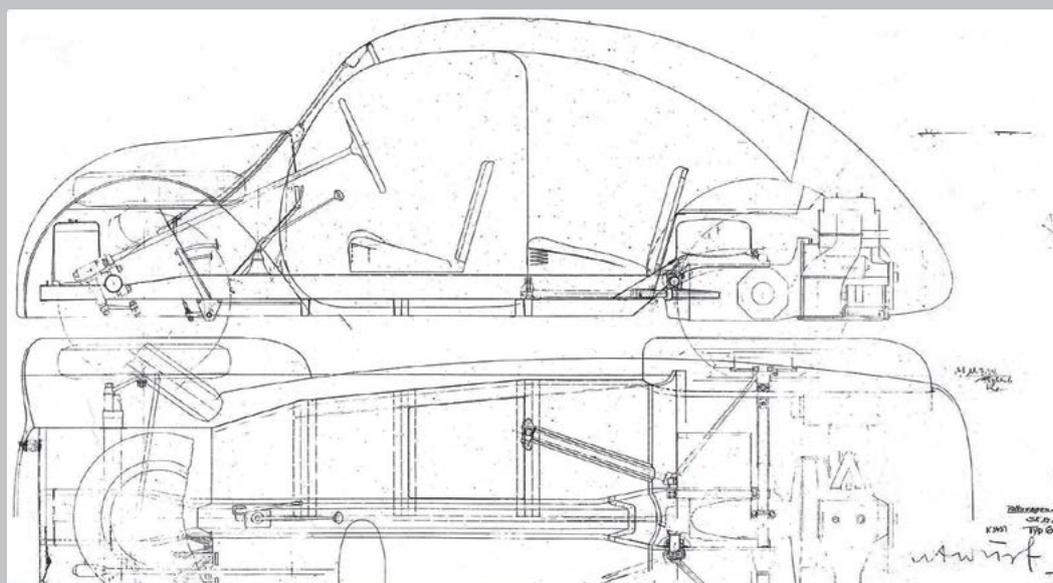
50. TODESTAG VON VW- UND PORSCHE-DESIGNER ERWIN KOMENDA

Er hat Automobilgeschichte geschrieben: Vor 50 Jahren ist der oberösterreichische Designer und Autokonstrukteur **ERWIN KOMENDA** in Stuttgart gestorben. Er entwickelte unter anderem die Karosserie des VW-Käfers, der bis Juni 2002 mit über 21,5 Millionen Stück das meistverkaufte Auto der Welt war. Nach dem Zweiten Weltkrieg gab Komenda dem Porsche 356 und zuletzt dem Porsche 911 seine Form. Erwin Komenda wurde am 6. April 1904 in Jauern am Semmering geboren. Seine Kindheit verbrachte er in Weyer an der Enns, wo sein Vater

als Kraftwerksbetriebsleiter arbeitete. Nach der Volksschule in Steyr absolvierte er die HTL für Metallverarbeitung in Steyr. Später war Komenda Konstrukteur bei der Wiener Karosseriefabrik und von 1929 bis 1931 bei Daimler-Benz in Sindelfingen. Im November trat er dem von Ferdinand Porsche neu gegründeten Konstruktionsbüro als Leiter der Karosserieaufbauabteilung bei, die er bis zu seinem frühen Tod 1966 geleitet hat.

www.komenda.at

Erwin Komenda:
Konstruktionszeichnung
für den VW-Käfer



SIEGFRIED MASER (1938–2016), DOYEN DER DESIGNTHEORIE, VERSTORBEN

von Günther Grall



Siegfried Maser

»Das Verhältnis von Theorie zu Praxis ist wie das eines Betrunkenen zur Straßenlaterne. Dieser sucht dort Halt – und nicht die Erleuchtung.« Diesen Satz prägte Designtheoretiker Prof. Dr. Dr. h.c. **SIEGFRIED MASER**. Unzählige DesignerInnen trauern um einen ihrer Professoren, der seit den 1960er-Jahren an vielen Designhochschulen Vorträge zur Formalästhetik gehalten und unser Theorieverständnis nachhaltig beeinflusst hat.

Siegfried Maser wurde 1938 als Sohn eines Tischlermeisters in Stuttgart geboren und studierte Philosophie, Mathematik und Physik. Er arbeitete im Institut von Max Bense und habilitierte sich mit einer Arbeit über »Numerische Ästhetik«. Es war jene spannende Rechenzentrumszeit, als ganze Hallen mit Rechenleistung gefüllt wurden und man diesen Maschinen alles, so auch die »ästhetische Berechnung einer Kaffeekanne«, zutraute. Jedes Smartphone heute hat mehr Rechenpower als diese riesigen Hallen von damals – aber entscheidend ist, dass es bis heute nicht gelungen ist, Ästhetik – also Schönheit – zu berechnen.

Seine Lehrtätigkeit begann Maser an der Universität Stuttgart und wechselte dann als Dozent an die legendäre Ulmer Hochschule für Gestaltung. Ihr verdanken wir den Durchbruch der »Bezugswissenschaften« im Design. Nach einigen Jahren als Professor für Systemforschung und Planungstheorie am Institut für Experimentelle Umweltgestaltung und Rektor an der Hochschule für Bildende Künste in Braunschweig erhielt Maser an der Universität Wuppertal den ersten Lehrstuhl für Designtheorie.

Den Diskurs im Design hat Siegfried Maser aktiv vorangetrieben und seit den 1980er-Jahren in Linz und bis zuletzt auch in Kuchl unterrichtet.

Siegfried Masers Markenzeichen war die Pfeife. Mit einem tiefen Zug – er nannte es stets »Brandopfer« – hat er sich den philosophischen Abstand verschafft, um nicht nur das Problem, sondern auch dessen Ursachen und Zusammenhänge präzise zu analysieren. Unvergesslich bleibt ein Höhepunkt seiner Vorlesung, in der sein Kernsatz gut zum Ausdruck kam: Auf die Glasplatte des Overhead-Projektors – ja, wir haben nur für diesen Zweck noch einen in Kuchl – drückte er etwas Hautcreme und deckt diese dann mit einer zweiten Glasplatte platt. Ergebnis: der perfekte Kreis als Beispiel für eine vollkommene natürliche Form. Nach diesem scheinbaren Beweis für die Richtigkeit der Grundformen-Prämisse des Bauhauses aber folgt die Wende: Beim Abheben der oberen Platte wird aus dem Kreis ein Fraktal. Feinste Verästelungen der Creme erinnern an einen Baum, an Wurzelwerk. Damit bewies Maser, wie nahe die Gegenpole beisammen liegen und dass sowohl Minimalismus als auch Opulenz ihre natürliche Berechtigung haben. Dogmatische »Erleuchtungen«, also die Verherrlichung nur einer Seite, hielt er schlichtweg für modisch und zu kurz gedacht.

Herausragend war sein soziales Engagement unter anderem für die Kupferkinder von Liegnitz. Dafür wurde er im Jahr 2009 mit dem polnischen »Orden des Lächelns« geehrt, dem einzigen Orden weltweit, den Kinder an Erwachsene verleihen.

IN MEMORIAM GIANCARLO ILIPRANDI (1925–2016)

Die Designwelt trauert um den herausragenden und vielfach ausgezeichneten italienischen Kommunikationsdesigner **GIANCARLO ILIPRANDI**, der Mitte September 2016 im Alter von 91 Jahren verstorben ist. Iliprandi fungierte über viele Jahre, von 1987 bis 1993, als Vizepräsident und Präsident des Weltdachverbands Icograda (heute ico-D) sowie von 1988 bis 1989 als Vorstandsvorsitzender des europäischen Designverbands BEDA. Er war Träger eines Ehrendoktorates des Politecnico di Milano. In seiner Antrittsrede als Icograda-Präsident betonte er die Wichtigkeit, für Qualitätsdesign eine tragfähige und zukunftstaugliche Plattform zu schaffen. Sowohl in seiner Heimat Italien als auch international setzte er sich mit viel Engagement und ganzer Kraft für dieses Anliegen ein. Vergangenes Jahr erschien seine Autobiografie »Sketch, Think, Draw« bei Hoepli. In einem E-Mail an seinen Nachfolger bei Icograda Jacques Langes meinte er: »And, as the Beatles were singing, life is very short and there's no time for fussing and fighting, my friend.« Ausführliche Nachrufe auf:

www.ico-d.org, beda.org



Giancarlo Iliprandi

Bereits zum dritten Mal war österreichisches Design in einer Welthauptstadt des Designs vertreten: Nach Helsinki (2012) und Kapstadt (2014) ging es diesmal in die taiwanische Kapitale Taipeh, wo sich Kuratorin Bettina Steindl mit ihrem Team um den Aufbau des Österreich-Beitrags kümmerte.

DESIGNED CLICHÉ. AUSTRIAN INDUSTRIAL DESIGN WENN AUSTRIA DESIGN NET EINE REISE NACH TAIPEH TUT. EIN REISEBERICHT

| von Bettina Steindl



Die Aufgabe war toll: Bereits zum dritten Mal präsentierte *Austria Design Net* (ADN) österreichisches Design mit einer Ausstellung im Rahmen der *World Design Capital* (WDC). Nach Helsinki und Kapstadt nun vom 13. bis 30. Oktober 2016 in Taipeh. Ich durfte die Schau kuratieren und zusammen mit einem tollen Team organisieren und umsetzen. Alle Beiträge im Rahmen der WDC standen unter der thematischen Klammer »Adaptive City – Design in Motion«, wir entschieden uns zusätzlich für den Schwerpunkt »Lebensqualität & Gesundheit«. Wie aber bringt man eine solche inhaltliche Metaebene in ein kuratorisches Konzept? Und überhaupt: Was hat Österreich in diesen Bereichen zu bieten, was nicht ohnehin in Taipeh erfunden wurde und/oder produziert wird? Dazu kommt: Woran denken Taiwanesen wohl, wenn sie an Österreich denken? Was stellen sie sich unter unserem Land vor und wo, meinen sie, ist österreichisches Design mit seinen Themen und in Sachen

Zukunft angesiedelt? Und überhaupt: Ist Österreich nicht ein Land, das mit »Sound of Music«, mit Mozart und Sissi, mit den Alpen und unserer überdurchschnittlichen Lebensqualität ständig Klischees schafft, um sich dann wieder von ihnen zu distanzieren? Eine Studie aus dem Jahr 2009 bestätigte meine Überlegungen, und die inhaltliche Ausrichtung der Ausstellung war geboren: Wir wählten Objekte und Projekte aus, die Klischees zwar durchaus bedienen, aber auch so innovativ, besonders, einzigartig und weltmarktauglich sind, dass sie diese gleichzeitig widerlegen. Und: Alle Exponate waren zudem darauf angelegt, unsere Lebensqualität zu erhöhen (im Alltag, in der Arbeit oder bei der Freizeitgestaltung), und/oder ein innovatives Produkt des Gesundheitssektors. Ein paar Abstriche in der Auswahl mussten im Hinblick auf Verschiffung und Speditions- und Einfuhrgenehmigungen gemacht werden, aber schließlich konnten wir loslegen.



Will heißen: Zwei Tischler, ein Projektmanager, ein Fotograf und ich starteten am 6. Oktober und flogen frohen Mutes und doch bang – „Sind unsere Exponate wirklich angekommen?“, „Haben wir nichts und niemanden vergessen?“, „Wird die Organisation vor Ort klappen?“ – nach Taipeh. Dort angekommen, kämpften wir uns erfolgreich durch tropische Temperaturen, Dauerregen, eine ungewohnte Wohnsituation – wir alle teilten eine Unterkunft – und natürlich Jetlag und begannen mit dem Aufbau der Ausstellung. Und siehe da: Alles klappte ganz wunderbar. Alles war angeliefert worden, alles angekommen, alles heil, alles spannend und schön, alles perfekt organisiert, alle waren gut gelaunt (meistens) und voller Tatendrang (überwiegend). Inzwischen fühlten wir uns schon ganz heimisch in unserer neuen Umgebung: Der Coffee-to-go-Anbieter gewöhnte sich jeden Tag mehr an unseren morgendlichen Einfall, unser Versorgungssupermarkt wunderte sich nicht mehr so sehr über komische Fragen oder eigenartige Einkäufe, und als wir schließlich eine einzige Glühbirne benötigten, führte uns das quer durch die Elektromärkte Taipehs. Wusstet ihr, dass es Metall-Kabelbinder gibt? Super schön und never ever seen before. Das alles und noch viel mehr entdeckten und erlebten wir.

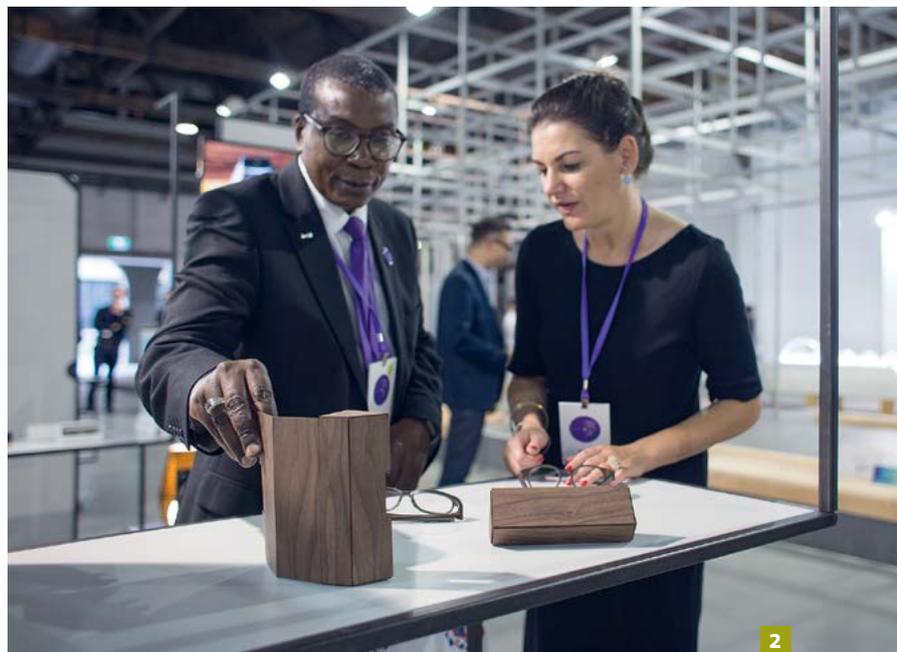
Schließlich eröffneten wir am 13. Oktober sehr erfolgreich und mit viel Zuspruch unsere Ausstellung. Zu diesem Ereignis angereist waren unter anderen ADN-Vizepräsident Eberhard Schrempf, Prof. Severin Filek von designaustria, Reanne Leuning von der Außenwirtschaft Austria und die Mix-&-Match-Teilnehmer Martin Föbleitner von high performance vienna, Thomas Maitz von perludi, Ferdinand Klausner von KISKA und Annabell Spötl von 13&9. Die Außenwirtschaft Austria lud am Tag danach zum Business Cocktail in die Ausstellung, und alle Besucherinnen und Besucher kamen zum Schluss: Toll, was Österreichs Designlandschaft zu bieten, zu zeigen, auszustellen hat!

Danke an alle TeilnehmerInnen für ihr Vertrauen und Mitwirken! Danke auch an das großartige Team, das die Organisation und damit das Gelingen operativ möglich gemacht hat: Judith Weiß, Martin Weber, Georg Gerzabek, Martin Appinger und Fotograf Simon Scherrer. Unsere nächste Station: WDC Mexico 2018!

wdc2016.taipei/en/ | austriadesign.net

1 Taiwan bestaunt
österreichisches
Produktdesign

2 Kuratorin Bettina Steindl
mit einem Besucher
im Österreich-Pavillon



TEILNEHMENDE GESTALTERINNEN UND UNTERNEHMEN AUS ÖSTERREICH

13&9 Design, Andy Wolf Eyewear, BLAHA Designteam, Glashütte Compoj, dottings, EOOS, Thomas Feichtner, formquadrat, Goldkehlchen, GP designpartners, Christine Hechinger Design, process creative factory, HiPP, KISKA, Lucy.D, MARCH GUT, mo' sound, aws designteam, d.signwerk, WooDone, Organika Cases, perludi, Georg und Maximilian Riedel, ROLF – Roland Wolf, L & L Handels GmbH, Utope, Wolfgang Pichler, Spirit Design, Sunny BAG, Andreas Strauss, Ars Electronica Future Lab und das Team Maria Gartner, Dimitar Genov, Stefan Silberfeld und Nico Strobl.

ÜBER DIE AUTORIN

Bettina Steindl, Mag. rer. soc. oec., studierte Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Kulturmanagement und -marketing an der Leopold-Franzens-Universität in Innsbruck. Sie arbeitete im Projektmarketing für Linz09 Kulturhauptstadt Europas und war verantwortlich für Kommunikation und Marketing für RUHR.2010 Kulturhauptstadt Europas, Essen, und die Kultur Ruhr GmbH/Ruhrtriennale, Gelsenkirchen. Seit November 2014 leitet sie das designforum Wien.

www.icsid.org/programmes/wdc/ | wdc2016.taipei/en/ | austriadesign.net

Im Rahmen einer Kooperation mit dem Marketing Club Österreich hielt Branding- und Marketing-Stratege Jürgen Salenbacher im Juni 2016 im designforum Wien einen Vortrag zum Thema Design Thinking.

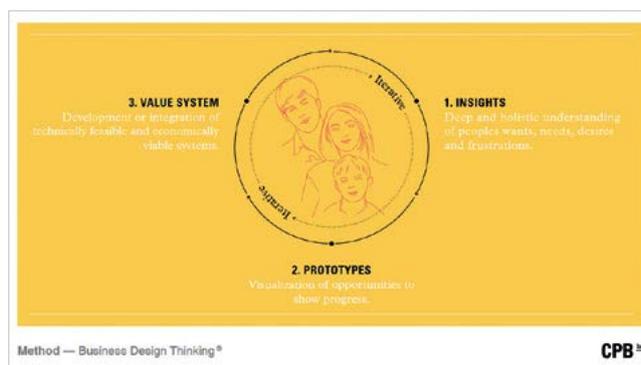
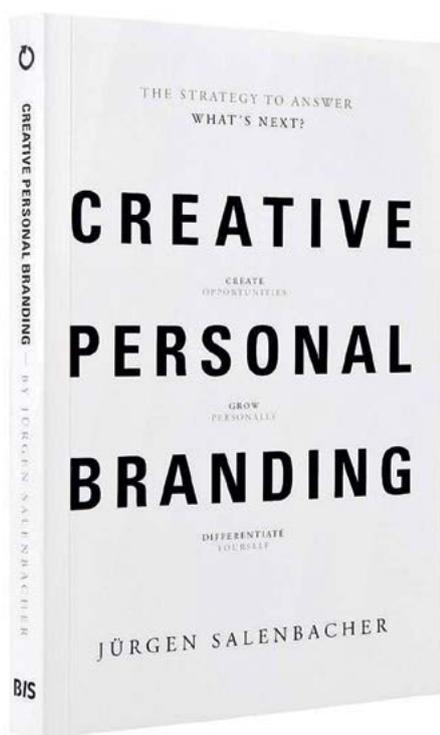
BUSINESS DESIGN THINKING – DENKRAUM FÜR EINE NEUE UNTERNEHMENSKULTUR

von Jürgen Salenbacher

Die Suche nach Effizienz und die Geschwindigkeit unserer sozialen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen lassen selten die Möglichkeit zu, einfach einmal auf Pause zu drücken, durchzuatmen und gemeinsam und konstruktiv unsere Haltung und unsere Handlungen zu hinterfragen. Das liegt daran, dass wir uns zum einen in einer – wie es der Philosoph Zygmunt Bauman treffend formuliert – »liquiden Welt« befinden; in einer Welt, in der alles fließt und nichts mehr fest scheint. Zum anderen aber ist das mentale Bedürfnis nach der Wiederholung unserer Handlungsrituale und Denkmuster stark ausgeprägt: ein Relikt aus der »soliden Welt«. Ich habe über diese wirtschaftliche Transformation und den daraus resultierenden Druck auf die Einzelperson in meinem ersten Buch »Creative Personal Branding« geschrieben. Dabei geht es um die Suche nach der Antwort auf die Frage nach dem persönlichen und professionellen »What's next?«, um das Verstehen der eigenen Motivation und Begabung innerhalb des uns umgebenden und ständig wachsenden Drucks. Mir ist es dabei wichtig, vier Grundwerte als Basis zu vermitteln: »Substance«, »Style«, »Conviction« und »Grace«.

Die inhaltliche Substanz ist der Mehrwert unserer professionellen Darstellung: Substanz ist Wissen und beinhaltet die Kapazität, dieses auch umzusetzen (»Volition«). Sie ist neben »Resilience«, der Widerstandsfähigkeit gegenüber Stress, eine der wichtigsten Grundkompetenzen unserer Zeit. »Style« ist das Verständnis für die Bedeutung von Design, die ganzheitliche visuelle Vermittlung von Ratio und Emotionen. »Conviction« meint unser Weltbild, unsere Überzeugung, unseren ethischen Handlungsleitfaden für Entscheidungen im Alltag. »Grace« bedeutet Anmut, die Eleganz in Gestalt und Auftreten, und ist Ausdruck einer inneren Harmonie im Umgang mit unserem Umfeld. Seit Jahren vermittele ich dieses »Creative Personal Branding« sowohl in Workshops an Universitäten in Barcelona (IED Barcelona), Stockholm (Hyper Island) und Luzern (HSLU) als auch in Einzelcoachings, um Menschen in der Neuaufstellung ihres beruflichen Weltbildes aktiv zu begleiten. Zweifellos steht der Erfolg des Buches in Zusammenhang mit der weltweit steigenden Zahl kreativer Freiberufler, die sich in ähnlich professioneller Weise positionieren und vermarkten müssen wie mittlere und große Unternehmen.

Dies ist eine schleichende, aber radikale Veränderung für den Menschen, für die Ausbildung, aber auch für Unternehmen und nicht zuletzt die Unternehmenskultur. Die Anpassung der Unternehmenskultur aus internationaler Perspektive war auch Thema meines Vortrags »Business Design Thinking«, welches als Erweiterung dieses Prozesses den Menschen und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt unternehmerischen Handelns stellt. Der Vortrag war Reflexion meiner aktuellen Arbeit der letzten drei Jahren, bei der es immer um Wachstum durch Potenzial- und Kompetenzentwicklung geht. So wie bei



»Creative Personal Branding« das Kreative als entscheidende Dimension den Unterschied macht, geht es bei »Business Design Thinking« um das definierte Zusammenspiel zwischen Geschäft und Kreation, Marketing und Design, zwischen Wasserfall und Lean Management, um die Befragung und Beobachtung der Kunden, geheime und offene Innovation, exklusive und inklusive Kommunikation, um perfekte Produktentwicklung.

Was sich selbstverständlich anhört, ist es ganz und gar nicht. Nach wie vor treffen zwei Weltbilder aufeinander: das des Manager und das des Kreativen. Das einzig Gute an der augenblicklich instabilen wirtschaftlichen Situation ist, dass diese Denkmuster aufbrechen und Platz für Neues geschaffen wird, um weiteres Wachstum zu ermöglichen. Hierbei geht es aber nicht nur um wirtschaftliches, sondern auch um persönliches Wachstum, um ein neues unternehmerisches »Ethos«, ein Weltbild, das das soziale Umfeld, die Mitarbeiter und Kunden mit einbindet und im Idealfall bröckelndes Vertrauen wiederherstellt. Gerne möchte ich hierzu Fritjof Capra zitieren: »Die Veränderung von Kultur und die Steigerung der Produktivität kommt nicht von der Arbeit selbst, aber von der Kapazität, die Mitarbeiter mit neuen Fähigkeiten auszustatten, basierend auf neuestem Wissen.«



Ich stelle immer wieder fest, wie unartikulierte Erwartungshaltungen und feste, aber nicht kommunizierte Vorstellungen das schleichende Ende professioneller Beziehungen sind. Ich spreche hier nicht von Arbeitsumfeldern mit zehn bis fünfzehn Nationalitäten, wo zu den scheinbar unverrückbaren Vorstellungen im Kopf auch noch kulturelle und sprachliche Hürden hinzukommen. Derartige Situationen müssen begleitet werden. Es muss aber auch

das notwendige Wissen vermittelt werden. Worum besteht unsere unternehmerische Herausforderung? Welche Frage wollen wir beantworten? Fragen wie »Wollen wir im Hinblick auf Wohlbefinden, Gesundheit und Sicherheit in unserer Stadt leben?« sind sehr groß und reichen von Energieverhalten, Privatsphäre, Datenauswertung, Serviceleistungen, Wohnfläche, Materialnutzung und Mobilität bis hin zur Interaktion mit den unterschiedlichsten Bürgergruppen. Es sind offene Fragen – wir nennen diese gerne »wicked problems« –, Fragen, auf die es keine direkte Antworten gibt, deren Antworten nicht einfach aus einem Lehrbuch übernommen werden können. Da müssen wir schon selber ran. Die meisten Unternehmen haben viel investiert, um die Arbeitsteilung zu perfektionieren und das System so immun wie möglich gegenüber Veränderungen zu machen. Der größte Widerstand gegenüber Neuem kommt daher aus den eigenen Reihen und nicht, wie immer behauptet wird, von außen. Die Initiative zur Unternehmensentwicklung, die Gestaltung der Rahmenbedingungen des Denkraums, das Zusammenführen von Talenten aus unterschiedlichen Abteilungen müssen vom Top-Management gefordert und von der Personal- und Unternehmensentwicklung als Training initiiert werden. Eine strukturierte, methodische Herangehensweise, die durch Workshops vermittelt werden kann, ist entscheidend, zumal neue Prozesse sonst nicht durch das unternehmens-eigene Immunsystem dringen. Die Visualisierung von in Workshops gewonnenen Resultaten bringt mehr Verständnis für die unternehmerischen Möglichkeiten und erhöht die Kommunikation; die Menschen fühlen sich besser eingebunden in die Entwicklung des Neuen. All dies führt unweigerlich zu neuen Möglichkeiten des Wachstums. Und darum geht es ja schlussendlich.



ÜBER DEN AUTOR

Jürgen Salenbacher, MBA, begann seine Laufbahn als Art Director in München und verlegte sich auf die Bereiche Branding, Marketing, Strategie und Designmanagement. 1997 war er Mitbegründer der Kreativagentur D-Office, 2002 wurde er Marketingdirektor von The Performers (Omnicom Group). Seit 2006 unterrichtet er Communication Strategy and International Marketing Strategy am Istituto Europeo di Design Barcelona (IED), wo er 2011 zum Academic Dean ernannt wurde. Darüber hinaus lehrt er in Luzern und Stockholm, hält Vorträge und Workshops zu Themen wie Business Design Thinking und Personal Branding und ist Autor des Buches »Creative Personal Branding«.

www.jsalenbacher.com www.cpb-lab.com



EN GARDE DESIGN COMPANY WE USE IDEAS TO MAKE PEOPLE HAPPY!

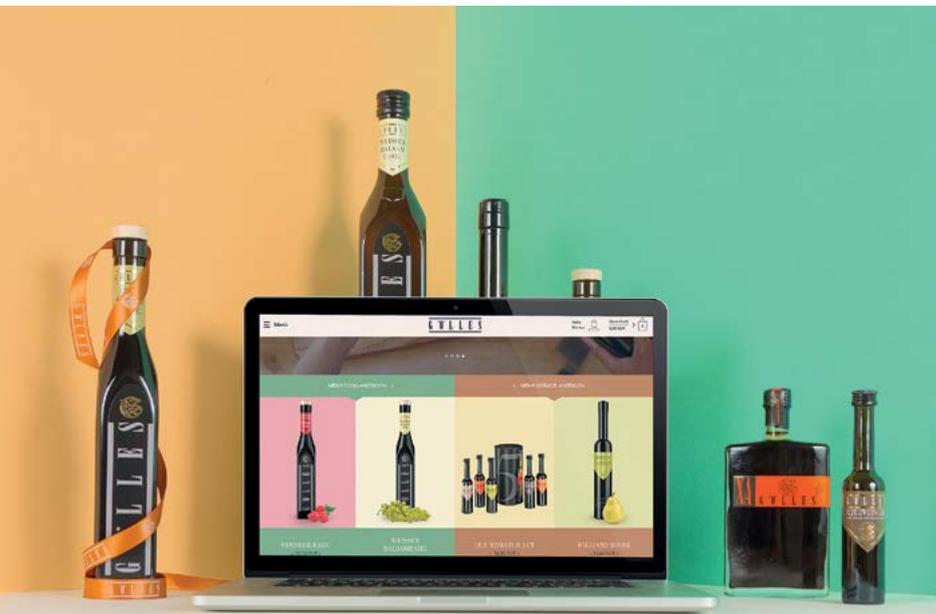
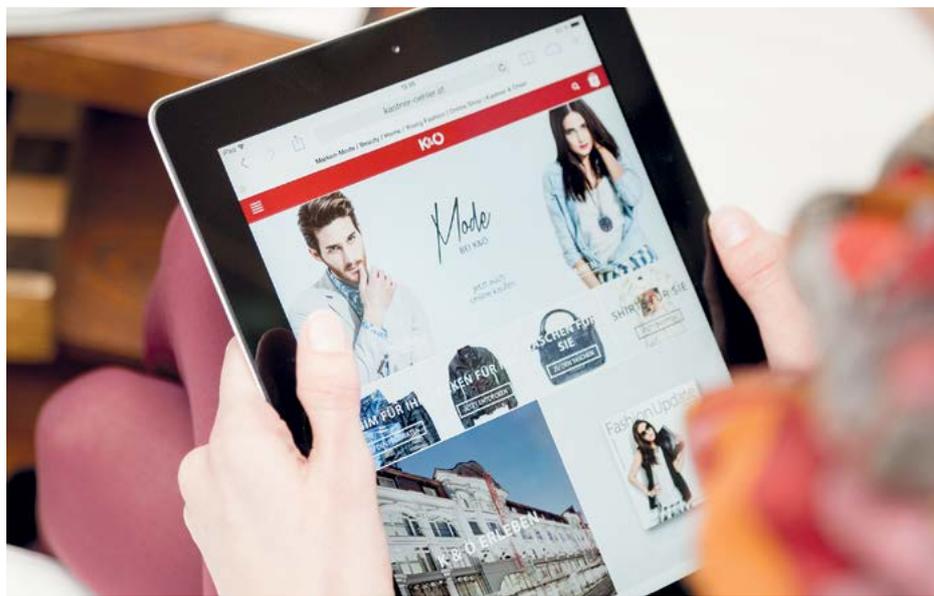
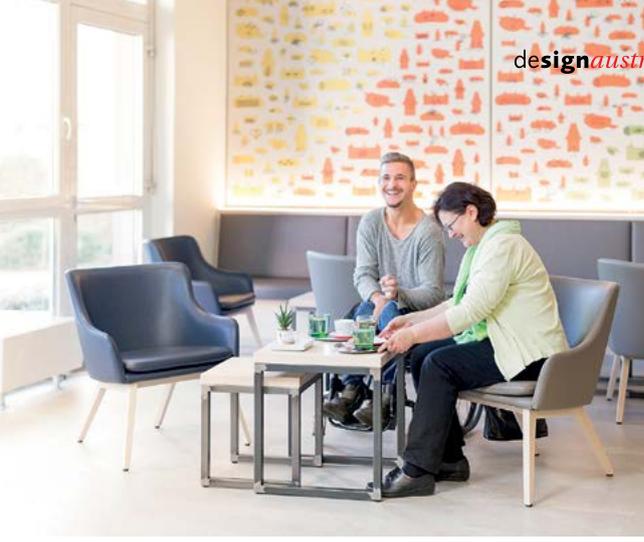
Die EN GARDE Design Company wurde 2006 mit der Vision gegründet, die Barrieren zwischen digitaler und klassischer Kommunikation aufzulösen. Um dies möglich zu machen, haben wir rund um unsere Kunden Teams entwickelt, die nicht in Kompetenz-Silos gebündelt, sondern interdisziplinär als DesignerInnen, EntwicklerInnen, ManagerInnen, User-Experience-ExpertInnen und Interieur DesignerInnen aufgestellt sind.

In einem ersten Schritt arbeiten wir daran, die Problemstellung mit unseren Kunden zu definieren und öffnen im Zuge dessen den Raum für Ideen, die nicht bei Branding oder Werbung enden. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, für den Konsumenten/die Konsumentin ein ganzheitliches und konsequentes Erlebnis an allen Berührungspunkten mit der Marke, einem Produkt oder einem Service zu entwickeln und umzusetzen. Manchmal entstehen dabei smarte Anwendungen oder ein neues Werkzeug für den User, manchmal ein UX-Design oder ein Prototyp – zuweilen auch eine radikal neue Business-Strategie oder eine neue Marke für eine völlig neue Zielgruppe. Wir mixen Digital, Werbung,

Design, Architektur, Social Media, Content- und Performance-Marketing, um innovative Consumer Experiences über alle Berührungspunkte hinweg zu konzipieren, und machen mit unseren Ideen die Menschen glücklich.

Die EN GARDE Design Company besteht aus 35 MitarbeiterInnen an den Standorten Graz und Wien. Sie arbeitet ganzheitlich für Kunden wie die Erste Group, die Grazer Wechselseitige Versicherung, JUFA Hotels, Lena Hoschek und Kastner & Öhler.

Wir freuen uns über Bewerbungen von den besten Köpfen: www.engarde.net/jobs
www.engarde.net



Im Jahr 1976 hatte der Wiener Peter Röhrig die Idee, bei Babyprodukten erstmals innovatives Design mit optimaler Funktionalität und medizinischer Sicherheit zu verbinden. Der ausgebildete Kunststofftechniker entwickelte mit einem Team von Wissenschaftlern und Ärzten sowie Designern der Universität für angewandte Kunst in Wien den ersten MAM-Schnuller, der sowohl optisch als auch funktional neue Maßstäbe setzte. Heute werden jährlich circa 60 Millionen MAM-Produkte in 61 Ländern auf fünf Kontinenten verkauft. Im Schnullersegment ist MAM in Österreich wie auch in vielen anderen Ländern Marktführer. Mehr als 600 MitarbeiterInnen tragen Tag für Tag zu diesem Erfolg bei.



1

40 JAHRE MAM: NICHT NUR DIE GESCHICHTE EINES SCHNULLERS



Was vor 40 Jahren mit der Idee eines jungen Vaters begann, ist heute ein internationales Unternehmen. Peter Röhrig wollte einen optisch ansprechenden und funktionalen Schnuller kreieren. Das ist ihm nicht nur für sein eigenes Baby gelungen: Die Babyartikelmarke MAM steht seit vier Jahrzehnten für Qualität, Innovation und besonders auch für Design. Beachtliche Wachstumsraten und Marktführerschaft bestätigen diesen Erfolgskurs. 1976 verkaufte MAM seinen ersten Schnuller. Heute zählt das Unternehmen zu den führenden Marken für hochwertige Babyartikel mit Designanspruch. Das Portfolio erweiterte sich über die Jahrzehnte. Für die Produktgestaltung zeichneten und zeichnen österreichische Designer wie Ernst Beranek, Harry Kubelka, Matthias Peschke und GP designpartners verantwortlich.

In den 1970er-Jahren erfüllten Schnuller entweder optische oder gesundheitliche Ansprüche. Röhrigs Idee, beides zu verbinden und MedizinerInnen und DesignerInnen in den Entwicklungs- und Gestaltungsprozess einzubinden, erwies sich als schlag-

kräftiges Konzept, das nicht nur den Bedürfnissen von Eltern und Babys entgegenkam, sondern auch Erfolgszahlen garantierte. Mittlerweile zählt MAM zu einem der erfolgreichsten Unternehmen der Branche, mit Produktionsstätten in Ungarn und Thailand. Nicht nur in Österreich, sondern auch in vielen anderen Ländern wie den USA, Großbritannien, Schweden, Israel, Brasilien und Chile ist MAM Marktführer bei Schnullern. Jede Sekunde gehen zwei MAM-Produkte über den Ladentisch. Zudem verzeichnete MAM allein in den letzten beiden Jahren Wachstumsraten von 20 Prozent.

Weil jeder nur das Beste für sein Kind möchte, steht Innovation im Mittelpunkt der MAM-Philosophie. Das Augenmerk liegt auf geprüfter Qualität und medizinischer Funktionalität der Produkte. Alle MAM-Artikel basieren auf intensiver Forschung. Geschäftsführer Peter Röhrig: »Außerdem ist uns die Meinung der Eltern besonders wichtig, daher führen wir regelmäßig weltweite Umfragen durch.« Das Ergebnis der kontinuierlichen Entwicklung: mehr als 60 Technologiepatente.

- 1 Schnuller »MAM Perfect«
- 2 Beißring »Cooler«
- 3 Der erste MAM-Schnuller
- 4 Anti-Colic Bottle
- 5 Trinkbecher »Starter Cup«
- 6 Entwicklungsspielzeug »Max the Frog«



2



3



4



5

Schon der erste MAM-Schnuller, der in Zusammenarbeit mit der Wiener Universität für angewandte Kunst entstand, zeichnete sich durch diese Verbindung von medizinischer Funktionalität und Design aus. Mittlerweile verfügt der Babyartikelhersteller über 200 Designpatente. Jährlich erneuert er sein Repertoire und passt es aktuellen Trends an. Dabei werden auch saisonale Themen aufgegriffen. Auch Individualität kommt nicht zu kurz: MAM-Schnuller können personalisiert werden. Neben Schnullern und Fläschchen erweiterte MAM sein Sortiment kontinuierlich. Heute bietet das Unternehmen auch medizinisch geprüfte und durchdacht gestaltete Produkte für die Zahn- und Mundpflege, fürs Essen lernen und fürs Stillen an, darunter so revolutionäre Babyartikel wie die vor zehn Jahren entwickelte Anti-Colic Bottle, das erste Fläschchen, das Koliken reduziert und eine selbststerilisierende Funktion hat. 2011 ließ das Unternehmen mit dem ersten Schnuller aufhorchen, der das Risiko von Zahnfehl-

stellungen nachweislich minimiert. Aktuell sind es handgemachte Beißringe aus Naturlatex ohne lästige Quietschgeräusche, die den Markt erobern.

Neben Innovation wird auch Nachhaltigkeit und fairer Handel großgeschrieben. MAM verfügt über eine eigene Naturlatex-Produktionsstätte im Süden Thailands, die mit einem CSR-Award für hervorragende Arbeitsbedingungen prämiert wurde. Gleichzeitig verpflichtet sich MAM mit einem umfassenden Kontroll- und Testsystem zu Sicherheit und bester Qualität. Jeder Schnuller durchläuft 40 verschiedene Tests. Durch die Kombination von Qualitäts- und Designanspruch hat sich MAM als weltweit führende Marke für Babyprodukte etabliert, die sich nun auf die kommenden 40 Jahre freut.

www.mambaby.com



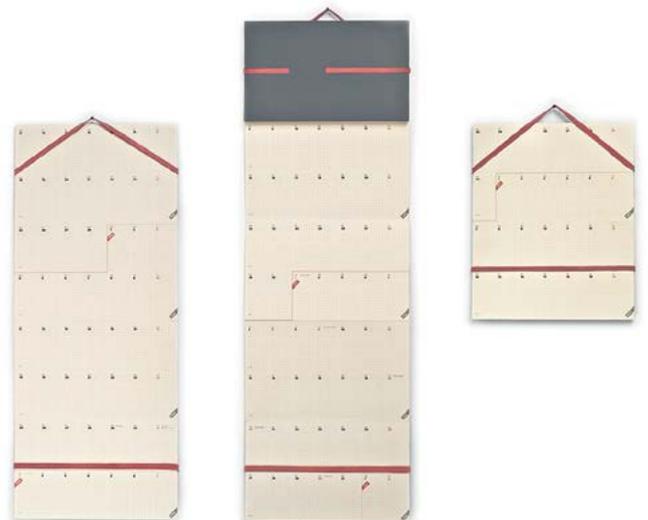
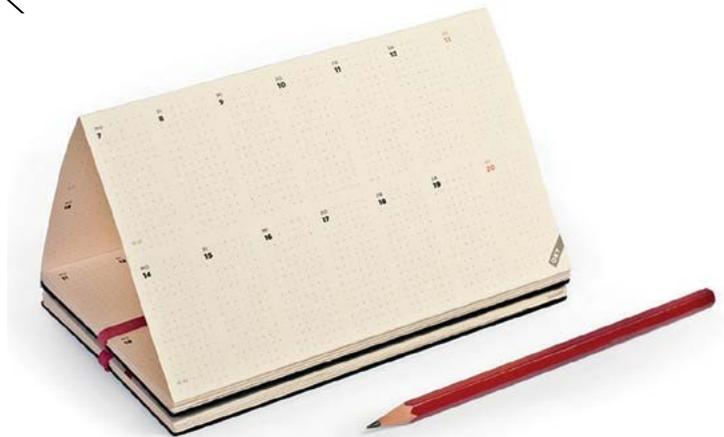
6

MEMBERS@WORK

DAS JAHR IN DER TASCHE

Kalender und Jahresplanung haben gegen Jahresende Hochsaison. Und es soll ja immer noch Menschen geben, die hier Papier dem Bildschirm vorziehen. Der Jahresplaner *DAYZ* für 2017 aus der Kollektion *life design tools* von *LESS THINGZ* bietet sich an, um nicht nur Termine, sondern auch ein Stück Lebensgeschichte festzuhalten. Erfunden wurde das elegante und innovative Stück von dem in Wien stationierten Designerduo *Magdalena Thur* und *Michael Augsten*. Es ist in drei »Geschmacksrichtungen« zu haben: zwei Wochen pro Seite, eine Woche pro Seite in Spalten oder eine Woche pro Seite in Rasteransicht. Mit 18 Monaten deckt der neue Planer mit verbessertem Layout sowohl das akademische als auch das Kalenderjahr ab. Die User bestimmen, wann Jahreswechsel ist. Die Inhalte wurden für internationale Kunden erweitert.

www.lesstingz.com



 LESS THINGZ:
Jahresplaner »DAYZ«

Baden

bei Wien



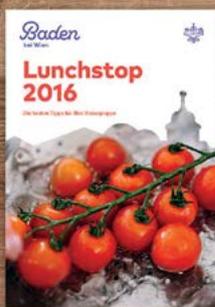
BADEN BEI WIEN IM NEUEN KLEID

Die Kurstadt *Baden bei Wien* möchte neue Zielgruppen anzusprechen und sich nachhaltig als hervorragende Tourismus-, Einkaufs- und Lebensstadt positionieren. Nach einer umfassenden Markenanalyse mit intensiver Einbindung von BewohnerInnen und BesucherInnen wurde ein strategischer Markenfindungsprozess eingeleitet: Das Wiener Studio *Typejockeys* wurde mit der Konzeption und Gestaltung eines neuen, umfassenden, modernen und zukunftsweisenden Markenauftritts, der nach innen und außen wirken soll, beauftragt. Sowohl die Stadtbevölkerung, die als aufgeschlossen, urban, naturverbunden und lebenslustig wahrgenommen wird, als auch kulturinteressierte und Erholung suchende TouristInnen sollen sich darin wiederfinden. Zwei grundlegende Erkenntnisse flossen in die Gestaltung ein: Baden ist eine kleine Stadt mit großem Angebot und bietet eine besondere Lebensqualität. Der neue Schriftzug wird mit einer stark reduzierten Variante des berühmten Badener Stadtwappens – Frau und Mann im Schwefel-

wandl, gespickt mit floralen Elementen – verbunden. Das Design präsentiert sich frisch und farbenfroh: Die Primärfarben Türkis und Lila werden großzügig eingesetzt und plakativ mit den Schriftfamilien *Henriette* (Typejockeys) und *FF Mark* (FontFont) kombiniert. Illustrationen in Form von Silhouetten, die auf die Stadt und ihre Themen eingehen, spielen eine wichtige Rolle. Typische Gebäude der Stadt und Bauwerke der Umgebung werden auf spannende Skylines reduziert. Die Motive schaffen eine Atmosphäre, die die Inhalte der Marke glaubwürdig vermittelt. Als Teil des neuen Markenkonzepts wird ein variables Slogan-System eingeführt, das von *buero bauer* entwickelt wurde: Der Hauptslogan »Zeit zu leben« bietet sich für Variationen an, um Markenkernwerte und Themenwelten optimal darzustellen. Die Implementierung des neuen Designs befindet sich im vollen Gang. In den kommenden Monaten wird es schrittweise in allen Kommunikationsmedien umgesetzt.

www.typejockeys.at www.baden.at

■ Typejockeys: neues Corporate Design für Baden bei Wien



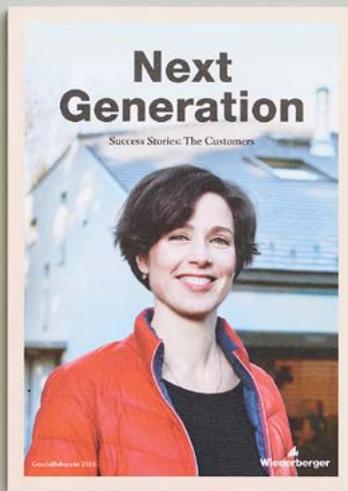
Stadt
Stadt

Stadt
Genuss/Garten

Stadt
Kunst/Kultur

Stadt
Städt. Angebot

Stadt
Outdoor/Aktiv



WHEN IT RAINS FOR BRAINDS IN NEW YORK

- ▣ Brains: Geschäftsbericht 2015
- ▣ »Next Generation – Success Stories« der Wienerberger AG

Der von der Wiener Brandingagentur Brains konzipierte und gestaltete Geschäftsbericht *Next Generation – Success Stories* der Wienerberger AG für 2015 gewann bei den *Internationalen ARC Awards* in New York, dem größten Wettbewerb für Geschäftsberichte, gleich zweimal Gold (»Traditional Annual Report« und »Cover/Homepage«), zweimal Silber (»Interactive Annual Report« und »Design/Graphics«) und zweimal Bronze (»Interior Design« und »Financial Data«): ein wahrer Medaillenregen! »Mit Brains als neuem Partner ist es uns gelungen, unseren eigenen hohen Qualitätsanspruch zu erfüllen und zugleich neue Akzente in der Gestaltung und Aufbereitung der Inhalte zu setzen, ohne mit unserem bisherigen kommunikativen Auftritt zu brechen. Für unseren aktuellen Geschäftsbericht gleich mehrfach bedacht zu werden, werte ich persönlich als großen Erfolg und Bestätigung für die herausragende Qualität unseres Berichtswesens«, freut sich Heimo Scheuch, Vorstandsvorsitzender der Wienerberger AG. Als

österreichischer Ziegelhersteller 1819 gegründet, hat sich Wienerberger innerhalb der letzten Jahre vom Ziegelproduzenten zu einem internationalen führenden Baustoffkonzern entwickelt. Oliver Heiss, Managing Partner von Brains: »Es war unser Anspruch, auch die weichen Faktoren und emotionalen Dimensionen so zu kommunizieren, dass der Jahresbericht neben seiner rein informativen Funktion auch als spannendes, imageförderndes Kommunikationswerkzeug eingesetzt werden kann.« Der Geschäftsbericht erhielt außerdem bei den internationalen LACP Awards die Auszeichnung »Silver Worldwide« und landete im Spitzenfeld der 80 besten Geschäftsberichte im Wirtschaftsraum EMEA. Damit konnte Brains seine besondere und langjährige Kompetenz und Erfahrung im Bereich Corporate Reporting einmal mehr unter Beweis stellen.

www.brains.com www.wienerberger.com
www.mercommawards.com

MIT SPASS UND WITZ DURCHS LEBEN

- ▣ Carola Holland: Ausstellung »Mit Spaß und Witz durchs Leben«

Der *Kleine Salon für Illustrationen* widmete der in Österreich lebenden und wirkenden Kinderbuchillustratorin *Carola Holland* im Oktober und November 2016 eine Ausstellung mit Original-Illustrationen, Büchern und Druckgrafiken. Die in der DDR geborene Künstlerin und Grafikerin wuchs in Süddeutschland auf. Früh verschlug es sie nach New York und Genf, später fand sie sich an der »Angewandten« in Wien ein und blieb. 1980 machte sie sich selbstständig und hat seither rund 100 Bücher für junge LeserInnen mit ihren Bildern gestaltet. Damit zählt sie zu den erfolgreichsten IllustratorInnen von Kinderbüchern im deutschen Sprachraum. Die meisten ihrer Bücher entstehen in Zusammenarbeit mit der Autorin Edith Schreiber-Wicke, viele liegen als Übersetzungen auf. Ihre Illustrationen bezaubern durch einen verschmitzt-surrilen Charme und erfreuen mit Witz die Herzen von Jung und Alt. Ihre Arbeiten zeichnen sich durch liebenswert-verrückte Figuren und Szenen voll überraschender Details aus.

www.illustria-kinderbuch.at



INKLUSION – DIE ZUKUNFT GEHÖRT DEN MUTIGEN!



Das Projekt »Wagnerhäusl« an der Glentleiten der designgruppe koop haben wir bereits vorgestellt (siehe Ausgabe 2.2016). Nun hat Andreas Koop einen Erfahrungsbericht zur Projektentwicklung des nach den Prinzipien der Barrierefreiheit gestalteten Freilichtmuseums in Buchform vorgelegt. Entstanden ist eine Präsentation über ein Haus, in dem Hören, Sehen, Anfassen und Mitmachen im Mittelpunkt stehen. In Stube und Küche des Erdgeschoßes sowie in den beiden Kammern im Obergeschoß befindet sich eine Ausstellung mit Tast- und Hörstationen. In einer modernen Audioausstellung können die Lebensgeschichten blinder und

sehbehinderter Handwerker aus verschiedenen Jahrhunderten gehört (und gesehen) werden. Lichtspots und ein tastbarer Grundriss erleichtern die Orientierung. »Inklusion ist keine reine Freiwilligkeit mehr – sie ist mindestens seit 2009 ein

Menschenrecht. Und sie kann zu einer Bereicherung und Chance für alle werden«, so der Autor und Gestalter. Mit dem »inklusiven Wagnerhäusl«, das sich besonders an Blinde und Sehbehinderte, aber ebenso an die »Sehenden« und an Kinder richtet, weitet das Museum seine bedürfnisorientierten Angebote aus und macht damit hoffentlich möglichst vielen anderen Institutionen und Einrichtungen Mut, diesen Weg ebenfalls zu beschreiten. »Die designgruppe koop hat die speziellen Anforderungen sachkundig analysiert, sich sensibel in den Dialog mit allen Projektbeteiligten eingebracht, trotz hohem Zeitdruck kreative Lösungen entwickelt und in Zusammenarbeit mit dem Museumsteam realisiert«, meint Direktorin Monika Kania-Schütz. Herausgegeben von und erschienen bei designaustria, Broschur, 48 Seiten, Euro 12,90 (inkl. 10% USt.). Zu bestellen über service@designaustria.at.

www.designgruppe-koop.de www.glentleiten.de
www.designaustria.at

Andreas Koop:

»Inklusion – die Zukunft gehört den Mutigen!«

EI, EI, WAS IST DENN DAS?



1 Caroline Cook:
Eierverpackung
»Bio-Freilandeier«

2 Evi Langes:
Lautsprechergehäuse
»Eggsquisit«

Die »Graphische« in Wien ist Österreichs größte Ausbildungsstätte für kreative Berufe. Packaging Design bildet einen Schwerpunkt in der Ausbildung zum/zur KommunikationsdesignerIn. Das Projekt *EGGScellent* war eines von vielen, bei denen es darum ging, einen Praxisbezug herzustellen und gleichzeitig die Vielseitigkeit von kreativer Gestaltung sichtbar zu machen. Dabei entpuppte sich die klassische Eierverpackung als dankbares Designobjekt, das sich auch zweckentfremdet einsetzen lässt. Die Studierenden gestalteten neue Varianten für den Lebensmittelhandel, nutzten den 6er-Karton als Verpackung für ein Designprodukt oder gestalteten damit ein freies Kunstwerk. Caroline Cook etwa ließ sich vom minimalistischen Stil

des Shipping-Stickers inspirieren, um Informationen über das Grundnahrungsmittel Ei in einem klaren, einfachen Stil zu vermitteln. Viktoria Mannsbergers Lösung hebt sich durch kräftige Farben und eine minimalistische Gestaltung vom herkömmlichen Look von Bio-Produkten ab und kommt moderner daher. Christiane Wallnerhaas besticht mit einer monochromen Farbwelt, die elegant auf die Umweltverträglichkeit der Verpackung verweist; der Tragegriff suggeriert, dass die Eier frisch vom Bauern im Körbchen nach Hause transportiert wurden. Evi Langes nutzt den Eierkarton, der von Musikern oft auch als Schallschutz verwendet wird, als Lautsprechergehäuse und verkehrt damit dessen »Zweitfunktion«

- 3 Sarah Leczek: Verpackung für Eierlikör »Eli«
- 4 Viktoria Mannsberger: Eierverpackung »Bio-Freilandeier«
- 5 Helena Brosch: Kunstobjekt »Höllenszenario«
- 6 Christiane Wallnerhaas: »Caketrey« für dreierlei Cupcakes
- 7 Christiane Wallnerhaas: Eierverpackung »Bio-Freilandeier« mit Tragegriff



ins Gegenteil: *Eggsquisit* vermeidet den »Lärm« nicht, sondern produziert ihn. Nicht ganz so weit hergeholt ist die schicke Aufbewahrungsbox für Eierlikör, die sich *Sarah Leczek* ausgedacht hat: Das satte Gelb des Inhalts bildet einen auffallenden Kontrast zum schlichten Schwarz der Hülle. In eine ähnliche Kerbe schlägt *Christiane Wallnerhaas*: Der Karton dient als »Träger« für dreierlei Cupcakes. Und *Helena Brosch* bedient sich der Eierverpackung schließlich als Bühne für ein Höllenszenario, das im kritischen Kontrast zur heilen Bio-Welt steht.

www.graphische.net



KOLLABORATEURE AUF DER ORGATEC 2016 IN KÖLN

Martin Lesjak kann auf umfangreiche Erfahrungen in der Büroplanung zurückgreifen, wenn er mit seinem Architekturbüro *INNOCAD* physische, virtuelle und soziale Arbeitswelten vereint. Ersichtlich wird dies in den Entwürfen der Firmenhauptsitze für Unternehmen wie Microsoft Austria, die Österreichischen Bundesbahnen, die Volksbank Südtirol oder – seit Kurzem – Latif Jameel Investments in Jeddah, Saudi-Arabien. Mit dem transdisziplinären Produktdesignstudio *13&9* entstanden innovative Lösungen in Form von Büromöbeln, die auf die individuellen und gesellschaftlichen Bedürfnisse von »New Work« eingehen. Die neuen Designs wurden Ende Oktober auf der ORGATEC in Köln präsentiert. Durch die Optimierung des Arbeitsplatzes mit flexiblen Möbeln bieten das *TRIGON Workplace System* und die *PETRAM Office Landscapes* für Landes Office Solutions zukunftsorientierte Lösungen für die moderne Arbeitswelt. Es lassen sich sowohl geschützte Arbeitsbereiche als auch Settings für Meetings und Konferenzen schaffen. Die Kombination von Stauraum, interaktiven Sitzplätzen, Steh- und Schreibtischflächen unterstützt Raummanagement und Kommunikation. Um langes Sitzen während der Arbeit zu vermeiden, bietet *LEAN*, entwickelt für

Quinze & Milan, einen dynamischen Austausch zwischen Sitzen, Stehen und Lehnen. Bewegung und Haltungsveränderung werden angeregt und fördern die soziale Interaktion im Büroalltag. Die Module lassen sich linear als Raumteiler oder Inseln in verschiedenen Größen für temporäres Arbeiten, Entspannen, Telefonieren und Kommunizieren arrangieren. *BuzziBalance* für BuzziSpace ist eine aktive Alternative zu statischen Office-Möbeln. Die Lösung fördert eine ausgeglichene Körperhaltung und stimuliert körperliche wie geistige Aktivität.

www.13and9design.com innocad.at www.orgatec.de

- 1 13&9: »PETRAM Office Landscape«
- 2 13&9: »LEAN«
- 3 13&9: »Trigon Workplace System«
- 4 13&9: »BuzziBalance«



3

4

FÜHL DICH GEKÜSST! DER WEG EINER LIEBENSWÜRDIGEN TRINKFLASCHE



Um ihrer Freundin Lilli ein individuelles Geburtstags-geschenk zu machen, bemalte *Sonja Stangl*, Leiterin des Illustrationsstudios *inky.land*, Ende 2014 eine Trinkflasche mit einer kleinen Figur in Küss-Pose. Ziel war es, zwei Lücken in Lillis Leben zu füllen: Die ausgediente Plastikflasche brauchte dringend eine Nachfolgerin, und Lilli sollte sich viel öfter geküsst fühlen. Vor allem dann, wenn gerade niemand für einen echten Kuss zur Verfügung stand. Die erste *Kiss-Me-Bottle* war geboren: eine Trinkflasche, die nicht nur mit Liebe per Hand bemalt ist, sondern mit jedem Schluck auch ein wenig Zuneigung schenkt. Aus dem Geschenk wurde ein Produkt, welches bereits auf Erfolge zurückblicken darf, zum Beispiel auf eine Nominierung bei den World Illustration Awards 2016. Qualität ist wichtig: Beim »Lippenkontakt« sollte man durchaus wählerisch sein. Deshalb wurde das Projekt der Schweizer Firma SIGG vorgestellt. Begeistert von der Idee erklärte sie sich bereit, die *Kiss-Me-Bottles* zu unterstützen, indem sie ihre hochwertigen Flaschen als Untergrund für die Illustrationen zur Verfügung stellte. Um eine gute

Haftung und eine Unbedenklichkeit der Farben hinsichtlich Mensch und Umwelt zu gewährleisten, werden derzeit noch ein paar Tests durchgeführt. In Kürze aber gibt es die Flaschen käuflich zu erwerben – auch in individuellen Designs!

www.inky.land/kiss-me-bottle.html | sigg.com



■ Sonja Stangl: Trinkflasche
»Kiss-Me-Bottle«

we
design
austria

DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

NEUE BUTTONS »WE DESIGN AUSTRIA«

Die Wiener Schriftenschmiede Typejockeys hat neue Buttons für unsere Kampagne »We design Austria« gestaltet und dafür ein paar eigene Fonts eingesetzt: »Aniuk«, »Freude«, »Henriette«, »Ingeborg« und »Rad« machen sich gut auf den roten Kreisen und können auf der Website des Studios auch käuflich erworben werden.

www.typejockeys.at

DESIGNAUSTRIA-HONORARUMFRAGE WIR BRAUCHEN ZAHLEN!

designaustria plant eine neue Publikation zur Dokumentation der aktuellen Honorar- und Einkommenssituation im Bereich der Creative Industries. Diese soll unter Berücksichtigung wettbewerbsrechtlicher Vorschriften auch als Kalkulationshilfe für Designhonorare dienen. Werte zu den Sparten Produkt- & Industriedesign und Illustration wurden bereits erhoben. Die Online-Umfrage für Grafik- & Kommunikationsdesign startet voraussichtlich Mitte Dezember 2016 und wird bis Mitte/Ende Januar 2017 laufen. Zur Realisierung des Projekts bitten wir um die Mithilfe der designaustria-Mitglieder in Form einer regen Beteiligung unter folgenden Link:

https://de.surveymonkey.com/r/designaustria_guk



NEU BEI DESIGNAUSTRIA: YOUNG EXPERTSCLUSTER

Wir freuen uns, dass im Oktober 2016 ein weiterer designaustria-ExpertsCluster gegründet wurde. In den ExpertsClusters schließen sich designaustria-Mitglieder zusammen, um sich auszutauschen, zu vernetzen und Kompetenzen zu bündeln. Der Young ExpertsCluster ist die Plattform für den Nachwuchs aller Designdisziplinen: für DesignerInnen, die am Anfang ihrer Laufbahn stehen. Bei der Auftaktveranstaltung stellten vier Kreative ihre Unternehmen vor, erzählten von ihren eigenen Anfängen und teilen ihre persönlichen Erfolge und Erfahrungen mit den Jungen: Anna Fahrmaier von den Typejockeys, Lukas Fliszar von 100und1, Michael Tatschl von breaded-Escalope und Industrial Designer Robert RUF. Man darf auf spannende Aktivitäten, Veranstaltungen und Präsentationen des jungen ExpertsClusters gespannt sein. Wer mitwirken möchte, ist herzlich eingeladen, sich bei Clustermanager Sebastian Hierner zu melden: hierner@designaustria.at

WE
DESIGN
AUSTRIA



DIE WELT VON MATTIAZZI

Bis Mitte Oktober war im designforum die Ausstellung »North. West East. A Journey with Mattiazzi« zu sehen, im November gab es einen großen Design Sale, bei dem die Ausstellungsstücke zu Sonderpreisen zu haben waren. Der im Rahmen der Schau vorgestellte Fotoband »Mattiuzzi in Northern Italy. From West to East« setzt die von internationalen Designern gestalteten Möbeln des italienischen Familienunternehmens – wunderschöne Sitzgelegenheiten von Konstantin Grcic, Ronan & Erwan Bouroullec, Jasper Morrison, Sam Hecht, Leon Ransmeier, Nitzan Cohen und LHM – in ausgewählten historischen Villen Norditaliens in Szene. Die Publikation liegt noch auf und kann zum Preis von Euro 10 (inkl. 10% USt.) direkt im designforum Wien käuflich erworben oder über service@designaustria.at bestellt werden.

BILDERBUCHKUNST AUS ÖSTERREICH

Im Oktober präsentierte illustra, die Illustratoren-Community von designaustria, im designforum Wien Kinderbuchillustrationen von in Österreich arbeitenden KünstlerInnen: Lisa Althaus, Birgit Antoni, Helga Bansch, Maria Blazejovsky, Renate Habinger, Verena Hochleitner, Carola Holland, Angelika Kaufmann, Raoul Krischanitz, Monika Maslowska, Erwin Moser, Winfried Opgenoorth, Susanne Riha, Eva Rudofsky, Rene van de Vondervoort und Lisbeth Zwerger. Auf dem Programm standen zudem ein »BilderBuchKino«, ein Vortrag von Maria Blazejovsky für KindergartenpädagogInnen, BibliothekarInnen und VolksschullehrerInnen sowie Führungen durch die Ausstellung mit anschließenden Collage-Workshops von und mit Susanne Riha und Maria Blazejovsky. Im November übersiedelte die Schau zur Buch Wien 2016. Die Illustrationen können über den »Kleinen Salon für Illustration« erworben werden:

Piaristengasse 9, 1080 Wien
Mo und Di 15–19 Uhr
oder nach telefonischer Vereinbarung:
0676 77 555 07
Kontakt: illustra@designaustria.at



PAPYRUS

PAPYRUS NEU IM DESIGNAUSTRIA-PAPERPOINT

Als einer der größten Papiergroßhändler Europas verfügt Papyrus über ein außergewöhnlich breites und tiefes Sortiment, das allen Ansprüchen gerecht wird. Ob GestalterInnen Bilderdruck, Karton, Etiketten, Haftmaterialien oder Feinstpapier suchen – bei Papyrus werden sie fündig. Das Unternehmen kann sich in allen Bereichen auf starke Partner wie Sappi, Stora, UPM, Mondi, Gmund, Arjo Wiggins und viele weitere verlassen. Über seine Lager versorgt Papyrus Kunden österreichweit im 24-Stunden-Service mit den gewünschten Papieren. Informationen zum Sortiment und Musterservice von Papyrus finden Sie online. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

www.papyrus.com/at

Führende österreichische Papierhersteller und -händler sind neben Papyrus im Paperpoint von designaustria mit Mustern vertreten: Antalis Austria GmbH, Arctic Paper Papierhandels GmbH, Büttenpapierfabrik Gmund GmbH & Co KG, Europapier Austria GmbH, Fedrigoni Austria GmbH, Igepa Austria GmbH, ÖKI – Österreichische Kuvertindustrie GmbH, Römerturm Feinstpapier GmbH & Co KG und Sappi Austria Vertriebs-GmbH & Co KG.

www.designaustria.at

we
design
austria





AUSTRIAN DESIGN UPDATE IN TALLINN UND SKOPJE

Innovatives Design aus Österreich begeisterte von 16. September bis 2. Oktober 2016 beim elften Tallinn Design Festival in Estland. Die von designaustria kuratierte und in der Gallery for Architecture and Design installierte Schau (Organisation: Judith Weiß, Gestaltung: Thomas Hamann) war in Anwesenheit von Herwig Palfinger von der Wirtschaftskammer Österreich, Cornelia Godfrey von der Österreichischen Botschaft in Tallinn und Ilona Gurjanova von der Estonian Association of Designers feierlich eröffnet worden. Zu den Exponaten zählten mit dem österreichischen Staatspreis Design ausgezeichnete Projekte sowie zahlreiche weitere bahnbrechende Produkt- und Industriedesignlösungen der letzten Jahrzehnte. Bei der im Rahmen des Festivals stattfindenden Konferenz »Redefining Design« hielt Tamara König in Vertretung von Prof. Severin Filek den Vortrag »Measuring Design Value«. Die Ausstellung reiste zur Skopje Design Week weiter, wo sie von 23. bis 27. November 2016 zu sehen war.

www.tallinndesignfestival.com
www.ministryofpleasure.net



KOOPERATION MIT CREATIVEMORNINGS VIENNA

Wir freuen uns über unsere Kooperation mit Creative Mornings, einer monatlichen Frühstücksvortragsreihe von Kreativen für Kreative. Die Teilnahme an der Veranstaltung, die nicht nur in Wien, sondern in über 130 Städten weltweit stattfindet, ist kostenlos. Auf dem Programm stehen ein bis zwei »Lightning Pitches« und ein 20-minütiger Talk mit anschließender Diskussionsrunde in relaxter Atmosphäre. Frühstück und Möglichkeiten zum Netzwerken sind wichtiger Bestandteil des Events. Zu Creative Mornings gehört auch das gleichnamige Magazin, das von Wiener DesignerInnen und Typografinnen gestaltet wird.

designaustria-Mitglieder sind herzlich eingeladen, einen »Lightning Pitch« zu bestreiten und dabei sich und/oder ein spannendes Projekt in aller Kürze – sprich: in einer Minute – zu präsentieren. Das Format eignet sich auch für die Suche nach geeigneten ProjektpartnerInnen. Zuletzt griff designaustria-Mitglied Sebastian Hierner zum Mikrofon. Zusätzlich besteht die Möglichkeit einer »ehrenamtlichen« Mitarbeit am »CreativeMornings Magazine«. Interessierte melden sich unter dem Stichwort »designaustria Lightning Pitch« bzw. »designaustria Mitarbeit Magazin« bei vienna@creativemornings.at. Wer auf der Website den »CreativeMornings Newsletter« abonniert, wird über alle Termine auf dem Laufenden gehalten. Die nächsten Veranstaltungen in Wien gibt es voraussichtlich am **27. Januar** und am **24. Februar 2017**.

creativemornings.com/cities/vie



designaustria-Mitglied Sebastian Hierner beim »CreativeMornings Lightning Pitch«

Die kreative Community Wiens vernetzen und inspirieren: CreativeMornings Vienna



FOTOS © VICTORIA KOLLER

CreativeMornings ist ein globales, monatlich stattfindendes Frühstück-Event für die kreative Community.

Jeden Monat an einem Freitagmorgen finden sich Kreative aus den unterschiedlichsten Bereichen zusammen, um gemeinsam einem kurzen, inspirierenden Talk zum jeweiligen globalen Monatsthema zu lauschen. Frühstück, Kaffee, und Möglichkeiten zum Networking sind natürlich ein nicht zu vernachlässigender Teil des Erlebnisses.

creativemornings.com/vie

facebook.com/CreativeMorningsVienna

[@CreativeMorningsVienna](https://twitter.com/CreativeMorningsVienna)

CREATIVEMORNINGS

VIENNA™

DESIGNAUSTRIA: WORKSHOPS UND FORTBILDUNGSPROGRAMM BIS MÄRZ 2017

we
design
austria

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



VORTRAG »STORY... WHAT?! KOMMUNIKATION UND MARKETING DURCH STORYTELLING«

Ines Häufner

designforum Wien

Mittwoch, 25. Januar 2017

17.00–19.30 Uhr

Anmeldung bis 10. Januar 2017

Storytelling – den Begriff kann man eigentlich schon nicht mehr hören: weil ihn so viele verwenden, aber kaum jemand weiß, was man darunter versteht. In diesem Vortrag der Film-dramaturgin, Autorin und Cartoonistin werden Begriffe sortiert und Anwendungsbeispiele analysiert. Was macht eine gute Geschichte aus, warum ist Empathie dabei so wichtig, wo und wie kann man es in der Unternehmenskommunikation und im Marketing einsetzen?

WORKSHOP »DESIGN THINKING: METHODIK & MINDSET«

Klaus Weissmann

designforum Wien

Montag, 30. Januar 2017

15.00–19.00 Uhr

Anmeldung bis 17. Januar 2017

Die Prinzipien und Prozesse von Design Thinking sind drauf und dran, unsere Arbeitswelt zu revolutionieren. Sie helfen, komplexe Probleme zu lösen, im Team nutzerzentrierte Innovationen zu schaffen und ganzheitliche Lösungen zu entwickeln. In diesem Kurzworkshop lernen TeilnehmerInnen Design Thinking als Methode und Haltung kennen. Die einzelnen Prozessschritte werden reflektiert, Basiswissen für die Anwendung im unternehmerischen Kontext wird aufgebaut. Der Workshopleiter begleitet als Service Designer international Unternehmen, Regierungen und Behörden bei der Entwicklung von Dienstleistungen, Innovationskultur und Transformationsprozessen.

WORKSHOP »KREATIVITÄTS- TECHNIKEN. DENKBLOCKADEN – VERHALTEN IM NOTFALL«

Andreas Jacobs

designforum Wien

Montag, 20. Februar 2017

10.00–18.00 Uhr

Anmeldung bis 6. Februar 2017

Spontan kreativ sein ist schwer. Das Gegenteil ist erstaunlich einfach. Jeder kann sofort ernst und unkreativ sein. Wie schön wäre es, auf Knopfdruck geniale Ideen produzieren zu können. Doch statt göttlicher Eingebung entsteht im Gehirn nur Stress. Um solchen Momenten der Erstarrung zu entkommen, muss ein neues Denkprogramm her. Und das will trainiert sein.

Ein erster Schritt in die richtige Richtung ist dieses Seminar des erfahrenen Kreativtrainers.

VORTRAG »KUNDENFINDUNG IN DER KREATIVWIRTSCHAFT«

Claus Zerenko

designforum Wien

Montag, 13. März 2017

17.00 – 18.30 Uhr

Anmeldung bis 28. Februar 2017

Kreative sehen sich nicht als geborene Verkäufer. Klassische Methoden wie Cold Calling und Hard Selling sind nicht mehr zeitgemäß und für Kreative ungeeignet. Trotzdem ist es notwendig, auch als Kreativunternehmer für einen permanenten Strom von Neukunden zu sorgen. Der Vortrag zeigt einen Weg, über den Aufbau von Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu mehr idealen Kunden zu kommen.

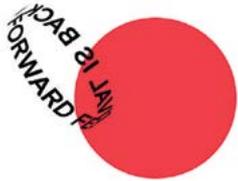
Weitere Veranstaltungen, detaillierte Informationen und Teilnahmegebühren sind dem beiliegenden Folder zu entnehmen. Für Mitglieder von designaustria und Studierende gelten ermäßigte Preise. Wir bitten um rechtzeitige Anmeldungen unter judith.weiss@designaustria.at.

Anmeldungen gelten als verbindlich (die Nennung einer Ersatzperson ist möglich). Alle Preise inkl. 20% USt.

www.designaustria.at/fortbildung

www.designforum.at

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN



FORWARD FESTIVALS: WIEN * MÜNCHEN * ZÜRICH

Bei den Forward Festivals ergreifen die besten Köpfe aus Design, Kreativität und Kommunikation das Wort und geben BesucherInnen in Vorträgen und Workshops persönliche Insights und Erfolgsgeschichten mit auf den Weg. 2017 findet das Festival nicht nur wie gehabt in Wien und München, sondern erstmals auch in Zürich statt. Die Wiener Ausgabe geht am **21. und 22. April 2017** im **MAK – Museum für angewandte Kunst** über die Bühne. Live Art Sessions und zahlreichen Side-Events runden das Programm ab. Als Sprecher haben bereits die schwedische Kreativagentur Snask, die deutsche Illustratorin Sarah Illenberger, das Herausgeberteam des Designmagazins »Slanted« und das erfolgreiche Motion-Graphics-Kollektiv Pfadfinderei zugesagt. Wer den Wiener Termin verpasst oder wem Wien zu ablegen ist, hat am **15./16. Juni 2017** in **München** und am **17./18. Juni** in **Zürich** Gelegenheit, das Festival zu besuchen. Und rechtzeitig vor Weihnachten bieten die Veranstalter einen »Christmas Special Deal« an: Noch bis 10. Januar 2017 sind Tickets zum vergünstigten Preis von 160 Euro zu haben. Laufende Updates und weitere Informationen zu Programm und Tickets gibt's auf der Website.

forward-festival.com

Stadt.L
and.
S c h
l u s
s .

STADT. LAND. SCHLUSS.

Das von designaustria-Mitglied Andreas Koop initiierte und konzipierte transdisziplinäre Symposium in **Marktoberdorf im Allgäu** geht in die zweite Runde und beschäftigt sich von **8. bis 10. November 2017** wieder mit der Gestaltung eines guten Lebens in der Stadt und vor allem auf dem Land. Dafür sind neue Perspektiven, Ideen und Impulse gefragt. ReferentInnen aus den Bereichen Design, Architektur, Landwirtschaft, Soziologie, Philosophie, Politik und Politikwissenschaft und ein Pfarrer sprechen über aktuelle und gesellschaftsrelevante Themen, die das Landleben in den Fokus rücken. Auf dem Programm steht auch ein Pecha-Kucha-Format, dessen beste Präsentation prämiert wird (Vorschläge und Abstracts werden ab sofort unter pechakucha@stadt-land-schluss.eu entgegengenommen). Die TeilnehmerInnen erwarten drei intensive Tage zum Austauschen, Zuhören, Mit-machen, Kennenlernen, Ideen entwickeln, Tanzen, Diskutieren und Essen.

www.stadt-land-schluss.eu



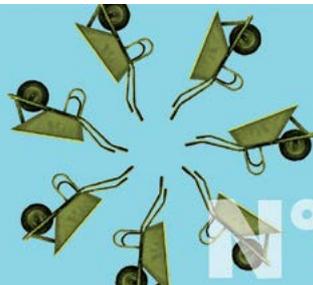
Die schönsten Bücher Österreichs

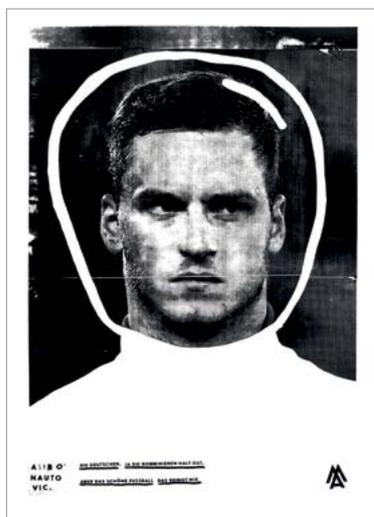
DIE SCHÖNSTEN BÜCHER ÖSTERREICHS 2016

Der Hauptverband des Österreichischen Buchhandels veranstaltet seit über 60 Jahren den Wettbewerb der schönsten Bücher Österreichs. Ziel ist es, Bücher für ihre gestalterische und herstellerische Qualität auszuzeichnen, um das öffentliche Bewusstsein für diese essenziellen Aspekte der Buchkonzeption und -produktion zu schärfen. Eine Fachjury wählt alljährlich aus über 200 Einreichungen die 15 schönsten Beiträge aus. Das Bundeskanzleramt würdigt daraus drei Titel mit einem mit je 3.000 Euro dotierten Staatspreis. Die Ausstellung im **designforum Wien** zeigt quasi im Anschluss an die Verleihung – von **Ende Februar bis Anfang April 2017** – die für das Jahr 2016 prämierten Buchproduktionen und stellt Bezüge zwischen den verschiedenen Domänen österreichischer Buchgestaltung her: von konzeptionell durchdeklinierten Kunstbüchern über feinsinnig durchdachte Kinder- und Jugendliteratur und rundum gelungen gestaltete Belletristik bis hin zu akribisch und übersichtlich aufbereiteten Wissenschaftsbänden. Die Schau lädt zum ausgiebigen Schmökern ein und regt vielleicht dazu an, den einen oder anderen Titel im Buchhandel zu erwerben.

www.designforum.at

www.schoenstebuecher.at





Stefan Joch, Atelier
ZWUPP: Plakat
»Astronautovic«

100 BESTE PLAKATE 15 – DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH, SCHWEIZ

Noch bis **5. Februar 2017** sind im **MAK-Kunstblättersaal** die besten Plakate im deutschsprachigen Raum des Jahres 2015 zu sehen, die im Rahmen des renommierten Wettbewerbs ausgewählt wurden (siehe auch Ausgabe 3.2016). Bei Redaktionsschluss war der Startschuss zur Einreichphase des Folgebewerbs noch nicht gefallen. Aktuelle Informationen, ein umfassendes Archiv und eine Vorstellung aller diesjährigen Siegerplakate gibt es online.

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

STEFAN SAGMEISTER: THE HAPPY FILM

Schon mit der HAPPY SHOW, die vergangenen Herbst im MAK in Wien zu sehen war, hat sich Weltklasse-Designer und designaustria-Mitglied Stefan Sagmeister auf die Suche nach dem Glück begeben. Nun hat er (zusammen mit Co-Autor Ben Nabors) den »pursuit of happiness« auf das Medium Film ausgedehnt. Am **5. Januar 2017** startet der Streifen österreichweit im Kino, doch schon davor tourt der im Big Apple stationierte Vorarlberger damit von Bregenz nach Wien: Die österreichische Uraufführung findet am **28. Dezember 2016** um 20 Uhr im Metro-Kino in Bregenz statt. Weitere Stationen:



29.12. um 20 Uhr im Leokino in Innsbruck, **30.12.** um 20 Uhr im Das Kino in Salzburg, **31.12.** um 19 Uhr im City-Kino in Linz, **31.12.** um 20 Uhr Silvester-Preview im Filmcasino in Wien (Euro 9), **1.1.** um 15 Uhr Happy New Year Screening im Filmcasino in Wien (Euro 10), **1.1.** um 18 Uhr im Cinema Paradiso in St. Pölten, **2.1.** um 20.15 Uhr Premiere #2 im Filmcasino in Wien (Euro 10). Der Filmemacher ist bei den Vorführungen anwesend. Wenn nicht anders angegeben, gelten die kinoüblichen Ticketpreise. Wir verlosen pro Veranstaltung Karten – ein Blick auf die designaustria-Website oder in den designaustria-Newsletter lohnt sich. Details zu den einzelnen Stationen sind den Websites der jeweiligen Kinos zu entnehmen. Die Kritik: »Dieser Film führt zu Anfällen von Einsicht, Empathie und purem Vergnügen.«

verleih.polyfilm.at/TheHappyFilm/

www.facebook.com/TheHappyFilmImKino/

www.designaustria.at

SERVICE

FREIE RÄUMLICHKEITEN FÜR BÜROGEMEINSCHAFT

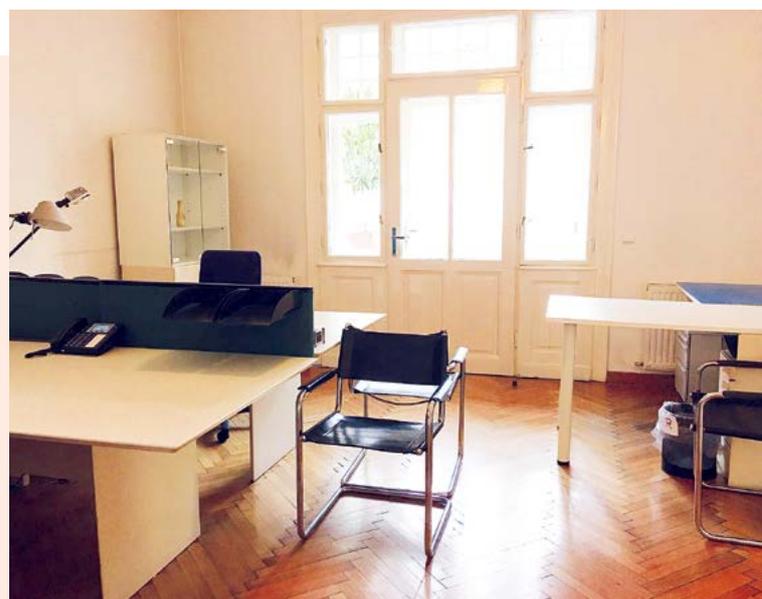
In einer Gründerzeitvilla in Wien Hietzing sind drei eigenständige Büroräume mit jeweils bis zu drei Arbeitsplätzen frei. Zur gemeinsamen Nutzung in einer Bürogemeinschaft stehen ein Konferenzzimmer, eine zentrale offene Küche und eine Terrasse zur Verfügung. Wir sind eine designorientierte Werbeagentur und können uns auch jede Art von Kooperation mit Synergieeffekten gut vorstellen. Interessierte melden sich bei

office@mark-mark.at.

MARK & MARK Werbeagentur GmbH

Lainzer Straße 16, 1130 Wien

www.mark-mark.at



WETTBEWERBE



STAATSPREIS DESIGN 2017

Die Ausschreibung wurde zwar noch nicht freigegeben, doch die Vorbereitungen laufen bereits auf Hochtouren: designaustria ist auch im kommenden Jahr mit der Durchführung des vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (bmfwf) ausgelobten Staatspreises Design, der höchsten Auszeichnung für dreidimensionale Gestaltung in Österreich, betraut. Wie gehabt stehen die Kategorien Industrial Design/Konsumgüter, Industrial Design/Investitionsgüter und Raumgestaltung für Einreichungen offen. Registrierung und Einreichung erfolgen online, und auch die erste Bewertung durch die Fachjury wird auf dem Screen durchgeführt. Die an vordester Stelle gereihten Beiträge werden in einer zweiten Runde im Original (falls nicht möglich, in Form einer zweidimensionalen Präsentation) bewertet. Ausschlaggebend sind Kriterien wie gestalterische Qualität, Funktionalität, innovativer Charakter, Technologie, wirtschaftliche Aspekte, Ressourcenschonung, Nachhaltigkeit und emotionaler Gehalt. Eingereicht werden können serienmäßig hergestellte Produkte sowie räumliche Gestaltungskonzepte, die nach dem 1. Mai 2015 realisiert bzw. auf dem Markt eingeführt wurden. Wie schon in den Jahren zuvor ist auch diesmal der internationale Kontext gegeben: Einreichen können in Österreich ansässige Unternehmen mit Projekten, die von österreichischen oder internationalen DesignerInnen gestaltet wurden, sowie in Österreich tätige DesignerInnen, die von in- oder ausländische Unternehmen beauftragt wurden. Die Einreichphase über das Online-Tool startet voraussichtlich *Ende Januar/Anfang Februar* und läuft bis *Ende April/Anfang Mai 2017* (die genauen Termine sowie Teilnahmegebühren und die Mitglieder der Jury sind demnächst der Website zu entnehmen). Vergeben werden insgesamt drei Staatspreise sowie bis zu drei Nominierungen und sechs Auszeichnungen pro Kategorie. Eine Prämierung noch nicht realisierter Gestaltungskonzepte mit hohem Innovationspotenzial durch das Förderprogramm der Austria Wirtschaftsservice GmbH (aws) in Form eines Sonderpreises wird es auch 2017 wieder geben.

www.staatspreis-design.at



ROMULUS-CANDEA-PREIS 2017

Mittlerweile zum achten Mal schreibt designaustria in Zusammenarbeit mit einem österreichischen Verlag – im Jahr 2017 dem Luftschacht Verlag – sowie mit dem Institut für Jugendliteratur und der Kunstsektion des Bundeskanzleramts als Partnern diesen heute bereits als Klassiker gehandelten Preis für ein vollständig illustriertes, aber noch unveröffentlichtes Kinderbuchprojekt aus. Zur Teilnahme eingeladen sind alle (seit mindestens fünf Jahren) in Österreich lebenden IllustratorInnen. Vorzulegen ist das fertige Projekt in einer Form, aus der das künftige Buch ersichtlich ist, samt ausgefülltem Formblatt. Die Einreichfrist endet am **30. Juni 2017**. Der Preis wird an den/die IllustratorIn vergeben; das eingereichte Kinderbuchprojekt muss nicht notwendigerweise auch von ihm/ihr geschrieben sein. Die Anzahl der Einreichungen ist nicht limitiert. Die Teilnahmegebühr beträgt 15 Euro für designaustria-Mitglieder bzw. 25 Euro für Nichtmitglieder (inkl. 20% USt.). Eine Fachjury beurteilt den innovativen und künstlerischen Gehalt sowie die Eigenständigkeit und stilistische und themenspezifische Besonderheit der Illustrationen. Darüber hinaus ist auf die produktionstechnische Realisierbarkeit des Projekts zu achten. Der Illustrator/die Illustratorin des Siegerprojekts erhält ein Preisgeld in Höhe von 2.500 Euro. Zudem wird das Buchprojekt im Rahmen eines Verlagsvertrages realisiert. Die eingereichten Bücher werden auch einer Kinderjury vorgelegt. Die detaillierten Teilnehmerichtlinien und das Formblatt stehen online bereit.

www.designaustria.at



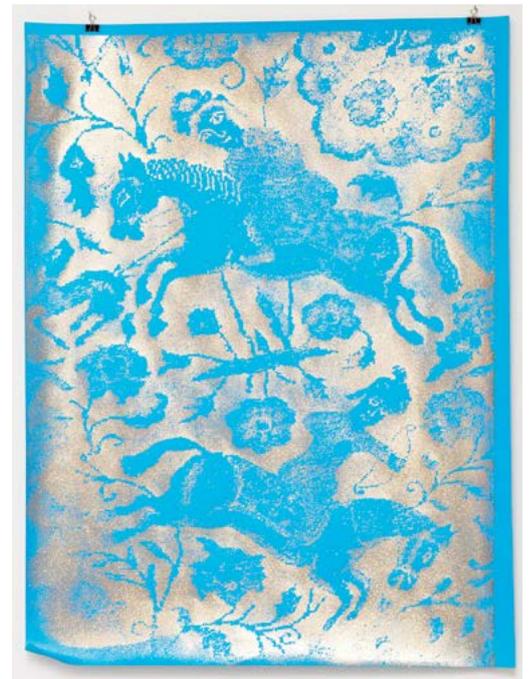
RED DOT AWARD: PRODUCT DESIGN 2017

Noch bis **20. Januar** bzw. bis 8. Februar 2017 (Latecomer) können DesignerInnen und HerstellerInnen ihre Produkte zum Red Dot Award: Product Design, einem der größten Produktwettbewerbe der Welt, anmelden. Eine rund 40-köpfige internationale Jury evaluiert jedes eingesendete Produkt vor Ort – und vergibt den »Red Dot« nur an Beiträge, die durch hohe Designqualität überzeugen. Die besten Produkte einer Kategorie werden mit dem Prädikat »Red Dot: Best of the Best« bedacht. Seit 1988 wird zudem der Ehrentitel »Red Dot: Design Team of the Year« vergeben. Er würdigt die kontinuierlich hohen Gestaltungsleistungen eines Designstudios oder Produzenten.

www.red-dot.de

MATERIAL & BEDARF

FIRST OF ALL **EUROPAPIER**



PAPIER IST UNSERE LEIDENSCHAFT

Als führender Papiergroßhändler in Österreich kümmert sich Europapier täglich um Kundenbedürfnisse und bietet ein umfangreiches Papiersortiment an. Im Bereich der Designpapiere sind Qualitäten wie durchgefärbte oder strukturierte Papiere, perlmuttglänzende Papiere, weiße und farbige Transparentpapiere, gussgestrichene Papiere sowie Papiere mit 100 Prozent Baumwollanteil, Upcycling-Qualitäten,

■ Papierteppiche von Ardan Özmenoğlu

Materialien in Spiegelglanzoptik, Synthetikmaterialien, Kuverts und vieles mehr bereits ab einem Bogen bei Europapier erhältlich. Neben der Zusammenarbeit mit den Kreativschaffenden legt Europapier auch besonderen Wert auf eigene Kunstprojekte wie das kürzlich initiierte Projekt im Rahmen der Vienna Design Week 2016. Die vielseitige türkische Künstlerin Ardan Özmenoğlu hat Papierteppiche designt und dabei die typischen osmanischen Muster in eine neue Dimension gebracht. Für dieses gemeinsame Kunstprojekt zwischen Europapier, Viadukt Screen Prints und der Künstlerin selbst hat Ardan Özmenoğlu eine Vielzahl an Designpapieren aus dem Europapier-Sortiment verwendet und diese mit Techniken wie Siebdruck, Malerei und Schnittekunst veredelt. Eindrücke der Arbeiten sowie das Making-of-Video können gesehen werden auf: designandpaper.com Kategorie Art, europapier.at

IMPRESSUM

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

VORSTAND: Monika Fauler, Benno Flotzinger, Martin Föbleitner, Anna Maislinger, Jürgen Schremsner

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. Team: Birgit Gartner (Finanz- und Projektmanagement, Mitgliederbetreuung), Tamara König (Webredaktion & Projektmanagement), Christina Piki (Presse & PR), Heidi Resch (Projektmanagement), Sibel Sermet (Webredaktion), Bettina Steindl (Leitung 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, VeranstalterInnen, Verlagen etc. bzw. bei deren FotografInnen. Namentlich wurden genannt: Jana Madzigon & Alex Halada (JBA16/JBS16), Felix Grande, Michael Leube

(»Flechten-Flüchten«), Daniel Rüdiger Mueller (Design Promoviert), Simon Scherrer (WDC Taipei 2016, London Design Biennale/mischer*traxler studio), Gesi Schilling Drink Responsibly (Ephemera/mischer*traxler studio), Ed Reeve (Curiosity Cloud/mischer*traxler studio), MAM Babyartikel GmbH (40 Jahre MAM), Thomas Hamann (Austria Design Update)

LAYOUT UND ARTDIREKTION: Sandra Steiger, zeitmaß, Kandlgasse 16, 1070 Wien
PAPIER: PERGRAPHICA® Classic Rough, Cover: 300 g/m², Kern: 120 g/m², zur Verfügung gestellt von Europapier Austria GmbH, Autokaderstraße 86–96, 1211 Wien, www.europapier.at

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

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

ISSN 1022-9566

mit Unterstützung der Kunstsektion im Bundeskanzleramt

BUNDESKANZLERAMT **ÖSTERREICH**

KUNST



PERGRAPHICA®

Paper for
Perfectionists.

Stolzer Sponsor des
JBA 2016

Kategorie
Editorial Design Books

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



Ein weiser Mann sagte einmal, dass Kleinigkeiten Perfektion ausmachen, aber Perfektion ist alles andere als eine Kleinigkeit. Darum zählt Papier. Look & Feel des ungestrichenen Design Papiers PERGRAPHICA® spiegeln Emotionen wider, die Ihre Geschichte zum Leben erwecken. Schließlich ist Perfektion, was Sie daraus machen.

IN TOUCH EVERY DAY

www.mondigroup.com

Exklusiv erhältlich bei

FIRST OF ALL | **EUROPAPIER**

