

# mitteilungen

90 Jahre designaustria: SCHÖN, DASS DU DA BIST! | Signaletik: Mehr als Orientierung |  
Ausbildung: Neue Lehrgänge an der FH JOANNEUM Graz und  
der NEW DESIGN UNIVERSITY St. Pölten | Dorotheum-Online-Auktion:  
Contemporary Austrian Design exklusiv für designaustria |  
Sommerausstellung im designforum Wien: Design Made in Austria. Sold Worldwide |  
Stadt. Land. Schluss. 2017 | Ergebnisse: Die schönsten Bücher Österreichs &  
100 beste Plakate Deutschland Österreich Schweiz

1 2 3 4 2017

90 JAHRE DESIGN AUSTRIA  
HAPPY BIRTHDAY! SCHÖN, DASS  
DU DA BIST.



we  
design  
austria

# INHALT

## 04 90 JAHRE DESIGNAUSTRIA

- 04 **Prof. Severin Filek: designaustria im internationalen Netzwerk: designaustria, BEDA und eine europäische Designpolitik**
- 08 **Barry John Hewson: Wer malt heute noch Plakate? Gedanken eines passionierten, pensionierten »Manderlzeichners«**
- 10 **Gratulationsbrief von Helmuth Gsöllpointner**
- 11 **Peter Felder: Schön, dass du DA bist!**

## 12 SIGNALETIK

- 12 **Interview mit Sigi Ramoser: Signaletik: Mehr als Orientierung**

## 17 DESIGNFORSCHUNG

- 17 **Helga Aichmaier: Strategien einer Bildpraxis: Über das Dokumentieren**
- 18 **Veronika Schwediauer: Das künstlerisch-wissenschaftliche PhD-Programm an der Kunstuniversität Linz**

## 19 AUSBILDUNG

- 19 **Lehrgang Technische Dokumentation an der FH JOANNEUM**
- 22 **Universitätslehrgang Food Design an der NDU**

## 23 DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

- 23 **Reader JBS16**
- 23 **Neu im designaustria-Paperpoint: MONDI – IN TOUCH EVERY DAY**
- 23 **Reminder: Romulus-Candea-Preis 2017**

## 25 DESIGNAUSTRIA- STUDIOPORTRÄT

- 25 **postprodukt**



we  
design  
austria

## 26 NACHRUFE

- 26 **Erinnerungen an Gustav E. Sonnewend (1927–2017)**
- 27 **In memoriam Jan Rajlich (1920–2016)**

## 28 MEMBERS@WORK

- 28 **Balance Light: Das WESEN einer Leuchte**
- 28 **ZAUBERHAFTE Illustrationen**
- 29 **AUSGEZEICHNETE Möbelinnovationen**
- 30 **Corporate Design macht APPETIT auf Käse und mehr**
- 30 **Arabisch-Deutsche KOMMUNIKATION**
- 31 **Murinsel NEU gebrandet**
- 31 **Buchband INDIE Music**

## 32 AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

- 32 **Sommerausstellung im designforum Wien: »Design Made in Austria. Sold Worldwide«**
- 34 **Workshops und Fortbildungsprogramm Juli – September 2017**
- 35 **Symposium Stadt. Land. Schluss.**
- 36 **Spiel des Zufalls – Auktion DESIGN FIRST im Dorotheum**
- 37 **Einladung zur Einbringung: designaustria-Online-Auktion »Contemporary Austrian Design«**
- 37 **Ladies, Wine & a bit of Design im designforum Wien**

## 38 ERFOLGE

- 38 **Nicht nur zum Lesen: Die schönsten Bücher Österreichs 2016**
- 40 **Schlag mich an: 100 beste Plakate 16 – Deutschland, Österreich, Schweiz**

## 22 SERVICE

- 42 **MATERIAL & BEDARF**  
**Interview: Papierparnter Antalis**

## 43 IMPRESSUM

### DESIGNAUSTRIA-MITTEILUNGEN & DESIGNAUSTRIA-WEBSITE FÜR DESIGNAUSTRIA-MITGLIEDER

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

redaktion@designaustria.at

webredaktion@designaustria.at

Follow us on  and 

## EDITORIAL

Wie schon im ersten Heft dieses Jahres angekündigt, stehen die »designaustria-Mitteilungen« heuer ganz im Zeichen des 90-jährigen Jubiläums. *Severin Filek* widmet sich in seinem Beitrag der internationalen Vernetzung von designaustria und vor allem der von ihm maßgeblich mitgetragenen Aktivitäten des Bureau of European Design Associations (BEDA), die auf die Etablierung einer europäischen und damit auch österreichischen Designpolitik ausgerichtet sind. *Barry John Hewson* erinnert sich als ehemaliger Präsident von designaustria, unter dessen Amtszeit der Umzug der Organisation ins Wiener MuseumsQuartier besiegelt wurde, an die eigenen Anfänge und an seine Jahre an der Spitze des Berufsverbands. Im Zuge dessen denkt er auch über die Veränderung von Sprache und Schreibweisen nach. Das zweite Jubiläumspublikum hat der Vorarlberger Grafikdesigner *Peter Felder* für uns gestaltet. Im Gegensatz zum konzeptuell-intellektuellen und farblich zurückhaltenden ersten Plakat von Günther Matern (siehe Ausgabe 1.2017) ist es im wahrsten Wortsinn »plakativ«: Bunt setzt es einen Geburtstag ins Bild, wie er sein soll, mit Torte, Kerzen, Kinderschrift. Dabei steht es ganz im Zeichen von Design – natürlich »Made in Austria«. Wir danken unseren Gratulanten sehr herzlich und sehen mit Vorfreude und Spannung der September-Ausgabe entgegen, in der – so viel sei schon verraten – die junge Generation das Wort und den Zeichenstift (oder die Maus) ergreifen wird.

Im Rahmen eines Interviews mit dem Vorarlberger Kommunikationsdesigner *Sigi Ramoser* zum Thema *Signaletik* stellen wir einige wegweisende Projekte seines in Dornbirn stationierten Studios Sägenvier Designkommunikation vor. Und mit einem weiteren Interview mit Marketingleiterin *Julia Schmidt* in Sachen Papier bedanken wir uns bei *Antalis Austria* für viele Jahre als großzügiger Sponsor, der dafür sorgt, dass viele Ausgaben der »designaustria-Mitteilungen«, die Kataloge zum Joseph Binder Award und zum Staatspreis Design und diverse andere Schriftenreihen auch physisch vorliegen. Last but not least rufen wir zur regen Teilnahme an der exklusiv für designaustria anberaumten *Online-Auktion Contemporary Austrian Design* im Dorotheum auf! Seid mit dabei!

Und jetzt lassen wir uns alle die schöne Torte schmecken, die wir zum Neunziger bekommen haben!

— Die Redaktion



☞ Peter Felder: »90 Jahre designaustria – Happy Birthday! Schön, dass du DA bist.«



WE  
DESIGN  
AUSTRIA

*Liebe Kolleginnen und Kollegen,*

Ein Schwerpunkt dieser Ausgabe ist, neben unserem neunzigjährigen Bestehen, die Signaletik. Sie schafft Klarheit und Orientierung und leitet Menschen in einer komplexen Umgebung an ihr Ziel. Nun stellt sich die Frage: Wohin gehen wir eigentlich, designaustria?

Wir sind etwa 1300 Gestalter – befinden wir uns überhaupt auf einem einzigen gemeinsamen Weg? Wenn ja, wohin geht der Trip? Was sind unsere Ziele und Absichten? Was sind unsere Prinzipien und Perspektiven für ein zukunftsfähiges Design? Was wollen wir schaffen? Fragen über Fragen.

Was soll ich sagen, designaustria? Wie unser Name bereits impliziert, stehen wir als kreatives Netzwerk nicht nur mit in der Verantwortung für die Zukunft unserer Disziplin, sondern des ganzen Landes und darüber hinaus. Unser Jubiläum wäre ein guter Anlass, um zu überlegen, miteinander zu diskutieren und unseren Weg auszuleuchten, damit vor allem wir uns orientieren, aber auch andere ihn klar sehen können.

Genießt die Sonne!

**Schön, bei designaustria zu sein!**

Anna Maislinger  
stellvertretend für Benno Flotzinger,  
Martin Föbleitner, Jürgen Schremser und  
alle DA-Mitglieder

we  
design  
austria

Haben wir in der letzten Ausgabe der »designaustria-Mitteilungen« von Severin Filek einiges zur Geschichte des Berufsverbands und seiner Entwicklung von einem bescheidenen Verein im Zimmer einer Altbauwohnung zu einem Kompetenz- und Wissenszentrum für Design im Wiener MuseumsQuartier erfahren, so gibt er in diesem Heft einen Überblick über das internationale Engagement von designaustria vor allem im europäischen Kontext und für eine europäische und damit auch österreichische Designpolitik. Barry John Hewson, ein passionierter Gestalter, Lehrer und Designaktivist, unter dessen Präsidentschaft der Umzug an einen der Kultur-Hotspots Österreichs vollzogen wurde, steuert zum Jubiläum Gedanken, Erinnerungen, Ein- und Ausblicke bei. Zum Erscheinen der aktuellen Ausgabe präsentieren wir auch das zweite Geburtstagsplakat, das uns der Vorarlberger Grafikdesigner Peter Felder zum Geschenk gemacht hat und für das wir uns herzlich bei ihm bedanken.



## DESIGNAUSTRIA IM INTERNATIONALEN NETZWERK: DESIGNAUSTRIA, BEDA UND EINE EUROPÄISCHE DESIGNPOLITIK

von Prof. Severin Filek

designaustria®

**BEDA** The Bureau of European Design Associations

### VORGESCHICHTE

Bereits bei der Gründung internationaler Dachorganisationen war designaustria an vorderster Front beteiligt. So zählte die Vorläuferorganisation von designaustria, der Bund österreichischer Gebrauchsgestaltungskünstler (BÖG), 1963 zu den Gründungsmitgliedern des International Council of Design (ico-D; vormals International Council of Graphic Design Associations/Icograda). Infolge der Umbenennung des BÖG in Grafik-Design Austria (GDA) und der späteren Erweiterung zu designaustria (DA) sowie bedingt durch die Schließung des Österreichischen Instituts für Formgebung (ÖIF) übernahm designaustria die Rolle als einziger österreichischer Repräsentant bei der World Design Organization (WDO; vormals International Council of Societies of Industrial Design/Icsid). Bei dem von designaustria-Ehrenpräsident Peter Simlinger initiierten International Institute of Information Design (IIID) war designaustria ebenfalls Gründungsmitglied. Aber auch im European Illustrators Forum (EIF), bei Design for All (dem ehemaligen European Institute for Design and Disability/EIDD) und zahlreichen anderen internationalen Kooperationen tritt designaustria – speziell im Rahmen von EU-Projekten – als wichtiger Partner auf.

Der Schwerpunkt der internationalen Aktivitäten von designaustria liegt allerdings seit jeher auf dem internationalen europäischen Umfeld und einer

erstrebenswerten europäischen Designpolitik, aus der, so steht zu hoffen, sich eine nationale, österreichische ableiten lässt. Schon Anfang der 1990er-Jahre, unter der Präsidentschaft von Peter Simlinger, entschloss sich designaustria, mit dem europäischen Designerverband, dem Bureau of European Design Associations (BEDA), eine enge Kooperationsachse zu bilden. Noch bevor Österreich EU-Mitglied wurde, hatte designaustria Beobachterstatus inne. Die Vorteile, die man sich erhoffte, lagen in der Bewusstseinsbildung hinsichtlich der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedeutung und des Einsatzes von Design sowie der Beeinflussung in Richtung einer europäischen Designpolitik, die in Folge auch nach Österreich ausstrahlen sollte.

Mit dem EU-Beitritt Österreichs wurde designaustria Vollmitglied des BEDA und nahm dort eine höchst aktive Rolle ein. Von 1998 bis 2000 amtierte designaustria-Geschäftsführer Severin Filek als Vorsitzender und Präsident von BEDA. In dieser Funktion gelang es ihm, an eine erste an EU- und BehördenvertreterInnen gerichtete bewusstseinsbildende Konferenz in Brüssel mit dem Veranstaltungsformat der BEDA Communication Series anzuschließen, die zwischen 2000 und 2003 fünf Mal zu verschiedenen Designthemen in Brüssel stattfand. Es folgten die Publikation eines Weißbuchs und endlich der erhoffte Widerhall innerhalb der EU-Kommission. Anlässlich der Feierlichkeiten zum 75-jährigen Bestehen von designaustria im Jahr 2002 wurde The Rt. Hon. Chris Smith, ehemaliger britischer Kultur- und Medienminister des Blair-Kabinetts und Schöpfer des Begriffs »Creative Industries«, nach Wien eingeladen, um gemeinsam mit dem damaligen Staatssekretär Franz Morak zu diskutieren. Im Rahmen des damaligen



1



2



3

österreichischen EU-Vorsitzes wurde sodann erstmals der Versuch unternommen, europaweit statistische Daten zur Designwirtschaft zu erheben. designaustria war federführend an der Erstellung eines »European Design Report« beteiligt und wurde nun, zehn Jahre später – anlässlich des bevorstehenden österreichischen EU-Vorsitzes 2018 – um die Betreuung der Neuauflage und die damit verbundene Aktualisierung der Publikation gebeten.

### ERSTE SUBSTANZIELLE ERFOLGE

Am 8. Oktober 2007 gelang es, einen Termin bei Kommissionspräsident José Manuel Barroso zu erhalten, bei dem designaustria-Geschäftsführer Severin Filek gemeinsam mit Isabel Roig, der Direktorin des Barcelona Design Center, und dem damaligen BEDA-Präsidenten Michael Thomson die Gelegenheit hatte, ein Papier mit den drei wichtigsten Forderungen und Notwendigkeiten vorzulegen, um Design in eine europäische Innovationspolitik zu integrieren. Diese Zusammenkunft war, wie wir heute wissen, von Erfolg gekrönt: Die drei entscheidenden Punkte »Evidence – Investment – Policy Advice« werden seitdem sukzessive umgesetzt.

**1. Evidenz:** Eine konsistente und zum Anstellen von Vergleichen geeignete Evidenzbasis für Designaktivitäten in der europäischen Wirtschaft, die auch die Entwicklung von Indikatoren für die Messung maßgeblicher immaterieller Werte beinhaltet und die zu maßvollen und dabei doch signifikanten schrittweisen Modifikationen von derzeit praktizierten nationalen Innovationsprogrammen führt.

**2. Investitionen:** Eine Aufnahme und Beurteilung des Sektors der europäischen Designförderung in ganz Europa zwecks Bestimmung von Wachstumsbereichen und Festlegung künftiger Investitionen. Dabei soll die Aushöhlung des Sektors verhindert und die Abstimmung und Kooperation unter den Mitgliedsstaaten in diesem Bereich unterstützt werden. Ziel ist die Vorlage einer abgestimmten und langfristigen politischen Richtlinie für nationale designpolitische Maßnahmen.

**3. Politische Beratung:** Eine langfristige sektorenübergreifende Beratergruppe auf EU-Ebene, die in designpolitischer Hinsicht begleitend agiert und die Industrie- und Wirtschaftsunternehmen, die Designindustrie und den Sektor der Designförderung sowie weitere an der europäischen Wissensgesellschaft maßgeblich Beteiligte miteinschließen soll.

Am 21. Jänner 2008 fand ein Folgegespräch mit dem damaligen Vize-Kommissionspräsidenten Günter Verheugen statt, das schließlich bereits 2009 in eine »Public Consultation« zum Thema »Design as a Driver of User-Centred Innovation« mündete.

Die weitere Entwicklung: Das EU-Papier der »Innovation Union« und die *European Design Initiative* folgten; der *European Design Leadership Board* wurde gegründet (designaustria-Mitglied Gerin Trautenberg war dort als Repräsentant für Österreich vertreten), und im April 2012 wurden 3 Millionen Euro als erstes Investment für vier entscheidende Projekte – bei einem davon war designaustria involviert – zur Verfügung gestellt. Im Projekt *eDesign* geht es um Wertschöpfung durch Design: um die Analyse und Messung von Design als benutzerorientiertes Innovationstool und ökonomischer Produktionsfaktor. Ein Nachweis in Zahlen ist erforderlich, um die Forderung nach der Einbindung von Design als wirtschaftlichen Faktor für Innovation und Produktivität rechtfertigen zu können.

### DESIGN EUROPE – EINBINDUNG DER EUROPÄISCHEN DESIGNDIMENSION IN EUROPAS STRATEGIE DER WETTBEWERBSFÄHIGKEIT UND INNOVATION

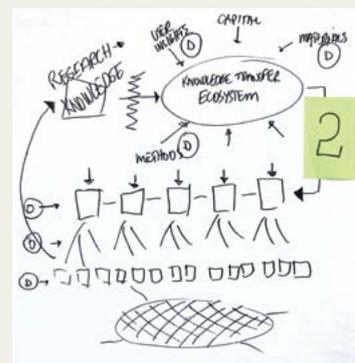
Das Rahmenprogramm für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation (CIP) war ein großer Schritt vorwärts in Richtung einer ganzheitlichen Vorgangsweise (Design Europe 2010) innerhalb der Innovationsförderung, und dennoch bleibt der Beitrag, den Design leisten kann, um die in den Programmhandbüchern der Europäischen Kommission festgeschriebene Innovationsagenda voranzutreiben, unterbewertet.

**1** Severin Filek, Michael Thomson und Isabel Roig bei EU-Präsident Barroso

**2** Michael Thomson und Jan R. Stavik bei EU-Vizepräsident Verheugen

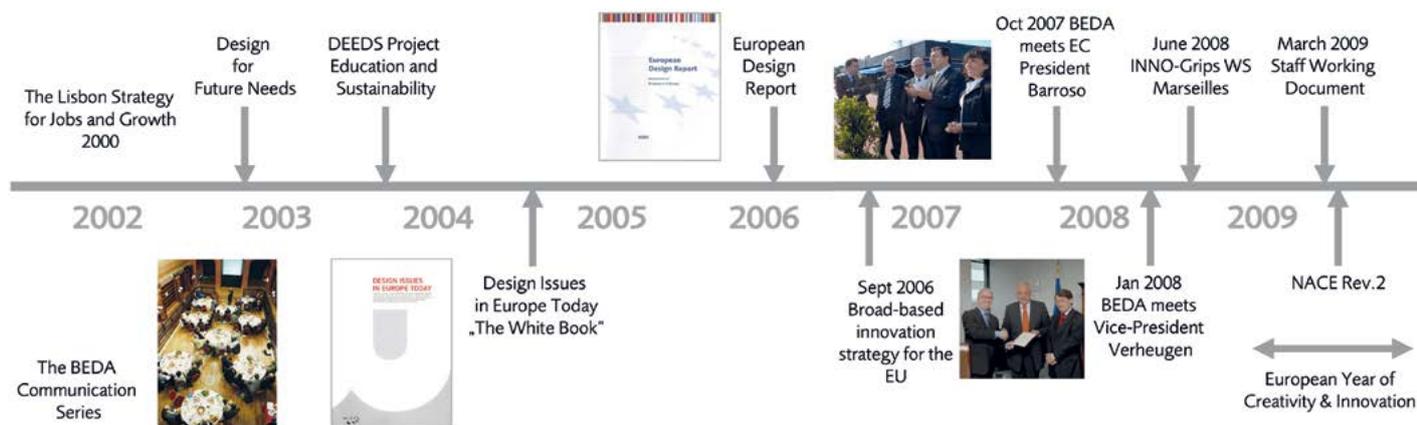
**3** Severin Filek beim Co-Design Workshop in Brüssel

**4** Co-Design Workshop in Brüssel



4

## Wie alles begann



Europa muss wettbewerbsfähig sein. Die Anforderungen an die Wirtschaft sind einem rapiden und ständigen Wandel unterworfen.

Ebenfalls auf europäischer Ebene wurde die European Creative Industries Alliance (ECIA) ins Leben gerufen. Wachstum wird in Europa umfassend gesehen, unter den Aspekten Wissen, Bildung, Fortschritt, Nachhaltigkeit und Integration. Dabei ist auch der nicht-technologischen und benutzerorientierten Innovation, zu der Design einen wertvollen Beitrag leisten kann, eine tragende Rolle zugeordnet.

### EUROPEAN DESIGN LEADERSHIP BOARD (EDLB)

Zu den Fragen, mit denen sich der schon erwähnte Designpolitik-Beraterstab der Europäischen Kommission beschäftigt, in dem 15 ExpertInnen aus Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Österreich, Schweden, Portugal, Spanien und Ungarn vertreten sind, zählen u. a. die Bewertung von Design als Innovationsmotor zum Nutzen von Gesellschaft, Wirtschaft und Öffentlichkeit, die Entwicklung von Designkompetenzen und Designwissen in Europa im Hinblick auf eine systematische und strategische Einbindung von Design in die Wirtschaftspolitik sowie die Stärkung der Vorrangstellung der Marke »Made in Europe« auf dem Weltmarkt. Design soll künftig eine führende Rolle im europäischen Innovationsplan innehaben und in allen Sektoren als Garant für Innovation und Wachstum Berücksichtigung finden. Im März 2012 fand in Brüssel der *Co-Design Workshop* statt, bei dem Ziele und mögliche Wege dorthin in Vorbereitung für die Arbeit des EDLB entwickelt und umrissen wurden. Im Juni 2012 wurden Antonio Tajani, dem Vizepräsidenten der Europäischen Kommission, entsprechende Empfehlungen für eine europäische Designpolitik vorgelegt. Im Oktober des Jahres stand schließlich der Europäische Designinnovationsgipfel in Helsinki, dem World Design Capital 2012, auf der Tagesordnung, bei dem Kommissionsvizepräsident Tajani der Bericht *Design for Growth and Prosperity* des EDLB mit 21 Empfehlungen für eine

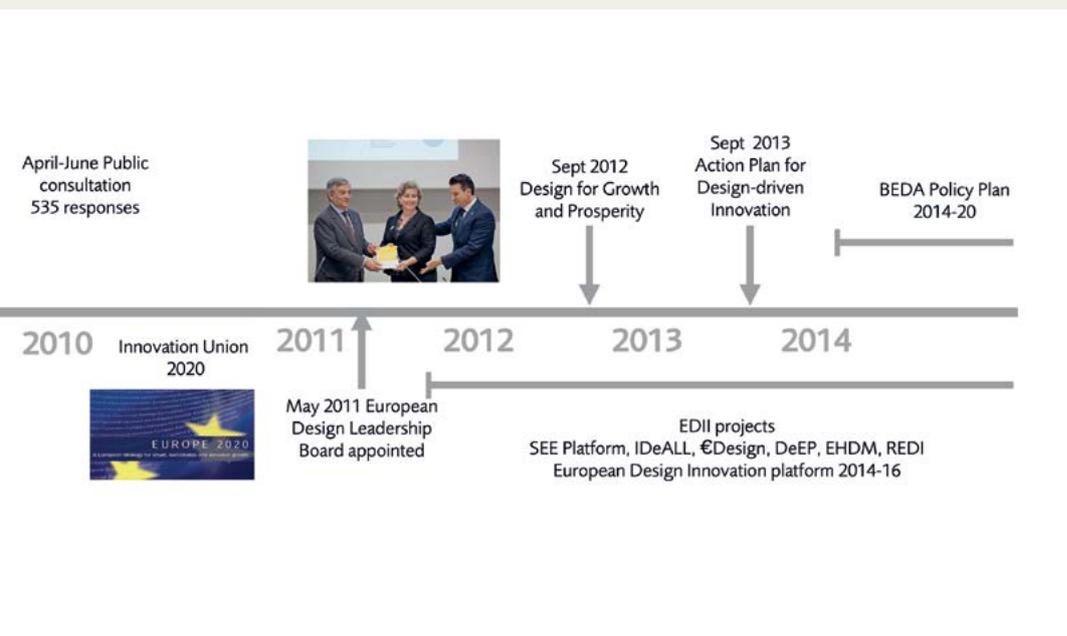
sukzessive Einbindung von Design in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik übergeben wurde.

### EUROPÄISCHE VORBILDER UND ÖSTERREICH

Die Regierungen einzelner Mitgliedsstaaten haben die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Potenziale von Design bereits erkannt und schreiten entsprechend zur Tat. In Finnland hat Olli-Pekka Kallasvuo, der Vorsitzende des Komitees für die Designwelthauptstadt Helsinki 2012, zusammen mit dem finnischen Wirtschaftsminister eine nationale Designstrategie präsentiert. Und im Vorreiterland Großbritannien wurde dem Parlament im Dezember 2011 eine »Innovation and Research Strategy for Growth« vorgelegt. Kernaussage: »Wir verfügen über Unternehmen von Weltrang in den Technologiesektoren, im Design und in der Kreativindustrie. Diese Aktiva des Landes bilden die Grundlage für unsere künftige Wettbewerbsfähigkeit.«

Europa und damit auch Österreich müssen sich der Kluft bewusst werden, die angesichts der Bestrebungen außereuropäischer und vor allem asiatischer Länder, Leader im Design und damit im globalen Wettbewerb zu werden, zu klaffen droht und die es zu schließen gilt. China hat es sich zum Ziel gesetzt, zur »Innovationsgesellschaft« zu werden, und ist im Begriff, die Kreativlücke rasch zu schließen. Südkorea hat soeben seinen dritten Fünfjahresplan für Design durch seinen Präsidenten in Kraft setzen lassen, und Indiens Regierungskabinett hat schon im Februar 2007 Maßnahmen zu einer nationalen indischen Designpolitik verabschiedet.

Auf europäischer Ebene gibt es ungeachtet der oben ausgeführten Initiativen noch keine klare und ausreichende Designpolitik. Was die Arena der Designförderung und -entwicklung angeht, ist das Ausmaß der Investitionen in den einzelnen Mitgliedsstaaten inkonsistent und angesichts der Herausforderungen, denen wir in einer globalisierten Welt gegenüberstehen, insgesamt gesehen bedeutungslos und inadäquat. Bloß an ihrer Größe gemessen, ist die

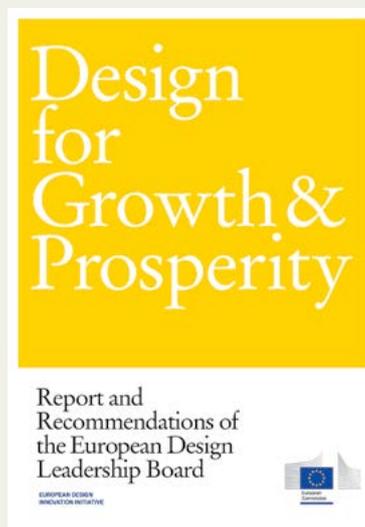


europäische Designindustrie relativ klein und zersplittert, und dennoch sind die Auswirkungen, die Design auf die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und Unternehmensleistung sowie auf die Erzeugung von Wohlstand hat, gut dokumentiert. Dazu kommt, dass es sich bei Design um einen unvergleichlichen und wertvollen Ausdruck des Vermächtnisses europäischer Kulturen handelt.

### DESIGNPOLITIK – DESIGN BETRIFFT UNS ALLE

Design überlässt nichts dem Zufall – egal ob Wirtschaftsprozess oder Alltag. Das Potenzial, Produkte und Prozesse zu vereinfachen oder zu verbessern, ist so gut wie überall vorhanden und dringt gleichzeitig immer stärker in die Köpfe von Wirtschaftsbossen und Politikern. Schätzungen zufolge sind europaweit derzeit 410.000 Menschen im Designbereich beschäftigt und erwirtschaften einen Jahresumsatz von 36 Milliarden Euro.

Allein in der Steiermark sind 4800 Unternehmen und eine Milliarde Bruttowertschöpfung in den kreativen Kernbranchen zu verzeichnen. Warum? Weil man langsam, aber sicher merkt, dass erfolgreiches Design Wertschöpfung steigert, Entwicklungskosten senkt und Innovationen fördert. Sinn und Nutzen von Design haben in den letzten Jahrzehnten daher einen enormen Bedeutungszuwachs erfahren. Der Gestaltungsprozess übernimmt eine Schlüsselrolle und entscheidet bei Produkten wie bei ganzen Städten über Erfolg oder Misserfolg.



6

### DIE NETZWERKPARTNER VON DESIGNAUSTRIA:

[www.beda.org](http://www.beda.org)

[www.ico-d.org](http://www.ico-d.org)

[wdo.org](http://wdo.org)

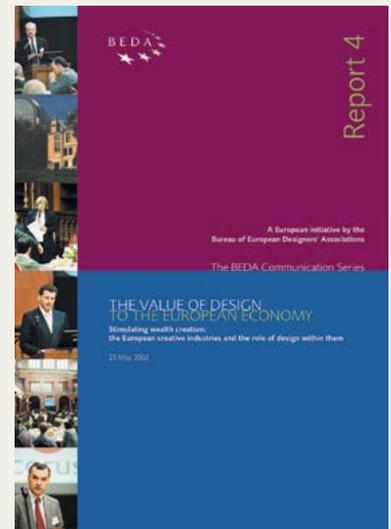
[www.iid.net](http://www.iid.net)

[www.european-illustrators-forum.com](http://www.european-illustrators-forum.com)

[dfaeurope.eu](http://dfaeurope.eu) [www.designforall.at](http://www.designforall.at)

- 5 »BEDA Communication Series«
- 6 »Design for Growth and Prosperity«
- 7 »European Design Report«

5

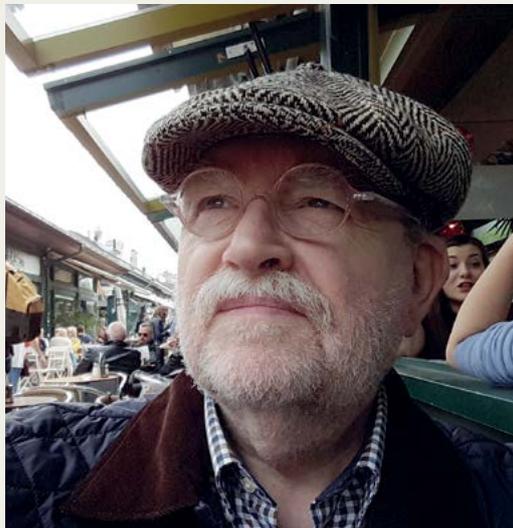


7

### ÜBER DEN AUTOR

Severin Filek begann seine Laufbahn bei designaustria 1986 als Verbandssekretär und ist seit 1992 Geschäftsführer sowie Vorstandsmitglied des Bureau of European Design Associations (BEDA), als dessen Präsident er 1998–2000 fungierte. Er war und ist Lehrbeauftragter an zahlreichen Ausbildungsstätten, darunter Kunstuniversität Linz, New Design University St. Pölten, FH Joanneum Graz, Höhere Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt Wien und Werbe Akademie Wien. 2015 verlieh ihm die Republik Österreich für seine besonderen Verdienste den Berufstitel Professor.

# WER MALT HEUTE NOCH PLAKATE? GEDANKEN EINES PASSIONIERTEN, PENSIONIERTEN »MANDERLZEICHNERS«



von Barry John Hewson

In diesem Jahr feiert designaustria seinen neunzigsten Geburtstag. Das Impressum der Website definiert unseren Verein als »designaustria, Wissenszentrum und Interessenvertretung im designforum Wien«. Man beachte die Schreibweise: Beide Schlüsselbegriffe sind zu Einzelwörtern komprimiert und in Kleinbuchstaben geschrieben. Zum Logo kommt noch ein Farbenspiel dazu: »design« in Schwarz (oder, bei dunklem Hintergrund, in Weiß), »austria« in Rot. So weit, so schön. Zeitgemäß. Auffällig. Mit hohem Wiedererkennungswert. Kein Wunder. That's the job. That's what graphic designers do.

designaustria – mein Rechtschreibgewissen zwick mich, weil ich diesen Satz mit einem Kleinbuchstaben begonnen habe – vertritt aber nicht nur die Interessen von Grafikerinnen und Grafikern...

*Bitte, verzeiht mir, liebe Kolleginnen und Kollegen, wenn ich jetzt kurz abschweife: Früher hat man »Grafiker/in« mit »ph« geschrieben – nach dem griechischen Ursprung des Wortes für einen kreativen Menschen, der schreibt, zeichnet oder malt. Inzwischen ist aber die verdeutschte Schreibweise üblich, allerdings nicht bei der traditions- und erfolgreichen Wiener Designschule, der »Graphischen«, deren Markenzeichen auf dem Kopf steht. Dabei wird das umgedrehte Buchstabenpaar »ap« zum bestimmten Artikel »die« umfunktionierte und mit einer »Schmuckfarbe« versehen. Zeitgemäß. Auffällig. Abschweifungsende.*

Wo war ich...? designaustria vertritt aber nicht nur, wie ursprünglich, die Interessen von Grafikerinnen und Grafikern. Obwohl unsere Organisation als »Bund Österreichischer Gebrauchsgraphiker« (BÖG) gegründet wurde, befinden sich jetzt auch Produkt- und IndustriedesignerInnen, IllustratorInnen, MediendesignerInnen und andere SpezialistInnen auf der erfreulich langen Liste unserer Mitglieder.

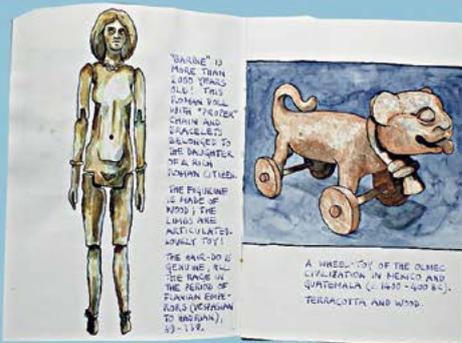
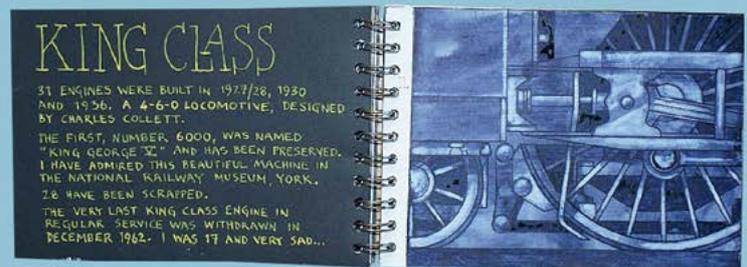
Im 19. Jahrhundert wurden Künstler (noch kein Gendering damals), die in der kommerziellen Kommunikation tätig waren, »Plakat- und Schildermaler« genannt. Im frühen 20. Jahrhundert wurde der nicht so lyrisch-künstlerische Begriff »Gebrauchsgrafiker« eingeführt. In dieser Zeit wurde unser Verein gegründet.

In den 1950er-Jahren habe ich den Schwager meines Vaters »entdeckt«. Seine Berufsbezeichnung lautete, wie damals in England üblich, »commercial artist« (was in Etwa dem deutschen Begriff »Gebrauchsgrafiker« entspricht). Er malte Plakate. Nicht nur die »Visuals«, sondern auch die Schriften und Logos. »Artwork« nannte man diese riesigen »All-in-one-Kartons«, die im Ganzen abfotografiert und zu Druckplatten verarbeitet wurden. Ich war als Kind so beeindruckt, dass ich auf der Stelle beschloss, Illustrator zu werden. In den frühen 1960er-Jahren studierte ich Malerei, war aber für die disziplinierte Arbeitsweise eines Norman Rockwell viel zu »poppig«. Aber für einen gut bezahlten Job als »visualizer and layout artist« hat es gereicht. Mein Chef, ein Art Director aus New York, hat mir das zum Grafiker »Fehlende« binnen kürzester Zeit eingepreßelt. Ich bin ihm sehr dankbar dafür...

Standortwechsel. Am letzten Tag des Jahres 1968 kam ich nach Österreich – »for one year« – und kehrte nicht mehr nach London zurück. Ein Immigrant, der nicht Deutsch konnte: »My art is my language. Everybody speaks English.« Ha, ha. Nicht in Wien. Aber im Geist des Herrn Karl und H. C. Artmanns habe ich das Deutsch der Wiener gelernt – und war bald ein glücklicher »Manderlzeichner«.

In den 1980er-Jahren machte ich mich selbstständig und wurde bald Mitglied von designaustria. Im öffentlichen, politischen und medialen Bewusstsein Österreichs war Design bedauerlicherweise »kein Thema«. In den Protokollen der Parlamentsdebatten kam das Wort »Design« so gut (oder vielmehr so schlecht) wie kein einziges Mal vor. Die Rechtslage unseres Berufs war unsicher. designaustria, damals wie heute vom unermüdlichen »Designprofessor« Severin Filek »geschäftsführt«, hat konsequent und kompetent um Besserung gekämpft. Mit Erfolg.

Ausstellungen, Designwettbewerbe, Bildungsveranstaltungen, Studienreisen sowie Startup-Förderungen und Rechtsbeistand für Opfer einer oft als »designfeindlich« empfundenen Gesetzgebung wurden organisiert. Und das alles ohne staatliche Unterstützung. Ich beteiligte mich an vielen



Initiativen und Aktionen. designaustria, damals noch »Design Austria«, hat an mich geglaubt, und ich habe an DA geglaubt – so sehr, dass ich 1999 Präsident wurde. In dieser Funktion habe ich mich besonders darum bemüht, den jetzigen Standort im MQ zu sichern – um eine repräsentative »erste Adresse« für österreichisches Design zu etablieren. Während ich mich um die Zustimmung unserer Mitglieder kümmerte, hat mein (damals künftiger) Nachfolger Alexander Szadeczyk Wirtschaftsminister Bartenstein davon überzeugt, dass er Gutes tun würde, Umbau und Umzug finanziell zu unterstützen. Und so geschah es.

Ich bin 18 Jahre jünger als designaustria. Darf ich die Organisation dennoch duzen? Besten Dank und ALLES GUTE zu DEINEM 90er, lieber Freund! Mag. art. Barry John Hewson, »past president«.

Postskriptum:

In der Pension bin ich jeden Tag GEBRAUCHS-GRAFISCH tätig – und produziere bunte, lustige »Mini-Lexika« für meine Kinder und Kindeskinde. Thematisch sehr verschieden, gewissenhaft recherchiert, von Hand geschrieben und illustriert. Jetzt gerade in Ausarbeitung: »Historische Werbetafeln«. Ich bin also nicht mehr beruflicher, sondern nunmehr hobbymäßiger PLAKATMALER!

o Eine Auswahl der von Barry John Hewson in der Pension produzierten »Minilexika«

## ÜBER DEN AUTOR

Barry John Hewson kam 1945 in London zur Welt, wo er nach dem Studium der bildenden Künste »Visualizer« in einer Werbeagentur wurde. Mit 23 wanderte er nach Österreich aus. »H« (wie er gerne genannt wird) war beruflich als Grafiker, Werbeleiter und Kommunikationsberater tätig. Für 25 seiner 40 schönen Berufsjahre war er Designlehrer und BHS-Schulleiter. Schließlich gründete er die New Design University in St. Pölten und wurde Dekan der Fakultät für Gestaltung. Nebenbei diente er einige Jahre – von 1999 bis 2004 – als Präsident von designaustria. Für seine Beiträge zur Bildung erhielt »H« vom Bildungsministerium einen goldenen, »operntauglichen« Orden (Anm. d. Red.: das Goldene Verdienstzeichen der Republik Österreich). In der Pension ist er »Hobbygrafiker« und engagierter Opa.

90 JAHRE DESIGN AUSTRIA  
HAPPY BIRTHDAY! SCHÖN, DASS  
DU DA BIST.



1927  
design  
austria  
2017



## SCHÖN, DASS DU DA BIST!

Wenn bei uns zuhause Geburtstag gefeiert wird, darf eines nicht fehlen: die Torte.

Daher gibt es zum Jubiläum »90 Jahre designaustria« von uns die klassische Sachertorte. Als Plakat. Anstelle der Kerzen schmücken 90 Buntstifte von Jolly – made in Austria – die Oberfläche der Spezialität. Schließlich geht es um Design.

Jemand hat einmal gesagt: Design ist wie Schokolade für die Augen. In diesem Sinn, Happy Birthday! Lasst euch das Jubiläum auf der Zunge zergehen!

Mit den besten Glückwünschen aus Vorarlberg,

Peter Felder



**Gratulationen zum 90er erhielt designaustria auch von seinem langjährigen Mitglied Helmuth Gsöllpointner. Der Designer und Objektkünstler gründete 1955 die Abteilung für Metallplastik in den Lehrwerkstätten der VOEST Alpine AG in Linz, die er bis 1985 leitete. Ab 1973 war er Leiter der Meisterklasse Metall an der Hochschule für künstlerische und industrielle Gestaltung (der heutigen Kunstuniversität Linz), als deren Rektor er von 1977 bis 1981 fungierte.**

HELMUTH GSÖLLPOINTNER

Heber Severin Filek,  
anlässlich des Nummeriers von designaustria, will ich mich einmal für die regelmäßige Übersendung der Zeitschrift bedanken (und natürlich auch für die entsprechende Publikation) und all den Aktivitäten der Institution zum Ausdruck bringen.  
Deine Tätigkeit bringt mich die zahlreichen Persönlichkeiten und Institutionen, die mich und unsere Linz Universität mit designaustria verbinden, in Erinnerung.  
Da ich mich jetzt nicht sicher bin, ob die Publikation, die mir jenseits Ostens zum 80. Geburtstag gebracht hat, kommt, erlaube ich mir ein Exemplar zu schicken.  
Mit den besten Wünschen für Dich und designaustria bleibe ich mit herzlichen Grüßen  
Dein Helmuth Gsöllpointner  
Linz, 20.3.2017

# SIGNALETIK: MEHR ALS ORIENTIERUNG

Der Begriff Signaletik kommt aus dem Französischen. Er leitet sich von »signalétique« ab, was so viel wie »Beschilderung« oder »Kennzeichnung« bedeutet. Grundsätzlich dient die Signaletik der räumlichen Orientierung von Menschen in komplexen Gebäuden oder Arealen wie Flughäfen, Universitäten, Unternehmenszentralen oder Krankenhäusern. Aber es geht dabei um mehr: Bei einem guten Signaletiksystem finden neben Design und Architektur auch psychologische und soziologische Aspekte wie Sinneswahrnehmung und kulturelle Prägung Berücksichtigung. Darüber hat Brigitte Willinger mit Sigi Ramoser vom Dornbirner Designstudio Sägenvier Designkommunikation gesprochen, das in den letzten Jahren durch eine Reihe von national und international ausgezeichneten Signaletik-Projekten auf sich aufmerksam gemacht hat.



1

Wie hat das begonnen mit Sägenvier und der Signaletik? Was war euer erstes Projekt?

Vor etwa 17 Jahren entdeckte ich Ruedi Baur von Integral in Paris und Andreas Uebele in Stuttgart, beide Vorreiter in der Disziplin Signaletik. Auch Erik Spiekermann in Deutschland und andere gehören dazu. Mir war anfangs nicht ganz klar, was Design und Kommunikation mit Architektur zu tun haben. Aber es interessierte mich. Und ich blieb dran, kaufte mir Bücher und hielt dann erste Vorträge über Signaletik, über die Möglichkeiten dieser neuen Disziplin. Anfangs nur mit Fremdbeispielen, denn wir hatten ja noch keine eigenen Referenzen vorzuweisen. Damit konnte ich einige AuftraggeberInnen überzeugen. Sie haben verstanden, dass Design und Kommunikation auch in Räumen notwendig und sinnvoll sind, dass hier neben der Führung oder Leitung durch ein Gebäude mehr Potenzial schlummert. Unser erstes Signaletikprojekt entstand vor etwa 15 Jahren für die Katholische Kirche Vorarlberg, deren Verwaltungszentrale wir gestaltet haben. Wir haben mit Bibelsprüchen als Anlaufschutz gearbeitet und sind noch ziemlich intuitiv an unsere Aufgabe herangegangen. Wir wussten damals noch gar nicht, dass wir Signaletik machen.

1 Kindergarten Marktstraße

2 Volksschule Tschagguns

Was genau kann Signaletik? Wie unterscheidet sie sich vom herkömmlichen Leitsystem?

Leit- bzw. Orientierungssysteme sind überall. Sie begegnen uns auf Bahnhöfen, auf Flughäfen und in Krankenhäusern. Hinweise, Schilder, Pfeile und Zeichen führen uns möglichst sicher und klar durchs Gelände, durchs Gebäude. Die Disziplin der Signaletik geht darüber hinaus. Über das Leiten und das Bieten von Orientierungshilfen werden das Gebäude und dessen BewohnerInnen oder BetreiberInnen spürbar. Corporate Identity wird atmosphärisch vermittelt. Menschen erfahren, wo sie sich befinden und nehmen dabei nicht nur die räumlichen Gegebenheiten wahr. Zum Führen gesellt sich automatisch das Spüren. Signaletik ist eine Kombination von Leitsystem bzw. Orientierung einerseits und Marketing bzw. Branding andererseits. Dazu braucht es viel Empathie, sowohl für den Bauherrn als auch für die künftigen BenutzerInnen oder BesucherInnen. Die Aufgabe besteht darin, das Unternehmen bzw. die Institution spürbar und erlebbar zu machen.

Wie geht ihr an diese Aufgabe heran, spürbar zu machen, welche Werte hinter oder in einem Gebäude bzw. seiner Funktion stecken?

Wir in der Säge beschäftigen uns seit Jahren intensiv mit dem Thema Signaletik. Wir führen und lassen dabei spüren, wo sich der Benutzer/die Benutzerin aufhält, wo er oder sie wartet, wo er oder sie empfangen wird, wie er oder sie sucht und schließlich findet. Die Orientierung, das ist die Pflicht, das System, das sicher zum Ziel führt. Und wenn gewartet wird oder gesucht, dann ist das die Chance, mit den Menschen von draußen in Kommunikation zu treten, die Kür sozusagen. Fragen nach den BewohnerInnen eines Gebäudes oder nach der Tätigkeit, der in einem Gebäude nachgegangen wird, werden beantwortet. Es geht darum, die Codierung eines Gebäudes spannender, subtiler, unterhaltbarer zu gestalten, sie narrativ aufzuwerten, Inhalte zu generieren. Bei einer Schule etwa kann das darin bestehen, Begriffe wie Forscherdrang, Neugier und persönliches Wachstum zu vermitteln. Beim Montforthaus in Feldkirch, einem Kongress- und





3

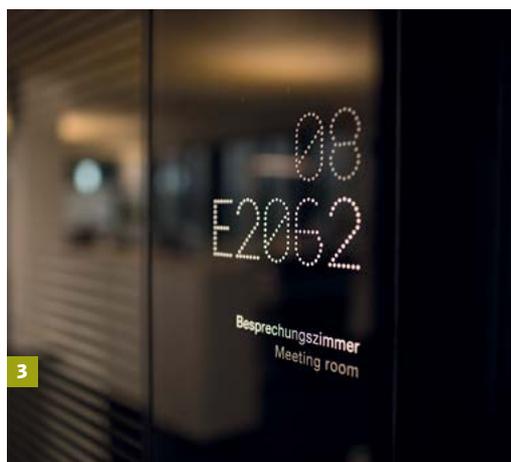
### Gebrüder Weiss Head Office

In der Geschichte des familiengeführten Transport- und Logistikunternehmens spielt Bewegung eine zentrale Rolle: Auf der Strecke vom Ausgangs- zum Zielpunkt ergeben sich Standpunkte und Knotenpunkte, die durch Netzwerke bildende Linien miteinander verbunden sind. Ausgehend vom Punkt wurde auch eine eigene Schrift mit korrespondierenden Piktogrammen entwickelt. Da ist es nur stimmig, dass Linien, Flächen und Richtungsweiser als Punkteraster aufgelöst sind. Die Formen werden durchlässig, büßen aber nichts von ihrer Funktionalität ein. An den auf Glasflächen als Anlaufschutz aufbrachten Punkten lässt sich die Zeitdifferenz zwischen dem Firmensitz in Lauterach und zahllosen Orten der Welt ablesen. Straßenmarkierungen aus verschiedenen Ländern bringen ein Stück Realität ins Head Office.



3

3 Gebrüder Weiss Head Office



3



4

ernster genommen als bei uns in Österreich. In Frankreich ist Barrierefreiheit bereits selbstverständlicher Bestandteil der Fachplanungskompetenz und wird automatisch integriert. Grundsätzlich gilt, dass inklusive Gestaltungselemente wie Kontraste oder Schriftgrößen ja allen zugute kommen, nicht nur Menschen mit Handicaps. Insgesamt würde ich von einer »Usability« sprechen, von der möglichst viele BenutzerInnen profitieren.

*Und wie steht es mit der Ausbildung im Bereich Signaletik?*

Wir schlagen als Alleinstellungsmerkmal einer Designausbildung Masterlehrgänge in Signaletik vor. In ihr laufen unterschiedliche Disziplinen wie Informationsdesign, Typografie, Kommunikationsdesign, Illustration, Piktogrammentwicklung, Branding, Szenografie und Multimedia zusammen, parallel zur Architektur. Es geht um Räume, Schrift, Grafik, Farbe und vor allem um Inhalt und Gehalt.

*Es handelt sich also um einen Gestaltungsbereich mit Zukunft?*

Die Signaletik ist ein ausbaufähiges und dabei überaus sinnstiftendes Feld unserer Arbeit: Die Gestaltung von Raum und dessen Kommunikation – nach innen wie nach außen. Menschen, die Unternehmen oder öffentliche Einrichtungen bauen und aufbauen, finden hier viel Potenzial, das gepaart mit der Leidenschaft und Kompetenz von GestalterInnen nutzbar gemacht werden kann. In jeglicher Hinsicht. Die Signaletik ist zweifellos ein vielversprechender Zukunftsmarkt für KommunikationsdesignerInnen. Sie haben die idealen Voraussetzungen, um hier umfassende Lösungen zu liefern.

*Wodurch zeichnet sich für dich persönlich die Signaletik, abgesehen von auf der Hand liegenden Kriterien wie ihrer Interdisziplinarität und den unabdingbaren technischen Voraussetzungen, im Vergleich zu anderen Disziplinen des Grafik- und Kommunikationsdesigns besonders aus?* Gegenüber einem Gebäude sind die meisten Druckwerke (Bücher ausgenommen) oder eine Bildschirmgestaltung vergleichsweise vergänglich. Das Gebäude bleibt. Das bedeutet Verantwortung, gibt einem aber auch die große Befriedigung, etwas geschaffen zu haben, das Bestand hat.



- 4** Montforthaus  
Feldkirch
- 5** Volksschule Edlach

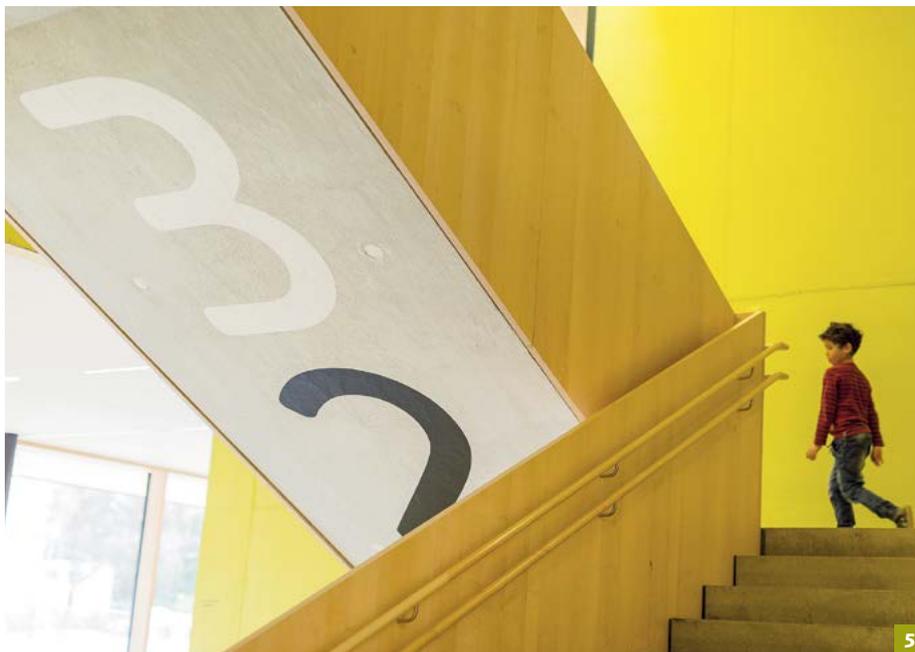


### Montforthaus Feldkirch

Die Signaletik für das Montforthaus, ein multifunktionales Kultur- und Kongresszentrum in Feldkirch, spiegelt die weichen, runden Formen der Gebäudearchitektur wider. Der Unizialstil der Majuskelschrift verleiht der Institution eine starke Identität. Die Saalbeschriftungen sind aus geräuchertem Birnenholz geschnitten und direkt auf den Untergrund appliziert. Wegen der häufig wechselnden Raumnutzung wurde das Leitsystem um mobile Monitore erweitert. Als Anlaufschutz und grafisches Element fungieren visuell umgesetzte Tonspuren, die auf Umgebungsgeräuschen, Konzerten oder Lesungen basieren.

### Volksschule Edlach

Neue pädagogische Konzepte gehen weg von geschlossenen Klassen und hin zu einer auch räumlichen Offenheit, die das gemeinsame Lernen fördert. Diese offene und in der Materialität reduzierte Architektur wird hier um eine lebendige und kindgerechte Signaletik erweitert. Ausgangspunkt ist ein in fünf Cluster unterteiltes Raumkonzept. Fahnen mit individuellen Wappentieren finden als Zeichen für Gemeinschaft und Zugehörigkeit Einsatz. In den Illustrationen des Anlaufschutzes spiegeln sich der Kontrast zwischen Schule und Außenwelt und die Unbeschwertheit der kindlichen Fantasie wider.



### ÜBER SIGI RAMOSER

Der gebürtige Lustenauer Sigi Ramoser studierte Grafikdesign in München und machte sich 1986 im Rahmen einer Büropartnerschaft selbstständig, aus der das heutige Dornbirner Studio Sägenvier Designkommunikation hervorgegangen ist. Zahlreiche Kooperationen belegen eine offene und projektorientierte Arbeitsweise. Seine in der Designpraxis verankerten Kenntnisse und Erfahrungen gab und gibt Sigi Ramoser an Studierende u. a. der FH Vorarlberg (InterMedia), der Schule für Gestaltung Ravensburg und der New Design University St. Pölten sowie in zahlreichen Vorträgen weiter. Zwischen 1986 und 2015 war er insgesamt vier Amtsperioden hindurch Vorstandsmitglied von designaustria. Er ist u. a. Mitglied der International Society of Typographic Designers, des Art Directors Club New York und des Internationalen Instituts für Informationsdesign. Mit seinem Studio erhielt er zahlreiche nationale und internationale Auszeichnungen. [saegenvier.at](http://saegenvier.at)

### Kindergarten Marktstraße

Schon während der Bauphase waren die Kinder zum Mitgestalten eingeladen. Ihre Figuren, Piktogramme und Zeichnungen erzählen mit kindlicher Leichtigkeit von dem Ort, an dem sie ihren Tag verbringen. Die Tiefgarage als Nicht-Ort wird dabei zum Dreh- und Angelpunkt kindlicher Fantasie. Diese Art von Signaletik wendet sich an junge Menschen, denen Wort und Zahl noch kein Begriff sind, indem sie auf die kindliche Weltanschauung setzt. Die Farbwahl der Möbel ermöglicht die Unterscheidung der vier Gruppenräume. Ein individuelles Symbol für jedes Kind schafft zusätzlich Orientierung. Der kindlichen Formsprache folgend wurden anhand der analysierten Zeichnungen eine Schrift und Symbolik entwickelt, welche die Grundlage für Ortskennzeichnungen, Wegleitungen und Anlaufschutz bilden.



6

6 Kindergarten Marktstraße

### SCHRIFTENREIHE »SIGNALETIK« DESIGN

Zur Lieblingsdisziplin Signaletik hat Sägenvier eine kleine Publikationsreihe herausgebracht, die einzelne Projekte vorstellt und dokumentiert und die auch in Zukunft weitergeführt wird. Die Broschüren sind außerdem als Dankeschön an die AuftraggeberInnen von Sägenvier gedacht, die die Umsetzung dieser viel beachteten Projekte ermöglicht haben: eine schöne und gehaltvolle Werkschau über die Möglichkeiten »erzählender Räume«.



### DESIDERATUM: EXPERTSCLUSTER SIGNALETIK

Sie sind im Bereich Signaletik tätig und möchten Ihr Wissen und Ihre Erfahrungen in einen Experts-Cluster einbringen, sich dort mit KollegInnen austauschen oder diesen vielleicht sogar leiten? designaustria verfügt bereits über zahlreiche ExpertsClusters: Fachgruppen, die Designwissen und Professionalisierung vorantreiben und zur Schärfung von Designbewusstsein beitragen. Wir würden uns freuen, wenn sich auch für die zukunftssträchtige Disziplin der Signaletik eine solche Fachgruppe bilden würde. Informationen über die Gründung eines ExpertsClusters bei designaustria finden Sie online:

[www.designaustria.at](http://www.designaustria.at)

**Im Rahmen unserer Berichterstattung zur Designforschung stellt Helga Aichmaier ihre Dissertation vor, die sie vor Kurzem an der Kunstuniversität Linz abgeschlossen hat. Die Veröffentlichung zielt darauf ab, das Erforschte der Designpraxis sowie Universitäten und Fachhochschulen zur Anwendung, Diskussion und Weiterentwicklung zur Verfügung zu stellen. Die Beiträge zur Designforschung erfolgen auf Einladung von Cluster-Managerin Roswitha Peintner.**

## STRATEGIEN EINER BILDPRAXIS: ÜBER DAS DOKUMENTIEREN

von Helga Aichmaier



Eines Abends stellten sich Bedenken darüber ein, was tagtäglich in meiner Arbeit als Grafikdesignerin unhinterfragt blieb: Warum ist gerade das »eine« Bild besser als das »andere«? Nach welchen Kriterien entscheidet man, welches Bild geeigneter für ein bestimmtes Layout ist? Diese Unklarheit führte zur Motivation, eine Dissertation zu schreiben. Nach verschiedenen forschungsbedingten Stationen in Wien (Universität für angewandte Kunst) und in Basel (eikones NFS Bildkritik und Hochschule für Gestaltung und Kunst) führte mich meine Begeisterung für das Thema der Bildwissenschaften an die Kunstuniversität Linz. Dort ist es mit dem PhD-Studium seit 2010 möglich, die eigene gestalterische Praxis mit einem wissenschaftlichen Forschungsansatz zu kombinieren. Martin Hochleitner unterstützte mich im Bereich der Fototheorie und Kunstwissenschaften in Linz, Michael Renner mit methodischen Überlegungen zur praxisbasierten Forschung in Basel (»Practice-Led Iconic Research«<sup>1</sup>).

Die zentrale Frage meiner Dissertation: Was macht eine Fotografie »dokumentarisch«? Das sollte am Beispiel der Dokumentation von öffentlichen Plätzen erforscht werden. Das Dokumentarische ist mehr als eine »neutrale« Präsentation einer Sache oder eines Ereignisses. Denn was als »dokumentarisch« angesehen wird und wurde, verändert sich im Lauf der Geschichte.<sup>2</sup> Zusammenfassend kann man sagen, dass es ein Stilmittel ist, um etwas – so wie es einem erscheint – zur Schau zu stellen. Am Beispiel von vier öffentlichen Plätzen in Basel, Glarus, Linz und Wien untersuchte ich, wie dokumentarische Bilder hergestellt werden. Dafür habe ich sowohl ausgewählte künstlerische Werke<sup>3</sup> als auch visuelles Archivmaterial<sup>4</sup> untersucht, eine Begriffskritik vorgenommen und meine fotografischen Explorationsen<sup>5</sup> analysiert. Mit der Kombination von Methoden der

Bildanalyse und »Practice-Led Iconic Research« konnten acht Entwurfsstrategien<sup>6</sup> zur fotografischen Dokumentation öffentlicher Plätze unterschieden werden: Eine davon ist die »Aufsicht – der Blick von oben«. Der Aufnahmestandort »von oben« ist eine wegweisende Strategie: Ein Überblick wird mit der Zunahme an Höhe evident.

Mit dem Benennen von Strategien erweitert man die Theorie vom »Entwerfen«. Das Entwerfen ist ein ästhetischer Prozess, mit dem Entscheidungsprozesse in der Malerei oder Zeichnung beschrieben werden. In der Fotografie meint das Entwerfen, dass Fotografieren mehr umfasst als nur das Erkennen des »magischen Moments«. Durch bestimmte Entwurfsstrategien kann man zum Beispiel dokumentarische Fotografie gezielt herstellen. Nachvollziehbar zu machen, wie das funktioniert, ist das Ziel dieser Arbeit. Interessant ist dies für alle, die sich mit visueller Kommunikation befassen. Denn die Frage, wie man etwas erscheinen lässt, beeinflusst eine Gesellschaft, die zunehmend über Bilder kommuniziert. Es ist nötig zu verstehen, wie Bilder gezeigt werden und welches Mittel man sich dabei bedient. Es wäre empfehlenswert, eine solche »Bildkompetenz« auch unter den Bildherstellenden zu fördern.

Dank Martin Hochleitner konnte ein Teilbereich der Dissertation<sup>7</sup> zum Begriff der dokumentarischen Fotografie als Einführung zur Ausstellung »Österreich-Bilder«<sup>8</sup> am Salzburg Museum eingebracht werden. Weitere Beiträge sind in Planung.

Kontakt: [helga.aichmaier@ufg.ac.at](mailto:helga.aichmaier@ufg.ac.at)

☉ Helga Aichmaier, Studien zur »Aufsicht«, Hauptplatz Linz, 2011: Das methodische Vorgehen umfasst Entwerfen, Sichten, Auswählen, Gegenüberstellen, Vergleichen, kritisches Analysieren

1 Michael Renner, »Practice-led Iconic Research. Towards a Research Methodology of Iconic Research«, in: Kirsten Langkilde (Hrsg.), *Poetry of the Real*, Basel: Christoph Merian Verlag 2017, S. 137–159.

2 Olivier Lugon hat mit dem Begriff »fluides Konzept« das Dokumentarische auf den Punkt gebracht.

3 Sibylle Bergemann, »Das Denkmal« (1975–1986); Jules Spinatsch, »Discontinuous Panorama A240635« (2003).

4 Staatsarchiv Basel Stadt, Landesarchiv des Kantons Glarus, Archiv der Stadt Linz, Bildarchiv der Österreichischen Nationalbibliothek.

5 Eigene fotografische Serien von 2011 bis 2014: Marktplatz/Basel, Zaunplatz/Glarus, Hauptplatz/Linz und Heldenplatz/Wien.

6 Aufsicht – der Blick von oben; Lichtverhältnisse – Sichtbarmachung der Topografie; Farbe oder S/W – Gewichtung; Motiv – Themenauswahl; Abstand gewinnen – Interaktion mit dem Umfeld; Frontalansicht – die Blickwinkel; Klarheit – Irritationen im Bild; Übersicht – der uneingeschränkte Blick.

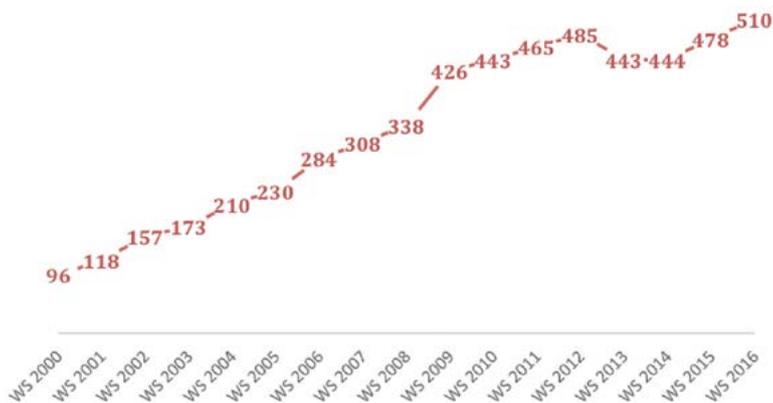
7 Helga Aichmaier, *Strategien einer Bildpraxis. Fotografisches Entwerfen anhand dokumentarischer Bilder öffentlicher Plätze*, Dissertation an der Kunstuniversität Linz, Linz 2016.

8 Ausstellung »Österreich-Bilder«, 17. März bis 14. Mai 2017, Salzburg Museum, <https://oesterreich-bilder.at> [19.04.2017].

# DAS KÜNSTLERISCH-WISSENSCHAFTLICHE PHD-PROGRAMM AN DER KUNSTUNIVERSITÄT LINZ

## DAS DOKTORAT AN DEN KUNSTUNIVERSITÄTEN

Durch die Umwandlung von Kunsthochschulen in Universitäten der Künste, die in Österreich 1998 erfolgte, wurde es möglich, auch dort ein Doktoratsstudium abzuschließen. Das künstlerisch-wissenschaftliche Doktorat wurde neben die wissenschaftlichen Doktorate der sogenannten wissenschaftlichen Universitäten gestellt. Damit wurde das traditionell wissenschaftliche Spektrum um Themen und Praktiken der künstlerischen und der künstlerisch-wissenschaftlichen Forschung (oft auch »Arts-Based Research« oder »Artistic Research« genannt) erweitert. Die Doktoratsstudien an den Kunstuniversitäten haben seither enormen Zulauf gefunden, wie das Diagramm zeigt: Die Zahl der belegten ordentlichen Doktoratsstudien an österreichischen Kunstuniversitäten haben sich im Zeitraum 2000–2016 verfünffacht. Damit einher ging ein Boom der künstlerisch-wissenschaftlichen Forschung.



<https://oravm13.noc-science.at/apex/f?p=103:36,4,04.2017>

Belegte ordentliche Doktoratsstudien an österreichischen Kunstuniversitäten  
Daten: unidata, Datawarehouse Hochschulbereich des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft

Dieser Trend ist auch für die Kunstuniversität Linz gültig: Im Zeitraum zwischen 2000 und 2016 hat sich die Zahl der belegten ordentlichen Doktoratsstudien von 13 auf 80 versechsfacht. Seit dem Studienjahr 2006/07 können zwei bis sechs Abschlüsse im PhD-Studium jährlich verzeichnet werden.

Für das PhD-Studium an der Kunstuniversität Linz ist eine Mindeststudiendauer von sechs Semestern vorgesehen. Im Vordergrund steht die Arbeit am eigenen künstlerisch-wissenschaftlichen Projekt, das von der Betreuerin oder dem Betreuer im Rahmen von Privatissima begleitet wird. InteressentInnen bewerben sich mit einem Exposé ihres geplanten Dissertationsvorhabens an der Universität. Die Wahl des Themas steht den DoktorandInnen grundsätzlich frei; allerdings muss das jeweilige Thema von einem/einer BetreuerIn angenommen werden. Im Laufe des ersten Semesters wird die Betreuungsvereinbarung zwischen DoktorandIn und BetreuerIn geschlossen. Diese basiert inhaltlich auf dem Exposé und enthält einen Forschungs- und Zeitplan. Des

von Veronika Schwediauer

Weiteren kann sie verschiedenste Elemente wie bestimmte zu absolvierende Lehrveranstaltungen, Kurse oder Workshops, die Teilnahme oder Durchführung von Konferenzen oder Ausstellungen, künstlerische Produktionen, Publikationen, Beiträge in Fachmedien, eigene Lehrtätigkeit etc. beinhalten, die bis zum Ende des Doktorats erfüllt werden müssen. Die Betreuungsvereinbarung kann als »Forschungsvertrag« verstanden werden, der auch Zielvereinbarungen über die geeignete Form der Arbeit – in welcher Weise das Projekt zu dokumentieren, zu kontextualisieren und zu reflektieren ist – enthalten sollte. Ergänzend wird von der Abteilung »Kunst.Forschung« ein erweitertes Rahmenprogramm organisiert, wie zum Beispiel das pro Semester jeweils einmal stattfindende PhD-Kolloquium (eine universitätsinterne NachwuchsforscherInnen-Konferenz), Symposien oder maßgeschneiderte Workshops.

Die DoktorandInnen haben den Status von NachwuchsforscherInnen (»early-stage researchers«). Durch das PhD-Vorhaben sollen eigenständige künstlerisch-wissenschaftliche Leistungen erbracht werden, die durch neue Erkenntnisse oder einen neuen Blickwinkel zur Weiterentwicklung des Forschungsfeldes insgesamt beitragen. Die Kunstuniversität Linz ist bemüht, die NachwuchsforscherInnen in den Lehr- und Forschungsbetrieb der Universität einzubinden.

## DIE KUNSTUNIVERSITÄT LINZ ALS KUNST- UND FORSCHUNGSTÄTTE

Lehre, Forschung und künstlerische Entwicklung gruppieren sich an der Kunstuniversität Linz um drei Profilsäulen: Intermedialität, Raumstrategien und künstlerisch-wissenschaftliche Forschung. Die Profilsäulen in Verbindung mit den zentralen Parametern Kunst, angewandte Gestaltung, Wissenschaft und Wirtschaft bestimmen die Spezifika der Kunstuniversität Linz.

Die Profilsäule Intermedialität trägt dem historischen Durchbruch der digitalen, vor allem auch interaktiven Innovationspotenziale genauso Rechnung wie deren Verbindung mit dem gesamten Repertoire medialer Kommunikations- und Gestaltungsformen, wobei die theoretische Reflexion integraler Bestandteil aller Ausbildungsbereiche ist. Innerhalb der Profilsäule der Raumstrategien sind Fragen des Designs und der Gestaltung gelebter, gebauter und konstruierter Umwelt zentral. Neben der hervorragenden Fachausbildung in den einzelnen Disziplinen wird großer Wert auf die Vermittlung von Querschnittskompetenzen zwischen den verschiedenen Fächern gelegt. Mit der letzten Profilsäule – der künstlerisch-wissenschaftlichen Forschung – ist die

Verknüpfung von künstlerischer Praxis und wissenschaftlicher Forschung gemeint. Deshalb sind an der Kunstuniversität Linz die Voraussetzungen besonders gut, Fragen der Methodik, des Wissenstransfers und der Vermittlung im Spannungsfeld von Wissenschaft und Kunst intensiver zu beforschen.

Das Studienangebot an der Kunstuniversität Linz ist breit gefächert: Es reicht von Studien wie Interface Cultures und Medienkultur- und Kunsttheorien über Architektur, Industrial Design und Raum- & Designstrategien bis hin zu Grafik-Design und Fotografie, Plastische Konzeptionen & Keramik, Textil-Kunst-Design, Fashion & Technology und den Lehramtsfächern.

Dementsprechend bewegen sich die bearbeiteten Themen der PhD-Projekte in einem weiten Spektrum: Von der Untersuchung von Städtereisefotos als fotografische Konstruktionen touristischer Imagination, einer Arbeit über den Amateurfilm und den Mikrofilm als seinem Archiv oder einer Auseinandersetzung mit Crowdsourcing in der Kunst über eine Dissertation zum Thema der Installation im erweiterten institutionellen Raum bis hin zu einem PhD-Projekt über die Gestaltung von Musikinstrumenten für Graupapa-

geen. Interessierte können auf der Homepage [www.ufg.ac.at](http://www.ufg.ac.at) im Bereich »PhD-Programm« die Themen und Kurzbeschreibungen laufender wie abgeschlossener PhD-Projekte einsehen.



#### KONTAKT

Für Interessierte am PhD-Programm gibt es regelmäßige Studienberatungstermine; die nächsten Informationstage finden am **23. Juni** und am **12. September 2017** jeweils von 10 bis 12 Uhr statt. Nähere Informationen hierzu und rund um das Doktorat finden sich auf der Homepage der Kunstuniversität Linz. [www.ufg.ac.at](http://www.ufg.ac.at) (Bereich »PhD-Programm)

## LEHRGANG TECHNISCHE DOKUMENTATION AN DER FH JOANNEUM

Komplexe Produkte verständlich erklären – das ist die Herausforderung, vor der technische RedakteurInnen stehen. Im Rahmen des neuen berufsbegleitenden Lehrgangs Technische Dokumentation vermitteln ExpertInnen das nötige Wissen dazu. Interessierte können sich bis 31. August 2017 bewerben.

Was ist vor der Inbetriebnahme zu beachten? Wo ist der gesuchte Knopf? Wie ist das Gerät zu warten? Diese und ähnliche Fragen werden in der Betriebsanleitung technischer Geräte beantwortet – oft unzureichend und manchmal sogar falsch. Um dem entgegenzuwirken, wird hier erstmals ein Lehrgang angeboten, der sich mit der bestmöglichen Gestaltung von Dokumentationsprodukten befasst. »Die TeilnehmerInnen des Lehrgangs bauen wissen-

schaftlich fundiert ihre fachlichen Kenntnisse aus – oft auch im Austausch mit internationalen Expertinnen und Experten aus der Praxis. So sind die Absolventinnen und Absolventen bestens gerüstet, um Anleitungen für verschiedene Zielgruppen zu entwickeln und bestehende Dokumentationsprozesse zu optimieren«, sagt Lehrgangsleiter Heinz M. Fischer. Die Inhalte des Weiterbildungsangebots sind vielseitig: von Grundlagen der Dokumentationsprozesse über professionelles Schreiben, Layout, Wahrnehmung und Medienproduktion bis hin zu Sprachmanagement und juristischen Anforderungen an Dokumentationsprodukte. Nach drei Semestern schließen die TeilnehmerInnen den Lehrgang mit dem Titel Master of Science (MSc) ab. Es eröffnen sich ihnen Karrieremöglichkeiten in verschiedenen Branchen und unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern: etwa im Projekt- und Prozessmanagement, in der Content-Entwicklung oder in der Produktion multimedialer Dokumentationen.

Zugangsvoraussetzungen sind ein abgeschlossenes einschlägiges Studium (Technik, Sprache, Information, Kommunikation, Didaktik o. Ä.) im Umfang von mindestens 180 ECTS-Punkten oder eine mindestens fünfjährige facheinschlägige Berufspraxis in Verbindung mit der allgemeinen Hochschulreife.

[www.fh-joanneum.at/ted](http://www.fh-joanneum.at/ted)



# design mit vision



Foto: Hans Leitner

**Ganz egal ob Sie noch ganz am Anfang Ihrer kreativen Karriere stehen oder bereits in der Kreativbranche tätig sind, die Werbe Akademie hat die passende Aus- oder Weiterbildung für Sie.**

## **Design Basics – Grundkurs für Einsteigerinnen und Einsteiger**

Im **Basislehrgang für Design und Kreation** erarbeiten Sie sich ein Grundverständnis für kreative Prozesse und orientieren sich in den Bereichen Design und Kreation. Unter Anleitung der Dozentinnen und Dozenten erstellen Sie eine Mappe, mit der Sie sich wirkungsvoll präsentieren können und steigern somit Ihre Chancen für einen einschlägigen Kolleg- oder Studienplatz.

## **Fachausbildung für Grafikdesign – Ausbildung für junge Kreative**

Wenn Sie erst einmal Feuer für eine kreative Karriere gefangen haben, machen Sie mit der **Fachausbildung für Grafikdesign** den nächsten Schritt. In der 4-semestrigen Ausbildung erarbeiten Sie sich umfassende Kompetenzen, um in der Kreativszene durchzustarten.

## **Diplomlehrgang Design & Narration – Weiterbildung für Kommunikationsprofis**

Wenn Sie bereits Erfahrung in der Kommunikationsbranche sammeln konnten, erweitern Sie im berufsbegleitenden Lehrgang **Design & Narration – Storytelling in interaktiven Medienformaten** Ihr Wissen. Sie erlernen die hohe Kunst des Transmedia Storytelling – die professionelle Kreation von User-Erlebnissen in unterschiedlichen Medienformaten.



Alle Information zu unseren Aus- und Weiterbildungen finden Sie auf unserer Website [www.werbeakademie.at](http://www.werbeakademie.at)



**NEW DESIGN  
UNIVERSITY**  
PRIVATUNIVERSITÄT ST. PÖLTEN

# QUERDENKER GESUCHT!

**STUDIERE AN DER  
NEW DESIGN UNIVERSITY**

## **BACHELOR**

- Grafik- & Informationsdesign
- Innenarchitektur & 3D Gestaltung
- Design, Handwerk & materielle Kultur
- Event Engineering
- Management by Design **NEU**

## **MASTER**

- Raum- und Informationsdesign
- Elektromobilität & Energiemanagement
- Entrepreneurship & Innovation

## **AKADEMISCHE LEHRGÄNGE**

- Buchgestaltung
- Akustik & Design
- Light Engineering & Design
- Food Design **NEU**

**DIE  
ZUKUNFT  
WARTET  
NICHT**



**JETZT ANMELDEN!**  
**[WWW.NDU.AC.AT](http://WWW.NDU.AC.AT)**

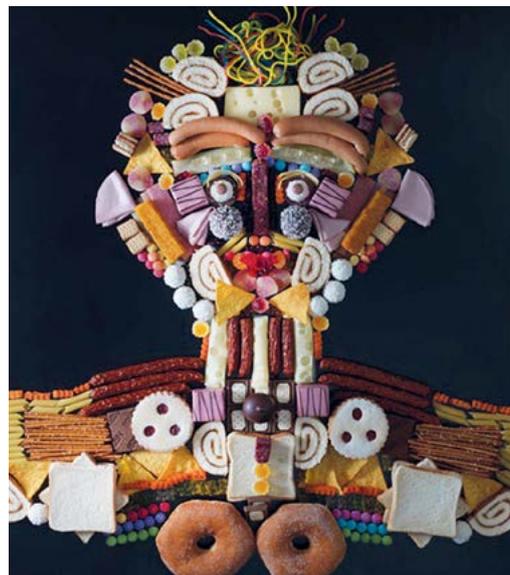


Die New Design University  
ist die Privatuniversität  
der Wirtschaftskammer NÖ  
und ihres WIFI

# UNIVERSITÄTSLEHRGANG FOOD DESIGN AN DER NDU

Mit Food Design hat die New Design University in Zusammenarbeit mit der Tourismusschule St. Pölten und dem WIFI Niederösterreich einen dreisemestrigen berufsbegleitenden Lehrgang entwickelt, der im deutschsprachigen Raum seinesgleichen sucht. Ähnliche Ausbildungen werden lediglich in Paris, Mailand und Eindhoven angeboten.

Essen ist mehr als nur Nahrungsaufnahme. Was und wie wir essen hat nicht nur Auswirkungen auf unsere Gesundheit, sondern auch auf die Wirtschaft, auf soziale Beziehungen und das Ökosystem. Dabei spielen nicht nur die Lebensmittel selbst eine maßgebliche Rolle. Auch die Prozesse der Beschaffung und Zubereitung, die Präsentation und die Umgebung beeinflussen den Akt der Nahrungsaufnahme. Es ergeben sich wichtige Schnittstellen zwischen Gastronomie, Produktdesign und Innenarchitektur. Die Inhalte des projektorientierten Lehrgangs beschäftigen sich mit dem nachhaltigen Ablauf von Food-Design-Prozessen und setzen sich kritisch und experimentell mit unterschiedlichen Designdisziplinen auseinander. Herzstück jedes Semesters ist ein Designworkshop, dessen Ziel die Entwicklung eines essbaren Produkts (1. Semester), eines Esswerkzeugs oder -möbels (2. Semester) und eines gastronomischen und/oder nachhaltigen Gesamtkonzepts (3. Semester) ist. Studierende erlernen Research- und Designmethoden, üben sich in der konsequenten Ausarbeitung gestalterischer Ideen und lernen, ihre Ergebnisse zu präsentieren. Bei der Umsetzung der Praxisprojekte steht die gesamte Infrastruktur der New Design University und der Tourismusschule St. Pölten zur Verfügung. Ergänzend gibt es theoretische und praktische Lehrveranstaltungen zur Design- und Kulturgeschichte, zu künstlerischen Darstellungstechniken und Forschungsmethoden, zu gastronomischem Basiswissen, experimenteller Gastronomie und Nachhaltigkeit, zum Projektmanagement sowie Gastvorträge und Exkursionen. AbsolventInnen können in den



Tourismussektor einsteigen, Gesamtkonzepte für nachhaltige und innovative Gastronomie- und Hotelbetriebe entwickeln oder bahnbrechende Ideen für Lebensmittelproduzenten konzipieren und damit neue Märkte erschließen und Trends setzen.

Zugangsvoraussetzungen sind Matura, Studienberechtigungsprüfung oder eine abgeschlossene Berufsausbildung mit zumindest zweijähriger Berufspraxis (Mindestalter 18) sowie ein Aufnahmegespräch. Angesprochen sind die Branchen Tourismus, Design, Gastronomie, Journalismus, Medien, Marketing, PR, Architektur, Kultur- und Eventmanagement und Ökologie. Die Lehrgangsführer Sonja Stummerer und Martin Hablesreiter zählen zu den Gründern der internationalen Food-Design-Szene. Sie beschäftigen sich seit über zwölf Jahren mit dem Thema und haben bereits mehrere einschlägige Publikationen veröffentlicht und ihre Forschungen in Ausstellungen, Installationen und Performances umgesetzt.

[www.ndu.ac.at](http://www.ndu.ac.at)



## SERVICE

### KOMMUNIKATIONSGESTALTERIN GESUCHT

Wir in der Säge suchen Verstärkung. Eine/n berufserfahrene/n KommunikationsgestalterIn mit mindestens drei bis fünf Jahren Erfahrung. Stark im Konzept. Eine/n, der/die Gestaltung in allen Belangen beherrscht. Eine/n, der/die mit beiden Beinen im Leben und in der Arbeit steht. Eine/n, der/die sich selbst und sich im Team optimal integriert und organisiert. Eine/n, der/die sich bei uns schnell wie zuhause fühlt. Also meldet euch bitte mit Aussagekraft und Fokus auf das Wesentliche. Ein Salto mortale wäre mindestens gefordert – evtl. auch ein dreifacher Rittberger.

*Sägenvier Designkommunikation*

*E.ramoser@saegenvier.at*

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

WI  
DES  
AUS

# DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

we  
design  
austria

JBS16

## READER JBS16

Im November 2016 ging das Joseph Binder Symposium (JBS) im designforum Wien in die vierte Runde. Der kürzlich erschienene 25-seitige Reader dokumentiert die vielen unterschiedlichen Beiträge zum Thema Illustration und bietet einen aussagekräftigen Rückblick auf die Veranstaltung. Das 2010 ins Leben gerufene Symposium hat sich mittlerweile als eine Präsentations- und Diskussionsplattform für Illustration und IllustratorInnen etabliert, die noch nie so gut besucht war wie dieses Mal. Unter dem Titel »Starkes Bild. Was kann Illustration?« thematisierte das JBS16 Illustration als schöpferisches Kommunikationsmittel und erörterte ihr perzeptives und assoziatives Potenzial in Interaktion mit Zeitgeist und Publikum. Zwei renommierte Keynote-Sprecher aus den USA, Art Director Soojin Buzelli und Illustrator Chris Buzelli, sowie zwölf internationale IllustratorInnen und AnwenderInnen von Illustration gingen in der Form von Einblicken in die eigene Arbeit der Frage nach der kognitiven und emotionalen Wirkung von illustrativen Darstellungen nach. In der vorliegenden Online-Nachlese ist das JBS 16 mit Text- und Bilddokumenten, Statements und Publikationsempfehlungen aufbereitet: mit Beiträgen von Jürgen Schremser, Soojin & Chris Buzelli, Marie Pascale-Gafinen, Martin Föbleitner, Simon Lemmerer & Stefan Leitner, Christoph Esca, Jarek Bujny, Judith Kroisleitner & Kathrin Heimel, Regula Widmer & Claudia Dzengel, Florine Glück & Marie-Pascale Gafinen und Ching Wei Liu.

[www.designaustria.at](http://www.designaustria.at)

## REMINDER: ROMULUS-CANDEA-PREIS 2017

Alle (seit mindestens fünf Jahren) in Österreich lebenden IllustratorInnen sind eingeladen, noch bis **30. Juni 2017** ein bislang unveröffentlichtes illustriertes Kinderbuchprojekt einzureichen. Das Siegerprojekt wird vom Luftschacht Verlag realisiert. Der oder die GewinnerIn erhält zudem ein Preisgeld in Höhe von 2.500 Euro.

[www.designaustria.at](http://www.designaustria.at)



## NEU IM DESIGNAUSTRIA-PAPERPOINT: MONDI – IN TOUCH EVERY DAY

Mondi ist ein internationales Verpackungs- und Papierunternehmen, das rund 25.000 MitarbeiterInnen in über 30 Ländern beschäftigt. Die Kernmärkte liegen in Zentraleuropa, Russland, Nordamerika und Südafrika. Mondi bietet über 100 Verpackungs- und Papierprodukte an, die zu mehr als 100.000 verschiedenen Lösungen für Kunden und industrielle Endanwendungen maßgeschneidert werden. Mondi Uncoated Fine Paper ist eine Business Unit von Mondi. In vier Produktionsstätten in Österreich, der Slowakei, Russland und Südafrika produziert Mondi Uncoated Fine Paper umweltverträgliche Büro- und professionelle Druckpapiere, die auf die modernsten professionellen Digitaldrucktechnologien abgestimmt sind. Alle ungestrichenen Feinpapiere von Mondi gehören zur »Green Range«-Produktfamilie von Papieren, die FSC®- oder PEFC™-zertifiziert, zu 100% recycelt oder zur Gänze ohne Chlor gebleicht sind. Mondis bekannte Markenpapiere wie Color Copy, IQ, MAESTRO®, Nautilus®, BIO TOP 3®, PERGRAPHICA® oder Snegurochka werden als Büro- und Kopierpapiere in Laser und Tintenstrahldruckern verwendet. Professionelle Druckereien erstellen Broschüren, Einladungen, Visitenkarten, Geschäftspapiere, Kuverts oder andere hochwertige Drucksorten auf Digitaldruck- und Offsetmaschinen.

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



we  
design  
austria

E  
IGN  
TRIA

# MONDI PRÄSENTIERT NEUES SWATCH BOOK FÜR BIO TOP 3®-PORTFOLIO

Das neue Musterbuch für Mondis BIO TOP 3® wurde speziell für die Kreativbranche entwickelt und liegt nun auch in Europa auf. Das ungestrichene naturweiße Premium-Papier, das sich seit nunmehr 28 Jahren auf dem Markt befindet, weist ein herausragendes Umweltprofil auf. Da ist es nur konsequent, dass das neue Swatch Book dem Thema „by Nature“ gewidmet ist. Das Buch unterstreicht das authentische, umweltfreundliche Image der Papiermarke und zeigt eindrucksvoll die Qualität und Vielseitigkeit des BIO TOP 3®-Portfolios.



## „IT'S NOT A SHADE, IT'S AN ATTITUDE“

Diese Haltung spiegelt auch das Musterbuch wider. Im Offsetdruck produziert, enthält es im Abschnitt „inspired by Nature“ traumhaft schöne Beispiele für Farbdruck und Blindprägung. Der Abschnitt „versatile by Nature“ erläutert die vielseitigen Anwendungsbereiche und Vorzüge von BIO TOP 3® in Bereichen wie Unternehmenskommunikation, Buchdruck, Verpackung etc. Jutta Wacht, Art Directorin der österreichischen Kreativagentur Say Say Say, Inc., aus deren Schmiede das Swatch Book hervorgegangen ist, erklärt das Konzept, das auf zwei Säulen ruht: „Die Vielseitigkeit und die Natürlichkeit von BIO TOP 3® haben uns zu einem mehrbändigen Musterbuch inspiriert. Dazu gehört ein praktischer Teil, der die vielseitigen Anwendungsbereiche auf visuell reizvolle Weise veranschaulicht. Der zweite Teil, der besonders die Emotionen anspricht, lässt mit faszinierenden Landschaften aus aller Welt in wunderbaren Farben den natürlichen Farbton von BIO TOP 3® zur Geltung kommen.“

## ABGESTIMMT AUF DIE BEDÜRFNISSE UMWELTBEWUSSTER DESIGNER UND DRUCKEREIEN

Für professionelle Designer, Druckereien und Verlage, die sich für ihre Projekte ein authentisches, natürliches und nachhaltiges Look & Feel wünschen, bleibt kein Wunsch offen. Mondi bietet BIO TOP 3® next in Halb- und Großformaten für professionelle Anbieter im Bereich Digitaldruck, Vorstufe und Offsetdruck, BIO TOP 3® high-speed inkjet in Großformaten für Hochgeschwindigkeits-Vollfarb-Tintenstrahl-

anwendungen mit besonderer Oberflächenbehandlung für Farbstoff- und Pigmenttinten und BIO TOP 3® extra für alle nachhaltigen Bürodruckanforderungen sowie passende BIO TOP 3®-Umschläge an.

Das Musterbuch wurde in Österreich von der Holzhausen Druck GmbH produziert. Kundendienstmitarbeiter Hannes Fauland Jr. zeigt sich von den Eigenschaften des Papiers und dem Ergebnis begeistert: „Das BIO TOP 3® Swatch Book ist wunderschön geworden. Das Papier lässt sich außergewöhnlich gut bedrucken. Wir haben dafür normalen Offsetdruck gewählt. Einer unserer Kunden, der zufällig eine Seite des Musterbuchs zu Gesicht bekam, beschloss umgehend, für sein nächstes Buchprojekt auf BIO TOP 3® zu setzen.“

## NACHHALTIG. JEDEN TAG.

Neben seinem einzigartigen Naturweiß, der Dicke und den idealen Laufeigenschaften überzeugt BIO TOP 3® auch durch ein perfektes Umweltprofil, das allen entgegenkommt, die mit ihrer Kommunikation Glaubwürdigkeit und Authentizität vermitteln möchten. Das Papier ist zu 100 Prozent chlorfrei gebleicht und wird ohne optische Aufheller hergestellt, damit der natürliche Farbton und die angenehme ungestrichene Haptik erhalten bleiben. Das Papier wird exklusiv in der ISO-14001-zertifizierten österreichischen Papierfabrik Mondi Neusiedler mittels FSC™-zertifizierten Ressourcen hergestellt. BIO TOP 3® ist Teil des Green-Range-Sortiments von Mondi und mit dem EU-Ökolabel sowie mit dem österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet. Es ist auch als CO<sub>2</sub>-neutrales Papier erhältlich.

BIO TOP 3® ist ein ungestrichenes, naturweißes Premium-Papier, das von der Natur inspiriert ist. Es steht für Natürlichkeit und Nachhaltigkeit – ganz gleich, für welche Druckzwecke es zum Einsatz kommt.

Das neue BIO TOP 3® Swatch Book liegt auch im paperpoint, der Papierinformationsstelle von designaustria, auf.

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





# POSTPRODUKT

postprodukt ist eine Initiative verschiedener Designbüros mit dem Ziel, Kompetenzen wie Produkt-, Service- und Kommunikationsdesign mit Designlehre und Forschung zu verbinden und Beiträge zu aktuellen Fragestellungen im Design zu erarbeiten.

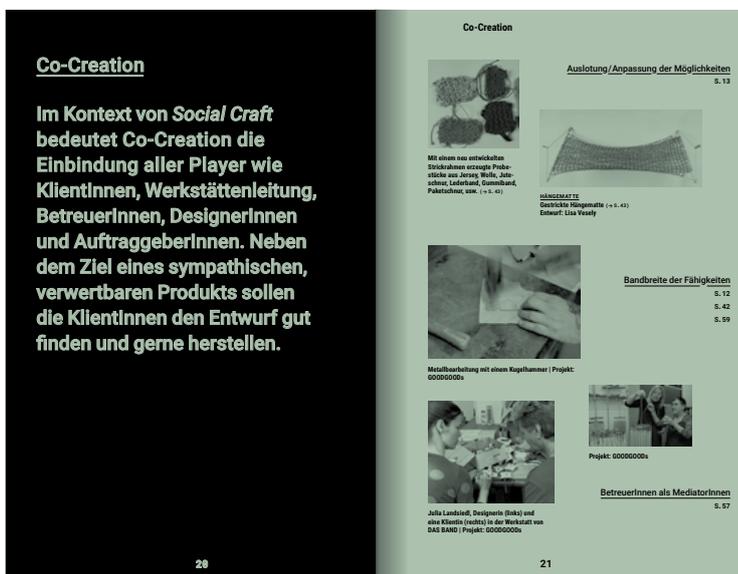
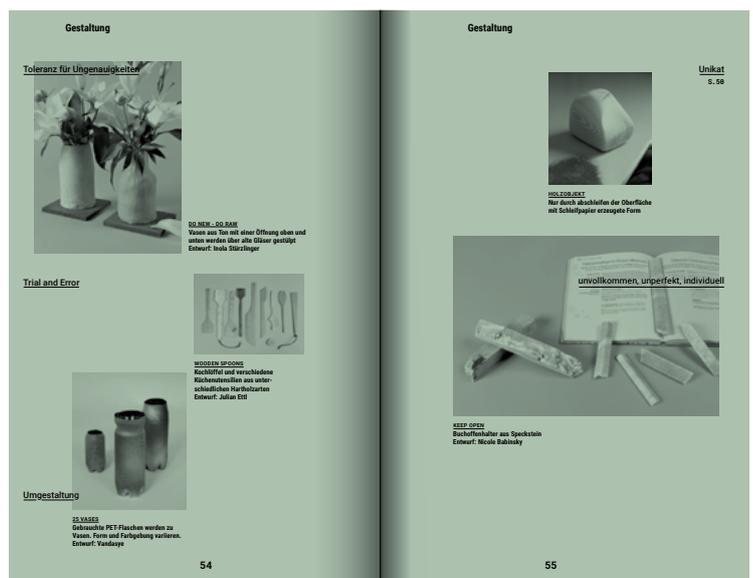
Beim letztjährigen postprodukt-Projekt »Social Craft« begleiteten die drei Designbüros bkm, Studio Dankl und Vandayse die Zusammenarbeit des NDU-Studiengangs Design, Handwerk & materielle Kultur mit Magdas Design bei der Entwicklung von Produkten, die unter den besonderen Bedingungen sozialer Werkstätten hergestellt werden können. Die Publikation nimmt diese Zusammenarbeit zum Ausgangspunkt für eine Analyse von Design im Kontext sozialer Unternehmen. Was bedeutet Erfolg, welche Methoden finden Anwendung und welche Erfolgsmuster lassen sich für zukünftige Projekte ableiten?

postprodukt bietet durch diese Herangehensweise eine erweiterte Designexpertise und neue Formen der Kooperation. Neben den oben genannten Büros sind u. a. das Studio Robert Rüb Industrial Design und mischer'traxler studio Teil des Netzwerks von postprodukt.

Bei Interesse an einer Zusammenarbeit freuen wir uns über Ihre Kontaktaufnahme:

postprodukt  
 postprodukt@bkm-format.com  
 Pelzgasse 20/10  
 1150 Wien

Publikation  
 »Social Craft«



# ERINNERUNGEN AN GUSTAV E. SONNEWEND (1927–2017)

von *Andreas Koop*



Gustav Sonnewend

Anfang Januar, in den Weihnachtsferien, haben wir noch miteinander telefoniert, der Gustav und ich – seit seiner Ausstellungseröffnung in Innsbruck im Sommer letzten Jahres »musste« ich Du zu ihm sagen. Er erzählte mir, dass er seit Kurzem nicht mehr recht schreiben und zeichnen könne, und dass es so eine Sache sei mit dem Altwerden. Fest versprochen habe ich ihm dann, dass ich zu ihm und seiner Frau »hochschauen« würde nach Ranggen, wenn ich das nächste Mal nach Innsbruck käme – die Zeit hat leider nicht mehr gereicht. Er starb nach schwerer Krankheit am 27. Februar 2017, kurz nach seinem 90. Geburtstag.

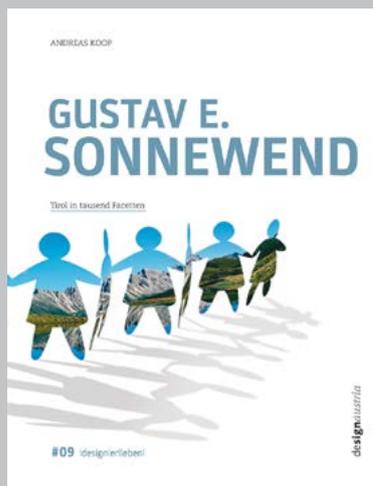
Auf die Welt kam Gustav E. Sonnewend am 12. Januar 1927 in Innsbruck, wo er auch zur Schule ging und sich auf dem Weg dorthin beim Blick durchs Fenster in eine Druckerei stets fragte, was da wohl Wichtiges gemacht wird, mit so großen Maschinen und den riesigen Papierstapeln. Die großen Veränderungen der Zeit spürte die Familie – die Mutter und der ältere Bruder – schon kurz nach dem »Anschluss« 1938. Mit den Jahren kam der Krieg näher, die Schulbesuche wurden kürzer und schließlich ganz durch die Heimatflak »ersetzt«. Es folgten Kriegsmatura, Musterung und Einberufung zum Reichsarbeitsdienst in Völs. Im Mai 1945 kam Sonnewend zurück nach Innsbruck und bekam den ersten »Auftrag«: Für die neue Landesregierung malte er Schilder, für das Rote Kreuz Plakate – seine »soziale Seite« zeigte sich früh. Er half in einem Räumkommando beim Schutträumen und leistete bei der TIWAG Freiwilligendienst in der Jugendaktion »Strom gibt Brot«. Dann studierte er Kunstgeschichte in Innsbruck, arbeitete aber immer mehr nebenher und kam in Kontakt mit der Staatlichen Meisterschule für angewandte Kunst in Graz. Dort blieb er bis 1950. Wieder in Innsbruck, studierte er weiter und wurde dann Gastschüler an der Höheren Graphischen Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt in

Wien. Als »Werkstudent« arbeitete er bei Arthur Zelger und lernte viel. Er blieb einige Jahre in dessen Atelier, bis er sich 1958 selbstständig machte. Ein ganz neues Aufgabengebiet entstand: die Gestaltung und Koordination von Messeständen – beispielsweise für die Schweizer Handelskammer, wo er sich um Gemeinschaftsausstellungen von 20 Firmen kümmerte. Das alles immer zuverlässig, auf hohem gestalterischem Niveau, mit seinem wunderbaren Humor und der typischen Bescheidenheit.

1967 wurde er Herstellungsleiter beim Verlag Tyrolia. Zu diesem Zeitpunkt war er bereits sieben Jahre mit Agnes verheiratet und hatte eine junge Familie (mit schließlich drei Töchtern: Theresia, Bernadette und Nikola), der er etwas mehr Sicherheit bieten wollte. Bis zur Pension 1989 blieb er im Verlag und produzierte zahllose Bücher, manche auch mit seinen Fotos, denn das Fotografieren war sein großes Hobby – dabei vergaß er alles, manchmal sogar seine Begleitung.

Während seiner langen Schaffenszeit entstanden zahlreiche bis heute genutzte Entwürfe: Der bekannteste ist sicherlich das Signet des SOS-Kinderdorfs, das er selbst als »Goldenes Ehrenzeichen« verliehen bekam. Aber auch das Logo der Arge Alp ist bis heute in Verwendung. Nebenbei unterrichtete Sonnewend zehn Jahre lang an der Werbe-Design-Akademie. Er erhielt weitere Ehrungen wie beispielsweise das Kulturehrenzeichen der Stadt Innsbruck. Letztes Jahr widmete ihm der WEI SRAUM eine Retrospektive seines Gesamtwerks. Er nutzte die Gelegenheit, um vieles aus seinem Leben und von den Entwicklungen in unserem Beruf zu erzählen. Dass man zu seiner Beerdigung anstelle von Blumen oder Kränzen lieber etwas dem SOS-Kinderdorf spenden sollte, war so konsequent wie passend. Mach's gut, Gustav!

- 1 Autor Andreas Koop und Kurt Höretzeder mit Gustav E. Sonnewend anlässlich der Ausstellung im WEIS RAUM
- 2 Signet SOS-Kinderdorf, 1949
- 3 Logo Arge Alp
- 4 Plakat »25. Innsbrucker Messe«, 1957
- 5 Plakatentwurf (unverwirklicht) »Olympische Spiele Innsbruck 1964«
- 6 Plakat »Katholischer Filmsonntag« 1959



**Zu Gustav E. Sonnewend ist in der von designaustria herausgegebenen Reihe »|design|er|leben|« 2013 der Band »Tirol in tausend Facetten« von Andreas Koop (#09) erschienen. Alle bisher erschienenen Bände sind zum Preis von je Euro 9,90 (inkl. 10% USt.) online zu bestellen:**

[www.designaustria.at](http://www.designaustria.at)

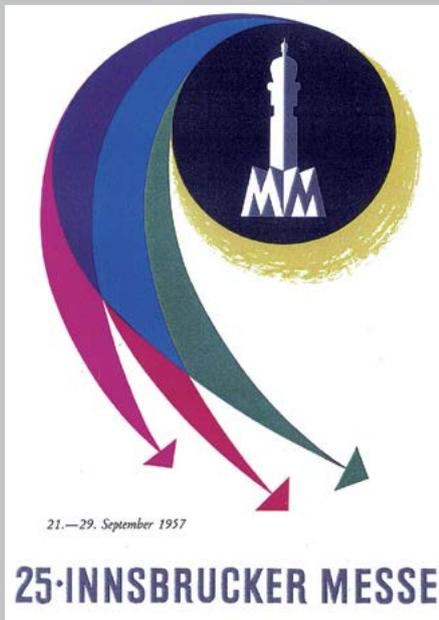


2

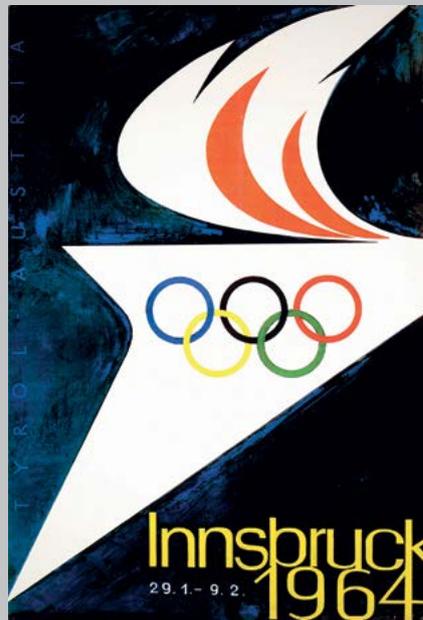


3

4



5

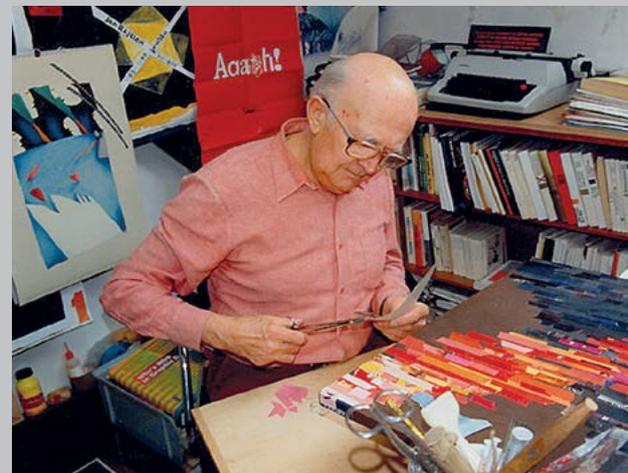


6

## IN MEMORIAM JAN RAJLICH (1920–2016)

Der international renommierte und vielfach ausgezeichnete tschechische Grafikdesigner Jan Rajlich, der sich mit seiner eindrücklichen Bildsprache vor allem als Plakatgestalter einen Namen gemacht hatte, ist vergangenen November im Alter von 96 Jahren verstorben. Rajlich war Gründungsmitglied der Internationalen Grafikdesign-Biennale Brunn, als deren Präsident er von 1963 bis 1992 fungierte. In den 1960er-Jahren machte er sie zu einer Plattform, die tschechischen Kreativen freien künstlerischen Ausdruck und den internationalen Vergleich ermöglichte. Nach vielen Jahren übergab er sein Amt an seinen gleichnamigen Sohn, Jan Rajlich jr. Jan Rajlich sr., der auch designaustria eng verbunden war, wurde 2001/02 für sein Lebenswerk mit einem Icoграда Achievement Award geehrt

- 1 Jan Rajlich: Kulturplakat aus dem Jahr 1960
- 2 Publikation über tschechische Filmplakate



1



2

# MEMBERS@WORK

## BALANCE LIGHT: DAS WESEN EINER LEUCHTE

Bereits 2009 entwarf *Thomas Feichtner* eine Leuchte für eine einzelne Leuchtdiode. Doch erst heute ist die LED-Technologie so weit fortgeschritten, dass sein Konzept auch realisiert werden konnte. Der italienische Leuchtenhersteller *Karboxx* präsentierte Anfang April zur *Euroluce* im Rahmen des Salone del Mobile 2017 in Mailand den Entwurf erstmals als Serienprodukt. Die Tischleuchte ist konsequent auf Kabel und Leuchtmittel reduziert und kann entweder einen ganzen Schreibtisch ausleuchten oder einen Punkt fokussieren. Die Fokussierung des Lichts erfolgt jedoch nicht über eine komplexe Mechanik oder die Verstellung eines Reflektors, sondern lediglich durch das Umlegen der gesamten Leuchte. Sie ist so konstruiert, dass sie in zwei unterschiedlichen Winkeln auf einem Tisch platziert werden kann: liegend, mit dem Leuchtmittel knapp über dem Tisch, und stehend, mit einer möglichst großen Distanz zwischen Leuchtmittel und Tischoberfläche. Dabei hält die Leuchte ihr Gleichgewicht von selbst.

Übrigens: Der österreichische Designer *Thomas Feichtner* wurde kürzlich von *ARCHITONIC* auf Platz 37 der 100 Top-DesignerInnen der Welt 2016/17 gewählt! Wir gratulieren!

[www.thomasfeichtner.com](http://www.thomasfeichtner.com) | [www.karboxx.com](http://www.karboxx.com)  
[www.architonic.com](http://www.architonic.com)

- 1 Thomas Feichtner: Tischleuchte »Balance Light« für Karboxx
- 2 Thomas Feichtner auf Platz 37 des Design-rankings von ARCHITONIC

### TOP 100 Designers 2016/2017 on architonic.com Country of practice

021	Jaime Hayon	(SP)
022	Arne Quinze *	(BE)
023	Davide Groppi *	(IT)
024	Florence Knoll **	(US)
025	Rodolfo Dordoni	(IT)
026	Naoto Fukasawa	(JP)
027	Dieter Rams	(DE)
028	Campana Brothers **	(BR)
029	Jacco Maris *	(NL)
030	Front **	(SE)
031	Isabel Hamm *	(DE)
032	Autoban * **	(TR)
033	Konstantin Groic	(DE)
034	Christian Liaigre *	(FR)
035	Mario Botta	(IT)
036	Jean Nouvel	(FR)
037	Thomas Feichtner	(AT)
038	Arik Levy	(FR)
039	Lindsey Adelman	(US)
040	Eero Aarnio *	(FI)

Designers marked with \* also use their own name as brand name which has an influence on the number of active text searches - different from Groups of Designers that have chosen a Brand name, marked with \*\*



1

2



## ZAUBERHAFTER ILLUSTRATIONEN

*Lisbeth Zwerger* lebt und arbeitet in Wien und brachte 1977 ihr erstes Buch heraus. Der Verleger Michael Neugebauer machte die von ihr illustrierten Märchenbücher bis in die USA bekannt. Heute zählt sie zu den erfolgreichsten zeitgenössischen Illustratorinnen von Märchenstoffen. Ihre meisterhaften Aquarelle tragen einen Zauber in sich, der schwer zu beschreiben, aber umso mehr zu erspüren ist. Ihr Werk wurde mit vielen internationalen Preisen ausgezeichnet, darunter mit der Hans-Christian-Andersen-Medaille, dem »Nobelpreis für Kinderbuchillustration«. *Der Kleine Salon für Illustration* widmet der Meisterillustratorin noch bis **30. Mai 2017** die Ausstellung »Lisbeth Zwerger – Märchenillustration in Bildern und Büchern« (Montag und Dienstag, 15–19 Uhr).

[www.kleinersalonillustration.at](http://www.kleinersalonillustration.at)

## AUSGEZEICHNETE MÖBELINNOVATIONEN

Der österreichische Architekt und Designer *Christian Kroepfl* erregte mit seinen Möbelentwürfen für den tschechischen Hersteller *palatti* gleich bei mehreren internationalen Wettbewerben Aufmerksamkeit. Mit dem Tisch *KT11* überzeugte er beim German Design Award 2017 und den Iconic Awards, wo er die Auszeichnungen Excellent Product Design bzw. Interior Innovation einheimste. Die zarte Stabkonstruktion des Tisches ermöglicht maximale Beinfreiheit und ist für Stühle oder Eckbanklösungen gleichermaßen geeignet. Über einem bis zum Äußersten reduzierten Stahlfachwerk schwebt eine elegante und gleichzeitig natürlich anmutende massive Holzplatte. Die Jury: »Mit seiner extrem reduzierten Tischgestellkonstruktion erscheint das Möbel insgesamt leicht und filigran.« Das Sideboard *SB11* erhielt

einen Good Design Award in der Kategorie »Furniture« und punktete ebenfalls bei den Iconic Awards. Als Ergänzung zum Tisch *KT11* gestaltet, zeichnet es sich durch klare Linien und eine bewusste Rückbesinnung auf das Wesentliche aus. Die lackbeschichteten Schrankeinheiten fügen sich zwischen zwei horizontale Vollholzplatten zu einem Ganzen, das auf einer schlanken Metallbasis ruht. Das Schrankmöbel ist in unterschiedlichen Größen, Farb- und Holzkombinationen erhältlich. Durch Stapelung lässt es sich zu einem Regalsystem erweitern. Ursprünglich als Entertainment Center mit den dazugehörigen Ausstattungsfeatures geplant, bietet es von den Maßen her auch aufrecht stehenden Vinylschallplatten Platz.

[www.christiankroepfl.com](http://www.christiankroepfl.com) [www.palatti.eu](http://www.palatti.eu)



- 1 Christian Kroepfl: Tisch »KT11« für palatti
- 2 Christian Kroepfl: Sideboard »SB11« für palatti



1

1 Lisbeth Zwinger: Illustration zu »Die kleine Meerjungfrau« von Hans Christian Andersen

2 Lisbeth Zwinger: Illustration zu »Däumelchen« von Hans Christian Andersen

2



## CORPORATE DESIGN MACHT APPETIT AUF KÄSE UND MEHR

Einmalig in Wien: Shop, Bar, Restaurant und Käseerei in einem! Für die kulinarisch-gastronomische Vision von *Johannes Lingenhel* hat Kommunikationsdesignerin *Germaine Cap de Ville* mit ihrem Team (*Alexander Rabl, Cathi Fischer*) eine visuelle, textliche und räumliche Identität entwickelt. Diese bildet mit ihrem charakteristischen abstrakten Muster auch das Fundament für das innenarchitektonische Konzept, das in enger Zusammenarbeit mit dem Design- und Architekturbüro *destilat* entstanden ist. In die dritte Dimension übersetzt, entwickeln sich aus dem Rautenmuster, das zum Beispiel auch für Verpackungsmaterialien zum Einsatz kommt, Regale für die Weinpräsentation, großflächige Muster an den Spiegeln sowie die Vertäfelung im Shop. Flexible und ungewöhnlich umfangreiche Textelemente, die dem Logo auf Einkaufstaschen, Wickelpapier und Kaffeeträgern zur Seite gestellt sind, informieren und unterhalten. Bei der Konzeption wurde bewusst auf den handgeschriebenen »Marktstil« verzichtet: Es wurde mit reduziertem, elegantem Schwarz-Weiß gearbeitet, um den Produkten und der Architektur Raum zu geben und eine langfristige Wiedererkennung zu gewährleisten – sowohl im Kühlschrank als auch im Shop.

[www.capdeville.com](http://www.capdeville.com) [www.lingenhel.com](http://www.lingenhel.com) [destilat.at](http://destilat.at)



o Germaine Cap de Ville:  
Corporate Design für  
Lingenhel

## ARABISCH-DEUTSCHE KOMMUNIKATION

Das neueste Non-Profit-Projekt *Gemma, gemma! – Yalla, yalla!* des Teams *René Andritsch, Katharina Gattermann* und *Irene Persché* ist ein kleiner Sprachkurs in Form von zweisprachigen Postkarten und Plakaten. Viele Flüchtlinge haben seit dem Sommer 2015 die Grenze nach Österreich überquert, die meisten von ihnen sprechen Arabisch. Ein einfaches Danke oder eine Einladung zum Kaffee können der Beginn von Kommunikation sein. Das Projekt möchte Menschen aus beiden Sprachräumen die

Möglichkeit und einen Anstoß geben, diesen ersten Schritt zu wagen – mit zum Teil typisch wienerischen Redewendungen und dem Versuch der sinnge-  
mäßigen Übersetzung ins Arabische. Gleichzeitig ermuntert die pseudo-phonetische Lautschrift dazu, die Aussprache zu versuchen und darüber in ein Gespräch einzusteigen. Es gibt eine limitierte Edition von 120 Postkartensets mit jeweils acht Motiven sowie Plakate im Siebdruck. Beides kann gegen eine Spende erworben werden, der Erlös kommt dem Projekt *Kulturen in Bewegung* zugute. Die Präsentation der Druckwerke fand Ende März im Rahmen eines Konzerts mit MusikerInnen aus Syrien, Afghanistan, dem Iran, dem Irak und Österreich im Theater Akzent statt. Dank gebührt Sandra Rauch und Wajden Djemai für die Übersetzung, Titus Nemeth für die Schrift »Nassim«, Europapier für das Papier »Crush Grape«, Soybot für den Riso-Druck und Viadukt für den Siebdruck.

o René Andritsch,  
Katharina Gattermann  
und Irene Persché:  
Postkarten »Gemma,  
gemma! – Yalla, yalla!«



[reneandritsch.com](http://reneandritsch.com) [katharinagattermann.com](http://katharinagattermann.com)  
[irenepersche.at](http://irenepersche.at) [www.kultureninbewegung.org](http://www.kultureninbewegung.org)

## MURINSEL NEU GEBRANDET

look! design: Branding  
»Murinsel«



Die *Murinsel* zählt zu den zehn bekanntesten Sehenswürdigkeiten von Graz und hat sich zu einem echten Markenzeichen der Stadt gemauert. Im Zuge der Generalsanierung des 2003 nach Plänen des New Yorker Designers Vito Acconci errichteten Gebäudes wurde ein neues Nutzungskonzept entwickelt. Die große Herausforderung bestand für *Stefanie Schöffmann* von *look! design* darin, eine visuelle Identität zu schaffen, die der außergewöhnlichen Architektur Genüge tut, die Einzigartigkeit der Insel ins Blickfeld rückt und die Möglichkeiten einer modernen City of Design herausstreicht. Das neue Branding setzt den Inselcharakter in Szene: Linien führen ins Zentrum einer abstrakten Schale und markieren die Verbindung zum Ufer, den Zustrom über die Brücken und die Lichtspiegelungen im Wasser. Die *Murinsel* präsentiert sich in einem frischen, klaren Design – in Printmedien, im Web und vor Ort. Charmante Slogans wie »The one and only«, »Small island, great ideas« oder »The place to be« unterstreichen die Benchmark-Funktion der Architektur und laden Menschen – Einheimische und Gäste – zum Verweilen ein. Schließlich soll das neue Corporate Design dazu beitragen, die zentral gelegene Plattform als Drehscheibe für die Grazer Kreativ-, Kunst- und Kulturszene zu positionieren.

[www.look-design.at](http://www.look-design.at) [murinselgraz.at](http://murinselgraz.at)



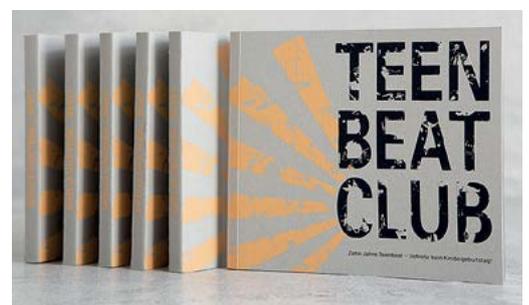
## BUCHBAND INDIE MUSIC

Der von *Viktoria Platzer* gemeinsam mit dem *Teenbeat Club* gestaltete Buchband liegt vor: Das 104 Seiten starke Werk gibt einen Rückblick auf die vergangenen zehn Jahre des D.I.Y.-Veranstalters. Texte verschiedener AutorInnen, Facts und Konzertfotos lassen in rund 177 Indie-Konzerte blicken. Das Buch im Format eines CD-Covers ist in 4C mit Schmuckfarbe auf Recyclingpapier gedruckt (agensketterl Druckerei). Für das Cover wurde das siebgedruckte Logo hochgestanzt, den haptischen Feinschliff

verschafft das hochwertige Papier (Fedrigoni Materica). Die Gestalterin ist Art Direktorin mit Schwerpunkt Editorial-/Magazin-Design. Sie begleitet laufende Magazin-Produktionen und entwirft innovative Designkonzepte. Zu ihrem »daily Business« gehören die konzeptionelle Gestaltung von Magazininhalten, Foto-Shootings sowie die Umsetzung von Layouts.

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

Viktoria Platzer:  
Buchgestaltung  
»Teenbeat Club«



# AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN



designforum<sup>WIEN</sup>

## SOMMERAUSSTELLUNG IM DESIGNFORUM WIEN: DESIGN MADE IN AUSTRIA. SOLD WORLDWIDE



Österreich ist bekannt für seine Kultur, für intakte Natur und eine hohe Lebensqualität. Viele Produkte und Projekte, die von den DesignerInnen und UnternehmerInnen dieses Landes gestaltet und produziert werden, sind von diesen günstigen Parametern beeinflusst und auch deshalb auf dem internationalen Markt erfolgreich. Die Ausstellung DESIGN MADE IN AUSTRIA. SOLD WORLDWIDE, ein von Bettina Steindl für Austria Design Net kuratiertes Projekt, rückt Objekte des täglichen Gebrauchs ins Rampenlicht, die den Qualitätsanspruch, die Innovationskraft und die Handwerkskunst des Landes aufgenommen haben und international erfolgreich vertrieben werden. Gezeigt werden Exponate aus den Bereichen Industriedesign, Produktdesign, Möbeldesign und Packaging, u. a. von Gasteiner Mineralwasser/Kiska Design, RIESS Kelomat/dottings oder MAM Babyartikel/GP designpartners. Die Schau wurde anlässlich der World Capital of

Design Taipeh konzipiert und im Oktober 2016 in der taiwanesischen Hauptstadt präsentiert. Das Publikumsinteresse in Fernost war groß: Über 800.000 Menschen haben sich von der Schaffenskraft der österreichischen Kreativindustrie und Wirtschaft überzeugt. Nun ist ein Auszug des aktuellen Œuvres der Designszene unseres Landes auch in der Heimat zu bestaunen. Nach dem Auftakt im designforum Steiermark ist die Schau von **14. Juni bis 10. September 2017** im designforum Wien im MuseumsQuartier zu sehen.

[www.designforum.at](http://www.designforum.at) [www.austriadesign.net](http://www.austriadesign.net)

ERÖFFNUNG

13. Juni 2017

18.30 Uhr

1



**1** E00S: Kugelschreiber »Econ« für Lamy

**2** MARCH GUT Industrial Design: Hocker »Leo«

**3** dottings: Emailgeschirr »Riesen und Zwerge« für RIESS

**4** mo° sound: Lautsprecher »Augarten«

**5** KISKA: Mineralwasserflasche für Gasteiner

**6** perludi/Thomas Maitz: Kinderhochbett »Amber in the Sky«

**7** Spirit Design: Flughafenlöschfahrzeug »Panther« von Rosenbauer

**8** 1389 Design: Tisch- und Stehleuchte »Wood Light«

**9** formquadrat: Schweißgerät »AccuPocket« für Fronius

**10** Christine Heching Design: Hängeleuchte »Crochet«

**11** GP designpartners: Esslerngeschirr für MAM Baby

2



3



4



5





6



7



8



9



10



12



13



11

**12** Begrüßung durch Landesrat Christian Buchmann, Stadtrat Gerhard Rüscher, CEO Eberhard Schrepf, Creative Industries Styria, und Kuratorin Bettina Steindl, designforum Steiermark

**13** Impressionen von der Ausstellungseröffnung im designforum Steiermark

# DESIGNAUSTRIA: WORKSHOPS UND FORTBILDUNGSPROGRAMM JULI – SEPTEMBER 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!« Im zweiten Halbjahr 2017 gibt es erneut ein vielfältiges Angebot an Workshops, Vorträgen und Infoabenden, bei denen diskutiert, ausprobiert, kommuniziert und reflektiert wird. Wir freuen uns auf Ihr Kommen!



## VORTRAG VOM ZELLSTOFF ZUM PAPIER UND DARÜBER HINAUS

Mondi  
designforum Wien  
Donnerstag, 6. Juli 2017  
16–18 Uhr  
Wie wird Papier hergestellt? Ist Papier gleich Papier? Was sollte ich bei der Auswahl des Papiers für mein Projekt beachten? Und ist Papier in einer digitalisierten Welt überhaupt noch relevant? Erfahren Sie mehr über aktuelle Drucktechnologien und lassen Sie sich von kreativen Anwendungsbeispielen inspirieren. Mondi ist ein internationales Verpackungs- und Papierunternehmen, das in über 30 Ländern agiert.  
45 Euro Normalpreis  
20 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende  
Anmeldung bis 26. Juni 2017

## WORKSHOP – DAS BUCH NEU DENKEN (GESTALTUNG AN SICH NEU DENKEN)

Dr. Roswitha Peintner  
designforum Wien  
Freitag, 14. Juli 2017  
13–17 Uhr und  
Samstag, 15. Juli 2017  
10–14 Uhr  
Der Workshop regt dazu an, Buch und Text in Wechselwirkung und im historisch-interkulturellen Kontext als komplexe Poetik neu zu denken. Mit den Praktiken des Schreibens, Lesens, visuellen Gestaltens und Publizierens wird auch der Körper in dieses Neu-Denken einbezogen. Markante Buchbeispiele von der Buchrolle bis zum E-Book bilden konkrete Stationen der Untersuchungen. Den TeilnehmerInnen wird eine Vorstellung von der Bedeutung verschriftlichter Erinnerungskultur für die Ordnung einer Gesellschaft und als Basis von Kunst/Gestaltung vermittelt. Sie entwickeln ein Verständnis für komplexe Zusammenhänge und Wechselwirkungen und werden ange-regt, diese als Quellen künstlerischer Gestaltung und Forschung zu erkennen und zu nutzen.  
220 Euro Normalpreis  
140 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende  
Anmeldung bis 4. Juli 2017

## VORTRAG SO LIEBEN KUNDEN DEINE MARKE – DIE 7 ERFOLGSFAKTOREN

Emir Dedic  
designforum Wien  
Mittwoch, 19. Juli 2017  
17–19 Uhr

Mit einer Mischung aus guter Krea-tion, richtiger Einstellung, Motivation und Anziehungskraft kommt man zuverlässig zu guten Ergebnissen. Was macht begehrte Marken so besonders? Hier erfährt man, wie sich KundInnen mit einer Marke iden-tifizieren, die Marke als Botschafter wirkt und wie man sich und sein Unternehmen zielführend verkauft.  
45 Euro Normalpreis  
20 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende  
Anmeldung bis 7. Juli 2017

## VORTRAG SOCIAL MEDIA MARKETING

Klaus Heller  
designforum Wien  
Montag, 4. September 2017  
17–19 Uhr  
Social Media haben die Welt stark verändert. Über drei Viertel unserer Onlinezeit verbringen wir in sozialen Netzwerken, um uns mit Freunden auszutauschen, aber auch, um uns mit Unternehmen zu verbinden: auch für kleinere Unternehmen die ideale Möglichkeit, mit ihrer Zielgruppe zu kommunizieren und Kundenbezie-hungen aufzubauen. Das richtige Social Network für die eigene Marke auszuwählen ist aber gar nicht so leicht. Hier wird erklärt, wie Social Media Marketing funktioniert, wie man Aufmerksamkeit für seine Marke generiert, Botschaften am besten platziert, potenzielle KäuferInnen auf seine Website bringt und wie man diese auch zu KundInnen macht.  
45 Euro Normalpreis  
20 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende  
Anmeldung bis 28. August 2017



WE  
DESIGN  
AUSTRIA

## STADT. LAND. SCHLUSS.

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

### WORKSHOP DU & DIE MEDIEN. GRUND- LAGEN DER PRESSEARBEIT

Christina Piki & Kristina Schubert-  
Zsilavec

designforum Wien

Donnerstag, 14. September 2017

10–15 Uhr (Mittagspause zur freien  
Verfügung)

In diesem Workshop werden Teil-  
nehmerInnen in die Grundlagen der  
Presse- und Medienarbeit (online/  
offline) eingeführt: Es geht um  
Medienverteiler, Presseaussendungen  
(Aufbau, Inhalt, Text), Journalisten-  
kontakte – speziell auf die Zielgruppe  
DesignerInnen und Kreativunter-  
nehmerInnen zugeschnitten. Der  
Workshop umfasst einen Theorie-  
und Praxisteil. Bitte eigenen Laptop  
mitbringen!

140 Euro Normalpreis

90 Euro designaustria-Mitglieder und  
Studierende:

Anmeldung bis 4. September 2017

Detaillierte Informationen sind den  
Websites und dem Folder zu ent-  
nehmen, der dieser Ausgabe beiliegt  
und das gesamte Programm bis  
Jahresende enthält. Wir bitten  
um rechtzeitige Anmeldung unter  
[projekte@designaustria.at](mailto:projekte@designaustria.at).

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

[www.designaustria.at/fortbildung](http://www.designaustria.at/fortbildung)

[www.designforum.at](http://www.designforum.at)

Das von designaustria-Mitglied Andreas Koop  
initiierte und konzipierte transdisziplinäre Symposium  
geht heuer in die zweite Runde und beschäftigt  
sich von **8. bis 10. November 2017** in der *Bayerischen  
Musikakademie Marktoberdorf im Allgäu* mit der  
Gestaltung eines guten Lebens auf dem Land.

Die Diskrepanz zwischen dem vermittelten und  
vermutlich auch geglaubten Bild vom Land gegen-  
über dem realen tut weh. Der ländliche Raum ver-  
liert spürbar an Qualität, ohne eine städtische zu  
gewinnen. Dieses Symposium versteht sich als  
kleiner Beitrag, diese Entwicklung ein Stück weit  
zum Positiven zu verändern. Zwei Ansätze machen  
das Symposium so speziell: zum einen der Glaube an  
die Gestaltbarkeit der Welt, was impliziert, dass sie  
auch anders aussehen könnte – nämlich besser,  
schöner, fairer, nachhaltiger, barrierefreier, gerechter;  
zum anderen die »Transdisziplinarität«, denn eine  
Disziplin allein kann nicht viel ausrichten, dazu sind  
die Probleme, mit denen Regionen und deren  
Menschen konfrontiert sind, zu komplex. Ziel ist es,  
vom Wissen und von der Einsicht zum Handeln und  
zur Umsetzung zu gelangen. Deshalb sprechen bei  
dieser Konferenz u. a. ein Informationsdesigner,  
ein Architekt, ein Whiskybrenner, ein Tourismus-  
experte, zwei Designforscherinnen, ein Biobauer,  
ein Social Designer, ein Klangforscher, ein Philosoph  
und ein Pfarrer.

Auf dem Programm stehen zudem moderierte  
»Ideenwerkstätten« für Kommunen, Institutionen  
und Unternehmen, in denen konkrete Aufgabenstel-  
lungen bearbeitet werden; ein Pecha-Kucha-Format,  
dessen beste Präsentation prämiert wird (Vorschläge  
werden gerne noch entgegengenommen – bitte  
Abstracts an [info@stadt-land-schluss.eu](mailto:info@stadt-land-schluss.eu)); Live-Musik,  
gute Gespräche, gute Laune und gutes Essen (regi-  
onal!). Die TeilnehmerInnen erwarten drei intensive  
Tage zum Austauschen, Zuhören, Mitmachen,  
Kennenlernen, Ideen-Entwickeln, Tanzen und  
Diskutieren. Die Unterbringung direkt in der Musik-  
akademie, in Hotels und Pensionen wird auf Anfrage  
organisiert. Alle Infos gibt's online. Auch Tickets  
können über die Website gebucht werden: ab 1. Juni  
2017. Prädikat: SEHR EMPFEHLENSWERT!

[www.stadt-land-schluss.eu](http://www.stadt-land-schluss.eu)



**Am 20. Juni 2017 kommt im Wiener Dorotheum Design unter den Hammer. Neben der regulären Versteigerung findet die von Designexpertin Gerti Draxler kuratierte Sonderauktion DESIGN FIRST mit besonders raren und begehrten Objekten statt. Wir freuen uns, dass sich darunter auch Arbeiten österreichischer GestalterInnen befinden. International zählt Michael Young zu den spannendsten Designern der jüngeren Generation. Mit viel Humor entwirft er für renommierte Hersteller Hundehütten, elektrische Geräte und klassische Möbel. Mehrere Arbeiten des in Hongkong stationierten Gestalters sind in der Sonderauktion vertreten.**

## SPIEL DES ZUFALLS

von Gerti Draxler

Vielfältig und vielschichtig ist die Arbeit Michael Youngs. Nichts Geringeres als der Surrealismus und dessen Spiel mit dem Zufall (Stichwort: Cadavre Exquis) standen Pate für einen Tisch, den er 2016 gemeinsam mit den Designern Richard Hutten und Jerszy Seymour im Auftrag des Kunstgewerbemuseums der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden fertigte. Das nach den Namensanfängen der Herren »Youhutseymatic Table« benannte Marmormöbel ist kein Ding für zarte Gemüter. In die dicke, helle Tischplatte sind in Kreisform bekannte Logos und Symbole in Stein intarsiiert. Von gestern bis heute findet sich da manches, was die Welt im Innersten zusammenhält: etwa Leonardo da Vincis Menschenmaß neben dem Atommodell, dem Dollarzeichen und dem »bekifften« Smiley der Band Nirvana. Die Platte ruht auf zwei groben, auf jeweils einer Seitenfläche sehr roh belassenen Platten – eine Verbindung von Kunst und gezähmter Natur. Bei seinem »Oxygen Chair« ist es Michael Young gelungen, den Werkstoff Aluminium mittels spezieller Techniken so zu bearbeiten, dass der Stuhl wie aus einem Naturmaterial gehauen erscheint. Young entwickelte Stahlwerkzeuge, mit deren Hilfe

geschmolzenem Aluminium unter extremem Druck hochoverhitztes Gas injiziert werden konnte. Das faszinierende Ergebnis ist ein steinähnliches Sediment. In einem weiteren Arbeitsschritt bekam jeder Sessel eine individuelle Farbgebung, ähnlich der Glasur beim Brennen von Keramik. Die hier sprichwörtlich zu sehende Verbindung von Technik und Form ist ganz auf der Höhe der Zeit. [www.dorotheum.at](http://www.dorotheum.at)

- 1** Michael Young, Richard Hutten, Jerszy Seymour: »Youhutseymatic Table« 2016
- 2** Thomas Feichtner: »Carbon Chair«
- 3** Dino Silvestri: Sitzobjekt »Apollo 12«, 1969, Acrylglas-Elemente
- 4** Zaha Hadid, Stühle »Monsoon«, 1989/90, Stahl, Schaffell



1



2



3



4

### DESIGN FIRST

Dienstag, 20. Juni 2017, 17 Uhr

## AUFRUF ZUR DESIGNAUSTRIA- ONLINE-AUKTION: CONTEMPORARY AUSTRIAN DESIGN

### DOROTHEUM

SEIT 1707

Zum Ersten, zum Zweiten, zum Dritten! Das Dorotheum lädt die ProduktgestalterInnen und IndustriedesignerInnen von designaustria ein, die eigenen Arbeiten ab sofort zu einer ihnen exklusiv gewidmeten Online-Auktion einzubringen, die *Anfang Dezember 2017* (der genaue Termin wird im Sommer bekannt gegeben) stattfinden wird: Zur Versteigerung kommen ausschließlich Objekte, die von designaustria-Mitgliedern gestaltet wurden! Thematisch sind keine Grenzen gesetzt: Vom Möbeldesign über gestaltete Gebrauchsgegenstände bis hin zur angewandten Kunst ist alles willkommen, egal ob industrielles Serienprodukt, Objekt aus einer limitierten Kleinserie oder Einzelstück, aktuelle oder ältere Entwürfe, Künstlerisch-Experimentelles oder Funktionales. Als besonderer Benefit zur Premiere kommt für designaustria-Mitglieder kein Fotobeitrag zur Verrechnung, und es besteht kein Kostenrisiko bei Nicht-Verkauf.

Und so funktioniert's:

- Senden Sie Fotos der Objekte, die Sie einbringen möchten, möglichst bald, allerspätestens bis **30. September 2017** an Dorotheum-Designexperten Mathias Harnisch:  
[Mathias.Harnisch@dorotheum.at](mailto:Mathias.Harnisch@dorotheum.at)



- Legen Sie pro Objekt folgende Informationen bei: Name/Bezeichnung des Produkts, Entwurfs-/Produktionsjahr, ggf. Hersteller, Materialien, Maße, evtl. Referenzpreise, ggf. Kurzbeschreibung stilistischer/funktionaler Besonderheiten (max. 500 Zeichen)
- Der Schätzwert wird in Absprache mit Mathias Harnisch festgelegt: je niedriger der Ausrufpreis, desto größer die Chance auf eine hohe Ansteigerung!
- Die Objekte müssen 1 Monat vor Auktionstermin (etwa Ende Oktober) ins Palais Dorotheum nach Wien angeliefert werden.

In Sachen Design ist das Dorotheum Pionier: Es zählt zu den ersten Auktionshäusern, die der Sparte eigene Auktionen gewidmet haben, und führt seit Jahren viel beachtete Designauktionen durch. Entsprechend groß und international sind das Netzwerk des Dorotheums und das zu erwartende Bieterinteresse. Besondere Aufmerksamkeit ist Ihren Produkten also gewiss. Und BieterInnen haben die Möglichkeit, vor Weihnachten ein besonderes Geschenk zu ersteigern... Rückfragen an: [brigitte.willinger@designaustria.at](mailto:brigitte.willinger@designaustria.at), [Mathias.Harnisch@dorotheum.at](mailto:Mathias.Harnisch@dorotheum.at)

## LADIES, WINE & A BIT OF DESIGN IM DESIGNFORUM WIEN

Vor knapp einem Jahr hat die New Yorker Grafikdesignerin Jessica Walsh von Sagmeister & Walsh mit »Ladies, Wine & a bit of Design« eine Gesprächsreihe initiiert, die das Netzwerken und den kreativen Austausch unter Frauen forciert. Die monatlichen Runden sollen einen nachhaltigen Austausch in Gang setzen – seien es kreative oder geschäftliche Belange, die der Designberuf mit sich bringt. Die Grafikdesignerin Maria Lechner hat Walshs Konzept



Anfang 2016 nach Wien geholt und bereits eine ganze Reihe von packenden Veranstaltungen auf die Beine gestellt, u. a. mit Star-Bloggerin Madeleine Alizadeh alias dariadaria, Designerin Anna Fahrmaier und Illustratorin Sandra Reichl. Am **17. Juli 2017** um 19 Uhr ist **Bettina Steindl**, Leiterin designforum Wien, Gastgeberin des Talks, der auch an ihrer Wirkungsstätte stattfinden wird. Die studierte Betriebswirtschaftlerin, die sich dem Projektmarketing und der Kommunikation im Kunst- und Kulturbereich verschrieben hat, wird an diesem Abend über das Thema »Frauen & Leadership« sprechen: Was braucht es, um als Frau »Karriere« zu machen, welche Tools helfen einem dabei, welche Schwierigkeiten gibt es? Siehe auch die weiteren Termine auf der Veranstaltungswebsite!

[www.ladieswinedesign-vie.at](http://www.ladieswinedesign-vie.at)

 Bettina Steindl,  
Leiterin designforum  
Wien



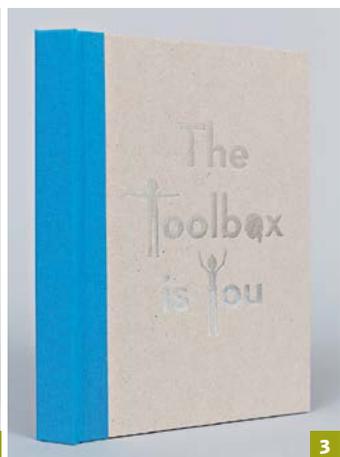
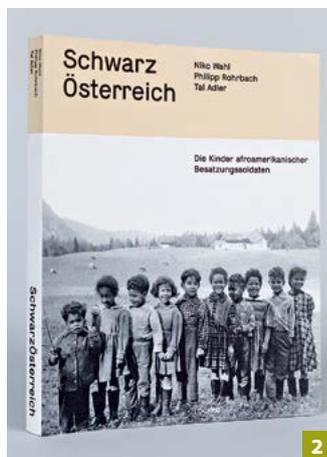
## ERFOLGE

NICHT NUR ZUM LESEN:  
DIE SCHÖNSTEN BÜCHER  
ÖSTERREICHS 2016Die  
schönsten  
Bücher  
Österreichs

Beim diesem Wettbewerb werden Bücher für ihre gestalterische und herstellerische Qualität ausgezeichnet. Damit soll dieser maßgebliche Bestandteil der Buchproduktion an die Öffentlichkeit gebracht und ihm die Anerkennung verschafft werden, die ihm gebührt. Die Bewertung der eingereichten Bücher, die in Österreich entweder verlegt oder gedruckt und gestaltet worden sein müssen, nimmt

dringlich und rhythmisch ineinander. Wie ein Film ist dieses Buch spannend und abwechslungsreich aufgebaut, der dokumentarische Charakter und die klare Struktur verleihen ihm zusätzlichen Reiz. Dabei wird jedoch immer respektvoll mit dem Material umgegangen.« Die dritte und letzte höchste Auszeichnung erhielt das Lehrbuch *The Toolbox is You*, herausgegeben von Osterloh – Verein für Achtsam-

- 1** studio VIE: Buchgestaltung »aufSÄTZE! Essays zur Poetik, Literatur und Kunst«
- 2** Manuel Radde: Buchgestaltung »Schwarz Österreich – Die Kinder afroamerikanischer Besatzungssoldaten«
- 3** Katrina Wiedner: Buchgestaltung »The Toolbox is You«
- 4** Wolfgang Hartl, Erika Friedl: Buchgestaltung »Asagan. Neue Geschichte(n)«
- 5** Bucharchitektur Kathrin Schmuck: Buchgestaltung »Die Antwort des Bildes«
- 6** August Kocherscheidt: Buchgestaltung »Eine andere Art von Schönheit«
- 7** Lichtwitz Leinfellner visuelle Kultur: Buchgestaltung »Filmlandschaft Niederösterreich«
- 8** Michael Rudolph: Buchgestaltung »Frida Parmeggiani – Kostümabstraktionen«
- 9** Matthias Kronfuß: Buchgestaltung »In Paradisum«
- 10** 3007/Eva Dranz, Jochen Fill: Buchgestaltung »Kunstraum Schloss Buchberg am Kamp«
- 11** Yvonne Rüscher: Buchgestaltung »Oskar Leo Kaufmann – 69 Projekte 2012–1996«



eine interdisziplinäre Fachjury vor, der in diesem Jahr Zita Bereuter (Journalistin/Gestalterin), Tina Frank (Gestalterin), Markus Hanzer (Gestalter), Andreas Koop (Gestalter), Stefan Mödritscher (Buchhändler) und Johannes Schlebrügge (Verleger) angehörten. Sie vergab drei dotierte Staatspreise sowie Ehrenurkunden für weitere zwölf Titel. Alle prämierten sowie weitere in die Endauswahl gelangten Bücher lagen bis Anfang April in einer Ausstellung im designforum Wien zum Blättern, Betrachten und Lesen auf. Für alle, die nicht kommen konnten, stellen wir hier die drei Hauptpreisträger sowie die Shortlist noch einmal vor:

Einer der Staatspreise ging an den Band *aufSÄTZE! Essays zur Poetik, Literatur und Kunst* von Ferdinand Schmatz, gestaltet von *studio VIE* (Verlag: De Gruyter/ Druck: Remaprint – Litteradruck). Die Jury dazu: »Die kleinsten Bauteile der Sätze korrelieren mit der Reduktion auf das Wesentliche im Buch selbst. Durch Gestaltung mit Buchstaben wird die Ausdruckskraft von Worten hervorgehoben. Diese Ausdrucksstärke wird auch durch die Materialität betont.« Einen weiteren Hauptpreis gab es für den von *Manuel Radde* visuell umgesetzten Ausstellungskatalog des Volkskundemuseums Wien *Schwarz Österreich – Die Kinder afroamerikanischer Besatzungssoldaten* (Verlag: Löcker, Druck: General Druckerei, HU), mit folgender Begründung: »In dieser lebendig gestalteten Collage fügen sich Text und Bild unauf-

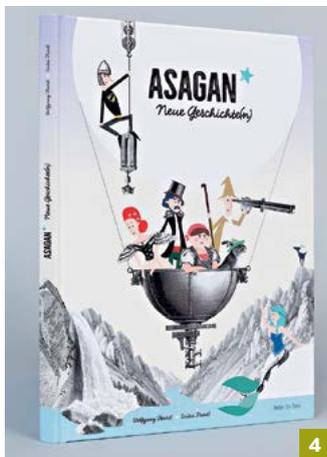
keit (D) & GLOBART – Denkwerkstatt für Zukunftsthemen und grafisch umgesetzt von *Katrina Wiedner* (Eigenverlag, Druck: Gugler): »Themen, Übungen und Anleitungen zum Achtsamkeitstraining werden auf anschauliche, erfindungsreiche Weise vermittelt. Die Typografie ist klar und gut lesbar. Die nahezu durchgängige Zweisprachigkeit funktioniert in dieser Publikation bestens. Das farbige Leitsystem, die feinen, freundlich gestalteten Infografiken, übersichtliche Raster und gefällige Illustrationen machen diese Gebrauchsanweisung zu einem Lesevergnügen.«

In der Auswahl der Besten finden sich außerdem: das Kinderbuch *Asagan. Neue Geschichte(n)* von *Wolfgang Hartl*, gestaltet im Atelier am Stein vom Autor selbst und *Erika Friedl* (Eigenverlag, Druck: Gutenberg Druck); der Fotoband *Die Antwort des Bildes* von Verena von Gagern-Steidle, gestaltet von *Bucharchitektur Kathrin Schmuck* (D) (Verlag: FOTOHOF edition, Druck: Grasl FairPrint); der Fotoband von *Elfie Semotan* *Eine andere Art von Schönheit*, gestaltet von *August Kocherscheidt* (Verlag: Brandstätter, Druck: Grasl FairPrint); der Band *Filmlandschaft Niederösterreich* des Amtes der NÖ Landesregierung/ Abteilung Kunst und Kultur zur Filmförderung des Bundeslandes, gestaltet von *Lichtwitz Leinfellner visuelle Kultur* (Eigenverlag/Druck: Gugler); der Ausstellungsbegleiter *Frida Parmeggiani – Kostümabstraktionen*, herausgegeben von Universität

- 12** Viktoria Mannsberger: Buchgestaltung »richtig streiten. keine Anleitung«
- 13** Raffael Strasser: Buchgestaltung »Sammlung Strasser – Ausgewählte Fossilien«
- 14** Bueronardin: Buchgestaltung »Topo-graphie der Erinnerung«
- 15** Michael Karner: Buchgestaltung »Wie viel Erde braucht der Mensch? Lebensspuren eines Bergbauern«
- Mozarteum Salzburg & Kunst Meran und gestaltet von *Michael Rudolph* (D) (Verlag: Schlebrügge Editor/ Druck: Gallery Print, D); der Roman *In Paradisum* von Yves Petry, gestaltet von *Matthias Kronfuß* (Verlag: Luftschacht, Druck: Finidir s.r.o., CZ); die Edition *Kunstraum Schloss Buchberg am Kamp*, herausgegeben von Gertraud und Dieter Bogner und gestaltet von *3007/Eva Dranaz, Jochen Fill* (Verlag: Verlag für moderne Kunst, Druck: Remaprint – Litteradruk); die Monografie *Oskar Leo Kaufmann – 69 Projekte 2012–1996*, gestaltet von *Yvonne Rüschler* (Verlag: Park Books AG, CH, Druck: Buchdruckerei Lustenau); die Sonderproduktion *richtig streiten. keine Anleitung*, konzipiert und gestaltet von *Viktoria Mannsberger* (Eigenverlag, Höhere Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt); der Band *Sammlung Strasser – Ausgewählte Fossilien* von Walter Strasser, gestaltet von *Raffael Strasser* (Eigenverlag, Druck: Remaprint – Litteradruk); der Essay-Band *Topografie der Erinnerung*

von *Martin Pollack*, gestaltet von *Bueronardin* (Verlag: Residenz Druck: CPI Moravia Books s.r.o., CZ); und der Fotoband *Wie viel Erde braucht der Mensch? Lebensspuren eines Bergbauern* von Wilfried F. Noisternig, gestaltet von *Michael Karner* (Verlag: Tyrolia, Druck: Theiss).

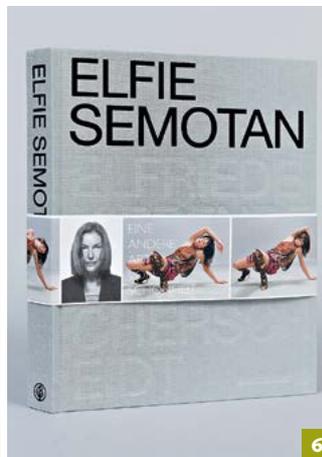
Der nationale Wettbewerb ist die Voraussetzung für eine Teilnahme österreichischer Verlage und GestalterInnen bei den *Schönsten Büchern aus aller Welt*, wo die PreisträgerInnen ihre Druckwerke in Wanderausstellungen einem internationalen Publikum präsentieren können. Alle schönsten Bücher Österreichs werden mit vollständigen Jurybegründungen und umfassend abgebildet auf der Website des Veranstalters vorgestellt: [www.schoenstebuecher.at](http://www.schoenstebuecher.at)



4



5



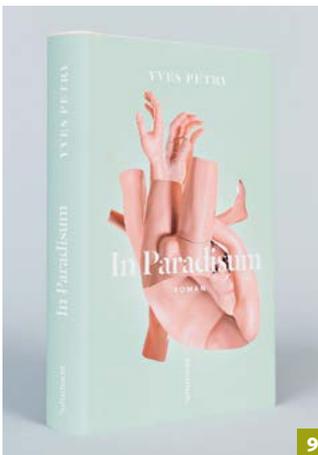
6



7



8



9



10



11



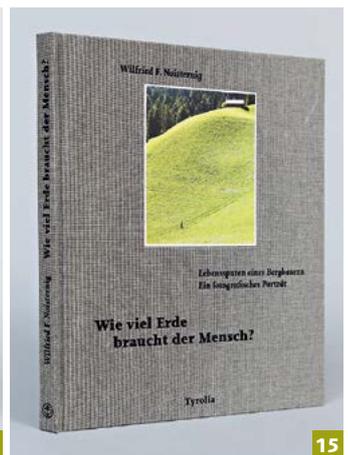
12



13



14



15

# SCHLAG MICH AN: 100 BESTE PLAKATE 16 – DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH, SCHWEIZ



Die GewinnerInnen des Wettbewerbs um die besten Plakatdesigns des Jahres 2016 aus dem deutschsprachigen Raum stehen nach der Jurysitzung im Medienhaus der Universität der Künste Berlin fest. Dem Komitee der PreisrichterInnen, prominent und kompetent besetzt mit Alain Le Querrec (Frankreich/Vorsitz), *Eva Dranaz* (Österreich), Prof. Markus Dreßen (Deutschland), Stefan Guzy (Deutschland) und Martin Woodtli (Schweiz), lagen nach der Online-Vorauswahl 814 Plakate – 406 Einzelplakate und 122 Serien mit 408 Einzelplakaten – von 305 EinreicherInnen – davon 170 aus Deutschland, 120 aus der Schweiz und 15 aus Österreich – zur finalen Beurteilung vor.

Am Wettbewerb hatten sich 632 – darunter 183 studentische – EinreicherInnen (393 aus Deutschland, 195 aus der Schweiz und 45 aus Österreich) mit insgesamt 2116 Plakaten beteiligt. Nach Ländern gliedern sich die prämierten 100 Plakate und Plakatserien, die als gleichwertige Sieger gelten, wie folgt: 49 aus Deutschland, 49 aus der Schweiz und – bescheidene – zwei aus Österreich. Dabei handelt es sich um 82 Auftragsarbeiten, sechs Eigenaufträge bzw. (experimentelle) Autorenplakate und zwölf studentische Projektaufträge. Im Verhältnis zur Zahl der Einreichungen bleibt die Schweiz wie schon in den Jahren zuvor unangefochtener Sieger. Die Ehre Österreichs retteten *Benjamin Buchegger* von Beton ([www.typischbeton.com](http://www.typischbeton.com)) mit dem farbenfrohen Plakat *Mai Frische* für eine Gruppenausstellung der

Hochschule für Grafik und Buchkunst Leipzig in Luzern und *Wolfgang Ortner*, *Thomas Steiner* und *Sarah Oos* von *OrtnerSchinko* ([www.ortnerschinko.com](http://www.ortnerschinko.com)) mit der reduziert-unfarbigen Serie *The Future Sound* zu einer monatlichen Club-Reihe für den Kulturverein Stadtwerkstatt in Linz. Um die österreichische Beteiligung im kommenden Jahr etwas aufzufetten, wird designaustria die vier Geburtstagsplakate, die wir in diesem Jahr zum 90-jährigen Jubiläum bekommen haben bzw. noch bekommen werden, zur nächsten Wettbewerbsrunde einreichen. Und natürlich geben wir die Hoffnung nicht auf, dass sich Österreichs PlakatgestalterInnen einen Ruck geben und ebenfalls mitmachen: Zeigen wir, dass die österreichische Plakattradition gegenwartstauglich ist!

Das Erscheinungsbild zum Wettbewerbsjahrgang 2016 stammt von *Yuan Wang* von der Hochschule für Gestaltung Offenbach (Betreuung: Prof. Sascha Lobe).

Die Eröffnung der Auftaktausstellung mit der Präsentation aller 100 Plakate und des begleitenden Jahrbuchs (Verlag Kettler), findet am **15. Juni 2017** im Kulturforum Potsdamer Platz der Staatlichen Museen zu Berlin statt. Die Schau macht anschließend in Essen, Nürnberg, La Chaux-de-Fonds, Luzern, Wien und Zürich Station. Aktuelle Informationen zu den Ausstellungen, die Übersicht aller 100 Gewinnerplakate und ein umfassendes Online-Archiv gibt es im Internet: [100-beste-plakate.de](http://100-beste-plakate.de)

- 1 Benjamin Buchegger/  
Beton: Ausstellungs-  
plakat »Mai Frische«
- 2 Wolfgang Ortner,  
Thomas Steiner, Sarah  
Oos/OrtnerSchinko:  
Plakatserie »The  
Future Sound«



1



2



# das sind Corporate Papers auf höchstem Niveau.

Ein umfassendes Sortiment unterschiedlicher Oberflächen, Weiß-Nuancen sowie passende Briefhüllen erfüllen all Ihre Anforderungen an hochwertige Naturpapiere.

Bevorzugtes  
Papier von  
**designaustria**®



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

antalispaper.com  
Just ask Antalis

# PAPIERPARTNER ANTALIS

**Antalis, Europas führender Großhändler für Papier, Verpackungslösungen und Visual Communications, setzt in seiner Unternehmensphilosophie und Unternehmensführung auf Service, Qualität, Vielfalt, Umwelt und Kreativität, stets darauf bedacht, neue Entwicklungen wahrzunehmen und am Puls der Zeit zu handeln. Das Unternehmen operiert in 43 Ländern und hat 2016 1,5 Millionen Tonnen Papier an über 123.000 Kunden ausgeliefert. Seit vielen Jahren unterstützt Papierpartner Antalis Kreativpartner designaustria als Sachsponsor und ermöglicht mit großzügigen Papierlieferungen viele unserer Druckprodukte. Wir haben Marketingmanagerin Julia Schmidt von Antalis ein paar Fragen zum Trägermedium Papier gestellt.**



*Was kann Papier zu einem gelungenen Design beitragen?*

Papier kann in meinen Augen Design abrunden, noch aussagekräftiger und erlebbar machen, vor allem, weil es auch andere Sinne als das Visuelle anspricht. Gerade in unserer digitalen Welt finde ich es schön, sich auf die Haptik eines Produktes, auf das Fühlen und Tasten, zurückzubedenken und Design wirklich mit allen Sinnen zu erfahren. Es fasziniert mich immer wieder, wie unterschiedlich ein und dasselbe Design auf verschiedenen Oberflächen wirken kann und wie Papier dabei helfen kann, die Aussage des Designs zu verstärken.

*Kann sich Papier im digitalen Zeitalter behaupten?*

Für mich ganz klar ja. Vielleicht nicht mehr in dem Ausmaß der vergangenen Jahrzehnte, aber eine Welt ohne Papier ist für mich schlecht vorstellbar. Im Gegenteil, ich habe das Gefühl, dass es in manchen Bereichen wieder zu einer Rückbesinnung kommt und Gedrucktes einen neuen Stellenwert erhält. Besonders hochwertige Drucksorten und das

**1** Schreiben mit der Hand scheinen gerade im Trend zu sein. Und auch beim Buch hat die Papierform nach wie vor ihre Daseinsberechtigung. Es gibt einige interessante Studien dazu, dass Lesen und Lernen von Papier nach wie vor der beste Weg sind, sich Dinge einzuprägen. Ich denke und hoffe also, dass Papier auch im Bildungs- und Informationsbereich weiterhin eine Rolle spielen wird.

*Antalis & Design: Welche Rolle spielen Kreativität und Gestaltung in der Unternehmensphilosophie von Antalis?*

Papier als wichtiges Element in der Gestaltung steht bei Antalis besonders im Fokus. Unsere Initiative »Creative Power« ist eine unserer strategischen Säulen, mit der wir versuchen, die enorme Vielseitigkeit von Papier aufzuzeigen und die ganze Bandbreite des Sortiments zu präsentieren. Uns ist auch enorm wichtig, gerade bei unseren eigenen Drucksorten zu zeigen, was man mit und aus Papier alles machen kann. Wenn nicht wir vielfältige und kreative Druckprodukte produzieren, wer dann? Besonders freut mich, wenn durch das Papier und dem daraus entstandenen Produkt Gespräche entstehen, wie zum Beispiel durch die Flügelmappen, in denen unser Musterservice aktuell A4-Muster versendet. Die haben schon zu vielen interessanten Diskussionen geführt.

*Was bewegt Antalis dazu, designaustria seit vielen Jahren als Papiersponsor zu unterstützen?*

designaustria bietet uns eine großartige Plattform, mit Österreichs Kreativen in Dialog zu treten. Zudem halte ich designaustria als Interessenvertretung und Wissenspool der heimischen Designszene für enorm wertvoll und schätze die Arbeit des Teams sehr. Daher freue ich mich, wenn wir hier und da unterstützend zur Seite stehen können.

*Was ist das Besondere am Papiersortiment von Antalis?*

Ich denke, vor allem die Breite und Vielfalt unseres Sortiments machen es besonders. Speziell im

*Julia Schmidt hat Internationales Business- und Kommunikationsmanagement studiert. Nach kurzen Ausflügen in die Sozial- und Marktforschung und ins Konferenzmanagement ist sie 2008 beim Papier und bei Antalis gelandet. Seit 2013 leitet sie die Abteilung Marketing und Kommunikation und seit 2016 auch den strategischen Einkauf für Österreich und Slowenien. Damit ist sie auch für die Gestaltung des Sortiments verantwortlich und beschäftigt sich intensiv mit den Entwicklungen in der Branche. Ein besonderes Anliegen ist ihr die Nachhaltigkeit der Produkte des Unternehmens.*

Bereich der Spezialitäten und Feinstpapiere können wir unseren Kunden ein großartiges Angebot machen. Wir bieten zum Beispiel das gesamte Sortiment (über 4000 Spezifikationen) unserer Schwester ArjoWiggins Creative Papers an, darunter Klassiker wie Conqueror und Rives oder die ganz speziellen Oberflächen der Curious Collection oder das neue Digital Sortiment. Wir arbeiten aber auch eng mit anderen Lieferanten zusammen und versuchen dabei die speziellsten Wünsche für unsere Kunden möglich zu machen.

*Welches Service können Kreative erwarten, wenn sie sich auf der Suche nach einem geeigneten Papier an Antalis wenden?*

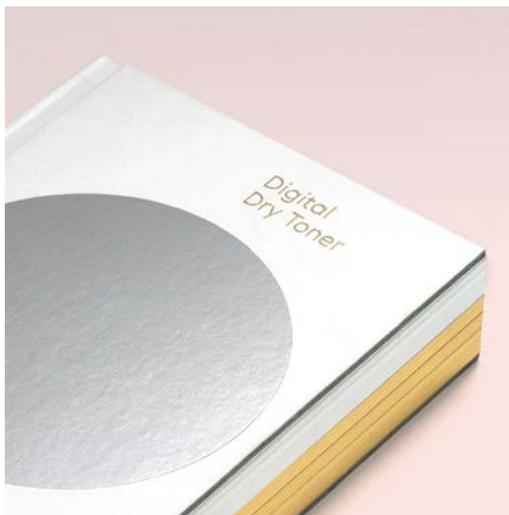
»Just ask Antalis« soll nicht nur als Claim unter unserem Namen stehen, sondern ist wirklich als Aufforderung zu verstehen, mit allen Fragen zum Thema Papier zu uns zu kommen. Mit unserem Back-selling-Service bieten wir persönliche Beratung bei Kreativen vor Ort an, nicht nur, um unsere Ansprechpartner mit den neuesten Musterkollektionen zu versorgen, sondern auch, um bei Projekten und der Papierwahl beratend zur Seite zu stehen. Unser Musterservice hilft ebenfalls gerne bei der Papierauswahl – alle unsere Produkte sind als A4-Muster

bei uns vorrätig und können jederzeit versendet werden. Wir produzieren zudem eine Vielzahl an Musterfächern, Swatchbooks, bedruckten Mustern und Katalogen, um sie Designerinnen und Designern zur Verfügung zu stellen. Außerdem bieten wir Schulungen zu verschiedenen Themen an – gerade arbeiten wir zum Beispiel an einem Event zum Thema Veredelung und Spezialpapiere im Digitaldruck.

*Gibt es ein Papier, das euch aktuell besonders am Herzen liegt?*

Das ist eine schwierige Frage – schlägt mein Herz doch für alle unsere Produkte. Die Olin Range ist mir als eine Produktfamilie, die wir bei Antalis entwickelt und über die Jahre immer weiter ausgebaut haben, natürlich besonders wichtig. Zurzeit kann ich mich aber im Besonderen für leicht strukturierte, voluminöse und sehr natürlich anmutende Materialien begeistern. Curious Matter kommt mir hier sofort in den Sinn, das mit seiner außergewöhnlich rauen Haptik wirklich zum Angreifen einlädt. Sehr schön finde ich auch no color no bleach aus dem Hause Gmund, das wir unseren Kunden seit diesem Jahr neu anbieten können. In diesem Sinn freue ich mich darauf, mit Olin Bulk noch dieses Jahr die nächste Erweiterung der Olin-Familie präsentieren zu dürfen.

- 1 Musterbox »Creative Paper in the Digital Age«
- 2 ArjoWiggins Creative Papers
- 3 Papiermuster »Digital Range«



2

3



## IMPRESSUM

**HERAUSGEBER UND VERLEGER:** designaustria, DA, gegründet 1927, ist die Berufs- und Interessenvertretung sowie das Informations- und Wissenszentrum für Design und engagiert sich für Österreich als Designation. designaustria vertritt nationale Interessen in internationalen Organisationen und ist Mitglied des International Council of Design (Ico-D), der World Design Organization (WDO) und des Bureau of European Design Associations (BEDA).

**VORSTAND:** Benno Flotzinger, Martin Föbtleitner, Anna Maislinger, Jürgen Schremser  
**GESCHÄFTSSTELLE:** designaustria im designforum Wien, MQ, Museumsplatz 1/Hof 7, 1070 Wien, Telefon (01) 524 49 49-0, Fax (01) 524 49 49-4, E service@designaustria.at, www.designaustria.at. Managing Director: Prof. Severin Filek. Team: Birgit Gartner (Members & Finance), Tamara König (Communications & International Projects), Heidi Resch (Project Management), Sibel Sermet (Web Management), Bettina Steindl (Head designforum Wien), Katrin Weber (Internship), Judith Weiß (Project Management), Brigitte Willinger (Managing Editor)

**REDAKTION:** Brigitte Willinger und Severin Filek, Museumsplatz 1, 1070 Wien

**FOTOS:** Die Rechte liegen bei den beitragenden DesignerInnen, AutorInnen, Institutionen, VeranstalterInnen, Verlagen etc. bzw. bei deren FotografInnen. Namentlich wurden genannt: Micha Gerersdorfer (Kunsthochschule Linz/Open House), Stummerer/Hablesreiter/Koeb/Akita (Food Design/NDU), Jana Madzigon (Gruppenfoto JBS16),

Patricia Weißkirchner (Teenbeat Club), Geopho (Design Made in Austria. Sold Worldwide/ Ausstellungseröffnung designforum Steiermark), Paul Ott (Tisch- und Stehleuchte »Wood Light«), Martin Pabis (Hochbett »Amber in the Sky«), Andreea Sasaran (Hängeleuchte »Crochet«), Florian Voggeneder (Hocker »Leo«)

**LAYOUT UND ARTDIREKTION:** Sandra Steiger, zeitmaß, Kandlgasse 16, 1070 Wien

**PAPIER:** Olin Regular absolute white, Cover: 250 g/m<sup>2</sup>, Kern: 120 g/m<sup>2</sup>, zur Verfügung gestellt von Antalis Austria GmbH, Businesspark Marximum, Modecenterstraße 17/Objekt 2, 1110 Wien, www.antalis.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

# DOROTHEUM

SEIT 1707

Auktionen 20. Juni 2017

**DESIGN 14 UHR**  
**DESIGN FIRST 17 UHR**

Palais Dorotheum, Wien  
Dr. Gerti Draxler, [gerti.draxler@dorotheum.at](mailto:gerti.draxler@dorotheum.at)  
Mathias Hamisch M.A., [mathias.hamisch@dorotheum.at](mailto:mathias.hamisch@dorotheum.at)  
[www.dorotheum.com](http://www.dorotheum.com)

*Zaha Hadid, „Moonsoon“ Chairs, 1989/90, € 40.000 – 60.000*

