

designaustria® mitteilungen

90 Jahre designaustria: Plakat »DA DA DA (LAYOUTANSICHT)« von 3007 |
Warnhinweis »Achtung: Gutes Design kann dich überleben!« –
Drei Generationen Grafikdesign | Joseph Binder Award 2018: Call for Entries |
Rückschau: Factor Studiogespräche & Stadt. Land. Schluss. | Studioporträt:
Johannes Scherr Design | Ausstellung designforum Wien: The Orange Age |
Staatspreis Design & Sonderpreis DesignConcepts 2017 und
Romulus-Candea-Preis 2017: Die Ergebnisse

1.2.3.4 2017

we
design
austria

LAYOUTANSICHT



INHALT



04 90 JAHRE DESIGNAUSTRIA

- 04 »DA DA DA (LAYOUTANSICHT)« – Ein Plakat für designaustria von 3007
- 06 Clemens Heider: Warnhinweis »Achtung: Gutes Design kann dich überleben!« – Drei Generationen Grafikdesign
- 09 Typejockeys: Logo »90 Jahre designaustria«

10 JOSEPH BINDER AWARD

- 10 Call for Entries 2018

12 DESIGNFORSCHUNG

- 12 Laura Popplow: »Design + Research + Society: Future-Focused Thinking«
- 14 Ulrich Brandstätter: »Produktives Spielen – PhD-Projekt an der Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz

16 RÜCKSCHAU

- 16 Brigitte Willinger: Das war Stadt. Land. Schluss. 2017
- 18 Christian Thomas: Welches Eis? Über das Querdenken von Marken

19 DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

- 19 Zum 90-jährigen Jubiläum: Kalkulation, Honorar und neue Services
- 20 |design|er|leben| #17: Ernst W. Beranek – Ein Leben mit Design
- 20 TTIP: Graphics Go Politics!

21 NACHRUF

- 21 Ein vielseitiger Gebrauchsgrafiker: Rudolf Thron (1919–2017)

22 DESIGNAUSTRIA- STUDIOPORTRÄT

- 22 Johannes Scherr Design

24 MEMBERS@WORK

- 24 Jeder hat EINEN in der Tasche
- 24 Erste Briefmarke aus HOLZ
- 25 Tradition im neuen KLEID
- 25 Gut VERPACKT
- 26 Neue DURCHblicke
- 26 Material- und FormenVIELFALT
- 27 Ganz auf SCHIENE
- 27 Schön POPPIG
- 28 SCHAUstellungen
- 28 Verschrobene DRAUFgängerin
- 29 LIEBE zum Porzellan
- 29 ERZÄHLEN mit Graphic Recording

30 AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

- 30 Ausstellung designforum Wien: The Orange Age
- 31 100 beste Plakate 16. Deutschland Österreich Schweiz
- 33 Workshops und Fortbildungsprogramm Januar – März 2018
- 34 Neues von den Now-Labs

35 ERFOLGE

- 35 Best of Austrian Design: Staatspreis Design & Sonderpreis Design Concepts 2017
- 38 Ins Bild gesetzt: Romulus-Candea-Preis 2017
- 40 Österreichisches Industriedesign hat gepunktet: Red Dot Award: Product Design 2017

- 43 MATERIAL & BEDARF
Europapier Austria & Mondi Group

- 42 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

Mit einem rauschenden 90-Jahr-Fest hat designaustria am 1. Dezember den Winter begonnen. Das *90-jährige Jubiläum* unseres 1927 gegründeten Berufsverbands bildet noch einmal den Schwerpunkt dieser letzten Ausgabe der »designaustria-Mitteilungen« des heurigen Jahres. *Clemens Heider*, ehemaliges Vorstandsmitglied und Gründer der *init_cd*, steuert dazu einen Text bei, die *Typejockeys* haben für die Jubiläumsveranstaltung ein Logo gestaltet, und *3007* beschert uns das letzte Geburtstagsplakat. Herzlichen Dank an alle unsere GratulantInnen!

Im Dezember starten wir auch mit der Ausschreibung des *Joseph Binder Award 2018*, die dieser Ausgabe in gedruckter Form beiliegt. Für den visuellen Auftritt des von designaustria 1996 lancierten internationalen Wettbewerbs für Grafikdesign & Illustration zeichnet diesmal das Grazer Designstudio *Bruch – Idee & Form* verantwortlich. Das Motto »Farbe und Form sind unzertrennlich« ist dazu geeignet, mit einer Vielfalt an Sujetvarianten zu spielen, die hoffentlich dazu anregt, die eigenen Arbeiten einzureichen. Wer dies bis **28. Februar 2018** tut, profitiert von ermäßigten Teilnahmegebühren.

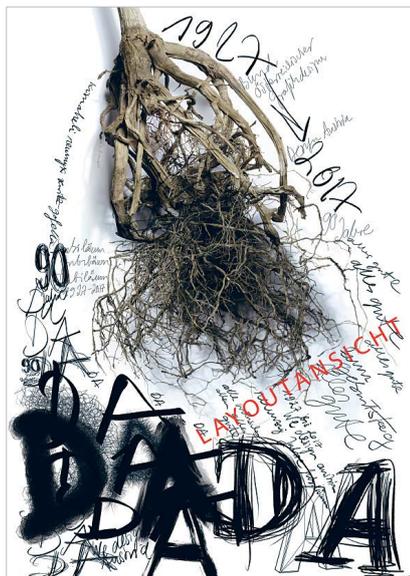
Im *designforum Wien*, wo die Ausstellung *The Orange Age* an die farbenfrohen 1970er-Jahre erinnert, bietet designaustria über den Winter ein buntes Programm an Vorträgen und Workshops, mit dem wir zu einer erfolgreichen Designpraxis unserer Mitglieder beitragen wollen.

Wir wünschen angenehme und erholsame Feiertage und ein gutes Jahr 2018!

--- **Die Redaktion**

we
design
austria

3007: Jubiläumsplakat
»DA DA DA [Layoutansicht]«



Das Plakat von 3007 wurde auf *Munken Kristall 150 g/m²* von *Arctic Paper* gedruckt.

Die Tradition der beliebten »*Munken Agenda*« geht weiter! Die neue »*Munken Agenda Illuminate 2018*« – in limitierter Auflage, jetzt erhältlich unter: info-at@arcticpaper.com



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

In diesen Tagen wird viel über Politik gesprochen, aber selten führen diese Gespräche zu etwas. Während die einen jubeln, ist die Stimmung bei den anderen im Keller. Und ich frage mich: Geht es nicht ohne Lager? Wie funktioniert Demokratie? Und was ist eigentlich die Aufgabe von Politik?

Politik verwaltet die Gegenwart und denkt in Wahlperioden. Erwarten wir uns aber nicht eher, dass sie die Zukunft gestaltet? Sie beschränkt sich auf Einzelteile: Auf Wirtschaft und Steuern, soziale Gerechtigkeit und Freiheit, Bildung oder Klimaschutz. Aber geht es nicht ums große Ganze? Ja, die reale Welt ist komplex!

Deshalb sollten wir uns einmischen! Denn DesignerInnen haben das Potenzial, Zusammenhänge zu erfassen, Zukunftsvisionen zu entwickeln und eine bessere, intaktere Welt zu gestalten. Dialog, Kreativität, Neugier und Zuversicht werden uns dabei bestimmt helfen. »Entwerfen ist das Gegenteil von Unterwerfen«, schreibt Friedrich von Borries. »Design schafft Freiheit, Design ermöglicht Handlungen, die zuvor nicht möglich oder denkbar waren.« Sein Buch »Weltentwerfen – eine politische Designtheorie« kann ich wärmstens empfehlen.

In diesem Sinne wünsche ich viel Vergnügen beim Entwerfen,

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

Den Höhepunkt des Jubiläumsjahrs von designaustria bildete die große Festveranstaltung »90 Back & Forth« am 1. Dezember 2017 im designforum Wien (einen Rückblick bringen wir in der nächsten Ausgabe). Anna Fahrmaier und Michael Hochleitner von den Typejockeys haben dafür eigens ein Logo entworfen, das das Motto perfekt in Szene setzt. Wir bedanken uns bei ihnen ebenso wie bei Eva Dranz und Jochen Fill von 3007 für das vierte und letzte Jubiläumsplakat, das wir hier prominent vorstellen. Es folgt auf den konzeptuellen an Klimt angelehnten Musenkuss von Günther Matern, die fröhliche Kindergeburtstagsstorte von Peter Felder und den tiefschürfend-saloppen Fragebogen von Sebastian Hierner und seinem Young ExpertsCluster: Bessere Geburtstagsgeschenke kann man sich nicht wünschen! Ein weiteres und nicht minder wertgeschätztes Präsent haben wir von Clemens Heider in Form eines Textes erhalten, der die Entwicklung des Grafikdesigns von der klassischen Gebrauchsgrafik hin zur digitalen Gestaltung anhand der persönlichen Geschichte des Autors nachvollzieht.

»DA DA DA (LAYOUTANSICHT)« EIN PLAKAT FÜR DESIGNAUSTRIA VON 3007

I von *Brigitte Willinger*

(1) DAS PLAKAT

So einiges kommt einem beim Lesen des Plakattitels in den Sinn: der Name der gleichnamigen Nonsens-Nummer von Trio aus dem Jahr 1982, die DADA-isten, das DAsein an sich, das die Absurdität der Texte der Neuen Deutschen Welle oder der Werke der revoltierenden Kunstströmung des DADA zuweilen zu überbieten vermag und nichtsdestotrotz bedeutungsschwer eine Existenz in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft meint. Und natürlich das Kürzel für »designaustria«.

Das im Zentrum der Komposition stehende Wurzelgeflecht steht für Wachstum, für Geschichte, für Vernetzung, für Ausbreitung, wobei das Gewirr feiner Äste auch an ein Nest denken lässt. Die analog improvisierte Typo-Ebene bildet krakelig-handgeschriebener, repetitiver Text. Dieser Zustand des Unmittelbaren eines Designentwurfs und die Ästhetik des Unvollendeten werden mit dem – nicht handschriftlichen – Schriftbalken »Layoutansicht« in roter Signalfarbe fixiert.

Den Satz »Alle wünschen allen alles Gute«, der sich irgendwo im Buchstabenwirrwarr findet, legen wir Mitgliedern, Freunden und Freundinnen, Partnern und Partnerinnen, Unterstützern und Unterstützerinnen ans Herz – auf dass wir einander in den Unberechenbarkeiten des »DAseins« zur Seite stehen und seine schönen Momente gemeinsam feiern.

(2) 3007

»Design für alle« ist auf der ebenfalls handgeschriebenen Website von 3007 zu lesen. designaustria freut sich, dazuzugehören. Diese Website, in der »unser« Plakat stilistisch anklingt, ist seit Jahren ein Provisorium. Vielbeschäftigung ist der Grund, dass die der Seite ebenfalls zu entnehmende Ankündigung »Hier entsteht dann unsere Website« eine solche geblieben ist. Das unbestimmt-zukunftsgläubige und

zugleich störrische Wörtchen »dann« spricht Bände: Man weiß aus eigener Erfahrung, wie es sich anfühlt, wenn einem keine Zeit bleibt, sich um den eigenen »Auftritt« zu kümmern. In der Bildmitte findet sich eine auf dem Rücken liegende Heuschrecke. Die filigranen Greifwerkzeuge und Beine des schönen Insekts, seine fein geäderten Flügel und hervorquellenden Facettenaugen vermitteln, dass es hier ein Sensorium für Gestaltung gibt, ein Händchen für Details, den Blick für das Wesentliche aus einer ungewöhnlichen Perspektive.

Die hingekritzelte Auflistung »Graphic Design, Corporate Design, Visual Concept, Typografie, Editorial, Packaging, Fotografie, Illustration, Objekt-design, Art, Environmental Design, Webdesign, Video, Screen Design, Animation, Sound Design...« verspricht ein breites Spektrum: Kreativität ist hier keiner Spezialisierung unterworfen. Dass das funktioniert, beweist u. a. die nur schwer lesbare – und damit einem Understatement gleichkommende – Auflistung gewonnener Preise: 100 beste Plakate, ADCE*, CCA, iF Communication Design Award, Joseph Binder Award, Plakatpreis der Stadt Wien, Red Dot Award, TDC New York, TDC Tokyo, European Design Award etc.

Ein Klick auf den schwungvoll eingeringelten Hinweis »Hier gib'ts mehr zu sehen« führt mit einem Mal in die ganze vielgestaltige Bildwelt von 3007 (man scrolle, was das Zeug hält, rauf und runter, links und rechts). Dass die Bilder darauf beharren, klein zu bleiben, und von keinerlei Erläuterungen begleitet sind, tut dem Eindruck keinen Abbruch – auch, wenn man nicht so ganz weiß, was das jetzt eigentlich genau ist. 3007, das sind jedenfalls Eva Dranz und Jochen Fill, bei denen sich designaustria herzlich für das wunderbare Geburtstagsplakat bedankt.

www.3007wien.at

1927

Bund
österreichischer
Graphiker

Benjamin Aschma

1927

90 Jahre

Das Buch
des
ersten
pre

Das Buch
des
ersten
pre

LAKOUTANSICHT

alle
auf
den
ersten
pre

and
him

Das Buch
des
ersten
pre

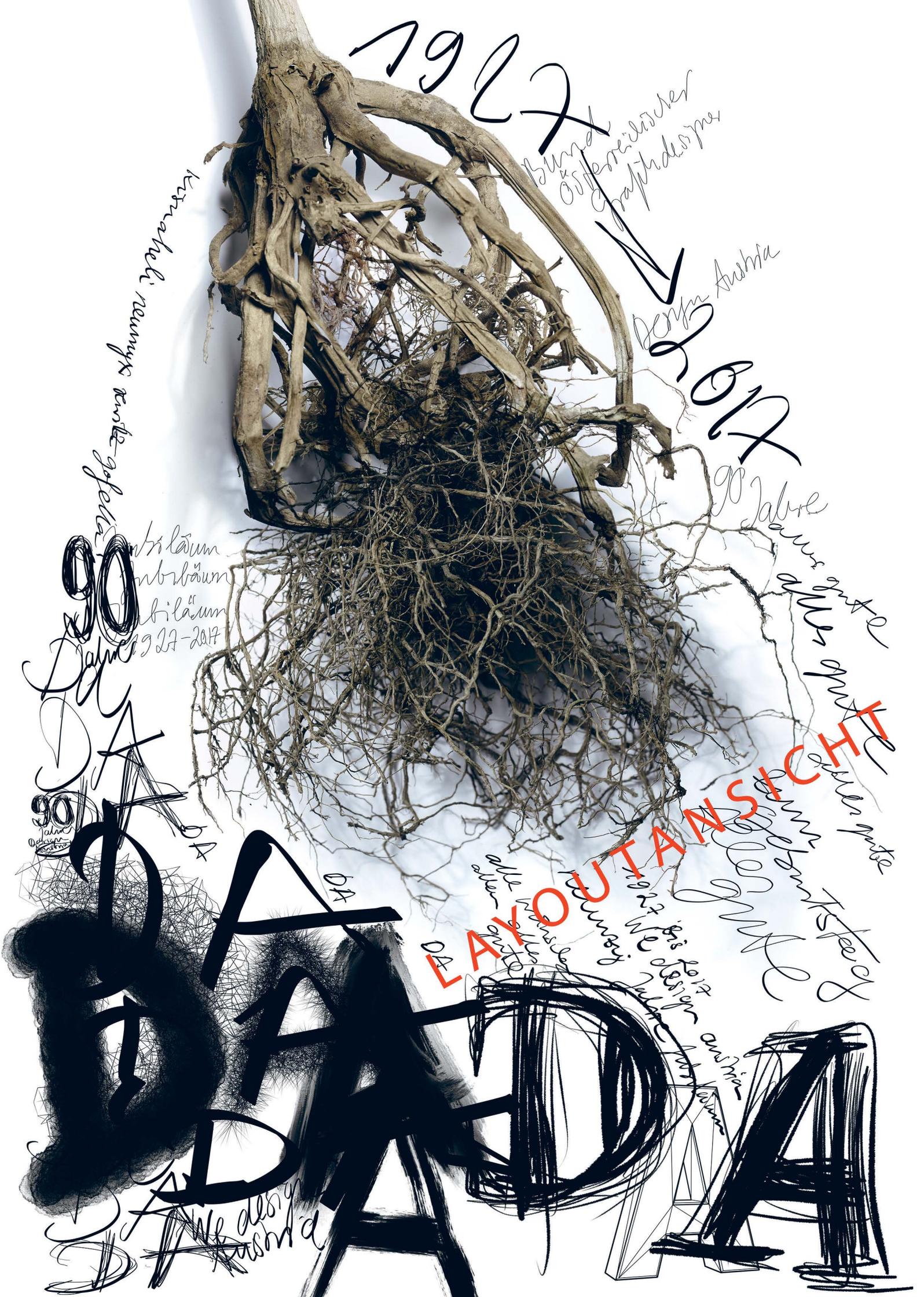
Kennzeichen
neunzig
Kunst
gefallen

Wald
Wald
Wald
1927-2017

90 Jahre

90 Jahre

Alle
design
Kunst



WARNHINWEIS »ACHTUNG: GUTES DESIGN KANN DICH ÜBERLEBEN!« DREI GENERATIONEN GRAFIKDESIGN

von Clemens Heider

Mein Vater Albert, ein gebürtiger Pressburger, erlernte 1949 neben der deutschen Sprache sein grafisches Handwerk an der »Graphischen« in der Westbahnstraße. Zu dieser Zeit mussten die Studierenden mit Pinsel verschiedene Schriften malen können, die Plakatentwürfe wurden 1:1 direkt auf Plakatwänden aufgehängt und beurteilt. Unmittelbar nach seiner Ausbildung ging er zu Othmar Motters »Vorarlberger Grafik«. Im Jänner 1954 trat er dem Bund Österreichischer Gebrauchsgraphiker (BÖG) bei.

Man beschritt zu dieser Zeit Neuland im Bereich hochwertigen Grafikdesigns, das zu dieser Zeit als künstlerische Ausdrucksform geschätzt, aber bei weitem nicht adäquat honoriert wurde. Auch bei seiner Rückkehr nach Wien – mein Vater wurde Artdirektor in der »Hager«, der ersten Werbeagentur nach amerikanischem Vorbild in Österreich – blieb das Gehalt eines Designers/einer Designerin unterdurchschnittlich. Die Kontakter ließen »ihren« Grafiker gestalten, d. h. die Hierarchie innerhalb

der Agentur entsprach auch der Bezahlung. In dieser Zeit schuf mein Vater das Logo für die Brauerei Schwechat und für Mautner Markhof Alltagsverpackungen wie den »Estragon-Senf« und den »Hesperiden-Essig«. So beängstigend die finanziellen Aussichten in diesem Beruf für mich waren, so sehr faszinierten mich diese Entwürfe, die sich auf jedem Esstisch in Österreich verwirklicht wiederfanden.

Mein Vater arbeitete sehr viel, konzentrierte sich auf eine konsequent hohe Qualität seiner Arbeit, meine Mutter musste daher die familiären Aufgaben übernehmen. Ein weiterer Punkt, der diesen künstlerischen Beruf in ein für mich nicht sonderlich attraktives Licht rückte. Später wechselte mein Vater in die Werbeabteilung seines wichtigsten Kunden, der Brauerei Schwechat, und ging dann 1978 anlässlich der Fusionierung mit der Brau AG nach Linz, wo er bis zu seiner Pensionierung als anerkannter Etiketten- und Verpackungsspezialist arbeitete. Längere Zeit war er im Vorstand des BÖG vertreten, wo er den Gedankenaustausch mit KollegInnen pflegte.

Ich wollte nie Grafiker werden. Und schon gar nicht als Selbstständiger.

Trotz meiner Vorbehalte gegen den Beruf des Grafikdesigners landete ich 1982 nach meiner Matura in Linz wie mein älterer Bruder Thomas an der »Graphischen« in Wien. Die Zeiten an der Schule hatten sich geändert. Die Ausbildung befand sich im Umbruch, eigentlich in einer pädagogischen und inhaltlichen Krise. Doch mit dem Abteilungsleiter Klemens Sattler kam auch die notwendige Modernisierung der Abteilung Grafikdesign. Aufgeschlossenheit neuen Technologien gegenüber zeigte sich in der Anschaffung eines »Ur-Mac«, den nur ausgewählte Schüler verwenden durften. Ich winkte dankend ab, nachdem ich das kleine Kästchen mit seinen mehr als eingeschränkten Möglichkeiten hatte begutachten dürfen. Diese Fehleinschätzung und mein Misstrauen dauerten noch einige Zeit an.

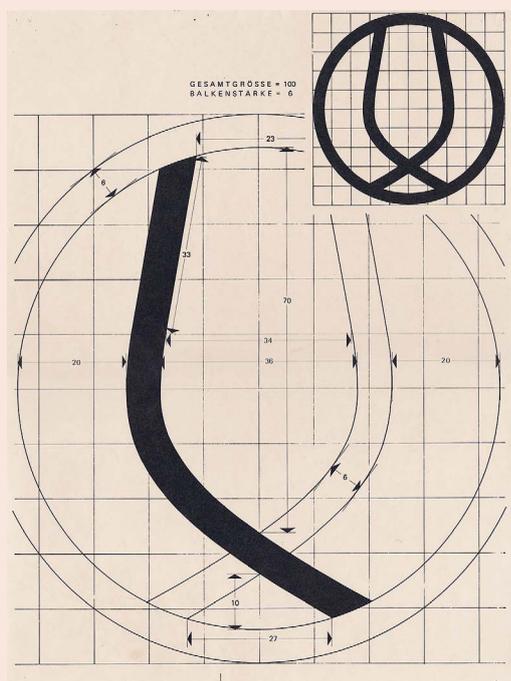
Nach meinem frühen Abgang von der »Graphischen« 1986 stieg ich als Junior-Artdirektor unter Michael Wald bei Hofbauer, North & Partner (»Wenn die kan Almdudler ham...«) in eine Wunderwelt ein. Ein aufregendes Arbeitsleben begann, es waren die goldenen Zeiten der Werbeagenturen. Kein Kunde traute sich die Kompetenz einer Agentur in Frage zu stellen, Geld gab es reichlich. Wunderbare Fototermine mit fast unbegrenzten Möglichkeiten bleiben davon in Erinnerung. Aus dieser Zeit stammt die Kampagne »Radlberger. Ein Sommer wie damals ...«. Die Entwürfe wurden vom Artdirektor mit Copic-Stiften gescribbelt, die Blindtexte als graue Balken



1

Name: Heider Albert		Geburtsdatum: 2.3.1930	
Adresse: Vorarlberger Grafische Industrie, Hard, Döbichlerstr. 8		Geburtsort: Pressburg	
Selbstständig in letzter Stellung, wo? freier Mitarbeiter		Seit wann als Gebrauchsgraphiker beruflich tätig? Jänner 1954	
Bewusstete Zweige der Gebrauchsgraphik: Schrift, Verpackungen, Inserate		Arbeitsstellen, an denen gearbeitet: Vorarlberger Textindustrie	
Preise, Auszeichnungen:		Signiert seine Arbeiten: Heider, h	
Sonstige biographische Daten:		Mitglied anderer Künstlervereinigungen?	

2



3

- 1 Albert Heider: Plakat »Sportlich und elegant. Elastisana«, 1956
- 2 BÖG-Mitglied Nr. 341 Albert Heider
- 3 Albert Heider: Reinzeichnung Logo Brauerei Schwechat

4 Initiative »Platz Wien«: Erich Monitzer, Karen Gröbner, Irene Persché, Martin Tiefenthaler, Clemens Heider, Gerhard Pany (von li nach re)

5 init_cd: Martin Dunkl, Andrea Klausner, Clemens Heider, Lothar Heinzle (karenziert), Evelyn Junghanns, Alan Galekovic, Rudolf Greger (von li nach re), Sebastian Jakl (nicht abgebildet)

6 Qualitätssiegel Corporate Design

7 Publikation »Qualitätsstandards für Corporate Design«



dargestellt; Reinzeichnung auf Fotokarton mit oder besser ohne Millimeterraster angefertigt; der Fotosatz von Typeshop oder GRAFO wurde mittels Sprühkleber montiert, die Farben wurden als Pantone-Streifen auf den Überleger aus Transparentpapier geklebt und beschriftet. Und das Ganze hatte ein bis zwei Wochen Zeit, fertiggestellt zu werden.

Doch lange blieb ich nicht, die Kurzlebigkeit der Kampagnen stand für mich in keinem Verhältnis zum Aufwand und dem Herzblut, das man hineinsteckte. Was andere inspirierend fanden – immer wieder Neues zu entwickeln – war für mich das Gegenteil. Für mich war und ist jede Arbeit immer auf einem langfristigen, weiterentwickelbaren Konzept aufgebaut. Ich wechselte daher vom Artdirektor einer Werbeagentur in den Bereich Corporate Design zur Agentur Valentinitisch Design, einer der wenigen, die sowohl Produktdesign als auch Grafikdesign anboten. Technisch gab es eine Revolution: Am PC wurden mit dem Programm Pagemaker zum ersten Mal Layouts am Computer versucht. Bald darauf wurden die ersten »richtigen« Macs angeschafft; QuarkX-Press wurde als neues Layout-programm verwendet, das erst viel später durch InDesign abgelöst wurde.

Erst langsam vollzog sich mein Gang in die Freiberuflichkeit. Neben der Arbeit in der Agentur wuchs ein kleiner Kundenstock heran. Mein Agenturchef Dietmar Valentinitisch ermöglichte mir einen



fließenden Übergang in die Selbständigkeit, 1995 gründete ich mit meiner Kollegin Andrea Klausner heiderklausner corporate design. Zuvor hatte ich bereits in den ersten Apple mit Peripherie investiert: einen Macintosh IIci (80 MB interne Festplatte), einen Apple-Laserdrucker und einen A3-Schwarz-Weiß-Monitor, alles um wohlfeile 150.000 Schilling (ca. 10.900 Euro), und das ohne Software-Kosten. Ein ganz schön großer finanzieller Brocken, der erst erarbeitet werden wollte...

Neben der Arbeit versuchte man noch irgendwie Zeit zu finden, uns wichtige Initiativen zu setzen. Die erste war 1994 »Platz Wien«, die grafische Misstände in Form von aus aller Welt versendeten Fax-Mitteilungen anprangerte. Die Aktion »adfontes«, die bei allen umgesetzten Druckwerken eine geringe monetäre Abgabe vorsah, sollte der geringen Entlohnung der SchriftdesignerInnen durch Lizenzen entgegenwirken. Trotz Unterstützung von designaustria konnten wir das Projekt aus urheberrechtlichen Gründen nicht umsetzen.

Aus diesem Zusammenschluss entstand die tga, die Typographische Gesellschaft Austria, die durch ihre Symposien in Raabs, die »Gespräche an der Graphischen« und die vor Kurzem im designforum stattgefunden Ausstellung »Subtext: Typedesign« auf sich aufmerksam gemacht hat. Aus Zeitgründen ließ ich mich karenzieren, um mich mehr dem Corporate Design zuzuwenden: Wir gründeten schon 1992 die init_cd, die Initiative Corporate Design, um der Unwissenheit von Kunden in unserem Fachbereich entgegenzuwirken. Wir entwickelten die Ausstellung »Die Wahrheit über Corporate Design«, die dann als leicht verständliche Fibel publiziert wurde. Unsere Arbeiten wurden als Werkschauen in den Räumen von designaustria, damals noch in der Geschäftsstelle in der Kandlgasse, gezeigt.

Weitere Publikationen wie »Was ist Corporate Design?« und »Qualitätsstandards für Corporate Design« folgten. Schließlich wurden die init_cd zu einem der ersten ExpertsCluster von designaustria. Vor drei Jahren organisierten wir ein Symposium, um Fragen bezüglich der »Zukunft von Corporate Design« gemeinsam zu diskutieren.



6



7

R
HRechnungshof
Österreich

Unabhängig und objektiv für Sie.



8



9

10

**8** heiderklausner:Logo Rechnungshof
Österreich
(Re-Design), 2017**9–11** heiderklausner:Sennerei Zillertal:
Käse, Milch, Gebäude**12** heiderklausner:Folder mit Logo für
den Verfassungsge-
richtshof Österreich,
2006

Beruflich versuchen wir bei heiderklausner ein möglichst breites Spektrum an Kunden zu betreuen, was Branche und Unternehmensgröße angeht, um Auftragsschwankungen ausgleichen zu können: Das Portfolio reicht vom »kleinen« Weinbauern, dem Weingut Familie Auer, bis hin zu großen Konzernen wie der ÖBB, von der Sennerei Zillertal bis zu MySphere (High-End-Audiotechnik), schließt aber auch den Verfassungsgerichtshof und den Rechnungshof Österreich mit ein.

Ab 2000 folgte neben der Agentur eine neue, spannende Herausforderung: die Lehrtätigkeit an der »Graphischen« (Höheren Graphischen Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt) und damit einhergehend die erforderliche pädagogische Ausbildung. Unter der Leitung von Klemens Sattler und seinem Nachfolger Harald Begusch wurde der Abteilung Grafik und Kommunikationsdesign in Sachen Qualität wieder zu altem Glanz verholfen. Eine fundierte Basisausbildung, die besonders auf konzeptionelle Fähigkeiten achtet, bildet das Fundament, neueste Technologien

werden möglichst praxisnah vermittelt. So wird ein professioneller und für die Studierenden selbstbewusster Einstieg in die Praxis ermöglicht.

Durch die Lehrtätigkeit macht man sich Gedanken, wie die Zukunft unseres Berufs aussehen wird und welche »Skills« benötigt werden, um gewappnet zu sein. Meiner Meinung nach ist die Fähigkeit, kreativ konzeptionell und strategisch zu denken, die wichtigste Eigenschaft. Technischen Fähigkeiten werden von unseren Kunden vorausgesetzt. Wir sind KommunikationsexpertInnen und werden für unsere kreativen Fähigkeiten und unsere Erfahrung hinzugezogen: »Gute Grafik entsteht im Kopf, nicht im Rechner«!

Einen Wunsch hätte ich noch zum Schluss: In der Management-Ausbildung muss »Design als Wettbewerbsvorteil« unterrichtet werden. Das würde unsere Arbeit erleichtern und die Phase der Überzeugungsarbeit, was unsere Qualitäten und Kompetenzen angeht, wäre bedeutend kürzer!



11



vfgh

Verfassungsgerichtshof
Österreich

12

- 13** Schülerarbeiten für den Wettbewerb »ProCarton« von Raffaello Bily, Maja Illés, Denise Steininger, Isabella Fürst (»Graphische«, 2017)



ÜBER DEN AUTOR

Vieles über Clemens Heider haben die LeserInnen bereits im Text erfahren. Er war von 1996 bis 2008 Vorstandsmitglied von designaustria und in den Jahren 2004 bis 2008 Vizepräsident. Für seine Arbeiten hat er zahlreiche Preise erhalten, darunter den Joseph Binder Award in Silber und das Certificate of Excellence std. Er fungierte als Jurymitglied bei Wettbewerben wie dem Joseph Binder Award (für die init_cd), dem Romulus-Candea-Preis und dem Staatspreis für Kinder- und Jugendliteratur.

www.heiderklausner.at | www.graphische.net

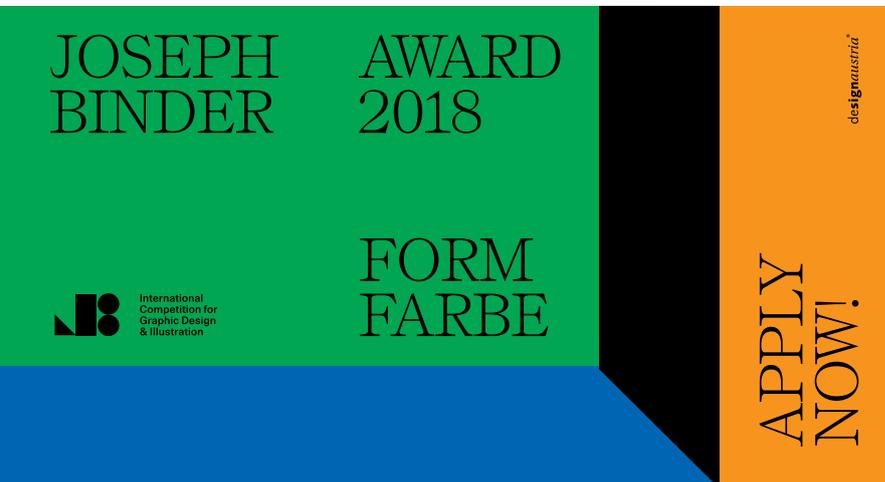


Jahre designaustria

TYPEJOCKEYS: LOGO »90 JAHRE DESIGNAUSTRIA«

Für die große Jubiläumsveranstaltung am 1. Dezember im designforum Wien hat das Wiener Büro für Grafikdesign und Schriftgestaltung Typejockeys für designaustria ein Logo gestaltet. Es veranschaulicht das Motto »90 vor – 90 zurück« des Festes, bei dem neben Partystimmung Überblicke, Rückblicke, Ausblicke, Weitblicke und denkwürdige Augenblicke auf dem Programm standen. Anna Fahrmaier zur Logogestaltung: »Zurückblicken, nach vorne schauen. Aus Vergangenen schöpfen, um Neues zu schaffen. Alles ist in Bewegung, strahlt aus, verschmilzt, formiert sich, nimmt wieder Abstand – Hauptsache, kein Stillstand.« Eindrücke vom Fest und Einblicke in die Vorträge gibt's im nächsten Heft.

CALL FOR ENTRIES JOSEPH BINDER AWARD 2018



Der große von designaustria initiierte und international durchgeführte Gestaltungswettbewerb für Grafikdesign und Illustration geht mit Unterstützung zahlreicher Partnerverbände und Sponsoren in die nächste Runde. Nach der hippen Dirndlromantik der Typejockeys im Jahr 2014 und der reduzierten Mehrdimensionalität von 101 Coding und Design im Jahr 2016 dreht sich beim aktuellen visuellen Auftritt, variantenreich konzipiert vom Grazer Büro Bruch – Idee & Form, alles um Farbe und Form. Die beiden Designer Kurt Glänzer und Josef Heigl haben sich, wie zuvor ihre Kolleginnen und Kollegen, von Joseph Binders Entwürfen und Gestaltungsgrundsätzen anregen lassen: Das Motto »Farbe und Form sind unzertrennlich« ist einem Zitat Binders entlehnt und eröffnet zahllose Möglichkeiten, die beiden Gestaltungselemente in Szene zu setzen. Designerinnen und Designer aus aller Welt sind aufgerufen, sich nun ihrerseits in den Bann dieser Vielfalt zu begeben und ihre Arbeiten der letzten beiden Jahre bis **15. April 2018** zum Wettbewerb einzureichen. Wer seine Einreichungen bis **28. Februar 2018** hochladet, profitiert von um 10 Prozent ermäßigten Early-Bird-Tarifen! Für Mitglieder von designaustria und der Partnerverbände des JBA18 sowie für Studierende gelten ermäßigte Teilnahmegebühren.

Teilnahmeberechtigt sind DesignerInnen, IllustratorInnen, Agenturen und Studierende mit Beiträgen aus den Bereichen Grafikdesign und Illustration, die ab dem Jahr 2016 umgesetzt oder veröffentlicht

wurden und die in insgesamt 13 Kategorien (Print & Digital) eingereicht werden können. Für nicht realisierte bzw. auftragsunabhängige Projekte steht die Sonderkategorie Design Fiction offen. Die Anzahl der Einreichungen ist nicht begrenzt. Die Bewertung erfolgt durch eine internationale Fachjury in einem zweistufigen Verfahren: Nach einer ersten Online-Runde durchlaufen die höchstgereihten Projekte als realisierte Druckbeispiele, Videos etc. im Juli 2018 im designforum Wien eine weitere Beurteilung. Pro Kategorie ist die Vergabe des Joseph Binder Award in Gold, Silber und Bronze in Form einer Trophäe vorgesehen: Das in Glas gegossene Papierknäuel ist Sinnbild für den kreativen Gestaltungsprozess. In der Kategorie Design Fiction kommen zusätzlich drei Geldpreise in Höhe von 2.500, 2.000 und 1.500 Euro zur Vergabe. Darüber hinaus kann die Jury in jeder Kategorie bis zu fünf Auszeichnungen vergeben. Eine besonders herausragende Arbeit wird mit dem internationalen ico-D Excellence Award gewürdigt. Alle ausgewählten Einreichungen werden in einem zweisprachigen Katalog (D/E) und einer Ausstellung veröffentlicht. Die offizielle Bekanntgabe der PreisträgerInnen erfolgt im November 2018 im Wiener MuseumsQuartier im Rahmen einer feierlichen Präsentation. Nach der mehrwöchigen Schau im designforum Wien ist geplant, die Projekte der Shortlist als Wanderausstellung in mehreren europäischen Städten zu präsentieren.

www.designaustria.at/jba18



Online-Registrierung:
www.designaustria.at/jba18

EARLY BIRD: 28. Februar 2018
EINREICHSCHLUSS: 15. April 2018
ONLINE-JURY: Mai 2018
OFFLINE-JURY: Juni 2018
PREISVERLEIHUNG: 8. November 2018

JOSEPH
BINDER

AWARD
2018

FORM
FARBE

Online Registrierung:
designaustria.at/jba18



designaustria®



International
Competition for
Graphic Design
& Illustration

Im Rahmen der Berichterstattung des ExpertsClusters Designforschung werden auf Einladung von Clusterleiterin Roswitha Peintner, PhD, aktuelle Forschungsbeiträge vorgestellt und Berichte zu einschlägigen Veranstaltungen veröffentlicht, um deren Inhalte der Designpraxis sowie Unversitäten und Fachhochschulen zur Diskussion und Weiterentwicklung zur Verfügung zu stellen.

»DESIGN + RESEARCH + SOCIETY: FUTURE-FOCUSED THINKING« DESIGN RESEARCH SOCIETY 50TH ANNIVERSARY CONFERENCE, BRIGHTON

| von Laura Poplow



1



2



3

Im Juni 2016 wurde die 50-jährige Gründung der Design Research Society gefeiert, mit der im Zweijahresrhythmus stattfindenden DRS Conference. Fast 650 DesignforscherInnen aus mehr als 35 Ländern fanden sich in der letzten Juniwoche in Brighton zusammen. Die Brighton University hatte die Konferenz in Zusammenarbeit mit dem Royal College of Art und dem Imperial College London vor der Kulisse des alten englischen Seebads organisiert und wirkungsvoll inszeniert. Die schiere Größe – fast 500 eingereichte Papers –, die abgestimmten thematischen Tracks und die professionelle Organisation der bereits wochenlang im Vorfeld ausverkauften Konferenz waren sicherlich nicht allein ein Qualitätsgarant für das, was heute als Designforschung verstanden wird. Dennoch war die DRS2016 ein symbolischer Meilenstein für die Entwicklung und Ausdifferenzierung eines Forschungsfeldes, das sich hier nicht scheute, auch seine Verfehlungen zu feiern.¹

Was durch das Format »PhD by Design« mit dem Schwerpunkt auf junge DesignforscherInnen wie auch bei der 50-Jahr-Feier in jedem Fall sichtbar wurde, war das Aufeinandertreffen von mehreren Generationen. Obwohl die Designforschung an vielen Orten scheinbar akademisch immer noch in den Kinderschuhen steckt, baut sie inzwischen doch auf die Arbeit mehrerer Jahrzehnte forschender Designtätigkeit in verschiedenen Kontexten auf. Im besten Fall funktionierte die Konferenz (trotz kritischer Stimmen und Reflexionen über den ökologischen Fußabdruck einer derartigen Veranstaltung) deshalb in genau diesem Sinn: als Vernetzung verschiedener Erfahrungshintergründe und lokal ausdifferenzierter Forschungsschwerpunkte, aber vor allem als ganz konkrete zwischenmenschliche Vernetzung von Ländern und Generationen.

Durch den Termin kurz nach der Auszählung des Brexit-Referendums war die Forschungstätigkeit über Ländergrenzen hinweg auch immer wieder ein tagesaktuelles Thema der Konferenz. Mit dem Thema »Design + Research + Society: Future-Focused Thinking« war die Frage nach der gesellschaftlichen Wirkung und Einbindung von Designforschung jedoch sowieso ein Fokus, der in allen Themen-

strängen intensiv diskutiert wurde. So gab die Konferenz nicht nur Antworten darauf, wie angewandte Designforschung in verschiedenen Kontexten praktiziert wird, sondern vor allem auch auf die Frage: Was kann Designforschung gesellschaftlich beitragen?

»PHD BY DESIGN« SATELLITE SESSION

Die intensivste Auseinandersetzung mit Fragen der Designforschung und auch der quantitativ größte Workload wird derzeit sicherlich von Promovierenden im Design erbracht. Obwohl die Promotion im Fach Design vielerorts immer noch ein Nischendasein führt, zeigen Formate wie dieses, das seit 2014 ein englischsprachiges Forum für Designpromovierende bietet, doch deutlich, dass sich hier inzwischen einiges getan hat: 60 Designpromovierende hatten sich durch ein Peer-Review-Auswahlverfahren einen Tag vor der offiziellen Eröffnung der DRS2016 für den Event qualifiziert. Das mit internationalen DesignforscherInnen als DiskussionspartnerInnen besetzte Doktorandenforum setzte auch, was das Format angeht, Maßstäbe.

Jedes Promotionsthema wurde bereits im Vorfeld auf der Webplattform veröffentlicht und in einem gedruckten Magazin zur Veranstaltung zur Verfügung gestellt. Die zur DRS 2016 gelaunchte Website phddesignsearch.com versammelt alle bisher während »PhD by Design« diskutierten Forschungsprojekte, inzwischen eine Sammlung von fast 200 praxisbasierten Designpromotionen aus 27 Ländern. Nach einer Kurzvorstellung wurden die Forschungsprojekte in kuratierten Kleingruppen intensiv diskutiert, Feedbackkarten ermöglichten auch ein Gespräch über die Runde hinaus. Danach wurden in den Gruppen gemeinsam Fragen an die Zukunft der Designforschung diskutiert und Fragestellungen formuliert, die dann als Input der Promovierenden in die Konferenz flossen. Egal ob in persönlichen Gesprächen, in Diskussionsrunden der Konferenz oder auf Twitter – die Fragen der Promovierenden tauchten in den folgenden Tagen immer wieder auf und wurden dann nach der Konferenz zusammen mit den Promotionsthemen als sogenanntes »Instant Journal« veröffentlicht. Am Nachmittag des intensiven Tages boten verschiedene Workshops die Möglichkeit, über Methoden oder

¹ <https://designresearchfailures.com>.



4

andere thematisch übergreifende Themen zu sprechen. Und auch während der Konferenz waren die Promovierenden mit einer Anlaufstelle im zentralen Konferenz-Venue und eigenen konferenzbegleitenden Workshops vertreten.

DRS 2016: 50TH ANNIVERSARY CELEBRATION

Am zweiten Tag der Konferenz wurde in einer Abendveranstaltung die 50-jährige Geschichte der DRS bedacht und gefeiert. Neben Reflexionen von DesignhistorikerInnen, dem Engagement einer jüngeren Generation und einer Podiumsdiskussion war das Highlight des Abends sicherlich das Gespräch des Co-Chairs der Konferenz, Peter Lloyd, mit John Chris Jones, einem der Organisatoren der ersten Designforschungskonferenz »Design Methods Movement« 1962. Jones, der in diesem Jahr 90 wird, ist ein walisischer Industrial Designer und Pionier 'der Designforschung: Das von ihm 1970 publizierte Buch »Design Methods« ist ein Meilenstein der Designtheorie. Er gilt als einer der Ersten, die sich systematisch mit Ergonomie und der Erforschung des Designprozesses auseinandersetzten.

In dem Gespräch und seiner Präsentation gab Jones jedoch nicht nur Beispiele aus seiner eigenen frühen Designforschungspraxis, sondern kritisierte auf sehr aktuelle Weise und zugleich basierend auf seinen langen Erfahrungen die aktuellen politischen Entwicklungen. Er hielt fest, dass die akademischen Studien im Forschungsfeld Design zwar seit der

Einführung von »Design Methods« deutlich mehr geworden wären; dem erwünschten Effekt, bessere industrielle Lebensbedingungen für alle zu schaffen, sei man jedoch kaum nähergekommen. Schlimmer noch, die Probleme seien seit den 1960ern sogar noch deutlich größer geworden, unsere Umwelt sei immer noch und immer stärker von einer Ego-Kultur bestimmt. Anhand seiner in den 1960er-Jahren entwickelten »Design-Methoden«, die die kollaborative Gestaltung von Nicht-Designern vorsehen, zeigte er auf, wie ein Designprozess aussehen kann, der nicht vom Ego bestimmt ist: »The way artificial things take form may have to become a public responsibility in an expanded design process (creative democracy) that is sensitive to the thoughts and the experiences of everyone and is under the imaginative control of each one of us«.²

- 1 Präsentation der »Instant Journals«
- 2 Chris Jones bei der DRS2016
- 3 Junge ForscherInnen bei »PhD by Design«
- 4 DRS2016 in Brighton
- 5 Plattform phdbydesignsearch.com



5

² J. C. Jones 2016, Präsentationsfolie 11, siehe: http://www.drs2016.org/s/DRS50th_John-Chris-Jones.pdf.

DESIGNFORSCHUNG HEUTE UND IN ZUKUNFT

Die Konferenz war nicht nur ein Ort der Vernetzung, sondern auch der Reflexion des eigenen Feldes, in dem immer wieder die Gefahr der Nabelschau besteht. Jones' kritischer Aufruf zu weniger Ego im Design wirkte in diesem Kontext aktueller denn je. Denn worum es immer wieder zwischen den Panels, in Kaffeepausen, aber auch in den großen Foren ging, waren Fragen der Machtverteilung und der Finanzierung von Designforschung. Während die ersten Jahre der zunächst rein männlich besetzten Designforschung rückblickend viel zu den aktuellen

Debatten beitragen, greifen doch deutlich einige dringend notwendige Veränderungen Platz: zum Beispiel, dass die Leistungen von Frauen in der Designforschung heute mehr Anerkennung erfahren, etwa jene Rachel Coopers, die in diesem Jahr mit dem Preis der DRS ausgezeichnet wurde. Obwohl Politik und Gesellschaft immer wieder Thema der Podien waren, so war es doch erstaunlich, dass die fehlende Kinderbetreuung auf der Konferenz den diskutierenden männlichen Podiumsgliedern gänzlich entgangen war. Dies war Symptom für ein Thema, mit dem sich die Designforschungs-Community auseinandersetzen muss: Forschungspolitik beinhaltet Fragen der Kinderbetreuung genauso wie jene der Finanzierung von Designpromotionen, ebenso die Frage nach der Lücke zwischen Theorie und Praxis, zwischen Hochschule und Gesellschaft. Designforschung könnte zu diesen politischen Fragen als einzigartige Verbindung von reflektierter Praxis und praktischer Reflexion einen eigenen Beitrag leisten.

www.drs2016.org

ÜBER DIE AUTORIN

Laura Popplow studierte Kulturwissenschaften und ästhetische Kommunikation an der Universität Hildesheim und Mediendesign und Kunst an der ESAD in Caldas da Rainha, Portugal. Danach absolvierte sie ein postgraduales Studium in Mediendesign an der Kunsthochschule für Medien Köln. Sie sieht sich als Gestalterin und Forscherin und publiziert Texte im Spannungsfeld von Kunst, Design, Wissenschaft und neuen Medien. Sie lebt und arbeitet in Mainz und Köln. www.makeandthink.de

PRODUKTIVES SPIELEN PHD-PROJEKT AN DER UNIVERSITÄT FÜR KÜNSTLERISCHE UND INDUSTRIELLE GESTALTUNG LINZ

von Ulrich Brandstätter, Interface Culture

Das Dissertationsprojekt »Produktives Spielen«¹ widmet sich der Frage, ob und inwieweit das Spielen digitaler Spiele mit kreativem Schaffen vereinbar ist. Diese Fragestellung begleitet mich seit mehreren Jahren und hat für mich bis heute nichts an Faszination eingebüßt. Im Gegenteil: Je intensiver ich mich mit dem Thema auseinandersetze, umso größer wird meine Verwunderung darüber, dass es noch nicht prominent besetzt und breiter bearbeitet ist, sowohl im wissenschaftlichen Kontext als auch in der Unterhaltungsindustrie.

VORBEDINGUNGEN

Der Bearbeitung als Forschungsprojekt gingen mehrere Beobachtungen und Umstände voraus, die im Folgenden kurz skizziert werden:

--- *Viele Video-SpielerInnen sind kreativ*

Zahlreiche SpielerInnen pflegen schöpferischen und produktiven Umgang mit ihrem Medium. Dies ist unter anderem aus der großen Anzahl von SpielerInnen erstellten und frei verfügbaren Modifikationen, aus Re-Mediationen von Spielinhalten in eigene Narrative oder aus dem blühenden Geschäftsfeld der Spiele-Streams ersichtlich.

--- *Produktives Spielen ist antithetisch*

Das Schaffen aus dem Spielen wird in der Welt der Medientheorie als widersprüchliches Konzept wahrgenommen, etwa vom französischen Soziologen Roger Caillois, der das Spielen als eine Aktivität, die

sich unter anderem durch Unproduktivsein definiert, beschreibt, oder vom niederländischen Kulturhistoriker Johan Huizinga, der in seiner Hermeneutik des Spielbegriffs etwaigen Nutzen explizit ausschließt.

--- *Software für produktives Spielen ist rar*

Es gibt nur wenige Beispiele für Software, die es ermöglicht, durch bloßes Herumspielen kreative Ergebnisse zu erwirken. SimTunes von Toshio Iwai (1996) ist ein prominenter Vertreter, oder PrintCraft, eine Erweiterung von Minecraft, die es ermöglicht, erspielte virtuelle Gebilde via 3D-Druck in reale Skulpturen umzusetzen.

--- *Progressive Designgrundlage für ein konkretes Projekt*

Unter Verwendung virtueller programmierbarer Zahnräder haben wir (Marlene und Ulrich Brandstätter) einen funktionalen Designansatz umgesetzt, der das Komponieren von Musik und beliebigen Medien in einen spielerischen und experimentellen Prozess verlagert. Diesen haben wir anfangs als Prototyp und mittlerweile als Produkt – foreverloops² – realisiert (siehe Abb.).

PERSPEKTIVEN UND ZIELSETZUNGEN

Ziel des Dissertationsprojekts ist die Etablierung und die Qualifizierung von produktivem Spielen, d. h. dem Spielen mit Software(-Toys), die kreative Resultate ermöglichen. Zentrale Metriken dafür sind die Identifikation relevanter Spielphasen (Lernen, freies Spielen, Verfolgung eigener Ziele, Produzieren) sowie deren Wechselwirkungen und Chronologien,



foreverloops-
Screenshot

die Relevanz selbst festgelegter Zielsetzungen, subjektives Engagement oder die individuelle Wahrnehmung, ob die Aktivitäten eher der Arbeit oder der Entspannung zugeordnet werden. Eine weitere Perspektive ist die Qualifizierung erzielter Ergebnisse – sind sie speziellen Ästhetiken zuschreibbar, ähneln sie einander, sind sie zufriedenstellend? etc. Zudem geht es auch um die Ausarbeitung von Rahmenbedingungen und Designs für digitale Spiele, die produktives Spielen ermöglichen.

METHODEN

Für die Beantwortung der Forschungsfragen eignen sich diverse Methoden aus unterschiedlichen Disziplinen. Wissenschaftliches Vorgehen ist dabei von zentraler Bedeutung: Die Wahl der Methoden muss stets korrekt und nachvollziehbar sein; dasselbe gilt für die Durchführung der gewählten Methoden. Das mögliche Spektrum ist an der Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz sehr breit: Neben traditionell wissenschaftlichen Ansätzen kommen auch jene der künstlerischen Forschung zur Anwendung. Die konkrete Methodenauswahl wird dabei in enger Kooperation mit dem/der BetreuerIn erarbeitet, üblicherweise und auch in meinem Fall während des ersten Semesters. Im Sinne des korrekten wissenschaftlichen Arbeitens haben wir uns auf einen Methodenmix verständigt, der zum einen der Themenstellung gerecht wird und zum anderen mehreren Disziplinen entstammt. Produktives Spielen kann dem Feld der Game Studies zugeordnet werden, das per se ein multidisziplinäres Forschungsfeld ist. Theorie, Forschung und Praxis gehen dabei Hand in Hand:

- quantitative Studien durch Fragebögen mit Workshop-TeilnehmerInnen
- (laufende) qualitative Studie mit Laborstudie
- wissenschaftlicher Beitrag und Diskussion bei Summer Schools/Konferenzen/Symposien
- evolutionäres Prototyping mit laufenden Evaluierungen.

Reflexion, Feedback und qualifizierte Kritik werden durch die laufende Teilnahme bei Ausstellungen und Festivals³, Messen⁴, aber auch durch Peer-Review-Publikationen⁵, Konferenzen⁶ und Symposien⁷ eingeholt, ebenso durch die Abhaltung von Workshops und die Einbindung in den Lehrbetrieb. Über mangelnde Hilfestellungen der Kunstuniversität kann dabei nicht geklagt werden – ich erfuhr inhaltliche Unterstützung auch von nicht-betreuendem Personal, erhielt Konferenz-Zuschüsse, bekam einen Arbeitsplatz und konnte mit Hilfe der Studienrichtung und meiner Betreuerin ein Symposium zu meiner Themenstellung organisieren. Dadurch hatte ich die einmalige Gelegenheit zu fokussiertem Austausch mit und persönlichen Kontakt zu internationalen ExpertInnen meiner Fachdisziplin.

ÜBER DEN AUTOR

DI Ulrich Brandstätter, MA, lebt und arbeitet in Linz. Gemeinsam mit seiner Ehefrau Marlene betreibt er das Start-up foreverloops GmbH. An der Kunstuniversität Linz leitet er Games-Workshops und geht seinem Dissertationsprojekt »Productive Gaming« nach. Viele seiner Projekte verknüpfen spielerische Zugänge mit digitaler Kreativität.

www.foreverloops.com

1 »Productive Gaming«, betreut von Univ.-Prof. Dr. Christa Sommerer, Interface Culture, Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung/Kunstuniversität Linz, und Dr. phil. Margarete Jahrmann, Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK).

2 <https://www.foreverloops.com>.

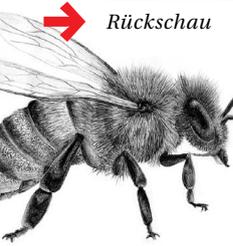
3 Reversed Festival im ZOOM Kindermuseum, 2017, Sónar+D, 2017, Radius Festival Vienna, 2016, Lange Nacht der Forschung, 2016.

4 Play Austria, 2017, Game City, 2017.

5 C. Sommerer, U. Brandstätter und L. Mignonneau, »Aesthetics of Interactive Art: Towards Interface-Centric Art-Games«, in: *Handbook of Digital Games and Entertainment Technologies*, hrsg. von Nakatsu Ryohei, Matthias Rauterberg, Paolo Ciancarini, Springer-Verlag: Singapur 2015.

6 Ulrich Brandstätter, »Spielerisches Schaffen«, IFK-Sommerakademie, 2015; U. Brandstätter, M. Brandstätter, C. Sommerer, »Gears for Audio-visual Composition«, in: *Audio Mostly 2016*, ACM, 2016; U. Brandstätter und C. Sommerer, *Productive Gaming, Entertainment Computing – ICEC 2016*, Springer International Publishing, 2016.

7 »Players as Producers«, Symposium, Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz, Interface Culture, 15. November 2016; »Music with the Real«, Symposium, Anton Bruckner Privatuniversität, Linz, 6. Dezember 2016.



DAS WAR STADT. LAND. SCHLUSS. 2017

Das von designaustria-Mitglied **Andreas Koop** initiierte und konzipierte transdisziplinäre Symposium beschäftigte sich von 8. bis 10. November 2017 in der Bayerischen Musikakademie Marktoberdorf im Allgäu mit der Gestaltung eines guten Lebens auf dem Land. Auf dem Programm standen neben Vorträgen aus unterschiedlichsten Bereichen (Design und Designforschung, Architektur, Tourismus, Landwirtschaft, Philosophie etc.) moderierte Ideenwerkstätten für Kommunen, Institutionen und Unternehmen, in denen konkrete Aufgabenstellungen bearbeitet wurden; eine abwechslungsreiche Pecha-Kucha-Präsentation; Live-Musik (Kofelgschroa), Party, gute Gespräche, gute Laune und gutes Essen (regional!). Die TeilnehmerInnen verbrachten drei intensive Tage mit Austauschen, Zuhören, Mitmachen, Kennenlernen, Ideen-Entwickeln, Tanzen und Diskutieren.



von *Brigitte Willinger*

Erlebt der ländliche Raum ein Comeback? Andreas Koop konstatiert in seiner Begrüßung, dass das »Land« in den letzten Jahren zwar an Präsenz gewonnen hat, dass aber zum Teil immer noch falsch gebaut wird, dass Dörfer immer noch ausfransen und veröden, Bevölkerung in die Stadt abwandert. ExpertInnen meinen: Die Zukunft entscheidet sich auf dem Land. Geldmangel ist es nicht, der einem guten Leben auf dem Land im Weg steht. Es geht in erster Linie um den Willen zur Gestaltung im Sinn einer echten Verbesserung. Design hat die Wahl, sich als Prostituierte in den Dienst eines ignoranten Marketings zu stellen oder einen Beitrag zu einer Veränderung zum Positiven zu leisten.

Bei der zweiten Auflage der Konferenz neu auf dem Programm standen Ideenwerkstätten, in denen ExpertInnen mit den TeilnehmerInnen zu konkreten Fragestellungen Lösungsansätze erarbeiteten. So beeindruckend wie beim letzten Mal war die Bandbreite an Disziplinen, die sich in Form von Vorträgen zu Wort meldeten. Die Kommunikations- und Informationsdesignerinnen *Hahn+Zimmermann* aus Bern beschäftigen sich in ihrem Lab im Rahmen von freien

Forschungsprojekten mit durch Datenvisualisierung unterstützten Raumanalysen – *hahn-zimmermann.ch*. *Roland Gruber* vom österreichisch-deutschen Architekturbüro *nonconform* versucht mit Ideenwerkstätten unter Beteiligung der Betroffenen Lösungen zu finden, um entleerte Ortskerne wiederzubeleben: Damit aus einem Donut wieder ein Krapfen werden kann – *www.nonconform.at*. Der Philosoph *Herbert Matt* reflektiert darüber, was ein gutes Leben ausmacht, wenn es ein solches überhaupt gibt, und kommt zu dem Schluss, dass es diese Frage nicht gäbe, wenn das Leben gut wäre. Sowohl Biobauer und Selbstversorger *Markus Bogner* als auch Biolandwirt und Agrarökonom *Robert Briechle* setzen auf Permakultur und zeigen einen enthusiastischen Willen zur Rückkehr zur Natur abseits naiver Romantik, für ein ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltiges Wachstum – *www.brotzeit-leben.de*, *www.mutterhof.org*. Der zwischen Stadt und Land pendelnde Designer und Professor *Kilian Stauss* räumt in einem historischen Rückblick mit Vorstellungen vergangener und gegenwärtiger ländlicher Idylle auf und wünscht sich im ländlichen Raum mehr Toleranz gegenüber Andersdenkenden – *www.processform.de*. Tourismusdirektor der Stadt Füssen *Stefan Fredlmeier* spricht über die Chancen und Risiken des Fremdenverkehrs



Andreas Koop mit Co-Moderator Alessio Leonardi





und wirft einen kritischen Blick auf einzig auf Übernachtungszahlen basierenden Erfolgsmessungen – www.fuessen.de. Betriebswirt und Whiskybrenner *Anton Stetter* destilliert am Schliersee mit Erfolg bayerische Spirituosen aus regionalen Produkten – slyrs.com. *Verena Konrad*, Leiterin des Vorarlberger Architektur Instituts (vai) und Kuratorin des Österreich-Beitrags der Architekturbiennale Venedig 2018, beschäftigt sich mit Räumen für ein gutes Zusammenleben und setzt dabei auf Vermittlung und Diskurs – v-a-i.at. Und *Malte Martin*, ein deutscher Designer in Paris, berichtet von seinen Projekten zur Gestaltung des öffentlichen Raums unter Bürgerbeteiligung mit einfachsten Mitteln sowie über sein Engagement im Social Design – www.atelier-malte-martin.net.

Mittendrin gab es am zweiten Konferenztag ein Ideenfeuerwerk, geliefert von den insgesamt zwölf Beitragenden des Pecha Kucha, die einem allesamt Bewunderung ob der Initiativen von Einzelpersonen und BürgerInnengruppen abringen. Den Award für die beste Präsentation teilten sich eine Teilnehmerin und ein Teilnehmer aus Österreich: Die Ideenmanagerin *Isabella Natter-Spets* hat im Bregenzerwald das Partizipationsprojekt »Lingenau erzählt« initiiert und dafür – neben zahlreichen anderen MithelferInnen –

28 ErzählerInnen gewonnen, die an in der Landschaft aufgestellten Bänken ihre Geschichten zum Besten geben – www.lingenau-erzaehlt.at; der aus der Steiermark stammende Künstler *Leonhard Müllner* hat bei seinem Kunstprojekt »Schönberg op. A13« mithilfe der Blasmusik des gleichnamigen Tiroler Dorfes den Transittlärm der nahen Autobahn in annähernd zwölftonale Musik verwandelt – leonhardmuellner.at. Ebenfalls beachtlich: Das »Hofkino« als Beitrag zur Lebensraumgestaltung von *Michael Moritz Jahoda* aus Groß-Enzersdorf – www.machbarschaft.at; das »Ding für Vill« von *Richard Schwarz* in Form eines Tisches, der örtliche Nachbarschaft befördert – islandrabe.com; die Aktion »Gut genug« für ein energieautarkes Vorarlberg, präsentiert von *Wolfgang Seidel* – www.energieregion-vorderwald.at; und das Projekt »Glurns im Glück« von Gestalterin *Corina Forthuber*, bei dem die in Fragebögen abgelieferten Antworten der BewohnerInnen eines Südtiroler Ortes in Ausstellungen mündeten: Glück ist Ziegen füttern – glurns-art-point.com.

Viel Inspiration und Begeisterung, Kasspatzen, Musik von Kofelgschroa aus Oberammergau, Butterbrezen, Austausch, Staunen: Ein Grund, wiederzukommen. www.stadt-land-schluss.eu



WELCHES EIS? ÜBER DAS QUERDENKEN VON MARKEN



o Nur an der Spitze ist »Marke«. Darunter herrscht Verdrängungswettbewerb, den gewinnt, wer dauerhaft der Billigste ist.

Meine Großmutter hat über mich gerne folgende Geschichte erzählt: Als Kind durfte ich mir im Eisgeschäft eine der vielen Eissorten aussuchen. »Gibt es denn Erdbeere?«, habe ich gefragt, und Erdbeere gab es. »Gibt es denn Banane? Gibt es denn Schokolade?«, klapperte ich weiter alle Standardsorten ab, und alles hätte es gegeben. Aber erst, als ich endlich eine Sorte aufgespürt hatte, die es nicht gab, sagte ich fröhlich-enttäuscht: »Schade, das hätte ich gerne gehabt.«

Was meine Großmutter mit ihrer Erzählung immer wieder spitz als meinen notorischen Hang zum Sonderwunsch abtun wollte, erlebe ich heute stark ausgeprägt auch bei meinem vierjährigen Sohn. Er lässt kaum eine Situation aus, in der er der naheliegenden Lösung nicht nachgibt, sondern sucht spielerisch einen Weg abseits dessen, was er kennt oder wovon er ausgehen kann, dass es erwartet wird. Von drei Marmeladen zur Auswahl muss es eine vierte oder stattdessen Honig sein oder eine Kombination, die dann in einer sehr genau vorgegebenen Choreografie auf einem bestimmten Teil der Semmel übernommen wird. Das ist ein Spiel, und er überträgt es auf jede Lebenslage. Man nennt es »Querdenken«.

Querdenken ist die Fähigkeit, durch das Herstellen neuer Gedankenverbindungen aus einem vermeintlich gesetzten Rahmen auszubrechen und damit Lösungen in Bereichen zu ermöglichen, die zuvor scheinbar gar nicht in Bezug zur Problemstellung gestanden sind. Für die Entwicklung einer Marke ist Querdenken essenziell. Erst Querdenken ermöglicht, ein Angebot, ein Produkt, eine Dienstleistung effektiv zu differenzieren. Differenzierung ist fundamental ausschlaggebend, um eine Marke zu positionieren. Diese Position darf nämlich nicht dort sein, wo gefühlsmäßig auch alle anderen sind, sondern

von Christian Thomas und Armin Bonelli

eben genau woanders – anders, neu und überraschend. Bei unseren Factor-Studiogesprächen im Oktober hat Factor-Partner Armin Bonelli dazu ein sehr anschauliches Beispiel gebracht. Seine Geschichte beginnt vor über 200 Jahren in der Karibik.

Bei einer Reise nach Kuba musste der 21-jährige Frederic Tudor aus Boston damals schmerzlich feststellen, dass es dort keine kalten Getränke gab. Er beschloss kurzerhand, auf seiner nächsten Reise das Eis einfach mitzunehmen. Eis wurde damals im Winter von zugefrorenen Seen »geerntet«. Es ließ sich erstaunlich lange in Kühlhallen lagern. 1805 begann Frederic Tudor damit, Natureis in alle Welt zu exportieren. Er erschloss damit einen völlig neuen Markt. Sein »Sonderwunsch« nach kalten Drinks und die Fähigkeit, quer und neu zu denken, haben ihn als »Ice King« berühmt und reich gemacht. Nicht ganz fünfzig Jahre später fand dieses globale Geschäftsmodell ein Ende, als die Kältemaschine erfunden wurde. Sie ermöglichte, Eis in beliebiger Menge herzustellen, unabhängig von Ort und Jahreszeit. Das Kunsteis wurde wie zuvor das Natureis in Hallen gelagert und stand überall permanent zur Verfügung. Der Transport über weite Strecken war hinfällig geworden. Die Idee, Eis nicht zu ernten, sondern industriell zu erzeugen, scheint rückwirkend naheliegend. Auch sie ist durch Querdenken einer bestehenden Situation entstanden. Im deutschsprachigen Raum ist die Kältemaschine mit dem Namen Carl Linde verbunden. Er hat sein Angebot in einem Bereich positioniert, der bis dato nicht besetzt war: der Grundstein eines langen Erfolgs. Doch auch das Geschäftsmodell der industriellen Kältemaschine hielt nur solange, bis in den 1920er-Jahren eine handliche Kältemaschine die Herstellung von Eis außerhalb großer Herstellungsbetriebe möglich machte. Der Kühlschrank war geboren, der in den 1960er-Jahren schließlich Einzug in die Haushalte fand.

Jeder dieser Entwicklungsschritte zeigt deutlich, wie Querdenken den Sprung auf ein neues Entwicklungsniveau ermöglicht und wie umgekehrt das Verharren in bestehenden Systemen das Ende eines Geschäftsmodells bedeuten kann. Denn keines der Unternehmen, die damals den Markt beherrscht haben, hat den entscheidenden Sprung mitgemacht. Gewonnen haben jeweils diejenigen, die vom Kundennutzen her und nicht aus der eigenen Perspektive gedacht haben.

Intuitives Querdenken ist eine gute Voraussetzung für neue Wege und neue Entwicklungen. Um Geschäftsmodelle und Marken signifikant anders zu denken und zu positionieren, braucht es methodisches Querdenken, Werkzeuge und Mechanismen. Es braucht strukturierte Prozesse, um Angebote aus dem mittleren Wettbewerbsfeld herauszuheben und so überhaupt erst zur Marke zu machen. Denn in Wahrheit sind doch nur die ein, zwei oder maximal drei Anbieter tatsächlich »Marke«, die sich deutlich differenzieren und so an die Spitze ihres Marktes absetzen können. Alle anderen sind dem Preiskampf ausgesetzt und können auf lange Sicht eigentlich nur gewinnen, wenn sie es schaffen, konstant am billigsten zu sein. Damit werden sie Marke am anderen Ende – Diskonter. Im Mittelfeld, wo alle irgendwie gleich sind, ist genaugenommen niemand Marke. Auch wenn es wehtut: Das sind alles nur austauschbare Etiketten, damit die Kunden vergleichen können. Marken dagegen sind aus der Vergleichbarkeit längst draußen.

Fast immer sind es zwei Faktoren, die den Sprung einer Marke aus dem Mittelfeld entscheidend beeinflussen: zum einen die technologische Entwicklung und zum anderen ein Trend. Trend bedeutet eine langandauernde, irreversible Entwicklung in den Einstellungen und Ansprüchen der Gesellschaft. Heute beobachten wir global Trends wie etwa

Individualisierung, Selbstoptimierung, Re-Lokalisierung, veränderte Arbeitsmethoden oder Nachhaltigkeit. Technologische Treiber dagegen sind Digitalisierung, Big Data und Automatisierung. In der Entwicklung der Kühlung war der technologische Faktor die Erfindung und Weiterentwicklung der Kältemaschine. Der Trend war die fortschreitende Autonomisierung des Haushalts in den eigenen vier Wänden. Es hat Querdenker gebraucht, die zum richtigen Zeitpunkt auf neue Lösungen gesetzt haben. Um das Potenzial eines Angebots in der Schnittmenge aus Technologie und Trend zu lokalisieren, braucht es auch heute Menschen, die sich fragen, was es denn noch nicht gibt, und dann sagen: »Genau das will ich!«

ÜBER DIE AUTOREN

Marken und deren Entwicklung stehen im Zentrum der Arbeit der Branding- und Consulting-Agentur FACTOR mit Niederlassungen in Wien und Hamburg. Die Markenspezialisten Christian Thomas und Armin Bonelli stehen als Partner für Branding bzw. Brand Consulting dem Wiener Standort vor. Zweimal jährlich finden in beiden Städten die FACTOR-Studiogespräche statt, bei denen nicht nur die Partner der Agentur, sondern auch geladene ExpertInnen sprechen und dabei spannende Einblicke in die Welt der Marken gewähren. Zusammenfassungen der letzten Gesprächsrunden gibt es zum Nachlesen auf der Website. Die nächsten Studiogespräche finden im Frühjahr 2018 statt.

www.factor.partners www.studiogespraech.de

DESIGNAUSTRIA ACTIVITIES

we
design
austria

ZUM 90-JÄHRIGEN JUBILÄUM: KALKULATION, HONORAR UND NEUE SERVICES

von Severin Filek



Zahlreiche neue Services erweitern ab dem 90. Jahr von designaustria das Angebot für Mitglieder: Neben der Kooperation mit Bildrecht | Gesellschaft zur Wahrnehmung visueller Rechte zwecks Verwertung der Sekundärrechte von GestalterInnen sind wir Kooperationen mit dem Auftragnehmerkataster Österreich (ANKÖ) – zwecks verbesserter Akquise öffentlicher Aufträge – sowie mit dem Marketing Club Österreich (MCÖ) eingegangen. Mit designerdock, einer Jobvermittlungsbörse, stehen die Gespräche vor dem Abschluss.

Vorgestellt wurden die neuen Services am 1. Dezember 2017 bei der Festveranstaltung zum 90-jährigen Bestehen von designaustria im designforum Wien, zu der alle Mitglieder eine Einladung erhalten haben. Bei allen genannten Kooperationen kommen Mitglieder in den direkten Nutzen von zusätzlichen oder verstärkten Serviceangeboten bzw. erhalten

vergünstigte Leistungen oder Benefits. Ebenfalls endlich geschafft: die Möglichkeit, über designaustria eine Berufshaftpflicht- bzw. -rechtsschutzversicherung abzuschließen.

Hinzu kommen Neuauflagen diverser Basisinformationen wie Nr. 19 »Musterhonorarnoten und -schätzungen« sowie ganz neu Nr. 35 »Musterwebvertrag«. Nicht zu vergessen die Veröffentlichung der Ergebnisse unserer Honorarerhebungen in den Bereichen Grafik- und Kommunikationsdesign, Produkt- und Industriedesign und Illustration. Erweitert um Grundlagen der Kalkulation, Checklisten und Vertragsmuster, wird demnächst ein Honorarreport (auch im Vergleich mit Deutschland) veröffentlicht. Als Dokumentation wird diese Publikation – erneut in Kooperation mit der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer Wien – unter dem Titel »Kalkulation & Honorar« die früheren Honorar- und Kalkulations-Richtlinien ersetzen.

WE
DESIGN
AUSTRIA

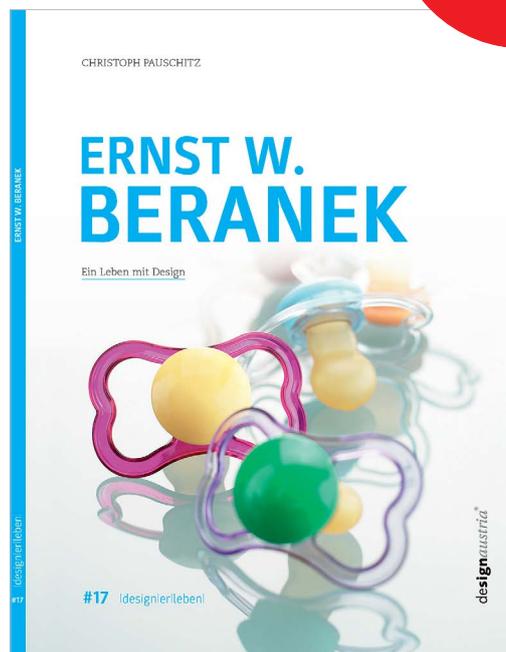
we
design
austria

|DESIGN|ER|LEBEN| #17: ERNST W. BERANEK – EIN LEBEN MIT DESIGN

Seit wenigen Wochen liegt ein weiterer Band der von Andreas Koop konzipierten und von designaustria herausgegebenen Reihe »|design|er|leben|« vor. Er ist dem Produktdesigner und (nunmehr emeritierten) Universitätsprofessor Ernst W. Beranek gewidmet und wurde von Christoph Pauschitz, selbst erfolgreicher Industriedesigner, verfasst.

Beranek begann Ende der 1950er-Jahre sein Studium an der Akademie für angewandte Kunst bei Oswald Haerdtl und Franz Hoffmann. Wenige Jahre danach gehörte er zu den ersten AbsolventInnen und später auch Lehrenden des neu gegründeten Studiengangs Industrial Design. Von Beginn seiner Lehrtätigkeit 1963 über sein Wirken als Professor für Produktentwicklung an der Meisterklasse bis zu seiner Emeritierung im Jahr 2003 als Ordinarius für Gestaltungslehre und Werkerziehung prägte er Generationen von Designstudierenden. Der Weg zur perfekten Proportion in Verbindung mit der richtigen Emotion liegt für ihn in der zeichnerischen Entwicklung von Designlösungen: »Zeichnen ist für mich das freie Darstellen von Ideen, ohne bewusst auf eine mögliche Realisierung Rücksicht zu nehmen. Es ist wie das Wachstum eines Baumes mit all den Verzweigungen seiner möglichen Äste.«

Diese Haltung war und ist das Erfolgsgeheimnis seiner Arbeit – ob bei den zahlreichen Objektmöbeln für Thonet Wien, den jährlich millionenfach ver-



kauften MAM-Schnullern oder den Bänken für die ÖBB, die selbst nach 30 Jahren noch auf so manchem Bahnsteig dem Zahn der Zeit trotzen.

Alle Bände der Reihe »|design|er|leben|« sind online zum Preis von Euro 9,90 (inkl. 10% USt.) zu bestellen: www.designaustria.at

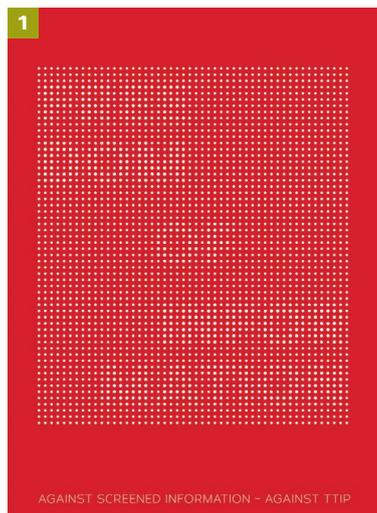
we
design
austria

TTIP: GRAPHICS GO POLITICS!

Zu dem 2016 von Michael Nouri initiierten und in Kooperation mit designaustria durchgeführten Plakatwettbewerb zum Thema »TTIP – Transatlantisches Freihandelsabkommen« waren 175 Plakatentwürfe von 119 GestalterInnen aus elf Ländern eingelangt. Teilgenommen hatten Kreative aus China, Deutschland, Ecuador, Indonesien, dem Iran, Italien, Österreich, Polen, Portugal, Russland und der

Schweiz. Mit der Aktion wollte man die Tradition des politischen Plakats wieder aufleben lassen und damit die Konsequenzen des aktuell zwischen Europa und den USA verhandelten Freihandelsabkommens sichtbar machen. Im Frühjahr 2017 wurde eine Auswahl der Einreichungen im Rahmen einer Ausstellung an vier Wiener Volkshochschulen (Simmering, Penzing, Floridsdorf und Erlaa) präsentiert. Die Schau zum TTIP-Poster-Wettbewerb wurde im Rahmen der VHS-Reihe »Die Zukunft von Arbeit und Wohlstand« mit der Diskussionsrunde »CETA & TTIP – Gefahr oder Chance?« eröffnet. Es sprachen die ExpertInnen Alexandra Strickner (Attac Österreich), Angela Pfister (ÖGB) und Hanna Lichtenberger (Universität Wien). Alle eingereichten Arbeiten sind in einer Online-Galerie und im beiliegenden Folder sichtbar.

www.ttip-poster.eu



- 1 Julia Hofmann:
»Against Screened
Information – Against
TTIP«
- 2 Pablo Machado: »Shhh«

EIN VIELSEITIGER GEBRAUCHSGRAFIKER: RUDOLF THRON (1919–2017)

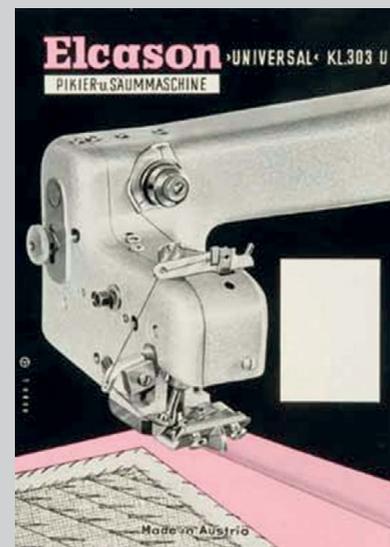


Zahllose Plattencovers, eine stattliche Reihe von Logos, Plakate, Anzeigen, Etiketten, Illustrationen, ja selbst Messestände hat Rudolf Thron, der sich nahezu allen Bereichen des Grafikdesigns gewidmet hat, gestaltet. Im Juli dieses Jahres ist der vielseitige Gebrauchsgrafiker, Künstler und Museumsbegründer nach einem langen Berufsleben und einem erfüllten Ruhestand im 99. Lebensjahr verstorben.

Thron wurde 1919 im niederösterreichischen Ort Kalte Kuchl, heute zu Rohr im Gebirge gehörend, geboren. Der gelernte Lebensmittelverkäufer, der am liebsten Bildhauer geworden wäre, begann sich nach der Heimkehr von der Kriegsgefangenschaft in Südfrankreich 1945 zunächst autodidaktisch zum Grafiker auszubilden; es folgten Kurse an der »Graphischen« und der Künstlerischen Volkshochschule in Wien unter Hans Fabigan. 1949 schuf er die ersten Arbeiten auf selbstständiger Basis. Seinem Beruf als freischaffender Grafikdesigner ging er bis zu seiner Pensionierung 1980 nach. Der prominenteste Kunde von Rudolf Thron war der burgenländische Mineralwasserproduzent Römerquelle. Das von ihm 1957 entwickelte Signet des Römerkopfes

durchlief zwar mehrere Re-Designs, wird aber – in modernisierter Form – immer noch verwendet. Ende der 1960er-Jahre öffnete sich Thron die Gestaltung von Schallplattencovers als neues Betätigungsfeld: Für verschiedene Labels entwarf er weit über 1000 Plattenhüllen. Trotz einer Augenoperation, der sich der Grafiker 1973 unterzog, verschlechterte sich seine Sehkraft über die Jahre faktisch bis zur Erblindung. Im Ruhestand engagierte sich Thron in seiner niederösterreichischen Heimat als Volksbildner; 1988 eröffnete das von ihm initiierte und betreute Freilichtmuseum »Historische Volkskunde Kalte Kuchl«, das weitgehend mit Eigenmitteln realisiert worden war. 1986 wurde Thron für seine vielfältigen Leistungen mit dem Berufstitel Professor ausgezeichnet, 2003 wurde ihm das Goldene Ehrenzeichen für Verdienste um die Republik Österreich verliehen. Rudolf Thron ist der von Andreas Koop verfasste zweite Band der von designaustria herausgegebenen Reihe »|design|er|leben|« gewidmet.

1



2

1 Rudolf Thron: Signet für Römerquelle Mineralwasser

2 Rudolf Thron: Anzeige »Elcason Pikier- und Sämmaschine«

3 Rudolf Thron: Schallplattencover »Vocalists, No. 1«

4 Rudolf Thron: Messestandgestaltung für Bauknecht



3



4

JOHANNES SCHERR DESIGN



Die Suche nach einer übergeordneten Idee, die im fertigen Produkt spürbar ist, das Einnehmen neuer Perspektiven, das permanente Hinterfragen und Finden neuer Einsichten, analytisches Vorgehen und das Wissen um die wirtschaftliche, soziale und ökologische Verantwortung seiner Tätigkeit sind Kernfaktoren für das Designverständnis von Johannes Scherr. Sein Büro, das Anfang 2017 von Wien nach Graz übersiedelt ist, arbeitet für nationale und internationale Unternehmen im Bereich Mobility, Furniture, Product, Packaging und Industrial Design.

Im Laufe seiner Berufstätigkeit hat Johannes Scherr Design bis dato rund 70 Projekte umgesetzt – von der ersten Skizze bis zum fertigen Produkt. Dafür wurde das Designbüro mit über 25 Designpreisen ausgezeichnet.

Mit einem umfassenden Netzwerk war es möglich, ohne große Strukturen ein flexibles Designbüro aufzubauen, das in den unterschiedlichsten Designbereichen tätig ist. Durch die Vielfalt an Themen entstand ein umfangreicher Wissenspool rund um Zielgruppen, Technologien und Methoden. Die Anwendung dieses Wissens und die sich daraus ergebenden Querverbindungen haben zu vielen Synergien und letztlich zu zahlreichen Innovationen geführt.

Seit 2006 lehrt Johannes Scherr auch an verschiedenen österreichischen Designhochschulen. Übergeordnetes Ziel dabei ist stets eine praxisnahe Vermittlung des Designprozesses. Dafür braucht es eine klare Struktur, nachvollziehbare Methoden und einen effizienten Einsatz von Ressourcen: zeitgemäße analoge und digitale Werkzeuge.

In den letzten Jahren hat sich der Schwerpunkt des Büros zunehmend auf die Umsetzung verstärkt nachhaltiger Projekte verlagert. Die Tätigkeit für Kunden wie Grüne Erde und Kompotech, die beide eine ökologische Mission erfüllen, hat auch die Arbeitsweise von Johannes Scherr Design wesentlich geprägt. Dieses Thema auch den Studierenden zu verinnerlichen, ist Johannes Scherr ein großes Anliegen. Es geht um einen verantwortungsvollen Umgang mit unseren Ressourcen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

www.johannes-scherr.com



1



2



3



4

- 1 Wasserfester Bluetooth-Speaker »Zeppy« für GOpro!
- 2 Lautsprecher »Audio-feel« (Eigenproduktion)
- 3 Hybridbetriebener Geräteträger »Hymog« für PTH Holzer
- 4 Personal Watercraft »Runabout B3R extreme« für Belassi
- 5 Stehleuchte »Arnia« für Grüne Erde
- 6 Glasflasche »Rauch« für Rauch Fruchtsäfte
- 7 Glasflasche »Carpe Diem« für Red Bull
- 8 Bett »Tonda« für Grüne Erde
- 9 Stuhl »Rondo« für Bene
- 10 Stein- und Leichtstoffseparator »HurriFex« für Komptech



5



6



7



8



9



10

MEMBERS@WORK

JEDER HAT EINEN IN DER TASCH



Robert Kalina: Erste Euro-Banknotenserie

Die sieben *Euro-Banknoten* der ersten Serie in unterschiedlicher Farbe und Größe basieren auf dem gemeinsamen Gestaltungsthema »Zeitalter und Stile in Europa«. Idee und Design stammen von *Robert Kalina*, dem Grafiker der *Oesterreichischen Banknoten- und Sicherheitsdruck GmbH* in Wien. Auf der Vorderseite der Banknoten stehen Fenster und Tore für den Geist der Offenheit und Zusammenarbeit. Die Brücken auf der Rückseite symbolisieren die enge Verbindung zwischen den Völkern Europas sowie

zwischen Europa und der Welt. Jede Banknote ist einem Stil der europäischen Baugeschichte zugeordnet. Die Abbildungen stellen keine realen, sondern Idealtypen von Bauwerken dar. Im Mai 2017 wurde dem österreichischen Banknotendesigner, der schon mit dem Goldenen Ehrenzeichen für Verdienste um die Republik Österreich ausgezeichnet worden war, vom Bundespräsidenten der Berufstitel Professor verliehen. Prof. Severin Filek, Geschäftsführer von designaustria, in seiner Laudatio: »Jeder von Ihnen hat zumindest einen – einen echten Kalina – in der Tasche.« Kalina gestaltet bereits seit 1982 Banknoten. Auch die letzte Serie der Schilling-Banknoten geht auf sein Konto. 1996 setzte er sich gegen 43 MitbewerberInnen durch und gewann den international ausgeschriebenen Wettbewerb der Europäischen Zentralbank. Sechs Monate arbeitete er an seinen Entwürfen. Die Vorgabe, dabei kein Land zu benachteiligen, war die größte Herausforderung. Im Gegensatz zu seinen KontrahentInnen setzte er nicht auf Fantasieporträts. Kalina ist Absolvent der Fachabteilung Grafikdesign der Höheren Graphischen Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt und wurde 1976 Mitarbeiter des damaligen Banknotenentwerfers der österreichischen Nationalbank, Roman Hellmann, dessen Nachfolger er wurde.

ERSTE BRIEFMARKE AUS HOLZ

rausgebrannt: Holzbriefmarke »Eiche«



Anlässlich des 20-jährigen Bestehens der *Österreichischen Bundesforste* gratulierte die *Österreichische Post AG* mit einer aus Eichenholz gefertigten Sonderbriefmarke in Form eines alten Eichenbaums. Umgesetzt wurde der Entwurf von *David Gruber* durch die Wiener Designagentur *rausgebrannt* unter Anwendung modernster Lasertechnik: eine Weltneuheit, die PhilatelistInnen begeistert. Eine einzige Eiche reichte für die Anfertigung von 130.000 Postwertzeichen. Der etwa 210 Jahre alte und 30 Meter hohe Baum stammt aus dem Wienerwald und wurde speziell für die Produktion der Briefmarken geerntet. Das harte, gleichmäßig gewachsene und dichte Holz eignet sich ideal für hochwertige Furniere, wie sie auch für die Briefmarke zum Einsatz kamen. *rausgebrannt*-Geschäftsführer *Bernhard Rameder* über den Werkstoff Holz: »Schon die spezifische Haptik macht

diese Briefmarke zu etwas ganz Besonderem. Und dank der unterschiedlichen Maserung ist jedes Stück ein echtes Unikat.« Die Produktion der Holzbriefmarken stellte die Agentur, die für unkonventionelle Lösungen bekannt ist, vor vielfältige Herausforderungen. Die kurze Trockenzeit des Holzes brachte die Gefahr von Rissen und Verformungen mit sich. Zusätzlich erschwerte die nicht ganz ebene Furnierfläche den vollflächigen Druck des Motivs. Dabei galt es, die Kontur des Baumes mithilfe von Lasercut und Laserbranding exakt zu stanzen, wofür ein eigenes Verfahren für besonders saubere Schnittkanten entwickelt wurde. Rameder: »Unser Ziel war es, die ausladende Baumkrone, den knorrigen Stamm und die breiten Wurzeln einer alten Eiche möglichst naturgetreu nachzuempfinden.« Mithilfe modernster Techniken realisiert sein sechsköpfiges Team seit 2009 kreative Designs in unterschiedlichen Materialien. Da werden Ziegelsteine schon einmal zu Awards, Minzblätter zu Direct Mailings und feines Papier und Kunststoff zu Pop-up-Sesseln. 6,90 Euro kostet das neue filigrane Schmuckstück aus 0,6 Millimeter dünnem Holz. Die Mehrzahl der Marken wird wohl in den Alben von SammlerInnen statt in Briefkästen landen, doch wer seine Post gerne mit einem Eichenbaum frankieren möchte, kann dies selbstverständlich tun. Seit Kurzem ist die Sonderbriefmarke im Onlineshop und in den Postfilialen erhältlich.

www.rausgebrannt.at www.bundesforste.at
www.post.at



TRADITION IM NEUEN KLEID

Nach 45 Jahren hat das österreichische Familienunternehmen *Schratt & Co GmbH* von *Einz Kreativbüro* (Idee & Kreation: *Emir Dedic*) ein neues Logo und ein einheitliches Erscheinungsbild verpasst bekommen, die den Unternehmensstil glaubwürdig visualisieren. Das Logo wurde modernisiert und an die Unternehmenswerte angepasst. Aus den alten CI-Farben Blau und Rot wurde allein Blau als Corporate Colour übernommen. Die homogene typografische Erscheinung samt Hausschrift ergibt ein einzigartiges und unverwechselbares Image. Das neue Corporate Design ist nicht nur oberflächliche Verschönerung, sondern wurde als Unternehmens- und Markenleitbild in einem umfassendem CI-Prozess entwickelt.

Einz Kreativbüro:
Erscheinungsbild für
Schratt & Co GmbH

www.einz.at www.schratt.co.at



GUT VERPACKT

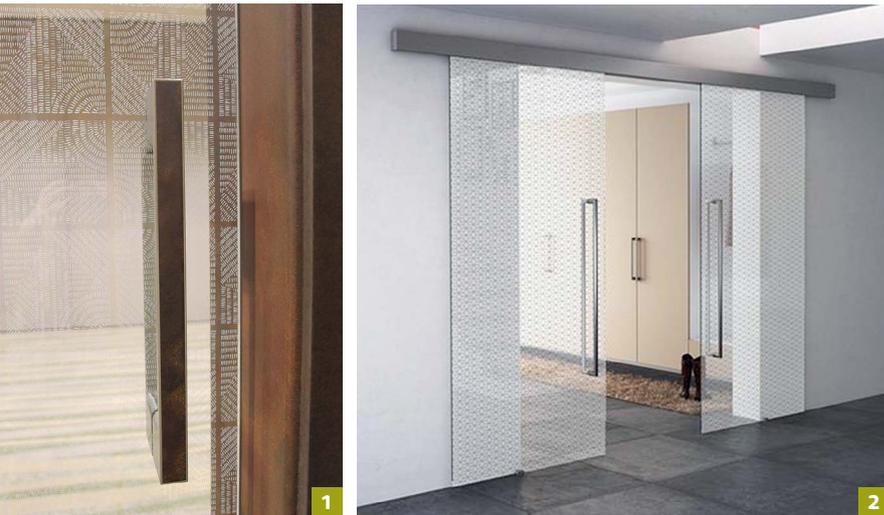
Element Design hat mit der Verpackungsgestaltung für die neue Produktlinie von *Birkenstock Legwear* überzeugt und in der Kategorie »Packaging« den IF DESIGN AWARD 2017 gewonnen. Der 1954 erstmals verliehene Award gehört zu den weltweit führenden Designpreisen. In diesem Jahr beurteilte die internationale Jury über 5000 Beiträge aus 59 Ländern. Birkenstock steht als Erfinder des Fußbetts mit maximalem Komfort für Premium-Qualität, natürliche und nachhaltige Materialien und hochwertige Verarbeitung. Das Design sollte eben diese Markenattribute kommunizieren und dabei die Funktionalität der Verpackung aus Naturpapier optimieren. Diese fixiert und schützt das Produkt durch die spezielle Faltung und das weiterverwendbare Silikonband ohne Faden oder Pins. Die Verpackung ist so konzipiert, dass sie für alle Legwear-Produkte und Größen herangezogen werden kann und einen ungestörten Fokus auf das Produkt ermöglicht. Die Farbcodierung des Silikonbands und der Haken – Blau für Herren und Weiß für Damen – sowie das klare Layout sorgen für einen strukturierten, eigenständigen und selbstbewussten Auftritt.

Element Design:
Verpackung
»Birkenstock Legwear«

www.element.co.at www.birkenstock-group.com



NEUE DURCHBLICKE



- 1 UnitedDesignPartners: DANA-Ganzglastür »Libera«
 2 UnitedDesignPartners: DANA-Ganzglastür »Novalea«

Die *Ganzglastüren-Kollektion* des österreichischen Premium-Türenherstellers *DANA*, für deren Neugestaltung die Agentur *UnitedDesignPartners* verantwortlich zeichnet, bringt mit ihrer bewusst zurückgenommenen Ästhetik und ihrer technischen Raffinesse einen langfristig erfahrbaren Mehrwert in den Alltag. Architektonisch markiert die Raumtür den Übergang von der Gebäudearchitektur zum Innenraum und bietet sich zur Schaffung von Zonen an. In diesem Zusammenhang kann Glas als transparentes Material Räumen Großzügigkeit und lebendige Lichtstimmungen verleihen. Es entstanden insgesamt acht unterschiedliche Designs aus der Feder *Peter Schreckensbergers*, die sich allesamt ideal in die umgebende Architektur einfügen: »Mit der neuen Ganzglastüren-Kollektion verfolgen wir durch eine stark reduzierte Umsetzung der eigentlichen Türelemente einen zeitlosen und hochwertigen Anspruch. Statt großflächiger, plakativer Grafiken kommen kleinteilige geometrische Motive zum Einsatz, die keinen kurzweiligen modischen Trends unterliegen.«

www.uniteddesignpartners.com www.dana.at

MATERIAL- UND FORMENVIELFALT

- 1 Rainer Mutsch: »Mint Tables« für Sixinch
 2 Rainer Mutsch: Ring »Fern« für Fab Atelier
 3 Rainer Mutsch: Regalmöbel »Aeon« für Breitwieser
 4 Rainer Mutsch: Leuchtenfamilie »Orchid« für Axo Light

Rainer Mutsch studierte Möbeldesign an der Danmarks Design Skole in Kopenhagen, Produktdesign an der Universität der Künste Berlin und schloss sein Industriedesign-Studium an der Wiener Universität für angewandte Kunst unter Paolo Piva ab. Nach mehreren Jahren als Senior Designer bei Werner Aisslinger in Berlin gründete er 2008 in Wien sein eigenes interdisziplinär agierendes Designstudio. Er entwickelt maßgeschneiderte innovative Designlösungen, wobei er gerne mit neuen Material- und Herstellungstechnologien experimentiert. Es entstehen elegante und dabei einfach und präzise

gestaltete Produkte, die auf die Bedürfnisse des Menschen abgestimmt sind. Aktuelle Beispiele seines Schaffens sind die beim österreichischen Staatspreis Design 2017 ausgezeichnete Leuchtenfamilie *Orchid* aus gegossenem Aluminium für den italienischen Hersteller *Axo Light*, bei der sich der Gestalter von natürlichen Blattgeometrien anregen ließ, oder die Ring, Ohrstecker und Anhänger umfassende Schmuckserie *Fern* für das junge internationale Label *Fab Atelier*. Auffälliges Element der *Mint Tables* für *Sixinch*, bestehend aus Ess-, Büro- und Beistelltischen in unterschiedlichen Größen, ist die Y-förmige Querverstrebung, in der sich auch Kabel verbergen lassen. Die Tischkollektion wurde auf der NeoCon in Chicago mit dem HiP Award 2017 des *Interior Design Magazine* ausgezeichnet. Die Kollektion *Aeon* für Österreichs führenden Natursteinanbieter *Breitwieser* umfasst Esstisch, Regalmöbel und Wandregale und beeindruckt durch das massive Material Calacatta-Marmor ebenso wie durch die leichte, organische Formgebung.

www.rainermutsch.com www.axolight.it
www.fab-atelier.com sixinch.eu
www.breitwieser-stein.at



1



2



3



4



GANZ AUF SCHIENE

o Squaring Design:
Gleisarbeitsmaschine
»Universal Tamper 4.0«

Im Büro *Squaring Design* von *Markus Tanzer-Kargl* entstehen Konzepte und Produkte, die neugierig machen und dazu animieren, genauer hinzusehen. Im Gestaltungs- und Entwicklungsprozess versteht sich *Squaring Design* als eine Art menschlicher 3D-Drucker für Ideen und begleitet seine Kunden von der ersten Skizze bis zum erfolgreichen Produkt. Die Gleisarbeitsmaschine *Universal Tamper 4.0*, deren Außendesign für die *system 7 rail support GmbH* entstanden ist, wird zur Instandhaltung von Eisenbahngleisen eingesetzt. Die Maschine vermisst, repositioniert und verfestigt die Schienen im Schotterbett, um eine sichere Fahrt von Zügen aller Art zu gewährleisten. Tragendes Element ist der charakteristische

trapezförmige Trägerrahmen, an dem das tonnen-schwere Aggregat befestigt ist. Um den Rahmen entschied man sich für eine flächige Formgebung, um den produktionstechnischen Möglichkeiten in der Blechfertigung gerecht zu werden. Inspirationsquelle waren unter anderem Origami-Objekte, weshalb im Projektverlauf der Ausdruck »Blech-Origami« zur treffenden Beschreibung der Formensprache geprägt wurde. Die Fahrzeuggrafik führt den Blick über die Innenflächen des Trägerrahmens sowie über das Dach Richtung Maschinenmitte, dem unmittelbaren Arbeitsbereich.

www.squaring.at www.s7-railsupport.com

SCHÖN POPPIG

Der aus Lübeck stammende, in Deutschland, Österreich und Irland ausgebildete und in Wien lebende und arbeitende Künstler und Grafikdesigner *Olaf Osten* zeichnet für die Ausstellungsgrafik der noch bis **25. März 2018** im *Wien Museum* laufenden Schau *Ganz Wien. Eine Pop-Tour* verantwortlich (Ausstellungsarchitektur: *Thomas Hamann*). Sechs Jahrzehnte Wiener Pop-Geschichte, dargestellt anhand von Hotspots der Musikszene: Die Tour führt zu Lokalen, Diskotheken, besetzten Häusern, Radiostationen und Studios, vom Künstlertreff Strohkoffer, in dem Helmut Qualtinger wirkte, über den Folkclub Atlantis und die 80er-Kultdisco U4 bis zum Studio von Kruder & Dorfmeister, wo in Wohnzimmeratmosphäre der coole Wiener Downbeat der 1990er-Jahre erfunden wurde. Das rhiz am Gürtel bietet bis heute der harschen Elektronik ein Domizil. Die einflussreichsten MusikerInnen haben in der Ausstellung ihren Auftritt. Es gibt viel zu hören, aber auch zu sehen: unbekanntes Archivmaterial, Videos, Flyer, Konzertfotos, Plattencover, Bühnenausfits und Lifestyle-Accessoires, Musikinstrumente und Kurioses. Kuratiert wurde die Ausstellung von *Walter Gröbchen*, *Michaela Lindinger* und *Thomas Mießgang*.

www.olaf-osten.com www.wienmuseum.at



1 Olaf Osten: Plakat »Ganz Wien. Eine Pop-Tour«

2 Olaf Osten: Lageplan »Ganz Wien. Eine Pop-Tour«

SCHAU-STELLUNGEN



Ein Schwerpunkt des Vorarlberger *Ateliers Stecher* (Roland Stecher) liegt auf der Gestaltung von Ausstellungen, Installationen, Publikationen und Logotypen für Museen und Kulturinstitutionen. Zwei aktuelle Ausstellungsprojekte sind in den letzten Monaten entwickelt und gestaltet worden: *Hier stehe ich...* ist eine Intervention mit 19 evangelischen Persönlichkeiten an 22 Orten, entstanden für das *Vorarlberg Museum* in Bregenz. *Jukebox. Jewkbox!* widmet sich einem Jahrhundert auf Schellack & Vinyl. Herausgekommen ist eine poppige Inszenierung von den ersten Grammophonen über den Plattenladen bis zur Auflösung des Mediums in der JewTube-Lounge. Nach Hohenems, München, Frankfurt, London und Warschau läuft die Schau jetzt im *Jewish Cultural Quarter* in Amsterdam unter dem Titel »Jukebox! A Century of Music on Shellac and Vinyl – 100 jaar muziek op schellak en vinyl« (bis 7. Januar 2018). Und obendrein hat sich das Studio eine neue Website verpasst!

www.stecher.at www.amsterdam.info
www.vorarlbergmuseum.at

- 1 Atelier Stecher:
Ausstellungsgestaltung
»Jukebox. Jewkbox!«
- 2 Atelier Stecher:
Intervention »Hier
stehe ich...«



TRY OUR
Freshly Cooked
CODFISH *with chips*
 SIGNATURE
Tuna Sandwich
hot chilli AÏOLI



VERSCHROBENE DRAUFGÄNGERIN

Eine schwungvoll-schrullige Script-Schrift, die es in sich hat: allen voran optische Größen! Dieses Feature lässt *Gretel Script* von *Typejockeys* auch in sehr kleinen Anwendungen oder am Screen bestens aussehen. Die x-Höhe und Laufweite sind vergrößert, der Kontrast ist verringert, ihre Swashes gehen auf Halbmast. Die Schrift basiert auf handgeschriebenen Vorlagen der Kalligrafin *Natascha Safarik*. Zeichen für Zeichen wurde sie digitalisiert, die Kurven wurden gesäubert, und viele weitere Qualitätsmerkmale kamen hinzu: Um den Schreibfluss möglichst authentisch wiederzugeben, gibt es pro Kleinbuchstabe mindestens sieben (!) Varianten sowie massenhaft Ligaturen und einige Initial- und Final-Formen – also unzählige smarte OpenType-Features, die Designerherzen höher schlagen lassen. Der zusätzliche Caps-Schnitt dient für Auszeichnungen und bietet *Gretel Script* und ihren GestalterInnen einen Spielkameraden für ungezogene Späße aller Art. Weird, verspielt und dennoch lässig – da geht schon was!

www.typejockeys.com

LIEBE ZUM PORZELLAN

Silvia Stocker machte 2016 ihren Bachelor an der *New Design University* im Studiengang *Manual & Material Culture*. Schon während ihrer Schulzeit war für die gebürtige Grazerin klar, dass ein kreatives Studium folgen sollte, bei dem auch die handwerkliche Komponente nicht zu kurz kommt. An der NDU konnte sie beides miteinander verbinden und spezialisierte sich schon früh auf die Arbeit mit Keramik. Stocker: »Insbesondere fasziniert mich das Material Porzellan, das eine gewisse Feinheit, Eleganz und Filigranität verkörpert.« In den *Craft Studios* im *Wilhelmsburger Geschirr-Museum* konnten die Studierenden sich intensiv mit dem Material auseinandersetzen. Auch nach ihrem Abschluss experimentiert die junge Designerin weiter im Atelier von Modelleur Hermann Seiser. Und von Mai bis November dieses Jahres war ihr Studienprojekt *Wilhelmsburger Keramik* in der Ausstellung *G'spritzt. Wilhelmsburger Dekore mit Schablone und Spritzpistole* im Rahmen des »Museumsfrühlings Niederösterreich« zu sehen.

cargocollective.com/silviastocker
www.geschirr-museum.at

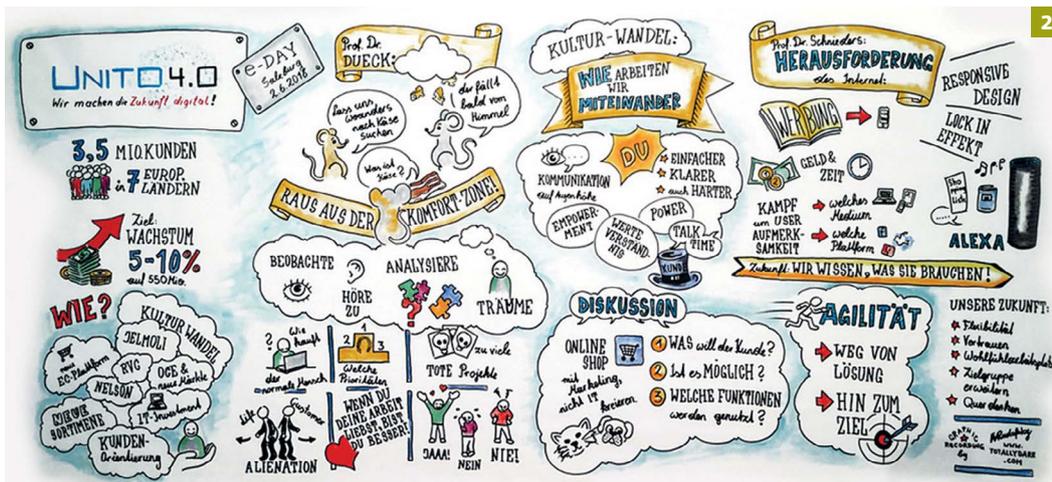


1 Silvia Stocker: Keramiken aus dem Bachelor-Projekt
 2 Silvia Stocker: Keramik aus der Ausstellung »G'spritzt« im Wilhelmsburger Geschirr-Museum

ERZÄHLEN MIT GRAPHIC RECORDING

Seit Anfang Mai hat *Eva Rudofsky* ihre Zelte – ihren Arbeitsplatz – in den Räumen des *Kleinen Salons für Illustration* im 8. Wiener Gemeindebezirk aufgeschlagen. Die Illustratorin und Grafikerin entwirft und gestaltet Kinderbücher, Werbung und Kommunikation. Einen großen Teil ihrer Arbeit nimmt das *Graphic Recording* ein, eine visualisierende Technik, die bei Konferenzen, Tagungen und ähnlichen Veranstaltungen herangezogen wird. In freier Zeichnung erstellt sie an Ort und Stelle ein Protokoll. Aus Anlass der Ateliereröffnung gab es im Kleinen Salon im Juni und Juli die Ausstellung *Gruseliger Monsterspaß* mit Arbeiten Eva Rudofskys zu sehen, bei denen Vektorgrafik und eben auch *Graphic Recording* zum Einsatz kamen – diesmal als Erzählform für bekannte Märcheninhalte.

www.totally-dare.com www.kleinersalonillustration.at



1 Eva Rudofsky: Ausstellung »Gruseliger Monsterspaß«
 2 Eva Rudofsky: Graphic Recording »Unito 4.0«

AUSSTELLUNGEN & VERANSTALTUNGEN

AUSSTELLUNG DESIGNFORUM WIEN THE ORANGE AGE EINE AUSSTELLUNG ÜBER MEDIENDESIGN DER SIEBZIGERJAHRE

designforum ^{WIEN}

ERÖFFNUNG

30. Jän. 2018

18.30 Uhr

Diese Schau zum neuen Jahr bringt garantiert Farbe in den grauen Wiener Winter! Denn rundum bunt und sympathisch ist das kraftvolle Design der 1970er-Jahre allemal. »THE ORANGE AGE«, im vergangenen Jahr bereits im designforum Steiermark und im designforum Vorarlberg zu sehen, blickt von **31. Januar bis 4. März 2018** mit über 60 Exponaten auf eine dynamische und höchst kreative Epoche des 20. Jahrhunderts zurück. Audio- und TV-Geräte, Kommunikationsapparate und Büromaschinen – sie alle berichten als Zeitzeugen von den Nachwehen der Flower Power der Sechziger, von manifester Freiheit der Farben und Formen, von Weltanschauungen und Zukunftsvisionen rund um das Space Age. Standen bis dahin vorrangig funktionale und formale Überlegungen im Mittelpunkt von Gestaltung, wurden sie nun auf gesellschaftliche und soziokulturelle Aspekte ausgedehnt. Jegliche Scheu vor Mainstream und Massenkonsum wurde abgelegt. Design verstand sich nicht mehr als elitäre Formgebung, sondern sprach ein breites Publikum an. In der Gestaltung entpuppten sich die 1970er-Jahre aber auch als stilprägende Ära des Individuellen, in der DesignerInnen eigenständige europäische Interpretationen der amerikanischen Pop Art umsetzten.

Sämtliche Objekte stammen aus dem Privatarchiv von Heinz M. Fischer, dem Vorsitzenden des Departments Medien & Design und Leiter des Medieninstituts an der FH JOANNEUM, der über eine der umfassendsten einschlägigen Sammlungen Österreichs verfügt: »Das Mediendesign der 1970er-Jahre sagt sehr viel darüber aus, wie man mit diesen Produkten damals umgegangen ist. Alles war rund, sympathisch, man hat die Geräte haptisch gerne bedient, am Sendersuchlauf des Radios gedreht, den es in dieser Zeit noch gab. Das Produktdesign war von einer unglaublichen Freundlichkeit, Offenheit und Buntheit.« Lassen Sie sich also vom Reiz des unverwechselbaren Alltagsdesigns und von zu Designikonen gewordenen Objekten des letzten wirklich analogen Jahrzehnts verführen, gegen dessen Ende eine massiv einsetzende Globalisierungswelle Individualität zugunsten einer gigantischen Massenproduktion nivellierte. Die Ausstellung findet in Kooperation mit dem Department of Media & Design an der FH JOANNEUM statt.

www.designforum.at

THE ORANGE AGE:

Audio- und TV-Geräte, Kommunikationsapparate und Büromaschinen aus den 1970er-Jahren



100 BESTE PLAKATE 16. DEUTSCHLAND ÖSTERREICH SCHWEIZ

Zeitgenössisches Plakatdesign hat deutlich mehr zu bieten, als Inhalte publikumswirksam für öffentliche Werbeflächen zu illustrieren. Wie avanciert konsumentenorientierte Gestaltung aussehen kann und wie viel Spielraum für subtilen Humor und versteckte Kritik grafische Umsetzungen am Plakat bieten, stellt diese Ausstellung, die noch bis **25. Februar 2018** bei freiem Eintritt im *Kunstblättersaal* des *MAK* in Wien zu sehen ist, unter Beweis. Die Schau, hervorgegangen aus dem gleichnamigen Wettbewerb, der 2017 mit 2116 Plakaten von 632 EinreicherInnen einen Beteiligungsrekord verzeichnete (siehe auch Ausgabe 2.1017), liefert einen Querschnitt der aktuellen Trends und Codes des Grafikdesigns.

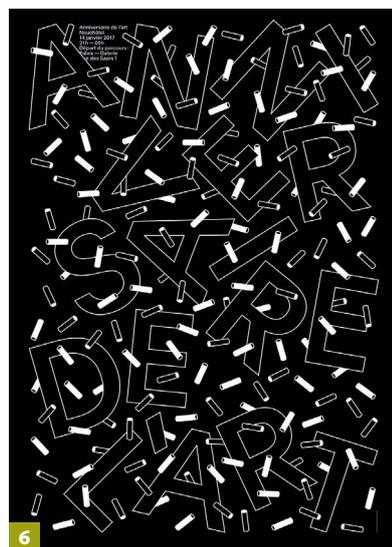
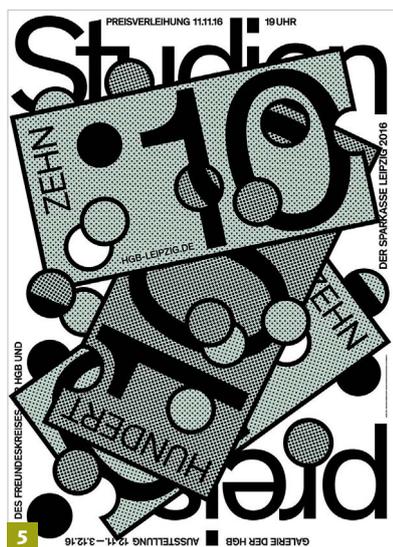
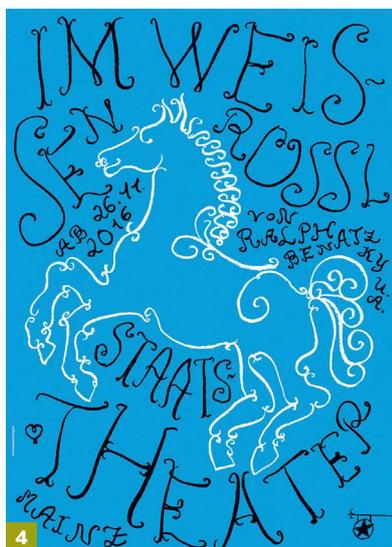
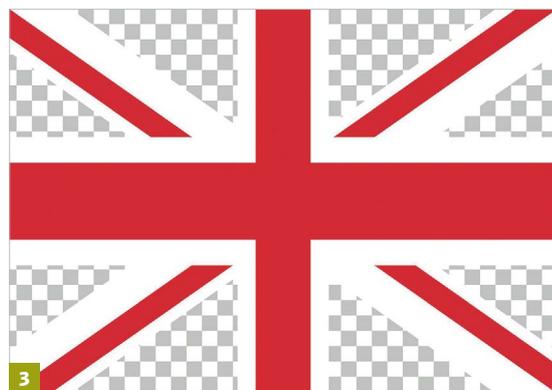
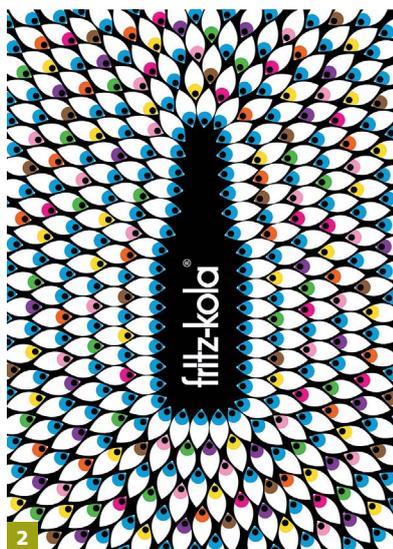
Hundert heterogene Sujets – vom studentischen Projekt bis zur Auftragsarbeit etablierter GrafikdesignerInnen und Agenturen – stehen einander als gleichwertige Gewinner gegenüber. Die von einer international renommierten Fachjury prämierten Plakate und Plakatserien – für Österreich war Eva Dranaz von 3007 vertreten – gehen auch in diesem Jahr als Neuzugänge in die MAK-Sammlung ein. Juryvorsitzender Alain Le Querrec resümiert: »Die Talente, die eine neue Ästhetik durchsetzen, indem sie Jahr um Jahr wieder ausgewählt werden, entwickeln sich ihrerseits zu VertreterInnen einer neuen Form der Klassik. Neue Trends kennen keine Grenzen, jede Generation schuldet es sich selbst, die Normen der Vorgängergeneration zu sprengen, neue Codes zu erfinden, sich mit dem Bruch zu identifizieren – selbst wenn diese Revolutionen mit Abstand betrachtet letztlich nur Entwicklungen sind.« Die Palette der hundert prämierten Sujets reicht von der Produktwerbung bis zur Affiche mit pointiertem Witz oder politischem Hintergrund. Bildflächen werden zu Crossovers, in denen historische Bildwelten zitiert, neu interpretiert und somit erlebbar gemacht werden.

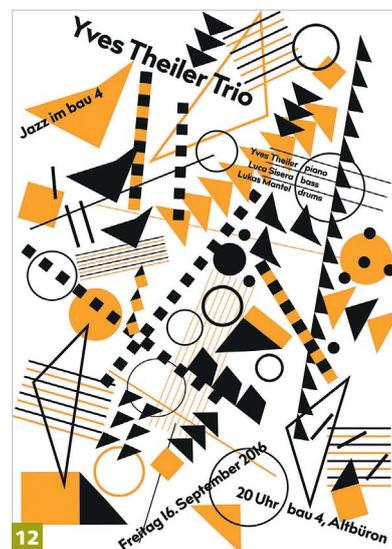
- 1 Benjamin Buchegger/
Beton: »Mai Frischek«
- 2 Rocket & Wink:
»Anziehungskraft/
Augen«
- 3 Vinzent Britz: »Brexit«
- 4 Neue Gestaltung:
»Im weißen Rössl«
- 5 Sacco & Vanzetti:
»Studienpreis 2016«
- 6 Denis Roueche:
»Anniversaire de l'art«

100 BESTE PLAKATE 17

Die Online-Registrierung für die nächste Runde startet am **15. Dezember 2017** und läuft bis **24. Jänner 2018**.

100-beste-plakate.de





- 7** Fabrian Krauss, Larissa Steidle: »Ein Spanier, ein Engländer und ein Österreicher...«
- 8** Josh Schaub: »30«
- 9** Marvin Boiko: »Paper Pong® 2016«
- 10** Erich Brechbühl: »Swiss Graphic Design in China«
- 11** Erich Brechbühl: »Einige Nachrichten an das All«
- 12** Niklaus Troxler: »Yves Theiler Trio«

Unter den beiden Siegerprojekten aus Österreich findet sich ein im Wettbewerb schon bekanntes Gesicht: Bereits zum dritten Mal konnte Benjamin Buchegger vom Atelier Beton (Wien, Salzburg, Leipzig) die Fachjury überzeugen. Buchegger, der an der Hochschule für Grafik und Buchkunst in Leipzig studiert, hat für sein Ausstellungsplakat »Mai Frische« erfrischend bunte Farben gewählt. Gelb, Blau und Rot verlaufen ineinander, sodass der Warnhinweis »Vorsicht, frisch gestrichen!« angebracht wäre. Das Linzer Studio OrtnerSchinko hat mit seinen Plakaten für den Kulturverein Stadtwerkstatt zwei Konzertankündigungen für »The Future Sound« geschaffen. Der Name des jeweiligen Top Acts des

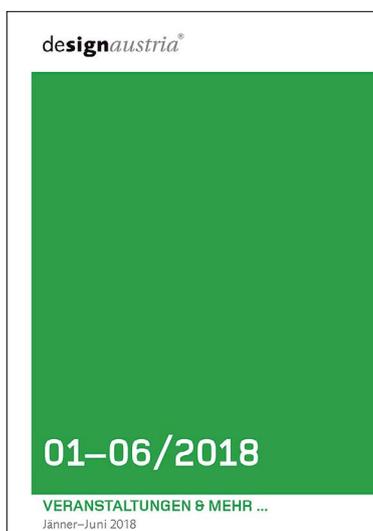
Abends wird durch Silbenvortauschung typografisch so gesetzt, dass der Schriftzug gegen unsere Lesegewohnheit erscheint. Beinahe zu einer Tradition geworden sind die in den letzten Jahren mehrmals prämierten Plakate von Rocket & Wink für die Getränkemarkte fritz-kola. Dass ein politisch motiviertes Plakat kaum Gestaltungsmittel benötigt, stellt »Brexite« von Vinzent Britz unter Beweis. Zur Ausstellung ist der Katalog »100 Beste Plakate 16. Deutschland Österreich Schweiz/100 Best Posters 16. Germany Austria Switzerland« im Verlag Kettler, Dortmund, erschienen.

DESIGNAUSTRIA: WORKSHOPS UND FORTBILDUNGSPROGRAMM JANUAR – APRIL 2018

we
design
austria

we
design
austria

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



WORKSHOP TEXTEN FÜR DESIGNER/INNEN

Christian Salić

designforum Wien

Freitag, 19. Januar 2018, 10–17.30 Uhr

Mittagspause zur freien Verfügung

Für viele DesignerInnen ist Text wie ein Nachbar, den man nur flüchtig kennt. Doch hinter fast jedem/jeder DesignerIn verbirgt sich ein/e gute/r TexterIn. Hier geht es darum, wie man Text mit einfachen Mitteln einsetzt, um sein Design wirksamer zu machen.

220 Euro Normalpreis

140 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 10. Januar 2018

VORTRAG CROWDFUNDING – SO GEHT'S!

Sunita Maldonado (wemakeit)

designforum Wien

Mittwoch, 7. Februar 2018, 17–19 Uhr

Hast du ein Projekt oder Produkt, das du finanzieren und zum Fliegen bringen möchtest? Mit Crowdfunding lässt sich ein Vorverkauf starten, ein Markttest durchführen, eine Community aufbauen. Hier erhält man Tipps für eine erfolgreiche Kampagne.

45 Euro Normalpreis

20 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 29. Januar 2018

INFOABEND DIE BILDRECHT

Günter Schönberger

designforum Wien

Dienstag, 20. Februar 2018, 18–20.30 Uhr

Den Stellenwert der Kunst sowie die existenzielle Basis von KünstlerInnen zu stärken, gehört zu den primären Aufgaben der Bildrechte. Mit ihren Einrichtungen fördert sie kreative Innovationen und die Wahrnehmung von Kunstschaffenden in Österreich. Geboten werden ein Einblick in den Tätigkeitsbereich der Urheberrechtsgesellschaft und eine Erläuterung des breiten Serviceprogramms.

Eintritt frei, beschränkte Teilnehmerzahl

Anmeldung bis 14. Februar 2018

WORKSHOP BUSINESS-CASE-METHODE FÜR DESIGNER/INNEN

Michael Boyle

designforum Wien

Dienstag, 27. Februar 2018, 10–17.30 Uhr

Mittagspause zur freien Verfügung

Viele gute Ideen verschwinden einfach, weil sie nicht die Aufmerksamkeit bekommen, die sie verdienen. Ein überzeugender, einfach verständlicher »Business Case« hilft, EntscheidungsträgerInnen Ideen klar zu vermitteln und zu belegen, dass Investitionen in Design Geld sparen. Hier wird die notwendige Kommunikationsstrategie erarbeitet, mit der es gelingt, die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu gewinnen.

380 Euro Normalpreis

280 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 20. Februar 2018

WORKSHOP LETTERING FÜR DESIGNER/INNEN

Michael Hochleitner

designforum Wien

Mittwoch, 14. März 2018, 10–17 Uhr

Mittagspause zur freien Verfügung

Hand-Lettering ist in aller Munde. Doch schon lange vor Instagram gehörte das Zeichnen von Schrift zum Handwerkszeug jedes/jeder guten Grafikdesigners/Grafikdesignerin. Der Workshop richtet sich an ambitionierte AnfängerInnen und Fortgeschrittene, vor allem aber an all jene, die ein Interesse an Schrift haben. Hier werden neue Möglichkeiten im Umgang mit Buchstaben vermittelt: ein bisschen Brush, ein bisschen Breitfeder. Mitzubringen ist eine Kombination aus bis zu drei Wörtern, die umgesetzt werden soll. Schreibwerkzeug und Papier wird beigelegt.

220 Euro Normalpreis

140 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 6. März 2018

VORTRAG BRANDING – VON PFLICHT UND KÜR EINER MARKE

Sandra Reichl

designforum Wien

Dienstag, 20. März 2018, 17–19 Uhr

Viele Unternehmen verstehen unter Branding allein die Entwicklung eines Logos. Doch gute Markenarbeit eröffnet eine Welt und visualisiert Strategie. Gutes Branding inszeniert die Unternehmensleistung und die Markenwerte. Man erfährt, wie man eine Marke aufbaut, die im heutigen Informationsfluss im Gedächtnis bleibt.

45 Euro Normalpreis

20 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 12. März 2018

VORTRAG EIN PORTFOLIO, DAS ZU MIR PASST

Elvira Stein

designforum Wien

Dienstag, 10. April 2018, 17–19 Uhr

Portfolios sind eine oft eine Herausforderung, gerade für GestalterInnen. Die Möglichkeiten reichen von einer Werkschau in gedruckter, gebundener Form bis zur Online-Präsentation. Unabhängig von der Form liegen der Gestaltung eines Portfolios jedoch gemeinsame zentrale Fragen zugrunde: Was zeichnet mich und meine Arbeit

aus? Der Vortrag spannt den Bogen von gestalterischen über erzählerische bis hin zu praktischen Aspekten des Portfolios. Im Anschluss werden Fragen der TeilnehmerInnen beantwortet.

45 Euro Normalpreis

20 Euro für designaustria-Mitglieder und Studierende

Anmeldung bis 3. April 2018

Detaillierte Informationen sind den Websites und dem Folder zu entnehmen, der dieser Ausgabe der »designaustria-Mitteilungen« beigelegt ist. Wir bitten um rechtzeitige Anmeldung unter projekte@designaustria.at. Anmeldungen gelten als verbindlich (die Nennung einer Ersatzperson ist möglich). Alle Preise inkl. 20% USt.

www.designaustria.at/fortbildung

www.designforum.at

WE
DESIGN
AUSTRIA

NEUES VON DEN NOW-LABS

nowlabs™
361° STARTUP
& INNOVATION
DESIGN

Was uns im Frühjahr 2017 dazu bewegt hat, noch einmal selbst ein Service-Start-up zu gründen und die Now-Labs an den Start zu rollen: Derzeit gibt es weltweit nur zwei Branchen, die um die Titel »Leadership Industry #1« rittern: die Start-up-Industrie und die Kreativindustrie. Beide Branchen werden von bestens ausgebildeten, urbanen Digital Natives angeführt, die mit ihrer Community die Welt zum Besseren verändern wollen. Beide Gruppen werden im besten Sinne des Wortes angefeuert von einem unbändigen Willen, erfolgreich durchzustarten. Und beide sind auf Gedeih und Verderb darauf angewiesen, die richtigen ProduzentInnen, Handels- und Vertriebs-partnerInnen zu finden, um mit ihren Services und Produkten erfolgreich sein zu können. Diese beiden Gruppen wollen wir in den Now-Labs synergetisch zusammenführen und den unternehmerischen Mut der jungen österreichischen EntrepreneurInnen mit den kreativen Kompetenzen unserer breit aufgestellten Design- und Kreativszene verbinden.

MISSION IS QUEEN

»Auf Dauer überleben nur jene Unternehmen, die ein Anliegen und kein Geschäft verfolgen«, hat Guy Kawasaki, Chef-Evangelist von Apple und mehrfacher Bestsellerautor, der Wirtschaft von morgen ins virtuelle Stammbuch geschrieben. In diesem Sinn liegt unser Hauptaugenmerk auf möglichst intelligenten Businessideen, die nicht nur ein kommerzielles Ziel verfolgen, sondern auch wichtige soziale und ökologische Anliegen verwirklichen wollen.

Wir haben einen dreitägigen Entrepreneurship-Workshop (jeweils Do, Fr & Sa) nach dem Why?/How?/What?-Prinzip von Simon Sinek entwickelt, den wir Ende Februar 2018 zum ersten Mal anbieten. Zielgruppe: GründerInnen und Kreative, die noch nicht ganz genau wissen, ob und wie sie ihre neue Unternehmensidee anpacken sollen, ob sie bereits auf das richtige Pferd setzen. »Frage immer erst, warum« ist Standortbestimmung und perfekter

Ausgangspunkt für jedes neue unternehmerische Abenteuer: »We cannot become what we need to be by remaining what we are.« Die Kosten für das komplette Dreitagesprogramm liegen in der ersten Runde im Februar bei Euro 1.200 (statt Euro 1.800), für designaustria-Mitglieder überhaupt nur bei Euro 600 (jeweils zzgl. 20% USt.) Die Teilnehmerzahl ist auf 12 Personen oder 5 Start-ups beschränkt.

SALES IS KING

Bei so gut wie allen Start-ups und Kreativunternehmen, die uns in den letzten Jahren begegnet sind, war die »Abteilung« Sales nicht oder nur unzureichend besetzt und ganz selten als Schlüsselkompetenz in den Köpfen der GründerInnen und Teams verankert. Wir entwickeln mit euch eine umfassende Sales-Strategie, identifizieren alle notwendigen Schlüsselpartner, -kunden und -vertriebswege und begleiten euch persönlich bei den ersten überlebenswichtigen Präsentationen und Vertriebsverhandlungen. Denn erst, wenn ihr euch und eure Leistungen wirklich richtig verkauft, wird sich entscheiden, ob ihr die ersten Monate überlebt, euch weiterentwickeln könnt, und neue InvestorInnen für die nächsten Schritte eures Ventures findet.

Hierzu haben wir einen Zweitagesworkshop und eine FAQ-Up Night entwickelt, die beide im März 2018 das erste Mal stattfinden. Die Kosten betragen für den Workshop Euro 1.200 und für die FAQ-Up Night Euro 60 (jeweils zzgl. 20% USt.). designaustria-Mitglieder zahlen jeweils nur 50%.

Details und Anmeldungen für alle Veranstaltungen unter: benno.flotzinger@now-labs.com

we
design
austria

ERFOLGE



BEST OF AUSTRIAN DESIGN: STAATSPREIS DESIGN & SONDER- PREIS DESIGN CONCEPTS 2017

Zum Auftakt der Vienna Design Week 2017 wurden Ende September im Wiener MuseumsQuartier die GewinnerInnen des Staatspreises Design und des Sonderpreises DesignConcepts 2017 im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung bekannt gegeben. Durch den Abend führte Elisabeth Vogel, die Jury war durch die Designerin und Designanthropologin Kathrina Dankl vertreten (siehe auch Ausgabe 3.2017). Die höchsten Auszeichnungen des Landes für dreidimensionale Gestaltung werden alle zwei Jahre vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft in den Kategorien Produktdesign/ Konsumgüter, Produktdesign/Investitionsgüter und Räumliche Gestaltung vergeben. Zudem kamen wie schon in den vergangenen Jahren für noch in der Entwicklungsphase befindliche Gestaltungskonzepte mit hohem Realisierungs- und Innovationspotenzial die von der Austria Wirtschaftsservice GmbH im Rahmen der aws Kreativwirtschaft gestifteten

dotierten DesignConcepts-Sonderpreise zur Vergabe. Die 28 Projekte der Shortlist waren bis Ende November in der Schau »Best of Austrian Design« im designforum Wien zu sehen, die nach der Preisverleihung eröffnet wurde.

Die Jury bescheinigte den eingereichten Projekten ein insgesamt hohes Niveau und zeigte sich beeindruckt von der überdurchschnittlichen Qualität, großen Relevanz und breitgefächerten Vielfalt der Beiträge. Aus insgesamt 266 Einreichungen wurde das kabellose Studiomikrofon *Mikme* der *Mikme GmbH*, die von *Industrial Design Attersee* gestaltete Brech- und Siebanlage *dsb innocrush Rock Crusher* und die von *Super – Büro für Gestaltung* gemeinsam mit *Innauer Matt Architekten* konzipierte *Georunde Rindberg* mit Hauptpreisen gewürdigt. Alle Preise und Auszeichnungen gingen sowohl an den Gestalter/die Gestalterin als auch an den Auftraggeber/die Auftraggeberin. Die drei Geldpreise in der Sonderkategorie DesignConcepts erhielten *Rebecca Daum*, *MO:YA VISUALS* und *Jakob Glasner*. Die ausgewählten Projekte werden einem modernen Lebensstil gerecht, der sich durch technisch und gestalterisch komplexe, aber userfreundliche und funktionale Lösungen sowie hochwertige Materialien überzeugender verwirklichen lässt als durch oberflächliche Behübschung.

Der Staatspreis Design fand in diesem Jahr zum 47. Mal statt. Die Organisation dieser Leistungsschau für heimische Produkt- und räumliche Gestaltung liegt seit 2001 in den Händen von designaustria, dem Wissenszentrum und der Interessenvertretung für Design in Österreich.

www.staatspreis-design.at



Die 28 ausgewählten und prämierten Beiträge des Staatspreises Design & Sonderpreises DesignConcepts 2017 sowie die Mitglieder der Fachjury werden in einem zweisprachigen Katalog (D/E) in Wort und Bild vorgestellt. Hardcover, 24,5 x 24 cm, 99 Seiten, zahlreiche Farbabbildungen, zu bestellen über service@designaustria.at zum Preis von Euro 24,90 (inkl. 10% USt.).

PREISTRÄGER/INNEN 2017

PRODUKTDESIGN | KONSUMGÜTER

STAATSPREIS DESIGN

→ **»Mikme Microphone«** Kabelloses Studiomikrofon mit integriertem Audiorekorder und App-Anbindung

NOMINIERUNGEN

→ **»BTX Okularmodul«** Teleskopsystem

→ **»Betonkapsel«** Flächenbündiges Lichtmontagesystem

→ **»Vöslauer Gastro Collection«**

PRÄDIKAT »AUSGEZEICHNET«

→ **»OttoBock Runner«** Sportprothesenfuß

→ **»BORA Professional 2.0«** Kochfeldabzugssystem

→ **»Manta Carving Kayak«** Wildwasser-Slalomkajak

→ **»Orchid«** Modulare Leuchtenfamilie

PRODUKTDESIGN | INVESTITIONSGÜTER

STAATSPREIS DESIGN

→ **»dsb innocrush Rock Crusher«** Mobile Brech- und Siebanlage

NOMINIERUNGEN

→ **»PIXEL«** Modulares Möbelsystem

→ **»AGILOX«** Vollautonomer Transportroboter

→ **»E-Force 2«** Hydraulisches Bergegerät

PRÄDIKAT »AUSGEZEICHNET«

→ **»BWT Corporate Product Design Line«**

Produktlinie zur Wasseraufbereitung

→ **Mobile Punktzugwinde für Theatertechnik**

→ **Neue Fertigungsmethode für Freiformgebäudehüllen aus Beton**

→ **»GAT ECO«** Spindtürschloss

RÄUMLICHE GESTALTUNG

STAATSPREIS DESIGN

→ **»Georunde Rindberg«** Rundweg & Mahnmahl

NOMINIERUNGEN

→ **»Virgilkapelle«** Erschließung eines Sakralraums

→ **»Meierhof Trausdorf«** Revitalisierung historischer Bausubstanz

→ **»Volksschule Edlach«** Signaletik

PRÄDIKAT »AUSGEZEICHNET«

→ **»Loft Panzerhalle«** Innenraumgestaltung

→ **»Lingenhel«** Shop- und Restaurantgestaltung

→ **»Interieur Heimat Wien«** Büro-Einrichtungskonzept

→ **»The Happy Show«** Ausstellungskonzept und -gestaltung

→ **»Farb Werkraumschau«** Ausstellungssystem

Design | Auftraggeber | Hersteller

Mikme GmbH | Philipp Sonnleitner | Mikme GmbH

formquadrat gmbh | Swarovski Optik KG | Swarovski Optik KG

Georg Bechter Architektur + Design | Georg Bechter Licht | Georg Bechter Licht

POLKA | Vöslauer Mineralwasser AG

AWS Designteam | Otto Bock HealthCare GmbH | Otto Bock HealthCare GmbH

BORA Vertriebs GmbH & Co KG | BORA Vertriebs GmbH & Co KG |

BORA Vertriebs GmbH & Co KG

Aberjung OG | Ed Wolffhardt | die Wölfe

Studio Rainer Mutsch | Axo Light S. r. l. | Axo Light S. r. l.

Design | Auftraggeber | Hersteller

Industrial Design Attersee | dsb Maschinenbau GmbH | dsb Maschinenbau GmbH

Bene GmbH | Bene GmbH | Bene GmbH

formquadrat gmbh | AGILOX Services GmbH |

AGILOX Services GmbH

formquadrat gmbh | Weber-Hydraulik GmbH | Weber-Hydraulik GmbH

formquadrat gmbh | BWT AG | BWT Austria GmbH

Peschkedesign | Waagner-Biro Austria Stage Systems AG |

Waagner-Biro Austria Stage Systems AG

Institut für Tragwerksentwurf TU Graz | FFG Austria/ABB AG/BASF SE/SGL

Carbon SE/Max Bögl GmbH/Nomotec Automation GmbH | Institut für Tragwerksentwurf

TU Graz/LKI TU Graz/IMB TU Graz/IBB TU Graz

toka OG | Gantner Electronic GmbH | Gantner Electronic GmbH

Design | Auftraggeber | Hersteller

Super – Büro für Gestaltung/Innauer Matt Architekten ZT GmbH | Gemeinde Sibratsgfall |

Waldmetall Dietmar Bechter/Fetzcolor/Stadelmann Bau/ Hermann Brändle/Hölzl

Gravuren GmbH/Seilerey Wüstner GmbH

BWM Architekten und Partner ZT GmbH | Wien Museum | Stahleinbauten Heidenbauer

AllesWirdGut Architektur ZT GmbH/Mobimenti Innenraumgestaltung | Esterházy

Wein GmbH

Sägenvier DesignKommunikation | Stadt Dornbirn | Dietrich|Untertrifaller

Architekten ZT GmbH/Monika Heiss

smartvoll | Panzerhalle Betriebs GmbH | Spiluttini Bau GmbH/Glas + Metall

Weissofner GmbH & Co KG/Inform Tischlerei|Innenausbau GmbH

destilat Design Studio GmbH | Johannes Lingenhel

bE – Design Studio OG | Heimat Wien

Sagmeister & Walsh | MAK Wien | ICA Philadelphia

atelier stecher | Werkraum Bregenzerwald/Thomas Geisler, Martin Bereuter |

Fetzcolor/Jürgen Raid/Tischlerei Bereuter/Tischlerei Dür/Tischlerei Kühne/Kaufmann

Zimmerei

DESIGNCONCEPTS

SONDERPREISE DESIGNCONCEPTS

- »eve« Armatur mit integrierter Wasserverbrauchsanzeige
- »In Touch with the Illusion« Spatial Augmented Reality
- »Fingerschinder« Ganzkörpertrainingsgerät für den Klettersport

Design | Ausbildungsstätte

Rebecca Daum | Umeå Institute of Design

MO:YA VISUALS | FH Joanneum Graz

Jakob Glasner | Universität für angewandte Kunst Wien | Tischlerei Fadenberger

JURYBEGRÜNDUNGEN



STAATSPREIS DESIGN

Mikme Kabelloses Studiomikrofon mit integriertem Audiorekorder und App-Anbindung

Die Form dieses ikonischen Objekts steht überzeugend für dessen Anwendung und fungiert zugleich als Unternehmenslogo. Diskrete Anklänge an klassische Mikrofone der 1950er-Jahre ergeben eine schöne Symbolik: Hier wird Ton unter der Vermittlung eines Szenarios aufgenommen und wiedergegeben. Die Anwendung erschließt sich sofort. Die leistungsstarke Technik bleibt sichtbar und ist dennoch gut geschützt. Das Mikrofon funktioniert auf Tisch und Ständer und wendet sich sowohl an Profis als auch an einen breiten Benutzerkreis.



STAATSPREIS DESIGN

dsb innocrush Rock Crusher

Mobile Brech- und Siebanlage

Diese mächtige Maschine spricht nicht nur im Vergleich zum Vorgängermodell, das die Ausgangsbasis für die Neugestaltung bildete, eine bestechend klare Formensprache. Die grafischen Qualitäten und die Gliederung in einzelne Zonen lockern das Volumen auf, bilden die Arbeitsprozesse ab und vermitteln ein hohes Maß an Beweglichkeit: Das Ergebnis des Designprozesses ist ein Schwerindustriegerät, das beinahe an ein Motorrad denken lässt. Der hohe emotionale

Impact lässt vermuten, dass die Anlage nicht ohne Stolz bedient wird. Dem Aspekt Sicherheit wird nichtsdestotrotz umfassend Rechnung getragen.



STAATSPREIS DESIGN

Georunde Rindberg

Rundweg & Mahnmal

Das Projekt zeigt eindrucksvoll, wie sich Landschaft selbst unter Nutzbarmachung einer Naturkatastrophe (eines Hangrutsches) gestalten lässt. Ein traumatisches Ereignis wurde hier aufgearbeitet, visualisiert und unter der Einbindung Betroffener in etwas Positives verkehrt. Diese in Form gegossene Teilhabe erweist sich als eine überzeugende Verbindung von Landschaft und Architektur. Sie besticht durch ihre große formale Klarheit, die einmal mehr vor Augen führt, dass eine starke Grundidee mit sehr wenig auskommt.



SONDERPREIS DESIGNCONCEPTS

eve Armatur mit integrierter

Wasserverbrauchsanzeige

Allein die Thematik Ressourcenschonung ist auszeichnungswürdig. Es handelt sich um die Visualisierung einer Problematik mit Entwicklungspotenzial, wobei es vielmehr um einen System- als einen Produktansatz geht, der sich auf den gesamten Haushalt übertragen ließe.



SONDERPREIS DESIGNCONCEPTS

In Touch with the Illusion

Spatial Augmented Reality

Die Verbindung der Gestaltungsmittel Modell und Animation ermöglicht Gesamtanwendungen für Ausstellungen, Events, Messen etc., bei denen das Räumliche und das Digitale miteinander verschmelzen. Die Innovation besteht darin, mehrere Menschen gleichzeitig an einer virtuellen Realität teilhaben zu lassen. Die Lösung ist reduziert, effizient und flexibel und erlaubt beeindruckend multidimensionale Präsentationen.



SONDERPREIS DESIGNCONCEPTS

Fingerschinder Ganzkörper-

trainingsgerät für den Klettersport

Dieses flexible und mobile Trainingsgerät kann unterwegs und in Innenräumen genutzt werden. Mit ihm lassen sich nicht nur gezielt verschiedene Teile der Finger- muskulatur trainieren, sondern auch andere Körperbereiche. Es handelt sich um eine minimalistische Lösung in Form eines simplen Objekts mit vielen Funktionen, das stabil und robust ist und eine Trendsportart bedient.

INS BILD GESETZT: ROMULUS-CANDEA-PREIS 2017

Zu dem von designaustria bereits zum achten Mal österreichweit ausgeschriebenen Romulus-Candea-Preis, benannt nach dem in die Geschichte der Kinderbuchliteratur eingegangenen Illustrator der »Stanisläuse«, wurden in diesem Jahr 89 Arbeiten eingereicht. Ziel des Preises ist die Veröffentlichung eines bislang unpublizierten Kinderbuchprojekts. Ende September fand die von Illustratorin Renate Habinger (Kinderbuchhaus im Schneiderhäusl) moderierte Jurysitzung im designforum Wien statt: Karin Haller (Institut für Jugendliteratur), Clemens Heider (Höhere Graphische Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt), Jürgen Lagger (Luftschacht Verlag), Richard Klippfeld (Romulus-Candea-Preisträger 2015), Leonora Leitl (Illustratorin) und Robert Stocker (Bundeskanzleramt) trafen in einem ersten Schritt die an die Kinderjury weiterzuleitende Auswahl von neun Beiträgen und nominierten sodann vier FinalistInnen, aus denen schließlich der/die GewinnerIn ermittelt wurde. Das Siegerprojekt »Letzte Nacht« von Franz Suess wurde Anfang November auf der Buch Wien vorgestellt; der Illustrator erhielt ein Preisgeld von 2.500 Euro; der Entwurf wird realisiert und als Buch im Luftschacht Verlag vorliegen. Die Begründung der Jury: »Dieses Kinderbuch vermittelt eine sehr zurückhaltende

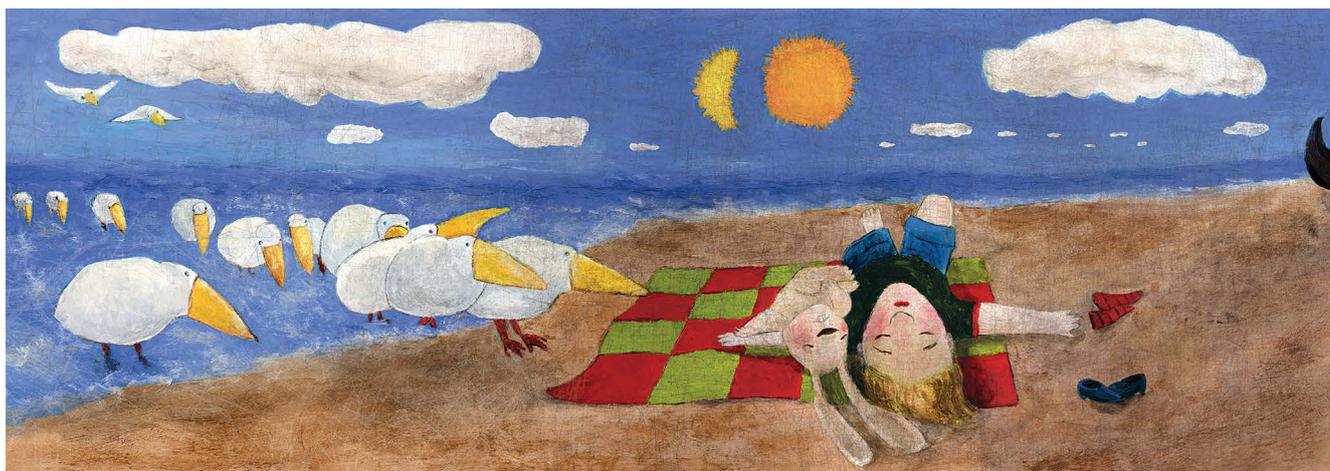
Atmosphäre, zeigt jedoch auch, dass Ruhe spannend sein kann. Gelungen ist neben der gut überlegten Bildgestaltung der Seiten, die einem durchkomponierten Gemälde ähneln, auch die überzeugende Mimik der ProtagonistInnen. Jede Illustration kann für sich stehen, nebeneinandergelegt erzählen die Bilder aber eine durchgehende Geschichte.«

Nominiert waren außerdem: »Hundstage« von Agnes Ofner, »My Father Never Cut His Hair« von Peter Phobia und »Der Krallowich« von Kathrin Steinbacher. Zusätzlich beinhaltet die Bestenauswahl: »Der Mond & das Ich« und »Der kleine Punkt sucht sein Zuhause« von Elisabeth Kihßl, »Tobi und der kleine Phönix« von Valentina Lovric, »Von Tauben, Hühnern und Enten« von Nini Spagl und »Der Wanderwal« von Lukas Vogl. Die Präsentation der Ergebnisse der Kinderjury sowie aller ausgewählten, nominierten und prämierten Projekte folgt im Frühjahr 2018.

www.designaustria.at

1 Franz Suess:
»Letzte Nacht«

1





2

- 2 Agnes Ofner: »Hundstage«
- 3 Peter Phobia: »My Father Never Cut His Hair«
- 4 Kathrin Steinbacher: »Der Krallowick«



3

4



The big bogeyman.
I keep thinking about him, and suddenly...
... A knock on my window.
Is that him? How could that be?
Did I leave my window open?

HELLO, I AM
THE BOGEYMAN!
YOU MUST BE PAULI!

'I WILL COME TO SCHOOL
WITH YOU TOMORROW',
the bogeyman yawns.

I have been waiting at the edge
of the football pitch for a very
long time. I am watching Leo
score a goal, one after the other.
I would love to join in, but they
won't let me.
I am too young, they say.

'PAULI! PAULI!... PAULA ANTONIA WOLF!
WHY DO YOU ALWAYS NEED TO
BE TOLD TWICE? COME IN NOW OR
THE BOGEYMAN WILL GET YOU!'

ÖSTERREICHISCHES INDUSTRIEDESIGN HAT GEPUNKTET: RED DOT AWARD: PRODUCT DESIGN 2017

Zum Red Dot Award: Product Design 2017 haben herstellende Unternehmen und DesignerInnen aus 54 Nationen ihre aktuellen Produktinnovationen eingereicht. 39 ExpertInnen kamen aus aller Welt nach Essen und bewerteten mehrere Tage lang jedes einzelne Objekt vor Ort. Nur Gestaltungslösungen, die durch hohe Designqualität überzeugten, erhielten die begehrte Auszeichnung. Juror Renke He aus China: »Die Designqualität bestimmt die Qualität der Benutzererfahrung mit Produkten oder Dienstleistungen. Sie ist der Schlüsselfaktor für den wirtschaftlichen Erfolg.« Neben Robotik und neuen Technologien rangiert aber auch die Besinnung auf Natur und Nachhaltigkeit rangiert ganz weit vorne. Für Marken bietet der Red Dot Award ein Gütesiegel, das ein Differenzierungsmerkmal gegenüber der Konkurrenz ist und VerbraucherInnen die Sicherheit gibt zu wissen, dass sie Produkte von bester Qualität erwerben. Unter der Rekordzahl von über 5500 Einreichungen verlieh die Jury 102-mal die Auszeichnung »Red Dot: Best of the Best« und 1405 rote Punkte sowie 52 Honourable Mentions. In dieser Bestenauswahl des Jahres 2017 finden sich auch 33 Produkte bzw. Produktgestaltungen aus Österreich. Auffallend viele Kreationen stammen aus den hauseigenen Designschmieden renommierter heimischer Betriebe; es finden sich aber auch internationale Kooperationen zwischen österreichischen Unternehmen und ausländischen Gestaltungsbüros bzw. zwischen ausländischen Unternehmen und österreichischen DesignerInnen.

Gleich fünf »Red Dots« holte sich *Silhouette International* mit den hochwertigen optischen Brillenfassungen *Dynamics Colorwave* und *Silhouette Atelier G700* und den sich durch ein großes Sichtfeld und hohe Funktionalität auszeichnenden Sport- bzw. Skibrillen *Adidas Zonyk*, *Adidas Zonyk Aero* und *Adidas progressor splite* (alle In-house-Design). Der Linzer Brillenhersteller *GABE Eyewear* sicherte sich mit der handgefertigten *Fassung REI – A symphony of wood and horn* (In-house-Design), die durch ihre natürlichen Materialien, die präzise handwerkliche Ausführung und ein innovatives »Snap Joint« besticht, gar ein »Best of the best«; ebenfalls einen Punkt gab es für die lässig-moderne Neuauflage der klassischen Hornbrille *MONOCEROS Ara* der *ROLF – Roland Wolf GmbH* (In-house-Design).

Das *Studio F. A. Porsche* erhielt drei Auszeichnungen, allesamt für Produkte des britischen Produzenten *KEF*: Die Jury vergab für den Kopfhörer mit Geräuschunterdrückung *SPACE ONE* ein »Best of the best« und begründete dies mit Wohlproportioniertheit, Leichtigkeit und beeindruckender Stabilität; gehobene Qualität versprechen auch der Bluetooth-Lautsprecher *GRAVITY ONE* und der reduzierte Bluetooth-In-Ear-Kopfhörer *MOTION ONE*. Unter die Besten des Jahres 2017 reiht sich auch die von *Zeug Design* gestaltete IPTV-Receiver- und Fernbedienungseinheit *TICTACTILE. System* von *ruwido austria*, die mit faszinierender Einfachheit und konsistenter Formensprache überzeugte; als Gestalter fungierte

- 1** Silhouette International: Skibrille »Adidas progressor splite«
- 2** Studio F. A. Porsche: Kopfhörer »SPACE ONE« für KEF
- 3** Zeug Design: IPTV-Receiver- und Fernbedienungseinheit »TICTACTILE. System« für ruwido austria
- 4** GABE Eyewear: Brillenfassung »REI – A symphony of wood and horn«
- 5** Otto Bock Health Care Products: Handprothese »System-Elektrogreifer DMC VariPlus«
- 6** KISKA: Antriebssysteme »Active Line / Active Line Plus« für Bosch eBike Systems
- 7** Design Department: Radlader »L 580 LogHandler XPower®« für Liebherr-Werk Bischofshofen GmbH
- 8** Johannes Scherr Design: Kompostumsetzer »TOPTURN X4500« für Komptech GmbH



1



2



3





ruwido austria für die ebenfalls ausgezeichnete Fernbedienung *TV 2.0 Remote Control* des Schweizer Unternehmens *Swisscom*. Auch das handliche und bedienfreundliche Diktiermikrofon *Philips Speech-Mike Premium Touch* der *Speech Processing Solutions GmbH* (In-house-Design/Philips Design, Niederlande) konnte sich unter den technisch innovativen Kleingeräten durchsetzen, ebenso der intuitiv einsetzbare Desktop Visualiser *vSolution Cam* von *Wolf Vision* (In-house-Design), für den es ein Honourable Mention gab.

Im Bereich Medizintechnik punkteten die effizient und klar gestaltete Dental-Antriebseinheit *Implantmed* des *W&H Dentalwerks Bürmoos* (In-house-Design) und die materialtechnisch und in ihrer Funktionalität vorbildlich gestaltete Handprothese *System-Elektrogreifer DMC VariPlus* von *Otto Bock Health Care Products* (In-house-Design), die der Jury ein »Best of the best« wert war: »Sie gibt den Menschen die Möglichkeit, viele Handhabungen und Tätigkeiten wieder selbstständig ausführen zu können.«

Im Bereich Sport und Freizeit gab es rote Punkte für das an die Proportionen kleinerer Biker angepasste Kinderfahrrad *Woom 2* der *woom GmbH* und das zugleich leichte und stabile E-Bike *Chenao HS* der *Simplon Fahrrad GmbH* (beide In-house-Design). Technisch ausgereifte, kompakte und in unterschiedliche Rahmenmodelle integrierbare Fahrradtriebe bieten die Produktlinien *Active Line/ Active Line Plus*

des in Deutschland beheimateten Unternehmens *Bosch eBike Systems*, gestaltet von *KISKA*. Einen weiteren »Red Dot« fuhr das transformierbare Boot *KORMARAN K7 First Edition* der *KORMORAN GmbH* (In-house-Design) ein, das mit innovativen Technologien, einem exklusiven Gesamtbild und Vielseitigkeit überzeugte.

Unter den Schwermaschinen behauptete sich der von *Johannes Scherr Design* gestaltete Kompostumsetzer *TOPTURN X4500* der *Komptech GmbH*, der mit einem eigenständigen Erscheinungsbild auftritt und mit überaus funktionalen Detaillösungen besticht; der kraftvoll-selbstbewusste Radlader *L 580 LogHandler XPower®* der *Liebherr-Werk Bischofshofen GmbH*, für dessen Formensprache das *Design Department (Christian Kreiner)* mit verantwortlich zeichnet; der auf Sicherheit ausgerichtete Teleskoplader *T46-7* der *Liebherr-Werk Telfs GmbH*, zu dessen dynamischer Gestaltung auch *CLAAS Corporate Industrial Design (Deutschland)* beigetragen hat; und der mobile Prallbrecher *RM 120GO!* der *Rubble Master HMM GmbH*, für dessen ausgewogenes Erscheinungsbild *Freiform (Karl Norbert Grasberger)* gesorgt hat.



5



6



7



8



9



10

- 9** EOOS Design: »Oki Table« für Walter Knoll
- 10** GP designpartners: Einhebel-Waschtisch-mischer »Sensation« für AM.PM
- 11** BORA Vertriebs GmbH & Co KG: Kochfeldabzugssystem »BORA Professional 2.0«
- 12** Brigitta Nemeth: Blendensystem »PAIS« für Franz Blaha

In den Disziplinen Haustechnik, Wohnen, Beleuchtung und Bad gab es ein weiteres »Best of the best« für das auch beim österreichischen Staatspreis Design ausgezeichnete individuell konfigurierbare Kochfeldabzugssystem *BORA Professional 2.0* der *BORA Vertriebs GmbH & Co KG* (In-house-Design), das mit seinem hohen Bedienkomfort und seiner schönen formalen Lösung punktete. Außerdem beeindruckten die von *Phormolog* designte Wärmepumpe *iPump* der *IDM Energiesysteme GmbH*; die Außenleuchten-Serie *Nightsight* der *Zumtobel Lighting GmbH*, gestaltet in den Niederlanden von *UNStudio, Van Berkel en Bos U.N. Studio B.V.* als gelungenes Zusammenspiel von Form und Funktion; das edle, hochwertige Parkett *Admonter Rhombus* von *Admonter/STIA Holzindustrie GmbH* (In-house-Design); der von *EOOS Design* für *Walter Knoll* gestaltete Tisch *Oki Table*, dessen Fokus ganz auf die Schönheit des Naturmaterials Marmor gerichtet ist; die Einhebel-Waschtischmischer *Like* und *Sensation*, gestaltet von

GP designpartners für die *AM.PM AG* in Deutschland, die durch anspruchsvolle Ästhetik und die gekonnte Zusammenführung unterschiedlicher Stile bestechen; und die zeitlose und funktional durchdachte Duschabtrennung *Drive 1.0* der *PALME Duschabtrennungen GmbH* (In-house-Design). Einen Punkt und ein Honourable Mention gab es schließlich im Bereich Büro für den schlichten Stapeltisch *yuno*, gestaltet von *B4K (Andreas Krob)* in der Schweiz für *Wiesner-Hager Möbel* bzw. das von *Brigitta Nemeth* entwickelte flexible Blendensystem *PAIS* der *Franz Blaha Sitz- und Büromöbel Industrie GmbH*.

Der Red Dot Award: Product Design befindet sich bereits in der nächsten Runde: Noch bis **16. Januar** bzw. **9. Februar 2018** (für »Latecomer«) ist Zeit, seine Produkte für das kommende Jahr ins Rennen zu schicken.

www-red-dot.de/pd



11



12

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 Föllleitner, 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 (EU Projects, Press & Social Media), Heidi Resch (Project Management), Sibel Sermet (Web Management), Bettina Steindl (Leitung 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: foreverloops GmbH (Produktives Spielen/foreverloops-Screenshot), Fabricio Martinez Lamancha/Interface Culture (Produktives Spielen/Symposium), Robert

Staudinger (Birkenstock Legwear), DANA/Jeld-Wen Türen GmbH (DANA-Glastüren-kollektion), Miriam Raneburger (The Orange Age)

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

PAPIER: PERIGRAPHICA® Classic Rough, Cover: 300 g/m², Kern 150 g/m², zur Verfügung gestellt von Europapier Austria GmbH, Autokaderstraße 86-96, 1211 Wien, www.europapier.at, und Mondi Paper Sales GmbH, Marxergasse 4A, 1030 Wien, www.mondigroup.com

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

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

ISSN 1022-9566

mit Unterstützung der Kunstsektion im Bundeskanzleramt

BUNDESKANZLERAMT  **ÖSTERREICH**

KUNST

Europapier Design Papers



www.europapier.at/shop
www.designandpaper.com

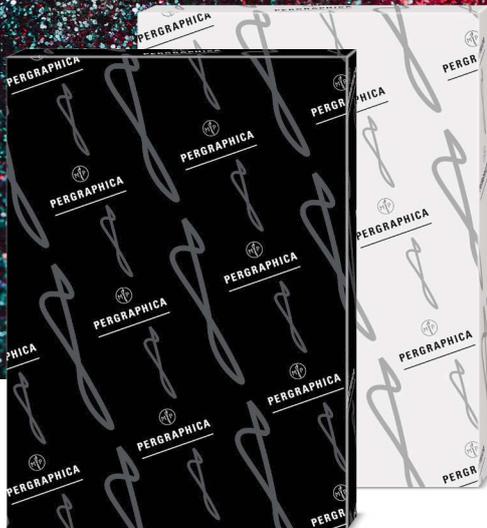
FIRST OF ALL | **EUROPAPIER**



PERGRAPHICA®

Paper for
Perfectionists.

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



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

IN TOUCH EVERY DAY
www.mondigroup.com

