

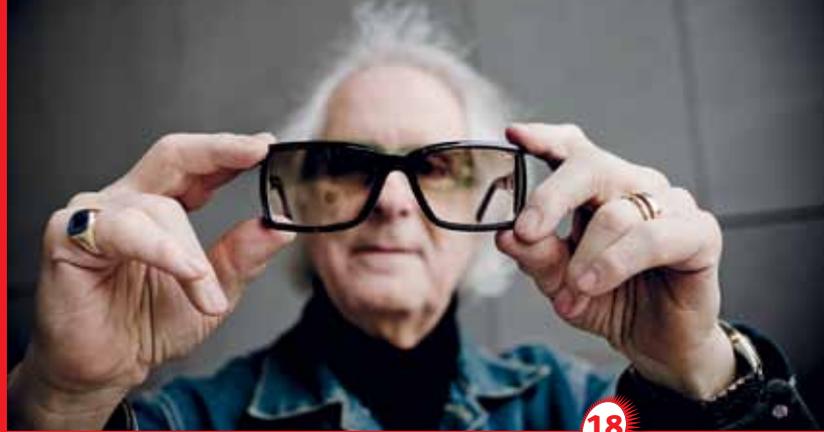
designaustria



Atelier Ozlon: »Zucht und Ordnung«, alessandridesign: Etiketten für Leaves of Grass (Ausschnitte)

Werkzeuge für die Design-Revolution | Wien Products Collection 2012 | Packaging (W)RAP |
Nachruf: Cari Zalloni | Ausstellungen: Joseph Binder Award 2012 im designforum Wien &
100 beste Plakate 11 – Deutschland Österreich Schweiz im MAK

DA mitteilungen 1234.12



18

Liebe Kolleginnen und Kollegen _ 03

Editorial _ 04

Packaging _ 05 Vienna im Pack 2012 | _ 09 Packaging (W)RAP mit Demner, Merlicek & Bergmann, Mark & Mark und CO₂

Sustainability _ 13 Werkzeuge für die Design-Revolution

Produktdesign _ 14 Wien Products Colleciton

DA-Studioporträt _ 16 BETON

Nachruf _ 18 Cari Zalloni (1937–2012)

Members at Work _ 19 Design Storz | _ 20 Yellow | _ 21 Spirit Design | EOOS |
_ 22 Martin Ballendat | Martin Mostböck | taliaYsebastian | _ 23 Julia Landsiedl | Paulus M. Dreihholz |
_ 24 Willi Schmid | FH Joanneum | _ 25 Alice Wellinger | _ 26 Roland Stecher | Bohatsch und Partner

Ausstellungen _ 27 Joseph Binder Award 2012 | _ 28 100 beste Plakate 11 – Deutschland
Österreich Schweiz | Typopassage: Junior Research Fellows (Vienna) | _ 29 WerkStadt Vienna:
Design Engaging the City | design8en

Erfolge _ 30 BIO 23 | _ 33 Internationale Grafikdesign-Biennale Brunn 2012 |
_ 34 Staatspreis Vorbildliche Verpackung 2012 | _ 36 printissimo – emballissimo 2012 &
Pro Carton/PPV Austria Design Award 2012 | _ 38 DME Award 2012

Wettbewerbe | Calls _ 39 red dot award: product design 2013 | Transform Awards 2013 |
100 beste Plakate 12 – Deutschland Österreich Schweiz | _ 40 ED Awards 2013 |
Förderguide-App der Wirtschaftsagentur Wien

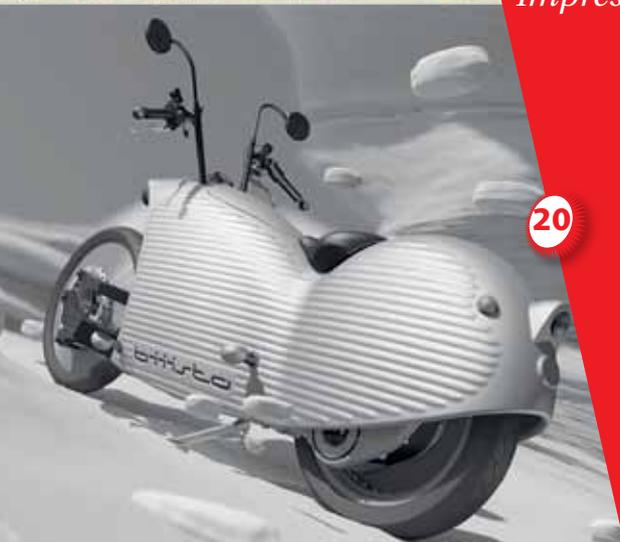
Material & Bedarf _ 40 Europapier: Unser Beitrag zu einer sauberen Umwelt |
_ 41 Bösmüller Print Management ist neues DA-Mitglied

Service _ 42

Impressum _ 43



16



20

5





Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Eine Diskussionseröffnung:

Goldhasen mit roter Schleife oder doch in Rot-weiß-rot, aus der Schweiz oder aus dem Burgenland, 16,6 Millionen Euro für das Uhrendesign der Schweizer Bundesbahn, und im Gegenzug gibt's einen Schutz von abgerundeten Ecken.

Daneben lesen wir regelmäßig von Plagiatsenthüllungen im Rahmen von Dissertationen in Politikerbiografien, begleitet von einer ständig wachsenden Zahl von Rechtsanwälten, die nicht nur das große Geschäft wittern, sondern es auch finden und notfalls erschaffen.

Im Fernen Osten ist ein völlig anderer Zugang zu finden, auch wenn dieser in jüngster Vergangenheit ziemlich verwestlicht wurde. Kopieren gilt traditionell als Ehrenbekundung und als Wertschätzung des Geschaffenen, große Meister werden unzählige Male abgeschrieben und reproduziert, bis sie verinnerlicht sind. Kopieren und Imitieren treibt die Innovationskraft und das Tempo voran. Gutes wird schnell verbreitet, und darauf aufbauend wird wieder Neues geschaffen.

Dazwischen entwickeln sich Ansätze und Plattformen wie Creative Commons.

Und wie ist eure Sicht? Bitte um eure Postings auf **www.designaustria.at**.

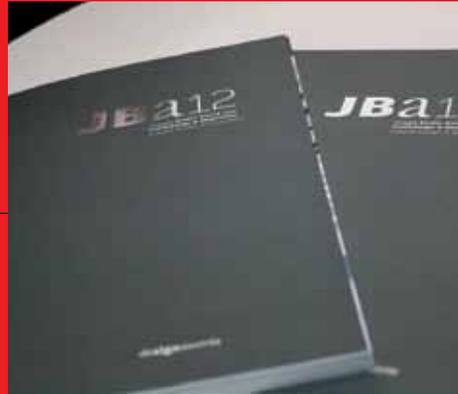
Mit den besten Wünschen und guten Aussichten für das neue Jahr. Obama sagte kürzlich: »The best is yet to come.«

Schön, bei designaustria zu sein.

Martin Fößleitner

stellvertretend für Monika Fauler, Beatrix Roidinger, Sigi Ramoser, Michael Thurow und alle DA-Mitglieder

Editorial



Es passt ganz gut zur Weihnachtszeit, dass der Schwerpunkt dieser Ausgabe dem Einpacken gewidmet ist. Wir berichten über die internationale Verpackungskonferenz an der »Graphischen«, **Vienna im Pack 2012**, die gezeigt hat, dass es sich hier um ein weites Feld handelt: Neben Funktionalität, Ästhetik und Originalität spielen Nachhaltigkeit, Ökologie und neue Technologien eine immer größere Rolle. Darüber hinaus haben wir im **Packaging (W)RAP** drei Experten aus Agenturen um kurze Statements zum Thema gebeten. Auch in der Rubrik »Erfolge« steht Verpackung im Vordergrund: Wir stellen die GewinnerInnen des Staatspreises **Vorbildliche Verpackung 2012** und des **printissimo – emballissimo 2012 & Pro Carton/PPV Austria Design Award 2012** vor. Vielleicht finden Sie ja ein paar Denkanstöße und Anregungen, nicht nur für die Verpackungen der Produkte Ihrer Kunden, sondern auch für die Ihrer Weihnachtsgeschenke.

Erst nach Redaktionsschluss ist am 23. November 2012 die große Preisverleihung des **Joseph Binder Award 2012** im designforum Wien über die Bühne gegangen. Moderiert haben das bereits bewährte Team Susanne Dechant & Severin Filek, für die internationale Jury sprach Clemens Heider, Partner der heiderklausner Designagentur und Gründer der Initiative Corporate Design init_cd. Die **Ausstellung** der 52 ausgewählten Projekte ist noch bis **16. Dezember 2012** im designforum Wien zu sehen. DA-Mitglieder können ein kostenfreies Exemplar des erstmals zweisprachig (Deutsch/Englisch) erschienenen Katalogs bei uns anfordern (service@designaustria.at).

Wie immer: Wir freuen uns über Beiträge, Hinweise, Anregungen und Kritik unter redaktion@designaustria.at und berichten gerne über die Aktivitäten und Erfolge der designaustria-Mitglieder. Senden Sie bitte aktuelle Informationen auch direkt an webredaktion@designaustria.at.

Wir wünschen ein gutes Jahr 2013.

Die Redaktion.

Packaging

VIENNA IM PACK 2012

Angehörigen des Lehrkörpers der traditionsreichen »Graphischen« in Wien ist es gelungen, am 15. und 16. Oktober 2012 internationale Vortragende zu einem »Kongress für modernes Package Design« an die Schule zu holen. Die **Initiatoren Giovanni Corsaro** und **Werner Gregori** trugen damit der außergewöhnlichen Stellung der Verpackung als einem unverzichtbaren analogen Medium im elektronischen Zeitalter Rechnung.

Mit viel Begeisterung und Esprit führte **Cordula Alessandri** (www.alessandri-design.at), seit 2003 Mitglied der Alliance Graphique Internationale (AGI), deren Studio für seine einfühlsamen und raffinierten Verpackungslösungen national und international vielfach ausgezeichnet wurde, ins Thema ein. Ihre Anregungen holt sich die Designerin auf Reisen, egal ob diese zu internationalen Kongressen in Großstädte oder zum Ausspannen in die Natur führen. In ihrer reichhaltigen Sammlung finden sich in Hongkong entdeckte Grabbeigaben aus Papier ebenso wie aus Bananenblättern geflochtene Körbe. Obwohl sie eingesteht, dass es bei Massenprodukten wichtig ist, es dem Konsumenten zu ermöglichen, von der Verpackung auf den Inhalt zu schließen, bevorzugt sie Überraschungseffekte. Doch sie steht zu den bunten Hüllen, die ihr Studio der Rewe-Diskontkosmetikserie »My« verpasst hat und die sich geschmackvoll und fröhlich in die Welt des Massenkonsums einfügen. In diesem Zusammenhang erinnert sie sich gerne an einen Workshop, den während ihrer Gastprofessur an der Hochschule der Bildenden Künste Saarbrücken (2003–2005) geleitet hat. Unter dem Motto »Sinnlichkeit im Design« waren die Studierenden aufgefordert, Verpackungen für Erotikshops zu gestalten. Überhaupt ist ihr am Nachwuchs gelegen: In ihrem Studio hilft sie mit viel Engagement Praktikantinnen und Praktikanten – oft von der »Graphischen« – auf den Weg, die oft mehrere Jahre im Studio bleiben und voll in Projekte eingebunden sind.

Mit den Jahren hat sie sich Cordula Alessandri zu einer Spezialistin für die Verpackung edler Tropfen entwickelt. Und in der engen Zusammenarbeit mit den Winzern ist oft auch eine sehr persönliche Beziehung entstanden. Auf den Flaschen der »Madeira Collection« prangen üppig Collagen aus Früchten, für die alte Illustrationen als Vorlage dienten. Die Designerin achtet auf witzige Details und betont, dass es die Region zu berücksichtigen gilt. Dabei muss das Produkt gut sein – die Gestaltung kann helfen, es besser zu verkaufen. Für Dirk Nieveport hat sie ein wahres Ideenfeuerwerk gezündet. Die Stanzungen und Punktilustrationen des »Redoma« (gemeinsam mit Stefanie Lichtwitz) visualisieren einen Glassturz und wurden zum Markenzeichen des portugiesischen Weinguts. Es folgten Etiketten mit Comicillustrationen aus dem jeweiligen Land, in dem die Weine auf den Markt kamen: ein Verkaufsschlager. Die Linie wurde mit Max & Moritz für die »Fabelhaft«-Portweine weitergeführt. Für »Dado« und »Poeira« (zu Deutsch: Staub), die beide ebenfalls in Portugal gekeltert werden, entstanden zum einen eine Art dadaistisches Bilderrätsel mit zahlreichen Anspielungen auf

Region und Winzer und zum anderen ein Schlingensymbol, das an eine Weinranke denken lässt, aber eigentlich ein Staubsaugerschlauch ist: Assoziationen, die an Originalität kaum zu überbieten sind. Nur auf den ersten Blick klassisch muten die Wappen flankierenden Tiermotive des österreichischen Weinguts Wachter-Wiesler an. Für die Verpackungen des Weinguts Esterházy mussten u. a. Durchlauchten aus der hauseigenen Gemäldesammlung erhalten. Gefühle und die Vorliebe für Cartoons und Lyrik des Winzers sprechen aus den Labels der US-amerikanischen Weinkellerei Leaves of Grass: Je nach Stimmungslage gibt es »Wine for Quiet«, »Wine for Love«, »Wine for Magic« oder »Wine for Tenderness« (gemeinsam mit Thomas Gabriel). Mit unterschiedlicher Typografie, aber dennoch eindeutig erkennbar präsentieren sich die Flaschen des Château de Roquefort in Frankreich. Die Etiketten des österreichischen Winzerduos Lackner-Tinnacher thematisieren die Metamorphose von der Raupe zum Schmetterling, während sich auf jenen der Vinothek Burgenland Störche und andere in der Region heimische Kreaturen tummeln. Die Reihe ließe sich noch lange fortsetzen.

Auf Cordula Alessandris die Sinne ansprechende Praxis folgte mit **Satkar Gidda**, Sales & Marketing Director bei Sieberthead (www.sieberthead.com), einem führenden Beratungsunternehmen für Marken- und Produktdesign in England, eher Strategisches. Giddas Kernaufgabe liegt vor allem in der Beratung in Sachen One-to-One-Kommunikation zwischen Produkt und Kunden. Dabei nimmt die physische Verpackung eine Schlüsselstellung ein, denn über sie interagiert der Konsument mit der Marke. Und dabei gilt: Wenn das Design die Menschen ignoriert, ignorieren die Menschen das Produkt. Die Gestaltung von Verpackung hat großen Anteil an der Herstellung einer emotionalen Bindung: Das Design muss gefallen, nicht verstanden werden. Die Menschen bezahlen im Grunde nicht für ein Produkt, sondern für Bedürfnisbefriedigung. Der Kunde ist also König – der Boss. Und der wird in seiner Entscheidung zu 80% von Gefühlen geleitet: »Das mag ich – das will ich haben.« Folglich muss die rechte Gehirnhälfte, die für Gefühl und Intuition zuständig ist, stimuliert werden. Die Aufgabe des Gestalters/der Gestalterin ist es, dem Konsumenten/der Konsumentin einen Grund zum (wiederholten) Kauf zu geben. Und das wird durch eine Anregung der Sinne erreicht: durch einen Eye-Catcher auf der Verpackung, ein witziges Detail, das sich vielleicht auch im Inneren findet, das Material, ein Geräusch (Wie hört es sich an, wenn man die Verpackung öffnet oder schließt?) oder gar den Geruch. Die Verpackung reflektiert das Produkt, kann fallweise selbst zum Produkt werden – zum Beispiel Kartonschachteln, die sich zu einer Spielzeugeisenbahn zusammensetzen lassen. Interesse erregen auch Limited Edition Packs, egal ob sie mit neuen Farben und Materialien spielen, einem Pop- oder Filmstar gewidmet sind oder auf neue Geschmacksrichtungen eingehen. Auch Geschenkverpackungen stehen hoch im Kurs.

Das Thema Verpackung ist heute eng mit dem weit gefassten Begriff der Nachhaltigkeit verbunden und hat viel mit Corporate Social Responsibility (CSR) zu tun. Satkar Gidda:



- 1 alessandridesign: BIPA-Diskontkosmetikserie »My«
- 2 Julia Schmidt: Verpackungen für Erotikshop »Silhouette«, Hochschule der Bildenden Künste Saarbrücken, Betreuung: Cordula Alessandri
- 3 alessandridesign: Weinetiketten »Poeira«
- 4 alessandridesign: Weinetiketten »Comics Edition«
- 5 alessandridesign: Weinetikette »Dado«
- 6 alessandridesign: Weinetiketten »Madeira Collection«
- 7 alessandridesign: Weinetiketten »Redoma«

»Was gut für die Umwelt ist, ist auch gut fürs Geschäft.« Große Konzerne wie etwa Coca Cola arbeiten an der Entwicklung einer Flasche, die zu 100% aus pflanzlichen Stoffen besteht. Organische Materialien wie Bambus oder Pilze können Styropor ersetzen, um beispielsweise Computer im Karton einzubetten. Materialreduktion ist angesagt: Verpackungen werden kleiner, was sich auch positiv auf den Transport auswirkt.

Neue Technologien wie QR-Codes ermöglichen auch neue und teilweise fragwürdige Features: Was ursprünglich für logistische Zwecke entwickelt wurde lässt Bierdosen Geschichten erzählen oder ermöglicht es dem Konsumenten, sich von einem Fruchtsaftkarton Musik herunterzuladen. Aber auch ganz neue Shopping-Szenarien entstehen: Tesco bietet gestressten Berufstätigen an, in virtuellen Stores, die man etwa auf dem Heimweg vom Büro in U-Bahnstationen vorfindet, mit dem Smart Phone über QR-Codes einzukaufen – die Ware wird innerhalb kürzester Zeit nach Hause zugestellt. Seit der Einführung dieser neuen Form des Einkaufens verzeichnet die Supermarktkette eine Umsatzsteigerung im Onlinebereich von 130%. Was die Technik noch schafft: Getränke Dosen verändern ihr Aussehen, wenn sie gekühlt werden; die Reife von Früchten oder die Frische von Fleisch wird über Barcodes angezeigt; durch Nanotechnologie wird Körperwärme absorbiert, sodass eine Ginflasche aufleuchtet, wenn sie in die Hand genommen wird. Dem Thema neuer Technologien im Advanced Packaging widmete sich auch **Alexander Gruber**, Business Development Managers bei Streulicreations in der Schweiz, einem Spezialisten für Print-Producing in der Verpackung (www.streulicreations.com). Über Quick Response wird die Verpackung zum Schlüssel für neue virtuelle und gar dreidimensionale Welten: Plötzlich findet man sich hinter dem Steuer seines Traumwagens wieder, in dem man dann durch die Gegend kurvt.

Nach so vielen Gadgets führte der Argentinier **Alejandro Paul** wieder zurück zu handfester Grafik und Typografie. Nach einer erfolgreichen Laufbahn als Art Director gründete er 2002 in Buenos Aires sein Studio Sudtipos (www.sudtipos.com) und hat sich seither der Kreation von Fonts verschrieben, die in erster Linie bei Verpackungen – einschließlich der menschlichen Haut – zum Einsatz kommen. Kommt er in eine neue Stadt, sucht er zuerst einen Supermarkt auf: Dort erfährt er viel über das Leben der Menschen und ihre Kultur. Bei diesen Besuchen ist ihm auch aufgefallen, dass es nur wenige Schriften gibt, die im Packaging eingesetzt werden: Hundefutter und Babynahrung bedienen sich derselben Lettern, nach dem Motto »Was bei einem funktioniert, klappt auch beim anderen«. Er begann, eigene organisch anmutende Schriften für Verpackungen zu gestalten und setzte damit einen Trend, der zunächst in den USA aufgegriffen wurde und sich dann auch in Südamerika durchsetzte. Schriftzüge auf Produkten von Nestlé, Procter & Gamble oder Danone stammen aus seiner Hand. Er arbeitet gern für Massenprodukte, die viele Menschen kennen und kaufen. Bei der Entwicklung einer neuen Schrift lässt er sich von historischen Vorbildern anregen, Inspirationen findet er überall, auch im Kunsthandwerk (Schmiedeeisen) und in der Natur (Efeuranken). Vor allem an Handschriften erinnernde Typefaces aus den

1930er-Jahren haben es ihm angetan; kalligrafische Elemente und Schnörkel spielen eine wichtige Rolle bei seinen Kreationen wie der »Ministry Script«, die Kalligrafie auf den Computer überträgt, dem zeitlosen und vielseitig einsetzbaren Font »Hipster« oder der mit Ornamenten kombinierbaren serifenlosen Schrift »Brownstone«, deren Elemente sich zu komplexen Formen verbinden lassen. Dabei weisen viele seiner Schriften Features von Open Type auf. In letzter Zeit sind auch eigene Schriften für Tattoos entstanden – Body Type sozusagen. Auf seiner Website bietet der Argentinier weit über 100 Schriften aus seiner Feder an.

Den eindrucksvollen Abschluss der Konferenz bestritt **Sigi Mayer**, der sich als Absolvent der Akademie der bildenden Künste Wien der Verpackung von der künstlerisch-konzeptionellen Seite nähert und es versteht, seinen Auftraggebern Unkonventionelles schmackhaft zu machen: »Spinnen ist erlaubt.« Mit seiner Agentur Sigi Mayer Projekt arbeitet er, der in der Szene den Ruf eines enfant terrible genießt, auch im Bereich Möbel- und Produktgestaltung. Schwarz & Weiß und Sex & Crime haben es ihm angetan, Computer sind ihm ein Gräuel. Und mehr Mut in der Werbung fordert er von Kreativen und Kunden. So von einem Bäcker in einem kleinen Ort im Salzkammergut, dessen Semmeln er in schwarze Papiersäckchen steckte und dessen ländliches Firmengebäude er kurzerhand in Schwarz kleidete: B1 + C1 ist darauf ganz reduziert gedruckt – die erste Bäckerei und das erste Café im Dorf. Was anfangs Befremden hervorrief, wurde zur Sensation und schaffte es dank eines japanischen Fernseheteams bis in die fernöstlichen Medien. Und weil alles so gut lief, kreierte Mayer auch aus einer Handvoll Teig, den er zwischen den Fingern zerquetschte, ein neues Gebäck: die »Faust-Wat-Schn«, der er auch gleich das dazugehörige Sackerl verpasste. Der Bäcker erhielt eine Einladung, in New York eine Filiale zu eröffnen. Unter der Devise »Man muss sich alles trauen« empfahl er dem steirischen Chocolatier Zotter, seine Schokolade in Infusionsbeutel zu füllen. Die Würste eines Fleischers versenkte Mayer mir nichts, dir nichts in weiße Zigarrenhüllen: Der »Long Boy« war geboren und bewegte die Lufthansa, ihn in ihr Bordcatering aufzunehmen. Es folgten die Tragtasche »Lust« und Leberwurst aus der Tube namens »Los Drück«; eine überdimensionale Visitenkarte, die sich gleich auch als »Latz« für den Imbissbetrieb des Fleischers verwenden lässt; Flakondöschen für Schmalz und Medizinfläschchen für Schnaps (mit Etiketten in Form von Beipackzetteln, befestigt mit Gummibändern). In ihrem eleganten Minimalismus erinnern diese Verpackungen an jene für exklusive Kosmetikprodukte und verfehlen ihre Wirkung nicht. Da fügt sich auch noch das letzte Mosaiksteinchen ins Bild, das Mayer aus dem Ärmel zog: Er schrieb internationale Couturiers an, für den Fleischerbetrieb Schürzen zu entwerfen. Yamamoto kam der Aufforderung nach. So kurzweilig kann Verpackung sein. Fortsetzung folgt hoffentlich. www.viennaimpack.com



1



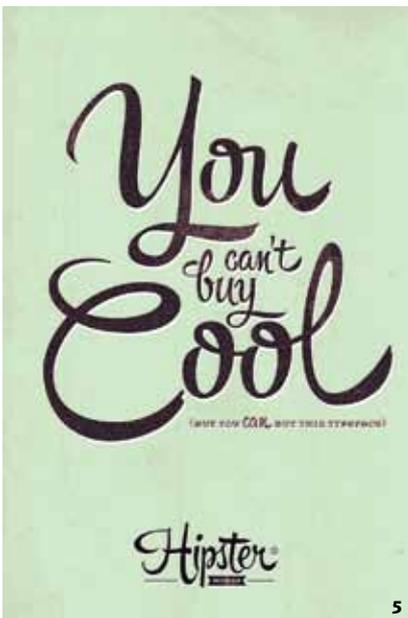
2



3



4



5



6



7



8

- 1 alessandridesign: Wein- und Delikatessenetiketten für Esterházy
- 2 alessandridesign: Weinetiketten für Leaves of Grass
- 3 alessandridesign: Weinetiketten für Lackner-Tinnacher
- 4 alessandridesign: Weinetiketten für Château de Roquefort
- 5 Alejandro Paul: Schrift »Hipster«
- 6 Alejandro Paul: Schrift »Brownstone«
- 7 Sigi Mayer: Verpackung des Firmengebäudes der Bäckerei »B1 + C1«
- 8 Sigi Mayer: Wurstverpackung »Long Boy«

Packaging (W)RAP

Wir haben drei einschlägig tätige Agenturen gebeten, sich kurz und bündig zum Thema Verpackung zu äußern. Geantwortet haben Felix Broscheit (FB), Art Director bei Demner, Merlicek & Bergmann (www.dmb.at), John Mark (JM), CEO und Creative Director von Mark & Mark (www.mark-mark.at), sowie Norbert Kraus (NK), Geschäftsführer der Design- und Werbeagentur CO₂ (www.co2.eu). Ob die Antworten knapp oder ausführlicher ausgefallen sind – in manchen Punkten waren sich die Packaging-Experten erstaunlich einig.

Was muss eine gute Verpackung können?

FB: Auf sich aufmerksam machen.

JM: Verkaufen, verkaufen, verkaufen! Und das Produkt schützen sowie die Marke und den Inhalt bestmöglich kommunizieren.

NK: Optisch aus dem Regal fallen und verkaufen. Verkaufen, verkaufen, verkaufen! Ins Aug' springen und den Inhalt bestmöglich präsentieren. Die Balance zwischen diesen beiden Polen ist aber genau der Knackpunkt. Die Verpackung verkauft das Produkt und muss dieses auch repräsentieren.

Was war das beste Packaging Design, das Ihre Agentur verlassen hat?

FB: Die Besten bleiben meistens.

JM: Nachdem wir über 30 Jahre Packaging-Erfolge kreierte haben, möchte ich hier drei Highlights hervorheben: Fini's Feinstes, Ja! Natürlich, Teekanne.

NK: In letzter Zeit wohl die neuen Almdudler-Flaschen. Dieser Traditionsmarke neue Etiketten zu verpassen und den Anspruch auf eine Love Brand so deutlich zeigen zu können war schon ein sehr feiner Auftrag. Aber auch die Eigenmarke für ADEG »mit Leib & Seele« ist eine großartige Range, auf die wir stolz sind. Ebenso auf internationale Projekte: Wir haben die »Eskimo Ice Gang« und die »Eskimo Croc Box«, die in zehn Ländern Europas zum Einsatz kam, erfunden.

Gibt es eine Verpackung, die Sie nicht gestalten würden?

FB: Zigaretten.

JM: Zigaretten.

NK: Kriegsspielzeug und Waffen würden wir nie verpacken. Ansonsten – solange es sich mit einem guten Gewissen vereinbaren lässt – sind wir für alles offen.

Hat Verpackung Zukunft?

FB: Immer.

JM: Ja, in zunehmendem Maße. Der Kommunikationskanal Packaging gewinnt immer mehr an Bedeutung.

NK: Solange Menschen einkaufen gehen und konsumieren, ist Verpackung das Kommunikationsmedium schlechthin. Ein gut verpacktes Produkt leistet mehr als die meisten anderen Werbemittel. Die Verpackung erreicht den Konsumenten direkt beim Kaufakt. Bei der Entscheidung, ob ein Produkt und welches Produkt gekauft wird. Die Botschaften, die auf einer Verpackung platziert werden, sind daher der Schlüssel zum Erfolg.

Haben Sie eine Lieblingsverpackung?

FB: Die Schale einiger Früchte.

JM: Natürlich – immer die, an der wir gerade arbeiten.

NK: So ziemlich jede, die unser Haus verlässt.

Welche Innovationen sind im Packaging vorstellbar?

FB: Viele.

JM: Alle, die für den Konsumenten wünschenswert und hilfreich sind.

NK: Concept Packaging. Wir gehen davon aus, dass die Markenindustrie auf die immer stärker werdenden Eigenmarken reagieren muss. Produktkonzepte müssen den Konsumenten überzeugen. Wir beschäftigen uns derzeit sehr intensiv mit dem Thema. Concept Packaging ist ein völlig neuartiger Ansatz und wurde in der Vergangenheit mehr zufällig als gezielt angewendet. Es geht darum, den Konsumenten mit seinen Bedürfnissen zu verstehen und maßgeschneiderte Konzepte anzubieten. Die Möglichkeiten sind vielfältig und reichen von Sortenvielfalt gepaart mit konkreten Themenkonzepten bis zu produktkategorie- oder handelsübergreifenden Cross Promotions.

Was soll/darf eine Verpackung nicht?

FB: Falsche Versprechungen abgeben.

JM: Falsche Erwartungen wecken.

NK: Eine Verpackung darf nicht lügen. Außer der Kunde will sein Produkt nur ein einziges Mal an die Frau, den Mann oder das Kind bringen. Konsumenten verzeihen keine Lügen. Geschummelt wird leider immer. Aber das geht aus ästhetischen Gründen oft gar nicht anders. Keiner würde zu einer Tiefkühlpackung greifen, wenn man zeigen würde, wie der Inhalt aussieht, wenn er aus der Mikrowelle kommt. Wenn das Produkt aber gut riecht und auch so schmeckt und auf dem Teller was



1



2



3



4



5



6



5

- 1 Demner, Merlicek & Bergmann: »Stiegl«-Hausbiere
 2 Mark & Mark: »Hofbauer«-Pralinenverpackung
 3 Mark & Mark: Range »Höllinger Schulsaft«
 4 Demner, Merlicek & Bergmann: »Vöslauer« Mineralwasser
 5 Demner, Merlicek & Bergmann: Etiketten für Weingut Andreas Tscheppe
 6 Mark & Mark: Teebeutelverpackung »Teekanne«



Demner, Merlicek & Bergmann: Range »Wiener Zucker«

hergibt, hat die Packung nicht gelogen. Sie hat vermittelt, was alle unsere Sinne zusammen erleben werden.

Macht E-Commerce Verpackung immer überflüssiger?

FB: Niemals. Auch E-Commerce braucht die Physik von Produkten.

JM: Das hängt stark von der Produktkategorie ab. Auf den Food-Bereich trifft das im Moment nicht zu.

NK: Produkte haben eine Verpackung oder eben nicht. Eine Jacke kommt zum Beispiel ohne Verpackung aus. Beim Online-Kauf muss sie aber verpackt werden. Auch diese Verpackung kann innovativ und spannend sein und eröffnet neue Möglichkeiten. Die Verpackung, die sonst im Laden zu einem Impulskauf führt, verliert dadurch natürlich an Bedeutung. Sie ist aber auch Bestandteil einer integrierten Unternehmenskommunikation und CI.

Verpackung produziert nur Müllberge. Stimmen Sie dem zu?

FB: Die Produktion vieler Packungsinhalte viel höhere.

JM: Nein, das wäre eine einseitige Betrachtung – Verpackungen haben bekanntlich vielschichtige Funktionen. Aber als nachhaltig denkendes Unternehmen raten wir unseren Kunden natürlich, ressourcenschonend zu agieren.

NK: Durchaus. Das sehe ich nach wie vor als eines der großen gesellschaftlichen Probleme, die Verpackung verursacht. Auch hier gäbe es natürlich Ideen, die mit Concept Packaging umzusetzen wären. Zum Beispiel wiederverwendbare Verpackungen und maßgeschneiderte Recycling-Konzepte. Dazu gibt es bei uns schon einige Überlegungen. Allein die Bereitschaft der Kunden fehlt noch.

Was haben Sie noch nicht verpackt, würden es aber gerne tun?

FB: Erwin Wurm.

JM: Parfums und internationale Luxuskosmetik.

NK: Das Riesenrad.



1



2



3



4



5



6



7

- 1 Mark & Mark: Range Mehlverpackung »Fini's Feinstes«
 2 Mark & Mark: Kosmetikverpackung »Depilan natural line«
 3 CO₂: Verpackungen für ADEG
 4 CO₂: Relaunch »Almdudler«
 5 CO₂: Snackverpackung für Loidl
 6 CO₂: Verpackungen für Iglo
 7 CO₂: Produktserie »Shan'shi«

Sustainability



Werkzeuge für die Design-Revolution

Gerade eben haben wir die erste Station der Ausstellung »Werkzeuge für die Design-Revolution«, eine Kooperation von designaustria mit dem Institute of Design Research Vienna (IDRV), erfolgreich beendet. Eingangs prangt in der Ausstellung in großen Lettern die »Weltformel«, die zeigt, wie viel Energie die Welt verbraucht und wie viel jedem Erdenbewohner davon zur Verfügung steht. Und hier wird ersichtlich, was wir vielleicht noch nicht hautnah spüren, aber eigentlich alle wissen: Klimawandel, Ressourcenknappheit, Landraub, Bienensterben, überfischte Meere, steigende Energie- und Nahrungsmittelpreise – es besteht dringender Handlungsbedarf! Anders gesagt, die Wachstumsgesellschaft hat keine Zukunft, entsprechend muss Design andere Ziele verfolgen, als ständige Expansion zu fördern.

Gegen die Hilflosigkeit und gegen das Unwissen werden in der Ausstellung Werkzeuge und Strategien gezeigt, die es KonsumentInnen ermöglichen, der Industrie besser auf die Finger zu schauen, und die GestalterInnen helfen, ihre Entwürfe zu bewerten oder in Richtung Sustainability zu optimieren. Beispielsweise mit ressourcenleichten Produkten, denen man das auch ansieht, mit Produkt-Service-Systemen nach dem Motto »Teilen statt Besitzen«, mit Produktlösungen, deren Lebenszyklus maximiert ist, oder mit Designstrategien zur Wissensdemokratisierung.

Lernen von der Kalaschnikow: Ein plakativ demonstrierter Begriff in der Ausstellung ist jener der Resilienz. Resilienz bezeichnet die Widerstandsfähigkeit gegen widrige Einflüsse von außen, ist gemeinsam mit der guten Reparierbarkeit,

Wartbarkeit und der hohen Verfügbarkeit von Ersatzteilen und Verbrauchsgütern ein Garant für den Kriegskassenschlager Kalaschnikow, der auch in der Sammlung des Londoner Designmuseums vertreten ist. Was DesignerInnen konkret machen, wenn sie die in der Ausstellung präsentierten Werkzeuge anwenden, zeigen die drei für die Schau entwickelte Modellprojekte: Das Wiener Büro Spirit Design überzeugt mit Überlegungen für ein modulares Mobilitätssystem. Dankhampfl untersuchen mit ihrer ästhetisierten Recherche das Wegwerfverhalten von sechs Wiener Haushalten und lösen wichtige Denkprozesse aus. BreadedEscalope schlagen eine Do-it-yourself-Bio-Raffinerie vor und zeigen, wie durch Demokratisierung von Wissen über Herstellungsprozesse hierarchische und kompetitive Produktionsstrukturen für jedermann zugänglich gemacht werden könnten.

»Werkzeuge für die Design-Revolution« wurde in nur fünf Wochen von rund 4.000 BesucherInnen gesehen. Großer Andrang herrschte beim Vermittlungsprogramm; rund 30 Schulklassen buchten die Workshops zu den Themen »Warum ist in unserem Orangensaft Erdöl drinnen?« oder »So bewegen wir uns in Zukunft fort«.

Interessiert? Einladung an alle österreichischen GestalterInnen, die sich für den Bereich Sustainable Design interessieren, bereits einschlägig gearbeitet haben oder es in Zukunft tun möchten: Melden Sie sich zum ExpertsCluster Sustainable Design! Gemeinsam können wir theoretische und praktische Aspekte weiter entwickeln, das öffentliche Bewusstsein stärken oder entsprechende Fördermöglichkeiten nutzen.

Clustermanagerin: Ulrike Haele, IDRV
E sustainabledesign@designaustria.at

Produktdesign

Wien Products Collection 2012

#Noch auf der Suche nach einem edlen Weihnachtsgeschenk in letzter Minute? Warum nicht ein Präsent aus der diesjährigen Wien Products Collection, die alljährlich in Zusammenarbeit zwischen Wiener Top-Unternehmen und in Wien tätigen DesignerInnen entsteht? Die Produkte, die diesen Herbst im neuen 21er Haus präsentiert wurden, überzeugen nicht nur durch eine frische Formensprache, sondern auch durch Beständigkeit und eine hohe Verarbeitungsqualität.

Thomas Feichtner hat für die **Porzellanmanufaktur Augarten** das 6-teilige Porzellanservice »Shortcuts« entworfen, bestehend aus großem und kleinem Becher, großem und kleinem Teller, Tasse mit Untertasse und Schale. Es steht für zeitgemäße Multifunktionalität und ist ein unkomplizierter Gebrauchsgegenstand mit Stil, der sich auch auf dem Festtisch gut macht. www.augarten.at

Gilbert Bretterbauer und **Backhausen interior textiles** sorgen mit dem zu 100% wiederverwertbaren Stoff »Pools« aus dreidimensionalem Jacquardgewebe für einen Farbtupfer an dunklen Wintertagen. Er eignet sich als Vorhang- und Möbelbezugsstoff; die Netzstruktur und die Farbabstufungen suggerieren Haptik und optische Tiefe.

www.backhausen.com

Polka und die **Werkstätte Chlada** liefern für die Weihnachtstafel die Tischflotte »Schiffe«, in Handarbeit aus hochwertigem Zinn ohne Bleizusatz gefertigt. Die Gefäße sind passend zur Jahreszeit als Kerzenständer oder Gewürzschalen einsetzbar und bei Lobmeyr erhältlich. www.lobmeyr.at

Sophie Doblhoff-Dier hat für **R. Horn's Wien** die geräumige Tasche »Doppelspiel« kreiert, deren Innenleben vom sozialökonomischen Betrieb garbarage upcycling design verarbeitet wurde. Sie ist in den Farben Schwarz, Grau und Nude-Beige zu haben. www.rhorns.com

Julia Landsiedl und **A. E. Köchert** haben die Ohringe, Anhänger und Brosche umfassende Schmuckserie »Endemiten« aus Gold und Edelsteinen herausgebracht. Endemiten sind Pflanzen, die nur in einer bestimmten, klar abgegrenzten Umgebung vorkommen; dementsprechend sind die Stücke für Individualisten gedacht. www.koechert.com

Kim + Heep und **J. & L. Lobmeyr** laden zu einem warmen Getränk, wenn es draußen kalt wird: Die Teeschale »Lotus« aus dünnem Kristallglas wird ohne Henkel auf einem Unterteller zum Mund geführt. www.lobmeyr.at

Michaela Koller hat sich für **Schullin Wien** das aus Silberarmreif und -ring bestehende Ensemble »Vagues

d'Antibes« ausgedacht. Die wellenartige Oberfläche verleiht dem Schmuck eine organische Struktur. www.schullin.com

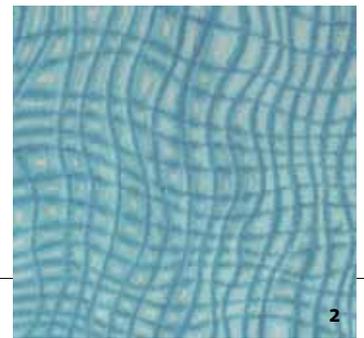
Miriam Seitner und **Skrein*** setzen mit dem in Platin gefassten Diamantring »Olympia« – der Neuinterpretation des Solitärs – auf Klassik. Der Stein schwebt förmlich auf den vier kreisförmigen Elementen. www.skrein.at

Gregor Eichinger und die **Wiener Silber Manufactur** warten schließlich mit einer präzise verarbeiteten silbernen »Cakesdose« auf, in der sich nicht nur Weihnachtsbäckerei und Konfekt stilvoll aufbewahren und anbieten lassen.

www.wienersilbermanufaktur.com

www.wienproducts.at

- 1 Thomas Feichtner/Porzellanmanufaktur Augarten: Service »Shortcuts«
- 2 Gilbert Bretterbauer/Backhausen interior textiles: Stoff »Pools«
- 3 Polka/Werkstätte Chlada: Tischflotte »Schiffe«
- 4 Sophie Doblhoff-Dier/R. Horn's Wien: Tasche »Doppelspiel«
- 5 Julia Landsiedl/A. E. Köchert: Schmuckserie »Endemiten«
- 6 Michaela Koller/Schullin: Ensemble »Vagues d'Antibes«
- 7 Kim + Heep/J. & L. Lobmeyr: Teeschale »Lotus«
- 8 Miriam Seitner/Skrein*: Diamantring »Olympia«
- 9 Gregor Eichinger/Wiener Silber Manufactur: »Cakesdose«



DA-Studioporträt



BETON

Zu unserem einjährigen Jubiläum wollen wir unseren kleinen Infotext, der sich auch auf unserer Website **www.typischbeton.com** findet, kritisch beäugen, erläutern und möglicherweise dazu auch frei assoziieren.

1. BETON ist ein Wiener Studio für Gestaltung in den Bereichen Editorial, Corporate und Kommunikationsdesign mit besonderem Augenmerk auf Typografie und Schriftgestaltung.
2. BETON erarbeitet einprägsame visuelle Konzepte, die schlüssige Botschaften kommunizieren. Der Inhalt bestimmt den Einsatz von Schrift, Form, Farbe und Material und lässt somit ein funktionierendes System entstehen.
3. BETON steht für Gesamtgestaltung. Jedoch verlieren wir nie den Blick auf Details und das spielerische Element.
4. Mit fühlendem Auge und ruhigem Mut.

ad 1) Wiener Studio stimmt nur so ungefähr, besonders weil wir momentan in Wien und Leipzig stationiert sind. Abgesehen davon ist Oliver aus Wiener Neustadt, Daniel aus Salzburg und Benjamin zwar in Wien aufgewachsen, aber aus Lässigkeitgründen in Brasilien geboren – insofern könnte man schon fast behaupten, ein internationales Studio zu sein. Der Rest stimmt soweit, zusätzlich dazu hat sich der Hang zu Illustration verstärkt. Aber es bleibt bei der Liebe zu den Buchstaben, Wörtern und Sätzen.

ad 2) Einprägsame Konzepte würden wir immer noch unterschreiben, die schlüssigen Botschaften nicht mehr so unbedingt – aber auch aus gutem Grund. Es muss nicht immer alles schlüssig sein. Ja, zum Fühlen. Dass der Inhalt den Einsatz von Schrift, Form, Farbe und Material bestimmt, ist natürlich wahr, aber genau so beeinflusst Interesse, Lust und die letzte Straßenbahnfahrt den Einsatz der oben genannten Mittel, auch wenn man's ungern zugibt. Systeme sind großartig, und der wahre Grund für unsere Berufswahl: Wie Menschen miteinander umgehen, Freundschaften entstehen, Geschmäcker miteinander harmonie-

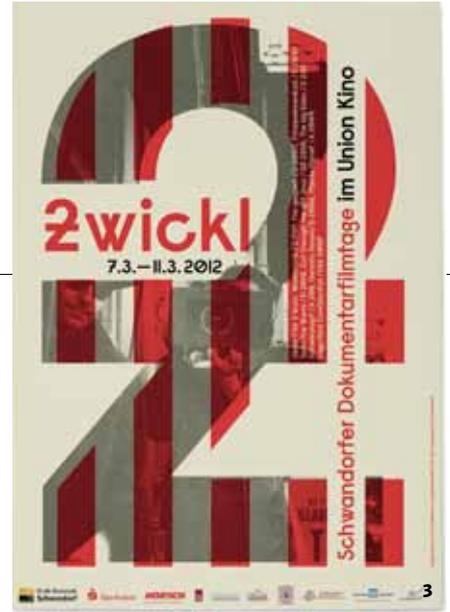
ren, Kontraste aufeinanderprallen und etwas Neues und Spannenderes erschaffen.

ad 3) Auch wenn der Satz im Nachhinein betrachtet etwas holprig daherkommt, können wir ihn bestätigen. Wir denken gerne an das Ganze – was uns oft schwer gemacht wird, aber immer besser funktioniert. Zu den Details und dem Verspielten zwei Zitate: »To clarify add detail.« (Edward R. Tufte, »Envisio-ning Information«, Graphics Press, 1990) und »I'm a simple man. I like funny things.« (The Grouch, »Simple Man« aus dem Album »Making Perfect Sense«, 1999)

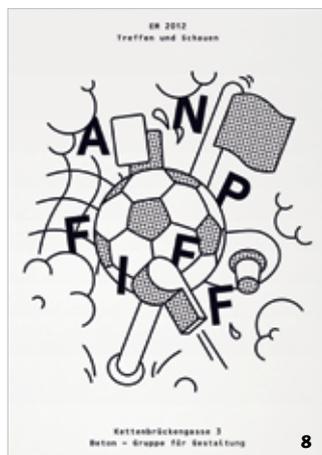
ad 4) Wir denken, zu unserem vierten Punkt muss man gar nichts sagen. Das ist astreine Poesie – zusammengestöpselt in einer verrauschten Nacht über Skype, Wien-Leipzig, einen Tag vor Druckabgabe unseres Portfolio-Hefts.

Nach einem Jahr machen wir immer noch Grafikdesign, viel Magazingestaltung, Corporate Design, Illustration und mittlerweile auch unsere ersten Projekte im digitalen Bereich. Zu unserem Geburtstag gibt es die erste veröffentlichte Schrift von BETON. Perle ihr Name, charmant und frei zum Downloaden unter www.typischbeton.com/perle.

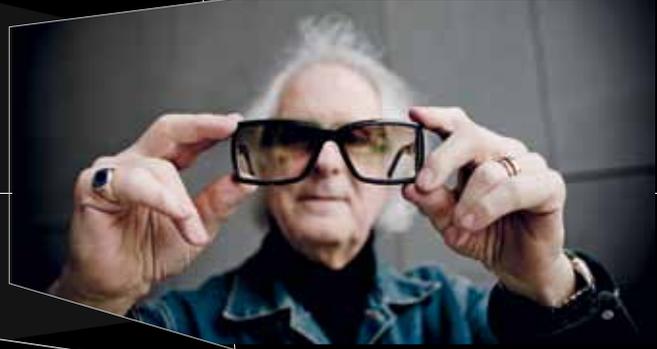
- 1 Unser Portfolio-Heft, handgebunden, handgestempelt
- 2 Ausstellungsplakat »Brest <> Leipzig«
- 3 Plakat für die ersten Schwandorfer Dokumentarfilmtage »Zwickl«
- 4 »Perle«, die erste veröffentlichte Schrift von Beton
- 5 Corporate Design für das Retouche- und Postproduction-Studio »Fest«
- 6 Auszüge aus der aktuellen Ausgabe des Magazins »Best of Vienna« aus dem Falter Verlag
- 7 Artwork für das Wiener Musik-Duo The New Tower Generation
- 8 Einladungsplakat für das gemeinsame Fußball-EM-Schauen im Studio von BETON
- 9 Postkarte für die Umstandsmodenboutique »Himmelblau & Rosarot«
- 10 Plattenartwork und Logo für das Label »15 pcs.«



I'm a simple man.
I like funny things.



Nachruf



Cari Zalloni (1937–2012)

Cari Zalloni, Chefdesigner des renommierten Brillenherstellers Cazal, ist im Sommer dieses Jahres an den Folgen einer Herzoperation verstorben. Er war ein Visionär, Querdenker und Ästhet, der die optische Brille von ihrem Ruf als unschickem Sehbehelf befreit und zu einem individuellen modischen Accessoire gemacht hat.

Der in Athen geborene Spross einer international geprägten Familie – die Mutter war Wienerin, der Vater Grieche italienischer Abstammung – wuchs mehrsprachig auf und besuchte in seiner Heimat die französische Schule. Nach dem Tod des Vaters kam er 1947 mit der Mutter nach Wien. Dort studierte der Jazzfan später unter Oswald Haerdtl Design an der Akademie für angewandte Kunst und begann Ende 1960 in seinem Traumland Italien – in einem jungen, fortschrittlichen Industriezentrum nördlich von Siena – als Möbeldesigner zu arbeiten und lernte den Umgang mit unterschiedlichen Materialien kennen: Holz, Metall, Textilien, Leder, Glas, Keramik, Email und Acryl. Doch schon bald ging er nach Deutschland, wo er als selbständiger Designer Zierkeramiken und Gläser – u. a. für die WMF-Gruppe – entwarf. 1962 ließ sich Zalloni, der mittlerweile eine Familie gegründet hatte, in Salzburg nieder. Er designte Skier für Blizzard, Surf- und Snowboards sowie Sportmode für Alpha, Skischuhe für Dachstein und Sporthandschuhe für Roedel, aber auch Leuchten, Messestände und Verkaufsräume. Seine wahre Berufung fand er jedoch in der Brillenbranche, der er fünfzig Jahre verbunden blieb und die er mitprägte wie kaum ein anderer. Die Designerbrillen von Cazal, die er vom Start weg auf Erfolgskurs brachte und die heute in sechzig Ländern verkauft werden, tragen seine Handschrift und zeichnen sich durch ihr auffälliges, eigenständiges Design und einen hohen Wiedererkennungswert aus. Seine Kreationen tragen u. a. Michail Gorbatschow, Brad Pitt, Stevie Wonder, Will Smith und Senta Berger, um nur einige zu nennen.

Der Hunde- und Katzenfreund und begeisterte Golfer lebte zuletzt in einem alten Familienhaus nördlich von Graz.



1



2

1 Cari Zalloni trägt eine seiner Brillenkreationen

2 Entwurfsskizze

Members at Work



- 1 Das Storz-Team im Jubiläumsjahr 2012
- 2 Das Storz-Team in den 1980er-Jahren
- 3 Design Storz: intelligentes Barrier Gate für Skidata (2012)
- 4 Design Storz: Unterputz-Spender »XIBU inox« für Hagleitner (2012)
- 5 Design Storz: Audi-Studie (2012)
- 6 Design Storz: Skizze für einen Sportschuh (1990er-Jahre)

Design Storz in Zell am See feiert in diesem Jahr das **30-jährige Firmenjubiläum**. Nach einer Karriere als Rennwagenkonstrukteur und dem Studium am Royal College of Art gründete der gebürtige Schwabe Achim Storz 1982 das Designstudio im idyllischen Salzburger Pinzgau. Storz begleitet seither viele internationale Unternehmen in den Bereichen Automotive Design, Produktdesign, Grafikdesign, Markenbildung und Designstrategie und betreut Kunden wie Adidas, Colgate, Hugo Boss, Skidata und Hagleitner. Verpackungslösungen für Sonnenmoor, Traktoren für Lindner, Lampen für Molto Luce, Schuhsohlen für Nike oder Brillen für Oakley machen das Studio weltweit bekannt. Das Herz des Unternehmens bildet jedoch die Abteilung Transportation Design, in der für renommierte Automobilfirmen wie Audi, VW, Porsche, BMW, Peugeot, Skoda oder



Volvo gearbeitet wird. Nach Zell am See kam Firmengründer Achim Storz durch seine Tätigkeit bei Porsche Design. Neben Winter- und Sommersportmöglichkeiten fand der ambitionierte Designer in einer perfekten Naturkulisse Inspiration und entschloss sich zum Schritt in die Selbständigkeit. Sein erster Auftrag, die Weiterentwicklung des Audi Quattro, verhalf ihm zum Einstieg ins internationale Designgeschäft. Angefangen hat alles mit drei Leuten auf 40 m². Neben 26 fixen MitarbeiterInnen sind heute regelmäßig PraktikantInnen von Designschulen aus aller Welt auf mittlerweile stattlichen 2.400 m² bei Storz tätig: »Wir stehen nie still und halten immer Ausschau nach neuen Ideen. Aus unseren Emotionen, mit innovativem Denken und konzeptuellem Vorgehen entwickeln wir zukunftsorientiertes Design.« Die Synergien zwischen den einzelnen Abteilungen machen die Stärke des Studios aus. Dabei ist die Grafikabteilung in den letzten Jahren besonders stark gewachsen. Die Nachfrage nach professionellen Lösungen auf internationalem Niveau steigt, von umfassend geschnürten Corporate-Design-Paketen bis hin zu Broschüren oder Screendesign. Auch Packaging und 3D-Visualisierungen gehören zum Portfolio, und Bereiche wie Designstrategie und Trendforschung gewinnen rasant an Bedeutung. »Neben der Designentwicklung legen wir unseren Fokus immer mehr auf Strategie und Beratung. Die Identitätsentwicklung für Produkte und Unternehmen wird immer komplexer. Die Sensibilisierung für durchdachtes Design bewirkt eine stetig wachsende Auftragslage,« freut sich Achim Storz.

www.designstorz.com

Unter Produktdesignern gilt die Formgebung von Fahrzeugen als besondere Herausforderung. Der Reiz besteht darin, den durch Technik und Marketing auferlegten Restriktionen Rechnung zu tragen und trotzdem zu einem innovativen Ergebnis zu kommen. Als sich der Maschinenbauer **Hammerschmid** an die komplette Neuentwicklung eines E-Motorrades wagte, übertrug er den Designpart **Yellow Works**, einer Unit der **Yellow Agentur für Kommunikation** in Linz. Die Designer **Leonie** und **Jean-Marie Lawniczak** haben in ihr Konzept sowohl Kommunikations- als auch Designaspekte integriert und damit dem Auftraggeber einen ganzheitlichen Ansatz für die neue Fahrzeugspezies geliefert. Die einzigen Vorgaben waren technischer Natur: der Unterbau mit vorderer und hinterer H-Schwinge, der mittlere Chassis-Alurahmen, die Radnaben-Lenkung und ein neu entwickelter tragfähiger Schichtwerkstoff. Abseits der gewohnten Formen, mit fundiertem Know-how und genügend Spielraum für Kreativität und Fantasie ist **biiista** entstanden. Die ersten Gedanken zum Design des neuen E-Motorrades, dessen Realisierbarkeit zu Beginn ganz ausgeklammert war, drehten sich vorrangig um philosophisch-soziologische Aspekte. Was ist Mobilität heute? Wie kann ein Fahrzeug, das Menschen transportiert, heute im Gegensatz zu gestern aussehen? Inwieweit impliziert die Form auch die Kommunikation und vice versa? Nach zwei Jahren kreativer Zusammenarbeit und fünf fahrbereiten Prototypen kam das Projekt Anfang 2012 zu einem erfolgreichen Abschluss. Der frei assoziierte Name, unter dem die künftig in Serie gefertigte Novität auf den Markt



5



6

- 1 Yellow Works: E-Motorrad »biiista«
- 2 Spirit Design: Markenrelaunch »ÖAMTC Fahrtechnik«
- 3 Spirit Design: Branding »Energie Burgenland«
- 4 Spirit Design: Transporter »Reform Muli T10 X«

- 5 E.O.S.: Bürostuhl »Lead Chair«
- 6 E.O.S.: Konferenztisch »Keypiece«

kommt, soll den Neuheitscharakter unterstützen und verstärken und steht für eine neue Ära der E-Mobilität. www.yellow.at

Für gleich drei erfolgreiche österreichische Marken- und Produktauftritte der letzten Zeit zeichnet das strategische Designunternehmen **Spirit Design** aus Wien verantwortlich. Es hat den 2011 umgesetzten **Markenrelaunch** der **ÖAMTC Fahrtechnik**, der wesentlich zur Dynamisierung der Marke beiträgt und jüngst im Rahmen des internationalen **Automotive Brand Contest** in der Kategorie Brand Design als Gewinner hervorgegangen, begleitet. Die Prämierung erfolgte im Rahmen der weltweit größten Fachmesse der Automobilbranche, des Salon de l'Automobile, in Paris. Geschäftsführer Christoph Mondl: »Der ÖAMTC Fahrtechnik ist es in Zusammenarbeit mit Spirit Design gelungen, die Marke kräftig aufzuladen und sie zukunftsfähig zu positionieren. Sie spricht unsere Kunden emotional an und wahrt gleichzeitig die bekannten Grundwerte wie Sicherheit und Vertrauen.« Alle Markenelemente heben das Fahrerlebnis und den Community-Gedanken hervor. Auch die beiden großen Energieversorger des Burgenlands, **BEWAG** und **BEGAS**, haben sich für Spirit Design entschieden, um das durch einen erfolgreichen Fusionsprozess notwendig gewordene neue Branding zu entwickeln. Es spiegelt die starke Kundenorientierung und den hohen Innovationsanspruch des frisch gebackenen Unternehmens **Energie Burgenland** wider und kommt in der gesamten Kommunikation sowie über Unternehmensarchitektur und Fuhrpark zum Einsatz. Landeshauptmann Hans Niessl: »Ich gratuliere zum neuen Unternehmensauftritt. Das Logo steht für das Burgenland und Modernität. Spirit Design ist es gelungen, der Energie Burgenland eine innovative Identität zu verleihen.« Die neue Marke in gelb-roter Farbgebung verbindet zwei Unternehmen, die zusammen Energiegeschichte geschrieben haben; sie schafft über die Landesfarben Bezugspunkte und vermittelt Dynamik und Energie. Und für das österreichische Unternehmen **Reform**, einem der in Europa führenden Spezialisten in der Bergland- und Kommunaltechnik, hat Spirit Design, die innova-

tive Weiterentwicklung von Design und Marke konzipiert. Im Rahmen der Agraria 2012 in Wels wurde das erste Exemplar des Modells **Reform Muli T10 X** präsentiert. Der kraftvolle Transporter setzt neue Maßstäbe in Sachen Komfort, Servicefreundlichkeit, Leistung und Sicherheit. Die Aufgabe umfasste sowohl Innen- und Außengestaltung als auch die Entwicklung der Produktmarke und die Inszenierung des Transporters durch innovative begleitende Kommunikationsmaßnahmen. Verkaufsleiter Stefan Augl: »Mit dem Design läuten wir einen Generationswechsel ein. Der neue Muli T10 X wird als Designoriginal die weitere Produktentwicklung bei Reform prägen und das Erscheinungsbild kommender Fahrzeuge maßgeblich beeinflussen.« Spirit Design berät Kunden aus den Branchen Mobilität, Telekom/IT, Energie, Industrie und Consumer und bietet ein umfassendes Leistungsspektrum. Vom ganzheitlichen Designansatz profitieren nicht nur die Auftraggeber: Im Zentrum steht ein sinnstiftendes Wertangebot für Konsumenten, Gesellschaft und Umwelt. www.spiritdesign.com

Auf der diesjährigen **Orgatec**, die Ende Oktober in Köln über die Bühne ging, präsentierte **E.O.S.** zwei neue Büromöbelserien für den großen deutschen Möbelproduzenten **Walter Knoll**, mit dem das Wiener Designstudio schon eine langjährige Zusammenarbeit verbindet. Der mit raffinierten Details versehene **Lead Chair** ist das Ergebnis von fünf Jahren Entwicklung. Der Bürostuhl hat zwei Gesichter: Von vorne fällt die weiche abgesteppte Polsterung ins Auge, im Profil präsentiert er sich jedoch schlank und glatt. Sitzfläche, Armlehnen und Untergestell gehen perfekt abgestimmt ineinander über, wobei die gut sichtbare Mechanik gleichwertiger Teil der Formensprache ist. Die Platte des neuen Konferenztisches **Keypiece** scheint auf vier hellen Trägern zu schweben; die Innenseiten der Tischbeine und des Rahmens liegen hingegen im Dunkeln. Dieses Spiel mit Licht und Schatten hat einen ganz funktionellen Grund: Die schwarz-grauen Plastikschalen an den Innenseiten lassen sich abnehmen und verbergen Kabeln. www.eos.com



1



2



3

1 Martin Ballendat: Büromöbel »Nomado«

2 Martin Mostböck: Stuhl »Flaxx«

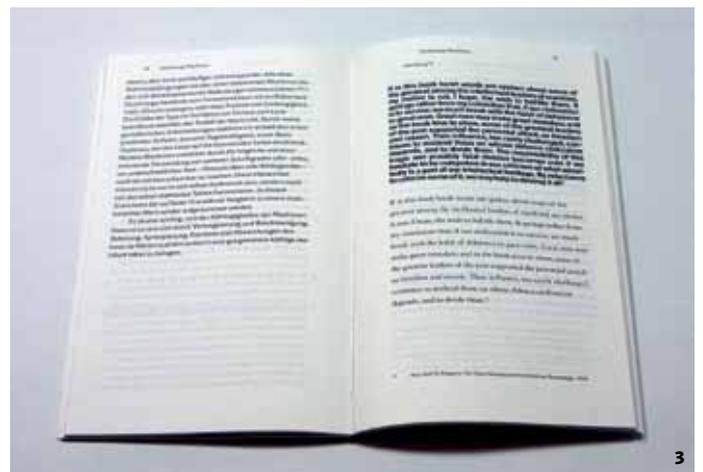
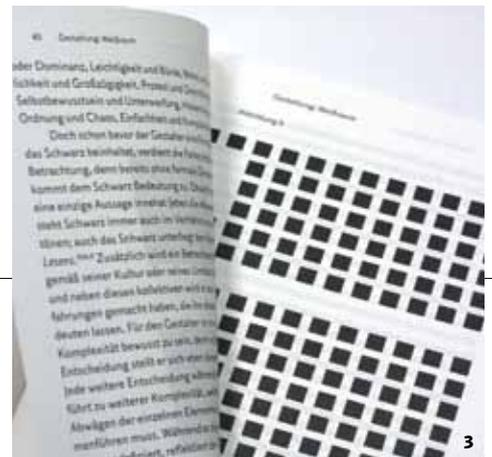
3 taliaYsebastian: Installation »The Committee of Sleep«

Auch der in Oberösterreich und Deutschland stationierte Designer **Martin Ballendat** war prominent auf der **Orgatec** vertreten. Der ägyptische Konzern **Mobica** hat sich als größter Büromöbelhersteller des Nahen Ostens dafür entschieden, mit ihm eine groß angelegte Designoffensive in Europa zu starten. Ballendat hat für den europäischen Ableger Mobica + sieben innovative Produkte entwickelt, darunter die mobile EDV-Station **Nomado** mit ausfaltbaren Arbeits- und Regalflächen und integriertem Wire-Management und Beleuchtung. Roll- und staffelbar, vereint das Möbel intelligent auf kleinstem Raum alles, was am Arbeitsplatz benötigt wird. Der Designer war auch für die Gestaltung des 300m² großen Messestandes und den Werbeauftritt verantwortlich und verwirklicht das Engineering aller Entwürfe. www.ballendat.de

Der österreichische Architekt und Designer **Martin Mostböck** war Ende Oktober eingeladen, seinen vielfach ausgezeichneten **FLAXX** im Rahmen der **Dutch Design Week Eindhoven 2012** im brandneuen Shop **Dutch Design Year** der niederländischen Designerin Marleen Kurvers zu präsentieren. Die Sitzschale des Stuhls, der zu 100 Prozent recyclingfähig ist und die Eigenschaften von Freischwinger und Vierbeiner in sich vereint, besteht größtenteils aus dem nachwachsenden Material Flachs. Die einzelnen Schichten sind gepresst und werden von einem textilen Kleber zusammengehalten. Das Sitzmöbel erhielt bereits 2011 den **Green Good Design Award** des Chicago Athenaeum – Museum of Architecture and Design, einen der renommiertesten Preise für Nachhaltigkeit und ökologische Gestaltung, und befindet sich in der Sammlung des MAK in

Wien. Ein ausführliches Interview des Design Museum Holon in Tel Aviv mit Martin Mostböck ist hier nachzulesen: www.dmh.org.il/magazine/magazine.aspx?id=139&issuesId=9
www.flaxx.at, www.martin-mostboeck.com

Mit der Installation **The Committee of Sleep** des Designduos **taliaYsebastian**, noch zu sehen bis **6. Jänner 2013**, zeigt das **MAK** zukunftsweisende Entwicklungen im Bereich von Social und Human Design auf. Die Ausstellung des von **Talia Radford** und **Juan Sebastián Gómez** gegründeten Wiener Designbüros ist eine Kooperation mit der **Universität für angewandte Kunst** im Rahmen der Reihe »Angewandte Kunst heute«, die interessante Positionen von in Österreich lebenden und arbeitenden AbsolventInnen aufzeigen will. Speziell für diese Schau wurde eine Arbeit entwickelt, die innovative Nutzungen frei verfügbarer Energiequellen auslotet. Die auf Papierstrukturen basierende Installation ist mit Stromkreisen aus organischen Leuchtdioden, einer neu entwickelten Leuchtmitteltechnologie, versehen. Die Objekte nehmen die durch die Bewegung der BesucherInnen im Raum freigesetzte Energie auf und geben sie weiter, sodass die Lichtsituation entsprechend variiert. Verantwortungsvolles, nachhaltiges Gestalten unter Rücksichtnahme auf menschliche Bedürfnisse und die Natur ist ein Hauptanliegen des Designduos. Es geht den beiden um einen bewussten Wandel im Konsumverhalten und um mehr Lebensqualität. Sie wurden bereits mehrfach ausgezeichnet, u. a. mit dem Victor J. Papanek Social Design Award 2011 und dem red dot design award: product design 2012. www.taliaysebastian.com



Wenn es um Kaffeehäuser geht, ist die Designerin **Julia Landsiedl**, die vor allem in den Bereichen Designforschung- und -strategie, Social Design und Szenografie aktiv ist, Expertin. Im September war sie in der Ausstellung **A Taste of Austrian Design and Lifestyle** der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung in Stockholm mit dabei, wo sie ein ganz und gar nicht traditionelles Setting dieser Wiener Institution präsentierte. Im letzten Jahr war sie unter der Regie von Architekt Gregor Eichinger federführend an dem angewandten MAK-Forschungsprojekt **Das große Wiener Kaffeehaus-Experiment** beteiligt gewesen, das gemeinsam mit departure, der Kreativagentur der Stadt Wien, durchgeführt wurde und nun in der gleichnamigen Publikation seinen Abschluss gefunden hat. Es wurden mehr als zwanzig Produktideen zur Zukunft des Kaffeehauses entwickelt und zum Teil in einer Versuchsordnung umgesetzt. Das Buch versteht sich als Forschungstagebuch, das zu neuen Ideen inspirieren soll, und enthält neben Aufsätzen und Projekttexten auch Interviews mit Kaffeehausobern. www.julialandsiedl.com

Einer Einladung zu einem Typo-Vortrag von **WEIS RAUM. Forum visuelle Gestaltung Innsbruck** und **aut. architektur und tirol** folgte der in Graz geborene und in London lebende Gestalter und Designtheoretiker **Paulus M. Dreiboldz**, der gerne den prinzipiellen Aufgaben der Gestaltungsarbeit nachgeht. »Auch in der Typografie ist es der Weißraum, der strukturiert und inspiriert und somit zum aktiv verwendeten Gestaltungselement wird«, heißt es in seinem Buch **Formen Lesen – Ein Plädoyer für bewusste Gestaltung** (erhältlich über

www.mottodistribution.com), das sich mit gewichtigen Fragen beschäftigt: Was ist Lesen? Wie kommt es dabei zu Bedeutung? Was bedeutet gestalten? Und was ist die Aufgabe der Typografie? Es handelt sich um einen der seltenen Versuche, über die Grundlagen von Typografie und Grafikdesign nachzudenken. Für Dreiboldz sind Gestaltung und die Wahrnehmung und Aufnahme von gestalteten Inhalten durch den Adressaten keine mechanischen Vorgänge, sondern erfassen den Menschen in seiner Gesamtheit: »Die eigentliche Gabe des Menschen ist die gesamtheitliche Betrachtung der Dinge.« Der Typograf studierte grafische Gestaltung am London College of Printing und am Central Saint Martins College of Art and Design. Neben seiner praktischen Arbeit veröffentlicht er einschlägige Beiträge und Publikationen und unterrichtet am Central Saint Martins College of Art and Design in London und an der Universität für angewandte Kunst in Wien. www.dreibholz.com

1 Julia Landsiedl: Ausstellungsinstitution in Stockholm

2 Publikation: »Das große Wiener Kaffeehaus-Experiment«

3 Paulus M. Dreiboldz: Buch »Formen Lesen – Ein Plädoyer für bewusste Gestaltung«

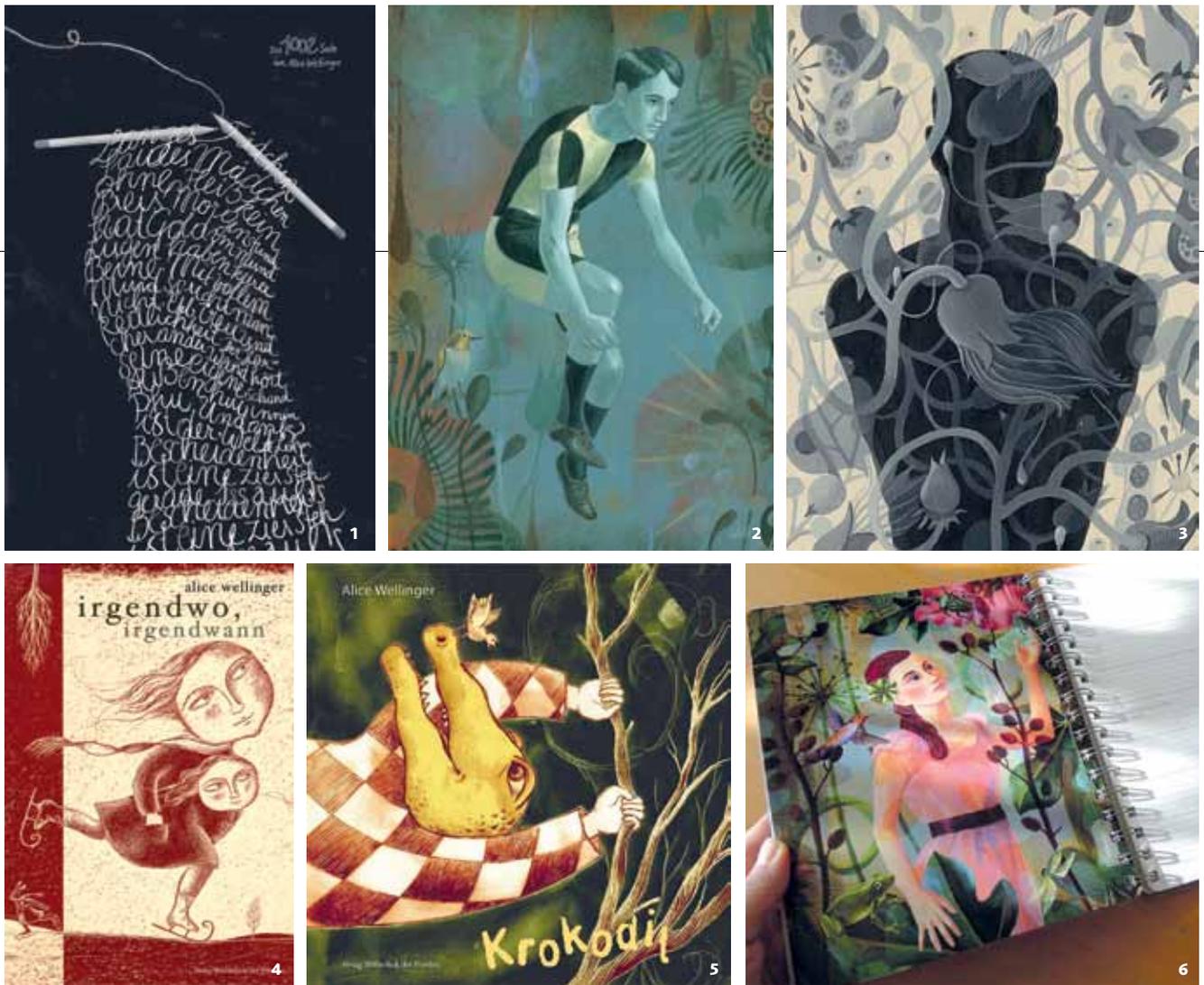


- 1 Willi Schmid: Cover »Italomodern. Architektur in Oberitalien 1946–1976«
 2 Willi Schmid: Innenseite »Italomodern. Architektur in Oberitalien 1946–1976«
 3 Willi Schmid, Radim Pesko: Schrift »Italomodern«
 4 FH Joanneum: Jahrbuch »63 11 12«

Die Frankfurter Buchmesse und das Deutsche Architekturmuseum (DAM) haben 2012 zum vierten Mal den internationalen **DAM Architectural Book Award** vergeben, der die besten Architekturbücher eines Jahres auszeichnet. Dem Aufruf sind 63 Verlage aus aller Welt gefolgt. Eine Fachjury hat bei 148 Einsendungen Gestaltung, inhaltliche Konzeption, Material, Verarbeitungsqualität, Innovationsgrad und Aktualität beurteilt und die zehn Besten ausgewählt, darunter das von **Willi Schmid** gestaltete Buch **Italomodern. Architektur in Oberitalien 1946–1976** von Martin und Werner Feiersinger, herausgegeben von aut. architektur und tirol und erschienen im Springer Verlag Wien. Es stellt die Bauwerke in Form von Kurztexten, neu gezeichneten Plänen und Fotografien vor. Für die Gestaltung wurde eigens eine neue Schrift entwickelt (gemeinsam mit Radim Pesko). Die Begründung der Jury: »Die samtige Oberfläche des Einbandes katapultiert einen direkt in jene Zeit hinein, um die es geht: die Architektur der italienischen Nachkriegsmoderne. Die Autoren – ein Architekt und ein Fotograf – haben einen Architekturführer mit 84 zu Unrecht fast vergessenen Bauten zusammengestellt, der zugleich ein mitreißendes Fotobuch ist. Nahezu auf jeder Seite wartet die Zusammenstellung mit Überraschungen auf. Die Fotos betreiben keine Überinszenierung, sondern zeigen die Bauten im Zusammenhang des täglichen Lebens heute. Man könnte diese Haltung als

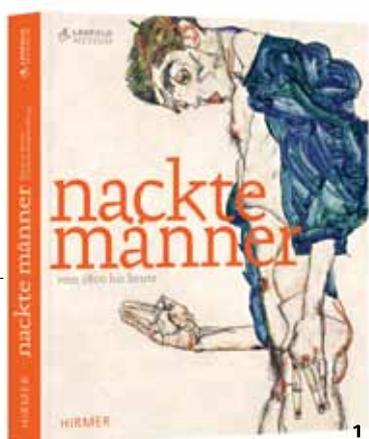
»konzentrierte Beiläufigkeit« beschreiben. Das Buch ist ein intensiver, formvollendeter Wegbegleiter in eine verschwindende Epoche, der Lust macht auf eine vertiefende Exkursion.« Der Titel wurde auch als eines der Schönsten Bücher Österreichs 2011 gekürt.

Was kann jemand, der einen Designstudiengang absolviert hat und welche Möglichkeiten gibt es, sich in diesem Fach zu verwirklichen? **63 11 12**, das dritte Jahrbuch mit an der **FH Joanneum** entstandenen Abschlussarbeiten, ist im Metroverlag erschienen und hält zahlreiche Antworten auf diese Fragen bereit. Der Titel steht für 63 Arbeiten, die im Studiensemester 2011/12 im Bachelor-Studiengang **Informationsdesign** und den Master-Studiengängen **Ausstellungsdesign** und **Media and Interaction Design** entwickelt wurden. Und es zeigt sich, dass Bandbreite und kreatives Potenzial kaum Grenzen kennen: stille und bewegte Bilder, von Hand Gezeichnetes und mit dem Computer Generiertes, zukunftsweisende Typografie, alte Kurrent-Schrift. Verwendung, Verschwendung und Nachhaltigkeit schließen einander nicht aus. Nur eines haben alle Arbeiten gemeinsam: Sie sind durchdacht und theoretisch fundiert und überzeugen nicht zuletzt durch herausragende Qualität, was regelmäßige Auszeichnungen bei red dot award und Joseph Binder Award beweisen. www.fh-joanneum.at



In diesem Jahr konnte die Lustenauer Illustratorin **Alice Wellinger**, die für Magazine und Zeitschriften wie »Der Spiegel«, »Cosmopolitan« und »Psychologie heute« und renommierte Verlage wie Residenz tätig ist, zahlreiche Erfolge verbuchen. Gleich drei ihrer Arbeiten schafften es ins **3 x 3 Illustration Annual No. 9**: Für **Phrasenschal** – entstanden für das österreichische Magazin für Kinder- und Jugendliteratur »1001 Buch« – gab es einen Distinguished Merit Award; und je einen Merit Award erhielt sie für das Bilderbuch **Irgendwo, irgendwann** (Bibliothek der Provinz) und die freie Illustration **Vergebliche Mühe**. Weitere drei ihrer Illus wurden für das amerikanische Designmagazin **Creative Quarterly 28** ausgewählt und diesen Herbst publiziert, darunter die freie Arbeit **Torso**. Für ihr neues Kinderbuch **Krokodil** (ebenfalls Bibliothek der Provinz) erhielt sie den **Österreichischen Kinder- und Jugendbuchpreis 2012**. Dem nicht genug: Mehrere Arbeiten der Vorarlbergerin waren auch in der diesjährigen Ausstellung der **Society of Illustrators** in New York zu sehen und kommen ins aktuelle Jahrbuch (No. 54). Und eine weitere Illustration wird im Jahr 2013 den bei Taschen verlegten Kalender **Illustration Now** zieren. Auf Facebook hat die erfolgreiche Illustratorin einen Newsblog zu den aktuellsten Arbeiten eingerichtet: www.facebook.com/pages/Alice-Wellinger/130166333701987. www.alice-wellinger.com

- 1 Alice Wellinger: Magazinillustration »Phrasenschal«
- 2 Alice Wellinger: freie Arbeit »Vergebliche Mühe«
- 3 Alice Wellinger: freie Arbeit »Torso«
- 4 Alice Wellinger: Kinderbuch »Irgendwo, irgendwann«
- 5 Alice Wellinger: Kinderbuch »Krokodil«
- 6 Alice Wellinger: Illustration für »Illustration Now«



Das Studio des Grafikdesigners **Roland Stecher** ist bekannt für die Gestaltung und visuelle Kommunikation von Ausstellungen. Auch der Katalog und die Designsprache der aktuellen Schau des Leopold Museums im Wiener MuseumsQuartier, **Nackte Männer – von 1800 bis heute**, in Medien und Öffentlichkeit vor allem wegen der »anstößigen« Plakate (zu sehen sind drei entblößte Fußballer) heiß umstritten, stammen aus der Vorarlberger Designschmiede. Die Ausstellung ist noch bis 28. Jänner 2013 zu sehen. www.stecher.at

- 1 Roland Stecher: Buchcover zum Ausstellungskatalog »Nackte Männer – von 1800 bis heute«
- 2 Bohatsch und Partner: Tickets Österreichische Nationalbibliothek
- 3 Bohatsch und Partner/Claudia Rosa Lukas: Dienstbekleidung Österreichische Nationalbibliothek

Die Fülle der Eindrücke, die BesucherInnen in der **Österreichische Nationalbibliothek** erwartet, haben **Bohatsch und Partner** (Andreas Soller, Walter Bohatsch) auf die neuen Tickets gepackt: Sie zeigen Illustrationen aus historischen Beständen und lassen die Schätze des Prunksaals, der Museen und Sammlungen erahnen. Und einem ganz neuen Feld widmete man sich in Zusammenarbeit mit der Modedesignerin **Claudia Rosa Lukas**: Die MitarbeiterInnen der ÖNB wurden neu eingekleidet. Die Kollektion umfasst Bluse, Hose, Polo, Krawatte, Hemd, Weste, Rock, Tasche, Krawattennadel, Jacke und T-Shirt: die neue **Dienstbekleidung** der Österreichischen Nationalbibliothek als Ausdruck von Corporate Identity. www.bohatschundpartner.at

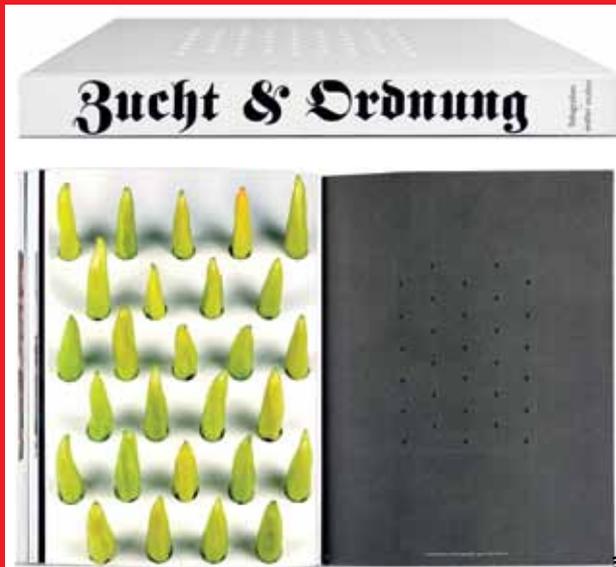
Ausstellungen



1



2



3



4



5



6

- 1 3007: »Gustav Mahler Lied Collector's Edition«
- 2 Gassner Redolfi KG: Leitsystem »Region Tannberg«
- 3 Attilio Oszlon: Buchgestaltung »Zucht und Ordnung«
- 4 Susanne Höllbacher, Johann Mölk: Geschenkboxen »Liebensmittel«
- 5 Franziska Walther: Buchillustration »Peter Schlehmls wundersame Geschichte«
- 6 Christian Busse: Diplomarbeit »facts + patterns: Infografische Muster im Alltag«

Joseph Binder Award 2012

Im **designforum Wien** sind noch bis **16. Dezember 2012** die Arbeiten der PreisträgerInnen des diesjährigen Joseph Binder Award zu sehen, Österreichs einzigem international ausgeschriebenem Wettbewerb für Grafikdesign & Illustration. Er wird von designaustria seit 1996 im Zweijahresrhythmus veranstaltet und ist nach einem der Gründerväter der Vorgängerorganisation, des Bundes Österreichischer Gebrauchsgraphiker (BÖG), benannt. Binder hat mit seiner Formensprache die grafische Gestaltung in seiner Heimat und später in den Vereinigten Staaten revolutioniert. Der Award prämiert jeweils aktuelle – in den letzten zwei Jahren – umgesetzte Gestaltungslösungen und hat sich mittlerweile zu einer auch international anerkannten Leistungsschau für visuelle Gestaltung entwickelt.

Die Ausstellung präsentiert 52 Projekte der Disziplinen Corporate Design, Kommunikationsdesign, Informationsdesign, Schriftgestaltung, Plakatgestaltung, Editionsdesign, Verpackungsgestaltung, Illustration und Design Fiction (auftragsunabhängige Arbeiten), die von einer internationalen Fachjury aus rund 400 Einreichungen ausgewählt wurden (einen ausführlichen Beitrag über die Mitglieder der Jury haben wir in Ausgabe 3.2012 veröffentlicht). Den begehrten Joseph Binder Award in Gold erhielten sechs Beiträge (siehe Abbildungsteil); elf wurden mit Silber, acht mit Bronze ausgezeichnet. Die Ergebnisse des Wettbewerbs sind auch in einem zweisprachigen Katalog (Deutsch/Englisch) dokumentiert (für DA-Mitglieder ist ein Exemplar kostenfrei anforderbar). www.designaustria.at und www.designforum.at

100 Beste Plakate 11 – Deutschland Österreich Schweiz

Zum sechsten Mal in Folge präsentiert das **MAK** in Wien die Sieger des Wettbewerbs 100 Beste Plakate. Deutschland Österreich Schweiz, die von **28. November 2012** bis **17. Februar 2013** im Kunstblättersaal ausgestellt sind, und spürt damit einem der wohl brisantesten Phänomene der visuellen Alltagskultur nach. Der Trend zur schlichten und einfachen Form wird deutlich: Weniger ist mehr! Wirkungsvoll und dicht wird hier ideenreiches Design präsentiert, wobei die Ergebnisse des Wettbewerbs aus den oft redundanten, die Stadt überschwemmenden Elaboraten des Immer-Gleichen angenehm hervorstechen. Für Österreich war heuer abermals das Atelier 3007 (Eva Dranaz und Jochen Fill) erfolgreich: mit stark emotionalisierenden Sujets für das Veranstaltungsort rhiz – bar modern, wo experimentelle Livemusik geboten wird. Hier werden audiovisuell Grenzbereiche ausgelotet. Ebenfalls mit dabei: das anlässlich eines Alumni Talks in der Grafikdesign-Klasse der Universität für angewandte Kunst entstandene Ankündigungsplakat für einen Vortrag des Gestalters Georg Schnitzer, das dessen verschiedene Arbeitsstätten in der Tradition eines Rebus wiedergibt.

Am diesjährigen Wettbewerb beteiligten sich 548 Studierende, Agenturen, Grafikdesignbüros, EinzelgestalterInnen und AuftraggeberInnen aus Deutschland (387), Österreich (35) und der Schweiz (126). Wie stets gelten die Gewinner als gleichberechtigte Sieger. 53 Prämierungen gingen nach Deutschland, 45 in die Schweiz und zwei nach Österreich. Das grafische Erscheinungsbild und das Ausstellungsdesign für den Wettbewerb entstanden im Rahmen eines interdisziplinären Studienprojekts an der Staatlichen Akademie der Bildenden Künste Stuttgart unter der Leitung von Niklaus Troxler, Uwe Fischer und Manuel Meßmer und der Teilnahme der Studierenden Marina Gärtner und Lena Haase (Kommunikationsdesign) sowie Isabel Thoma, Marita Schwenkedel und Laura Hillebrandt (Industrial Design).

Zur Ausstellung erscheint der Katalog »100 beste Plakate 11. Deutschland Österreich Schweiz / Hundred Best Posters 11. Germany Austria Switzerland«, gestaltet vom Team ABK Stuttgart (Marina Gärtner/Lena Haase), mit Texten von Stephan Bundi und Sascha Lobe und dem bebilderten Aufsatz »Schwarz und Weiß im Meer der Farben« von Anita Kühnel, Deutsch/Englisch, ca. 230 Seiten, zahlreiche Farbbildungen, Verlag Hermann Schmidt, Mainz 2012, Euro 34,80. www.mak.at

Typopassage: Junior Research Fellows (Vienna)

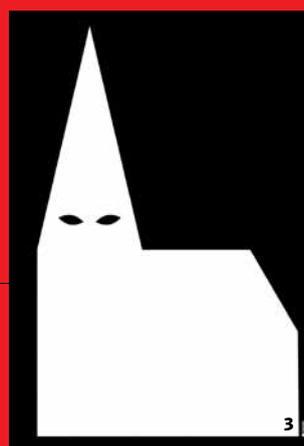
Die neue Ausstellung in der **Typopassage** im **Wiener MuseumsQuartier** ist bei freiem Eintritt rund um die Uhr noch bis **28. Februar 2013** zu sehen. Die Junior Research Fellows der Universität für angewandte Kunst Wien sind eine Forschungsgruppe, die sich mit der inneren und äußeren Wahrnehmung von Grafikdesign beschäftigt. Unter der spirituellen Leitung von Gestaltungsbeirat Erwin K. Bauer © verbreiten Marie Fegerl, Jasmin Roth, Dasha Zaichenko und Stephan Göschl die Vision »Graphic Design Future Harmony« mit dem Ziel, die ganzheitliche Auffassung von Grafikdesign und seine Beziehung zum Menschen zu verbessern. Mit anschaulichen Fallbeispielen und meditativen Übungen begleiten die feinfühligsten MediatorInnen durch eine interaktiv-transdisziplinäre Audio-Reise. Dabei werden gezielt kommunikative Blockaden aufgelöst und Schritt für Schritt mehr Bewusstsein für Identität in einer immer designeteren Umwelt geschaffen. Ein Faltposter umhüllt das »Hörspiel«, das sich dezidiert von den bisherigen Katalogen abhebt. »Erst durch Typografie bekommen Botschaften ihren eigenen Charakter. Die Typopassage ist der Ort, an dem dieses – oft unbewusst wahrgenommene – Kulturgut neu erlebt werden kann«, meint Bauer als Initiator und Kurator der Typopassage und zugleich Mentor der Gruppe. Mit jährlich drei Positionen zeitgenössischer GestalterInnen werden die Schritte einer typografischen Gestaltung von der ersten konzeptionellen Idee bis zum finalen Schriftsatz demonstriert. Für Wien-Neulinge: Die Typopassage befindet sich im Durchgang zwischen Hof 1 und Hof 2 und bietet in fünf Vitrinen eine außergewöhn-



1



2



3



4



5



6



4

7

liche Auseinandersetzung mit Typografie im öffentlichen Raum. Die begleitenden Kataloge können vor Ort für Euro 2,- Tag und Nacht aus dem Automaten erworben werden. Die Schriften der aktuellen sechsten Publikation stammen von Stefan Ellmer (Corvus Corax) sowie Gerhard Jordan und Tobias Eichelberger (Volare). www.typopassage.at

Nach Redaktionsschluss haben uns noch folgende Hinweise auf Veranstaltungen erreicht:

Im Wiener **MAK** ist ab 12. Dezember 2012 bis 17. März 2013 die in Kooperation mit der Vienna Design Week veranstaltete Ausstellung **WerkStadt Vienna: Design Engaging the City** zu sehen, in der ausgewählte Projekte aus den »Passionswegen« des Wiener Designfestivals – Kooperationen mit Experimentalcharakter zwischen DesignerInnen und Wiener Traditionsunternehmen – im Blickpunkt stehen. Außerdem bietet das MAK mit **Wien 1900. Wiener Kunstgewerbe 1890–1938** eine Neupräsentation seiner Schausammlung. www.mak.at

Und im **Kunsthhaus Graz** präsentieren rund 20 DesignerInnen im Rahmen von **design8en** – einer Initiative des designforums Steiermark – bis zum 26. Dezember 2012 Geschenks- und Dekorationsideen für Weihnachten. Passend zur Jahreszeit gibt es Österreich-Hauben, Christbaumkugeln aus Getränkedosen, Uhren aus alten Keks-, Kaffee- und Vorratsdosen, Kindermode, Schmuck, Spielzeugbausätze aus Holz, Händewärmer und vieles mehr. www.museum-joanneum.at

- 1 Christian Schlager, Marie-Christine Schmid: Vortragsplakat »Strategie«
- 2 Barbara Strehle: Veranstaltungsplakat »The Sox«
- 3 Lex Drewinski: politisches Plakat »Ohne Titel«
- 4 3007 (Eva Dranaz, Jochen Fill): Veranstaltungsplakat »rhiz – play date 2011«
- 5 Typopassage mit der Deckengestaltung von Alex Trochut, Barcelona
- 6 CD Booklet »Junior Research Fellows Audio-Reise«
- 7 CD Booklet »Junior Research Fellows Mudra«

Erfolge

BIO 23

Dass DesignerInnen nicht mehr bloß Produkte gestalten, sondern komplexe Prozesse erforschen, in die sie eingreifen und die sie für ganz unterschiedliche Zwecke nutzbar machen, spiegeln die in diesem Jahr bei der Biennale für Industriedesign in Ljubljana ausgewählten und ausgezeichneten Projekte wider. Viele sind interdisziplinäre Crossovers zwischen Design, Natur- und Sozialwissenschaft und Kunst und beschäftigen sich u. a. mit Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung sowie sozialen und medizinischen Aspekten. Es werden Strategien entwickelt, die sich in den Dienst der Menschen und der Umwelt stellen lassen. In diesem Sinn stand die Veranstaltung dieses Jahr unter dem Motto »Design Relations«. Die Jury unter dem Vorsitz von Sophie Lovell hat mit ihrer Auswahl dieser begrüßenswerten Entwicklung Rechnung getragen und konzeptuellen und gesellschaftspolitisch relevanten Lösungen gegenüber rein kommerziell ausgerichteten Produktgestaltungen den Vorzug gegeben. Zu bewerten waren 437 Beiträge aus 38 Ländern.

Die **Goldmedaille** und der **BIO Green Award** gingen an das Projekt **Sea Chair** von **Studio Swine** und **Kieren Jones** (Großbritannien/Brasilien): Er besteht aus einem Kunststoff, der zur Gänze aus Abfällen hergestellt wird, die sich im Meer angesammelt haben. Mit der von den Designern entwickelten Vorrichtung können die Meeresabfälle gesammelt und verarbeitet werden. Damit soll auf den riesigen Plastikberg hingewiesen werden, der heute die Ozeane belastet. Kommentar der Jury: »Dieses einfallsreiche, lösungsorientierte und ganzheitliche Projekt verspricht dank seiner scheinbaren Einfachheit auch Poesie. In unseren Augen erfüllt es die heutigen Anforderungen an »gutes Design«. Es berücksichtigt die Umwelt in jeder Hinsicht – Lebenszyklen, Systeme, Produktion sowie industrielle und soziale Faktoren – auf lokaler und globaler Ebene und spricht gleichzeitig eines der brennendsten Verschmutzungsprobleme unserer Zeit an.«

Drei **Sonderpreise der Jury** gab es für Beiträge, die zu einem Paradigmenwechsel beitragen und Potenziale für einen sozialen Wandel in sich bergen: Das **Balkan Type System** von **Nikola Djurek**/Typonine und **Marija Juza**/Babushke (Kroatien) ist ein hybrides Schriftsystem, das die Kommunikation zwischen den Ländern am Balkan fördern soll; das Banknotensystem **Trail\$ Smart** von **Nitipak Samsen** (Großbritannien) kritisiert die digitale Überwachungsgesellschaft und ist gleichzeitig ein Vorschlag für ein neues Währungssystem; und **DNA Hacking Yoghurt** von **Tuur van Balen** (Großbritannien) zeigt, was der Einzelne mit Do It Yourself und Online Shopping

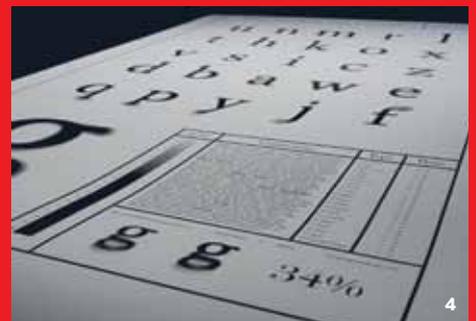
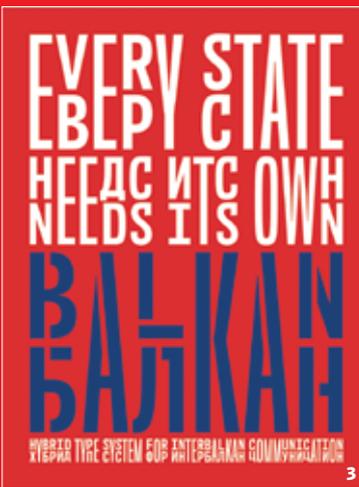
- 1 Studio Swine, Kieren Jones: Stuhl aus Plastikabfällen im Meer »Sea Chair«
- 2 Max Böhme: organische Furniere »Wooden Coats«
- 3 Nikola Djurek, Marija Juza: hybrides Schriftsystem »Balkan Type System«
- 4 Karin von Ompteda: »Posters Visualising Typographic Diversity«
- 5 Sabrina Koning-Woud: geflochtene Weidenbojen »Biesbosch«
- 6 Rick Tegelaar: Lampen aus Baustoffabfall »MeshMatics«
- 7 Feodor Mayow: Schreibtischlampe »Grasshopper«
- 8 Susana Soares: Diagnosegerät »Bee's Diagnostic Tool«

anstellen kann. Unter den ausgezeichneten **Studentenprojekten**: der **Gravity Stool** von **Jólan van der Wiel** (Niederlande), der mit Eisenspänen, Harz und Magnetismus eine prozessbestimmte Ästhetik vorführt; **Wooden Coats** von **Max Böhme** (Deutschland), ein Do-it-yourself-Verfahren, mit dem sich organische und zur Gänze biologisch abbaubare Furniere zaubern lassen; die Posters **Visualising Typographic Diversity** von **Karin von Ompteda** (Großbritannien), eine elegante Verbindung von Typografie und Infografik; und die Kleidersammlung **(Un)Useful** von **Irena Rojs** (Slowenien), mit der Material und Geld gespart wird.

Auszeichnungen – **Honourable Mentions** – gingen an die nachhaltigen Lampen **MeshMatics** von **Rick Tegelaar** (Niederlande); an den aus Baustoffabfall produzierten Hocker **Terra** von **Adital Ela** (Israel), an die aus Weiden geflochtenen Bojen **Biesbosch** von **Sabrina Koning-Woud** (Niederlande), an die minimalistische Schreibtischlampe **Grasshopper** von **Feodor Mayow** (Finnland); an das **Bee's Diagnostic Tool** von **Susana Soares** (Großbritannien/Portugal), bei dem Bienen zum Einsatz kommen, die über die eingeblassene Atemluft Krankheiten feststellen; an das in den menschlichen Organismus eingreifende **Swallowable Parfum** von **Lucy McRae** (Niederlande); an das Stadterneuerungsprojekt **The Ring (T) Rail** von **Anagram** (Indien); an die in sozialökonomischen Betrieben produzierte Vasenserie **Matka** von **Studio Pepe Heykoop** (Indien); und an die Gefäßserie **Particles** von **Studio Jo Meesters** (Niederlande).

Aus Österreich waren in der großen Biennale-Ausstellung drei Arbeiten zu sehen, die auch im Rahmen des letzten Staatspreises Design gepunktet haben – die reduzierte LED-Tischlampe **Drawing Lamp** von **Thomas Feichtner**, das in Entwicklungs- und Katastrophengebieten einsetzbare modulare Bausystem **Extra-Light** von **Herbert Gsottbauer** und das Sportfahrrad für Menschen mit Gehbehinderung **WISB** von **Claudia Bär** – sowie die Imagebroschüre für die **Universität für angewandte Kunst** von **bauer – konzept & gestaltung**. Nähere Informationen und Bilder zu allen Projekten gibt es auf der Biennale-Website. www.bio.si

bio.23 ljubljana





1



2



1



3



4



5



6

1 bauer – konzept & gestaltung: Imagebrochure Universität für angewandte Kunst

2 Anagram: Stadterneuerungsprojekt »The Ring (T)Rail«

3 Studio Jo Meesters: Gefäßserie »Particles«

4 Thomas Feichtner: LED-Tischlampe »Drawing Lamp«

5 Claudia Bär: Sportfahrrad für Menschen mit Gehbehinderung »WISB«

6 Herbert Gsottbauer: modulares Bausystem »Extra-Light«



1 Armand Mevis, Linda van Deursen: Corporate Identity »Temporary Stedelijk«

2 Manuel Raeder: Werkkorpus

3 Linked by Air: Video und Websites des Whitney Museum of Art

4 Jan Novak: Schrift »Falster Grotesk«

Internationale Grafikdesign-Biennale Brunn 2012

Aus rund 300 Einreichungen von 141 TeilnehmerInnen aus 23 Ländern – was für die bisherigen Maßstäbe des Wettbewerbs eine sehr geringe Teilnahme darstellt – kürte die internationale Jury, besetzt mit Andrew Blauvelt (USA), Zak Kyles (Großbritannien), Robert V. Novák (Tschechische Republik) und Sulki & Min Choi (Korea), die besten Beiträge der diesjährigen Biennale. Die meisten Einreichungen kamen aus dem Gastgeberland selbst (30), gefolgt von den Niederlanden (19), Japan (18) und der Schweiz (17). Der Grand Prix ging an das Projekt **Temporary Stedelijk** von **Armand Mevis** und **Linda van Deursen** (Niederlande), die Corporate Identity des im Umbau befindlichen Amsterdamer Museums, die mit ihrer universellen und anpassungsfähigen T-Form in Verbindung mit einer kräftigen monochromen Farbigekeit dem Wesen der Institution und dem heutigen Zeitgeist entspricht. Der Preis der Stadt Brunn wurde an **Manuel Raeder** (Deutschland) für einen breit gefächerten Werkkorpus verliehen, dessen Einzelteile – Plakate, Bücher, Drucksorten – die konsistente und typische Handschrift des Designers zu erkennen geben. Den Preis des Tschechischen

Zentrums erhielt **Jan Novak** für seine Schrift **Falster Grotesk**, die sich trotz einer eigenwilligen Strichführung durch gute Lesbarkeit im Fließtext auszeichnet. Der Preis der internationalen Jury ging an **Linked by Air** (USA) für ein Video und zwei Websites des **Whitney Museum of Art** in New York. Die Hintergrundfarbe der Website wechselt von Weiß bei Tag auf Schwarz bei Nacht – laut Jury ein willkommener Anker im zeitlosen Raum des Internet. Aus Österreich waren nur zwei Arbeiten angetreten. www.moravska-galerie.cz/bienale-brno

Staatspreis Vorbildliche Verpackung 2012

Wirtschaftsministerium und Lebensministerium zeichnen alljährlich innovative Weiterentwicklungen von Konsum- und Transportverpackungen aus. Der Preis würdigt die steigende Bedeutung ganzheitlicher Lösungen im Verpackungsbereich und zeichnet vorbildliche Entwicklungen aus, die neben den funktionalen Anforderungen auch Nachhaltigkeitsaspekten gerecht werden. »Die österreichische Verpackungswirtschaft unternimmt große Anstrengungen in Richtung Wiederverwertbarkeit, Rohstoff- und Energieeffizienz. Im Sinne eines ganzheitlichen Ökodesigns verbinden die Preisträgerprodukte in vorbildlicher Weise den reinen Nutzzweck mit einem wirtschaftlichen und ökologischen Mehrwert«, betonten Wirtschaftsminister Reinhold Mitterlehner und Umweltminister Nikolaus Berlakovich anlässlich der Preisvergabe. Beurteilungskriterien sind technische Aspekte wie Ausführung, Konstruktion und Transport-sicherheit, wirtschaftliche Aspekte wie Materialwahl und Rationalisierung des Abpackvorgangs sowie Umweltaspekte wie Rohstoff- und Energieeinsparung und Wiederverwertbarkeit. Auch Design, Grafik und Handhabung fließen in die Beurteilung ein. Der Staatspreis Vorbildliche Verpackung wurde heuer zum 55. Mal vergeben.

In diesem Jahr überzeugte als Transportverpackung die **ColomPac-Returnbox** (Herstellung: Dinkhauser Kartonagen). Die einteilige Wellpappekonstruktion ist absolutes Novum: Versand und Rückversand erfolgen in einer wiederverwendbaren und leicht auffaltbaren Box mit zweifachem integriertem Klebeverschluss. Das einfache Handling macht sie für den Versandhandel besonders geeignet. In der Kategorie Konsumverpackungen erhielt den Staatspreis die **Vetropack Austria** für eine neue **Leichtglas-Weinflaschen-Serie**, die vor allem durch die enorme Gewichtsreduktion und die erhebliche Ein-

- 1 Transportverpackung »ColomPac-Returnbox«
- 2 Vetropack Austria: Leichtglas-Weinflaschen-Serie
- 3 alessandridesign/Marzek Etiketten: Etiketten »Madeira Collection«
- 4 Werner Lampert BeratungsgmbH: Eierverpackung »Eggbox«
- 5 Gaber Backwarenerzeugung: Adventkalender
- 6 Tubex-Tubenfabrik Wolfsberg: restentleerbare Aluminiumtube »Turbo Tube«

sparung von Rohmaterial überzeugte. Die Flaschen werden darüber hinaus mit einem Altglasanteil von 70% produziert. Den Sonderpreis der Altstoff Recycling Austria (ARA) und eine Nominierung gab es für die von der **Tubex-Tubenfabrik Wolfsberg** entwickelte restentleerbare **Turbo Tube** aus Aluminium (Grafik: Creative Die Werbeagentur), die sich durch optimale Ressourcenschonung und die Verwendbarkeit für einen breiten Markt (Medizin, Kosmetik- und Nahrungsmittel-industrie) auszeichnet. Der Sonderpreis der Jury ging an die Flaschenetiketten der **Madeira Collection** (Herstellung: Marzek Etiketten GmbH, Grafik: alessandridesign). Die Jury: »Hier ist es mit Bravour gelungen, die Fruchtbarkeit und Vielfalt der Natur sowie die Historie der Insel Madeira illustrativ mit fantastischen Figuren umzusetzen. Das Namenskonzept soll mindestens 20 Jahre, mit jeweils anderer Illustration, fortgeführt werden und so Weinliebhaber zum Sammeln anregen.« (Siehe auch unter »Packaging«/Beitrag »VIENNA IM PACK 2012«).

Nominierungen erhielten die stabile und mit mineralölfreien Farben gut bedruckbare Eggbox aus recycelter Wellpappe der **Werner Lampert BeratungsgmbH** für **Hofer** (Grafik: Gull + Company); der hochwertig verarbeitete befüllbare **Adventkalender** samt Puzzlespiel für die **Gaber Backwarenerzeugung** (Herstellung: Offsetdruckerei Schwarzach, Grafik: Werbeagentur Irr); das **Green Packaging** von **Ja! Natürlich** (Herstellung: ProTech Biologische Produkte, Meier Verpackungen, Dinkhauser Kartonagen, Grafik: Atelier Freiraum), bei dem ausschließlich Materialien aus zu 100% nachwachsenden Rohstoffen zum Einsatz kommt, ohne dass Agrarbauflächen belastet werden; die **Revolutionary Laminate Tube** von **Pirlo Tubes**, die sich durch eine substanzielle Einsparung des Rohwareneinsatzes bei unveränderten Sicherheitseigenschaften für das Füllgut auszeichnet; der äußerst flexible und leichtgewichtige Kunststoff-Großladungsträger im Baukastensystem **MagnumTM Optimum®** der **Magna Steyr Fahrzeugtechnik** (Herstellung: Schoeller Arca Systems); das multifunktionale **Tischdisplay** für **Url & Co** (Herstellung: Smurfit Kappa Interwell, Werbegrafik: Atelier Raos Design), das durch einfaches Umstecken der Transportverpackung aus Wellpappe entsteht und das Produkt optimal präsentiert; und der aus einem einzigen flach gestanzten FE-Wellpappezuschnitt faltbare **6er-Flaschenkarton** mit integriertem Fachwerk und Tragegriffen für das **Weingut Fred Loimer** (Herstellung: Rondo Ganahl, Grafik: Müller Glas & Co). Weitere zwölf Einreichungen erhielten eine Auszeichnung. Alle Verpackungslösungen werden ausführlich auf der Website des Österreichischen Instituts für Verpackungswesen (ÖIV) vorgestellt. www.verpackungsinstitut.at



1



2



3



4



5



6



1



2



3



4

- 1 Green Packaging von Ja! Natürlich
- 2 Weingut Fred Loimer: 6er-Flaschenkarton
- 3 Url & Co: Tischdisplay
- 4 Magna Steyr Fahrzeugtechnik: Kunststoffträger »MagnumTM Optimum®«
- 5 spreitzerdrei Werbeagentur: Tasche »Versicare«
- 6 Joseph Rathkolb, Patrick Schiestl: Getränkehalter »Cupholder«
- 7 gabarage upcycling design: Schaukelverpackung »Aufschwung«
- 8 Bauer Wolf Werbeagentur: Standarddisplay »Gourmet«
- 9 Offsetdruckerei Schwarzach: »Gaber Backwaren« Adventskalender 2011
- 10 Kalina Hristova: Geschenkverpackung »Tulipa«
- 11 Printproduktion 08/16: »ÖW-Markenbuch«

printissimo – emballissimo 2012 Pro Carton/PPV Austria Design Award 2012

Neun Projekte wurden beim Preis der österreichischen Papierindustrie, der in diesem Jahr bereits sein 25-jähriges Jubiläum feiern konnte, für ihren nachhaltigen, kreativen und technisch perfekten Einsatz von Papier, Karton und Wellpappe ausgezeichnet. Neu hinzugekommen ist die Kategorie fibrePLUS, die innovativen Anwendungen von Zellulosefasern Rechnung trägt. Aus rund 150 Einreichungen hatte die Expertenjury drei Projekte pro Kategorie nominiert und schließlich die SiegerInnen gekürt. »Papier wird nicht zuletzt auch aufgrund seiner emotionalen Komponente seine starke Anziehungskraft nicht nur behalten, sondern sogar verstärken«, meinte Austropapier-Präsident Wolfgang Pfarl optimistisch. Bei der Bewertung der Beiträge fielen Kriterien wie Design, Funktionalität, Innovationsgrad,



5



6



7



8



9



10



11

Fertigungs- und Verarbeitungsqualität sowie Materialverwendung ins Gewicht.

emballissimos – Preise für Verpackungen und Kartonanwendungen – gingen in der Kategorie Dreidimensionales an das Standarddisplay **Gourmet** für Nestlé Österreich (Gestaltung Bauer Wolf Werbeagentur, Produktion Duropack); in der Kategorie Umhüllendes an den **Adventkalender 2011** für Gaber Backwaren (Gestaltung und Produktion: Offsetdruckerei Schwarzach); in der Kategorie Tragendes an die Tasche **Versicare** für Astellas Pharma (Gestaltung: spreitzerdrei Werbeagentur, Produktion: Styria Printshop); und in der Kategorie Gewelltes an die Schaukelverpackung **Aufschwung** von gabarage upcycling design (Gestaltung: Gerlinde Gruber, Produktion: Gruber Kartonagen). printissimos für vorbildliche Druckprodukte auf Papier gingen in der Kategorie Art an das Kunstbuch **Musée du Louvre – Gemalte Schuhe**, erschienen in der Edition Lammerhuber (Gestaltung: Lois Lammerhuber, Produktion: Ueberreuter Print); in der Kategorie Direct an den **Sportalm-Skikatalog 2012** (Gestaltung: Ideenwerk Werbe-

agentur, Produktion: Druckerei Estermann); in der Kategorie Editorial an das Magazin **Servus in Stadt & Land** (Gestaltung: Red Bulletin, Produktion: Vogel Druck & Medienservice) und in der Kategorie Image an das **ÖW-Markenbuch** der Österreich Werbung (Gestaltung: Printproduktion 08/16, Produktion: agensketterl Druckerei). Den erstmals vergebenen fibrePLUS Award gab es für das Projekt **Cellulosic Aerogels** der Universität für Bodenkultur.

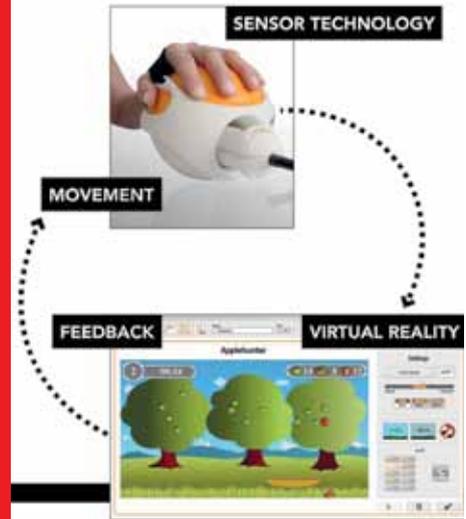
Im Rahmen des printissimo – emballissimo 2012 wurden unter dem Motto »Jungstars im Design« auch die SiegerInnen des **Pro Carton/PPV Austria Design Award** bekanntgegeben, der vielversprechende, aber noch nicht verwirklichte Konzepte Studierender ausgezeichnet. Die Preise gingen an **Kalina Hristova** von der FH Joanneum, Graz, für ihre elegante Geschenkverpackung **Tulipa** und an **Joseph Rathkolb** und **Patrick Schiestl** von der HTBLVA Graz Ortweinschule für ihren praktischen **Getränkehalter**. www.austropapier.at und www.ppv.at



1



2



3

DME Award 2012

tyromotion, einer der weltweit führenden Anbieter von robotikunterstützten Rehabilitationsgeräten im Bereich der Neurorehabilitation und Firmenmitglied von designaustria, wurde als einziges Unternehmen aus Österreich beim diesjährigen Design Management Europe Award ausgezeichnet, wo es in der Kategorie Small Enterprises als Sieger hervorging. Überzeugt hat die Jury die frühe Einbindung von Lead-Usern, die Entwicklung in multidisziplinären Projektteams und die Einrichtung eines Clinical Application Research Centers, um auf die besonderen Bedürfnisse der Kunden besonders genau eingehen zu können. Geschäftsführer und Leiter der Abteilung Forschung und Entwicklung David Ram: »Ich möchte von meiner Seite nur sagen, dass der Gewinn dieses Awards eine besondere Auszeichnung für uns darstellt, da er einen gesamtheitlichen Ansatz im Design- und Entwicklungsprozess auszeichnet und wir genau darin einen für unser Unternehmen entscheidenden Erfolgsfaktor sehen.« Alle Gewinnerprojekte werden auf der DME-Website vorgestellt: www.designmanagementeuropa.com

1 Lois Lammerhuber: Kunstbuch »Musée du Louvre – Gemalte Schuhe«

2 Ideenwerk Werbeagentur: »Sportalm« Skikatalog 2012

3 Produktentwicklung bei tyromotion

Wettbewerbe | Calls



reddot design award
product design 2013

red dot award: product design 2013

Die Einreichung zu einem der größten internationalen Wettbewerbe für Produktgestaltung hat begonnen und läuft noch bis **18. Jänner 2013** (für Nachzügler bis 6. Februar 2013). Und: Am **18. Dezember 2012** ist **Young Professionals Application Day**: red dot vergibt über die Website 24 Stunden lang (ab 0 Uhr) 50 kostenfreie Teilnahmeplätze für NachwuchsgestalterInnen (Studierende und junge Profis, deren Abschluss nicht länger als fünf Jahre zurückliegt). Neben der kostenfreien Teilnahme am Wettbewerb werden die jungen GestalterInnen im Fall einer Auszeichnung mit einem umfangreichen Gewinnpaket unterstützt. Dieses umfasst nicht nur die Nutzung des red-dot-Labels für ihr prämiertes Produkt, sondern auch dessen Präsentation im red dot design museum sowie in der Online-Ausstellung. Zusätzlich werden die SiegerInnen im »red dot design yearbook« vorgestellt. Die zur Verfügung stehenden Plätze werden per Losverfahren vergeben. Auf der Website finden sich alle Informationen, auch zur regulären Einreichung. www.red-dot.de/pd

Transform Awards 2013

Noch bis **20. Dezember 2012** können Nachzügler (allerdings gegen eine erhöhte Teilnahmegebühr) beim den **Transform Awards 2013** einreichen, bei denen die besten Markenre-launches, die zwischen Jänner 2011 und November 2012 umgesetzt wurden, prämiert werden. Offen stehen die bewährten Kategorien Content, Process, Strategy, Type, Sector und Region sowie die neu eingerichtete Kategorie Best Brand Guidelines. Ausgezeichnet werden sowohl die Unternehmen/Organisationen als auch die GestalterInnen, die Bewerbung erfolgt durch eine Expertenjury. Registrierung und Information auf der Website. www.TransformAwards.com



100 beste Plakate 12 – Deutschland Österreich Schweiz

PlakatgestalterInnen aus dem deutschsprachigen Raum (GrafikdesignerInnen, Gestaltungsbüros, Agenturen, Studierende) sowie deren AuftraggeberInnen und Druckereien sind eingeladen, bei der Kür der besten Affichen des Jahrgangs 2012 anzutreten, die in Form eines Buches und einer Wanderausstellung, welche 2013 auch in Dornbirn und im MAK in Wien zu sehen sein wird (siehe auch unter »Ausstellungen«), publiziert werden. Die Registrierung und der Upload der Plakate erfolgt online ab ca. Mitte Dezember 2012 bis zum **18. Jänner 2013**. In diesem Zeitraum sind auch detaillierte Informationen wie Ablauf, Teilnahmegebühren und Zusammensetzung der Jury, in der für Österreich Joseph Perndl vertreten sein wird, auf der Website abrufbar. www.100-beste-plakate.de



ED Awards 2013

Auch die European Design Awards gehen in eine neue Runde: Beiträge aus allen Bereichen des Grafikdesigns und der Illustration können zwischen **1. Jänner** und **28. Februar 2013** eingereicht werden. designaustria unterstützt den in Griechenland durchgeführten Wettbewerb als Partnerorganisation und entsendet Martin Fößleitner in die internationale Expertenjury. Zu Redaktionsschluss standen noch keine näheren Informationen zur Verfügung; Details sollten aber in Kürze auf der Website verfügbar sein. www.europeandesign.org

Förderguide-App der Wirtschaftsagentur Wien

Ab sofort steht die Förder-App namens »Förderguide« via iPhone und iPad kostenlos im App Store zum Download zur Verfügung. Damit wird ein schneller, aktueller und vor allem mobiler Zugang zu allen Förderangeboten der Wirtschaftsagentur-Wien-Gruppe, einschließlich jener der Technologieagentur der Stadt Wien und departure – der Kreativagentur der Stadt Wien, geboten. Informationen zu Ausschreibungszeitraum, Förderquote oder Rückerstattung projektbezogener Ausgaben werden ebenso bereitgestellt, wie Links zu Ausschreibungsunterlagen und zum Online-Einreichportal. Zudem kann mit den jeweiligen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern mit nur einem Touch telefonisch oder per E-Mail Kontakt aufgenommen werden. So kann bereits im Vorfeld abgeklärt werden, ob die gewünschte Förderung für das eigene Vorhaben geeignet ist. Die Struktur ist bewusst einfach gehalten und soll einen leichten und übersichtlichen Einstieg in die Förderlandschaft ermöglichen. www.wirtschaftsagentur.at

Material & Bedarf



Unser Beitrag zu einer sauberen Umwelt

Papier ist unser Geschäft, Nachhaltigkeit unsere Philosophie. Um den Stellenwert dieser Philosophie auch nach außen zu tragen, hat Europapier in den letzten Jahren die Kooperationen mit nachhaltig und ressourcenschonend produzierenden Papierfabriken verstärkt. Im Sortiment von Europapier findet sich ein überproportionaler Anteil an FSC- oder PEFC-zertifizierten Papieren und Recycling-Papieren. Ein Beispiel dafür halten Sie gerade in der Hand: Diese Ausgabe der designaustria-Mitteilungen wurde auf »Impact« von Lenzing produziert, einem CO₂-neutralen Recyclingpapier, das durch seine unglaubliche Weiße und wunderschöne, ungestrichene Haptik besticht.

Recycling braucht keinen Stempel. Zumindest nicht, wenn man auf dem neuen »SH Recycling« von Schoellershammer druckt. Rau und braun und grau: eine Papierqualität, die den haptischen Charme und die ursprüngliche Optik von Recyclingpapieren mit erstklassigen Druckergebnissen kombiniert. Ebenso archaisch gibt sich »Cyclus«, eine Ikone unter den Recyclingpapieren: in der ungestrichenen Version natürlich, rau und haptisch ansprechend; in der gestrichenen Variante glatt, ohne optische Aufheller und großartig bedruckbar. Und natürlich aus 100% Recyclingfasern. Etwas aus der Art schlägt »Options« von Mohawk: eine glatte, sehr weiche Oberfläche mit zugleich steifem und flexiblem Körper – ein Recyclingpapier der Extraklasse, das in Sachen Bedruckbarkeit Unglaubliches leisten kann. Wie auch alle Papiere von Mohawk wird es mit reiner Windenergie produziert und leistet damit einen außergewöhnlichen Beitrag zur Umwelt- und Ressourcenschonung.

Neben dem Ausbau unseres Sortiments an umweltfreundlichen Papieren unternehmen wir bei Europapier zahlreiche Anstrengungen, um eine umfassende Klimafreundlichkeit zu gewährleisten und höchsten ökologischen Standards gerecht zu werden. Wir haben unser Produktportfolio für unsere Kunden erweitert und können nun mit Bio-Tonern von SoyPrint eine umweltfreundliche Alternative für den Laserdruck anbieten. Herkömmliche Toner basieren zu 40% auf Erdöl. Unsere Bio-Toner verwenden Sojaöl, das als Nebenprodukt der Futtermittelherstellung aus nachhaltigem Anbau anfällt.

Europapier Austria GmbH
Autokaderstrasse 86–96
1210 Wien
T (01) 277 78-0
www.europapier.at



Bösmüller Print Management ist neues DA-Mitglied

Das Familienunternehmen, seit jeher kompetenter Partner der kreativen Wirtschaft, hat den formalen Schritt getan und steht den Mitgliedern von designaustria mit dem gesamten Know-how und Service zur Verfügung. Im Druckwerk Stockerau produziert Bösmüller alle klassischen Druckereiprodukte wie Kataloge, Folder, Mailings, Bücher für die Werbewirtschaft sowie Kartonverpackungen für Gewerbe und Industrie. Weiters werden im Druckwerk Krems Etiketten im Digitaldruck hergestellt.

Die Kunden haben dieses breite Produktangebot und die hohe fachliche und soziale Kompetenz der MitarbeiterInnen von Bösmüller schon immer geschätzt. Nach dem Generationenwechsel an der Spitze des Unternehmens legt Geschäftsführerin Doris Wallner-Bösmüller weiterhin großen Wert auf das nachhaltige Wachstum des Unternehmens, in dem Aufmerksamkeit auf Menschen, Technik und Umwelt gleichermaßen gerichtet wird. Dieses Jahr wurde in der Endfertigung – die ersten CO₂-neutralen Sammelhefter und Falzmaschinen stehen bei Bösmüller – in eine neue Digitaldruckmaschine und die PSO-Zertifizierung (Process Standard Offset) investiert. Entsprechend der Firmenphilosophie und gelebtem CSR



setzt die Druckerei Bösmüller auch auf die laufende Weiterentwicklung der Mitarbeiter; zusätzlich wurde das Beratungsteam im technischen und kreativen Bereich verstärkt und damit im anspruchsvollen Karton- und Verpackungsmarkt zusätzliche Kompetenz geschaffen.

DA-Mitglieder haben ab sofort die Möglichkeit, sich im Bösmüller Print Competence Center in 1020 Wien über alle Produktionsmöglichkeiten beraten zu lassen oder eine In-house-Beratung anzufordern. Besonders interessant für DesignerInnen ist die jederzeit abrufbare Kompetenz für die optimale technische Umsetzung kreativer Ideen und Entwicklungen in den Bereichen Pop-Up Mailings, Verpackungs- und Kartonagenproduktion.

Bösmüller Print Management GesmbH & Co KG
1020 Wien, Obere Augartenstraße 32
2000 Stockerau, Josef Sandhofer Straße 3
3504 Krems-Stein, Karl Eybl Gasse 1
F +43 1 214 70 07-0
T +43 1 214 70 07-22
E office@boesmueller.at
www.boesmueller.at

Service



Arbeitsplätze zu vermieten

Geräumiges, helles Gemeinschaftsbüro mit großzügigem Besprechungsraum und Küche, 149 m² mit 21m² sonniger Terrasse in der Alpenmilchzentrale in 1040 Wien, Nähe Südtirolerplatz / Belvedere. Gute Verkehrsanbindung (U1 schräg gegenüber; Bus 13A um die Ecke; Straßenbahn D, O, 18, Schnellbahn). Jeder Arbeitsplatz ist mit einem großen Tisch und Regal ausgestattet. Küche mit Kaffeemaschine, Geschirrspüler, Kochplatten, Mikrowelle und Kühlschrank. In der monatlichen Miete von Euro 250,- (zzgl. USt.) sind die Benutzung von Arbeitsraum, Besprechungsraum und Küche, Internet (WLAN), Betriebskosten, Strom und Heizung enthalten; Reinigung extra. Wir sind Architekten und Designer und suchen idealerweise branchenähnliche Mieter.

Sergio Suchomel
M 0699 190 80 912

Impressum

Herausgeber und Verleger

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

Vorstand

Monika Fauler, Wien
Martin Fößleitner, Wien
Beatrix Roidinger, Wien
Michael Thurow, Wien
Sigi Ramoser, Dornbirn

Geschäftsstelle

designaustria, designforum Wien
Museumsplatz 1/Hof 7, 1070 Wien,
Telefon (01) 524 49 49-0, Fax (01) 524 49 49-4
E info@designaustria.at, www.designaustria.at
Geschäftsführer: Severin Filek
Katharina Beran (Assistenz der Geschäftsführung),
Verena Reindl (Office Management), Heidi Resch (Assistenz
& Projekte), Sibel Sermet (Webredaktion & Projekte),
Brigitte Willinger (Redaktion & Projekte), Ulrike Willinger
(Projekte)

Redaktion

Brigitte Willinger und Severin Filek,
Museumsplatz 1, 1070 Wien

Fotos

Die Rechte liegen bei den beitragenden Designerinnen und Designern, Institutionen, Veranstaltern, Verlagen etc. bzw. bei deren Fotografinnen und Fotografen. Namentlich wurden uns genannt: Nick Albert/Kollektiv Fischka & Wolfgang Thaler (IRDV/Werkzeuge für die Design-Revolution), Klaus Fritsch (Wien Products Collection), Julian Mullan (Porträts BETON), Mährische Galerie (Internationale Grafikdesign-Biennale Brunn)

Layout und Artdirektion

zeitmaß, Sandra Steiger
Kandlgasse 16, 1070 Wien

Papier

Impact von Lenzing, Umschlag: 250 g/m²,
Kern: 150 g/m², zur Verfügung gestellt von
Europapier Austria GmbH,
Autokaderstrasse 86–96, 1210 Wien

Belichtung, Druck und Endfertigung

PRINTADVICE, PrePress & Print Advice Service
Druckberatung GmbH
Eduardgasse 6–8, 1180 Wien

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

ISSN 1022-9566

mit Unterstützung des Bundesministeriums
für Unterricht, Kunst und Kultur

bm:uk

European Design Awards 2013
Celebrating Creative Brilliance



Einreichschluss: 28. Februar 2013
www.europeandesign.org