





*Yodeldeedoooo!*  
Die Gewinner 2014 The Winners

# # INHALT

# CONTENTS

# *What's Inside ...*

**Schau mal rein! Have a look!**

4.....	<b>#Joseph Binder Award 2014 – Einleitung</b> <i>Introduction</i>
6.....	<b>#Joseph Binder (1898–1972)</b>
8.....	<b># Sujets 2014</b> <i>The Visuals for 2014</i>
10.....	<b>#Gold – Begründungen der Jury</b> <i>Statements of the Jury</i>
12.....	<b># Jury</b>
14.....	Iva Babaja
16.....	Susanne Breitfeld
18.....	Cinzia Ferrara
20.....	Laurent Graas
22.....	Andreas Jacobs
24.....	Franz Merlicek
26.....	Karen Schmutz
28.....	Daina Vitolina
30.....	Franziska Walther
32.....	<b>#Die PreisträgerInnen</b> <i>The Winners</i>
32.....	Corporate Design
38.....	Kommunikationsdesign <i>Communication Design</i>
42.....	Informationsdesign <i>Information Design</i>
46.....	Schriftgestaltung <i>Type Design</i>
50.....	Plakatgestaltung <i>Poster Design</i>
52.....	Editionsdesign <i>Editorial Design</i>
54.....	Verpackungsdesign <i>Packaging Design</i>
60.....	Illustration
72.....	Design Fiction
74 ..	<b>#The End – Sponsoren, Impressum</b> <i>Sponsors, Publisher's Information</i>

# #JOSEPHBINDERAWARD 2014

**Das fesche Dirndl mit Tattoo** und Tablet-Computer unterm Arm und der flotte junge Mann in Lederhosen vor seinem Laptop, die beide ganz im Stil von Joseph Binders Tourismusplakaten der 1930er- und 1940er-Jahre vor einer beeindruckenden Bergkulisse in Erscheinung treten, haben offensichtlich ihre Wirkung nicht verfehlt. Der neue visuelle Auftritt hat in Verbindung mit verstärkten Anstrengungen in der nationalen und internationalen Kommunikation des Wettbewerbs und einer noch intensiveren Kooperation mit europäischen Partnerverbänden und dem Weltdachverband Icograda für einen gewaltigen Anstieg des Teilnehmerinteresses gesorgt. Insgesamt haben uns 690 Einreichungen von 340 Teilnehmer/innen aus 28 Ländern erreicht. Deshalb ist dieser Katalog auch etwas umfangreicher ausgefallen als sonst: Er präsentiert 79 Projekte von 65 Einreicher/innen aus Deutschland (35), der Schweiz (3), Ungarn (2), Italien (1), den Niederlanden (1) und natürlich aus dem Gastgeberland Österreich (37). (Dass es aus Ungarn gleich zwei von insgesamt drei Einreichungen in die Bestenauswahl geschafft haben, macht unser Nachbarland, dem wir ja schon aus historischen Gründen besonders verbunden sind, zum eigentlichen Sieger des Wettbewerbs!)

Die international besetzte Jury hatte es also mit einer ziemlichen Flut an Einreichungen zu tun, die es in zwei Tagen zu sichten und zu bewerten galt. Aus Platzgründen fand diese Beurteilung nicht nur im designforum Wien, dem Stützpunkt von designaustria, statt, sondern auch in zusätzlich angemieteten Räumen im ehemaligen Amtsgebäude des Finanzamts für den 7. Bezirk, wo auf zwei Stockwerken schier nie enden wollende Raumfluchten mit Arbeiten gefüllt waren. Dass in der knappen Zeit eine in der Qualität überzeugende und im Spektrum breite und für das heutige Design relevante Auswahl an Beiträgen zustande kam, ist der großen Einsatzbereitschaft, Erfahrung und Kompetenz der Jury geschuldet. Alle Jurorinnen und Juroren zeichnen sich dadurch aus, dass sie seit Jahren erfolgreich in der Designpraxis tätig und zudem in nationalen und internationalen Designorganisationen engagiert sind. Icograda-Präsidentin Iva Babaja, die in Zagreb als Creative Director einer internationalen Agentur arbeitet, hatte auch ein wachsames Auge darauf, dass die strengen Standards des Weltdachverbandes genau eingehalten wurden. Ihr zur Seite standen die Kommunikationsdesignerin Susanne Breitfeld, Leiterin eines Designstudios und Präsidiumsmit-

glied des Berufsverbandes der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V. (BDG); Architektin, Grafikdesignerin und Universitätslektorin Cinzia Ferrara, Vizepräsidentin der Associazione italiana design della comunicazione visiva (AIAP); Laurent Graas, Partner und strategischer Leiter einer Design- und Kommunikationsagentur und Vorstandsmitglied von Design Luxembourg; Kommunikationsdesigner und Kreativtrainer Andreas Jacobs, Vorstandsvorsitzender der Allianz deutscher Designer e.V. (AGD); Franz Merlicek, Creative Director und Partner der führenden Werbeagentur Österreichs und langjähriges Mitglied von designaustria; Grafikdesignerin Karen Schmutz, Partnerin eines Designbüros und Vorstandsmitglied der Swiss Graphic Designers (SGD); Grafikdesignerin und Kulturmanagerin Daina Vitolina, Gründungsmitglied des lettischen Design Information Centre (DIC); und die Illustratorin und Grafikdesignerin Franziska Walther, ihres Zeichens Leiterin eines Büros für visuelle Kommunikation, Vorstandsmitglied der Illustratoren Organisation e.V. (IO) und Gewinnerin des Joseph Binder Award in Gold in der Kategorie Illustration des Jahres 2012: Wir erinnern uns gerne an die von ihr mit einfühlsamen und kraftvollen Bildern gestaltete Novelle »Peter Schlemihls wundersame Geschichte« von Adelbert Chamisso.

## *Illustration auf dem Vormarsch*

Die Einreichungen im Bereich Illustration (86) hatten sich gegenüber dem Jahr 2012 praktisch verdreifacht, was wohl auch auf die Einführung der neuen Subkategorien Buchillustration (30), Medienillustration (18), Werbeillustration (8) und Illustration in anderen Anwendungen (30) zurückzuführen ist. Damit wollten wir zum einen – analog zum zweiten Schwerpunktbereich Grafikdesign – der Vielseitigkeit der Illustration in Technik und Anwendung gerechter werden und zum anderen die Beurteilung der Arbeiten erleichtern. Wir freuen uns, dass diese Überlegungen offenbar Früchte getragen haben. Im Bereich Grafikdesign lag die Kategorie Editionsdesign (129) wie gewohnt an der Spitze, gefolgt von Corporate Design (112), Plakatgestaltung (90), Kommunikationsdesign (87), Verpackungsgestaltung (45), Informationsdesign (25) und Schriftgestaltung (16). Dass sich auch im Bereich Design Fiction

(100), der für auftragsunabhängige Projekte, Designkonzepte und Studierendenarbeiten offensteht, die Anzahl der Beiträge mehr als verdoppelt hat, ist den Bemühungen zuzuschreiben, den Joseph Binder Award an nationalen und internationalen Ausbildungsstätten verstärkt zu kommunizieren.

Die Jury vergab schließlich 36 Trophäen in Gold (9), Silber (14) und Bronze (13) und 43 Auszeichnungen sowie drei Geldpreise in Höhe von 2.500, 2.000 und 1.500 Euro im Bereich Design Fiction. Sie hatte freie Hand bei der Vergabe der Preise und war nicht an die in der Ausschreibung vorgeschlagene Verteilung gebunden. Von dieser Regelung wurde ausgiebig Gebrauch gemacht: Die Entscheidungen fielen ausschließlich aufgrund der Qualität der eingereichten Gestaltungsprojekte. Qualitätssteigerungen waren in nahezu allen Kategorien zu bemerken. Dennoch gab es nicht überall Gold: Nur wirklich herausragende Arbeiten wurden mit der höchsten Auszeichnung prämiert. Generell entsprechen Anzahl und Verteilung der Preise pro Kategorie zwar ihrer zahlenmäßigen Stärke, doch es gibt auch Ausnahmen: In der Disziplin Schriftgestaltung, der numerisch kleinsten im Bereich Grafikdesign, fanden Gold, Silber und Bronze einen Abnehmer. In der wie gewohnt hinsichtlich Umfang und Qualität ungeschlagenen Kategorie Editionsdesign wurden zweimal Gold, zweimal Silber und einmal Bronze vergeben.

Was Gestaltungstrends betrifft, war allgemein eine Tendenz zur Schlichtheit, zu klaren Strukturen und Formen und zu einer reduzierten Farbbigkeit zu bemerken. Vor allem, aber nicht nur im Bereich Illustration stach bei mehreren Projekten die Beschränkung auf Schwarz-Weiß-Kontraste ins Auge. Thematisch fiel auf, dass sich nicht nur im Bereich Design Fiction zahlreiche Arbeiten durch ihre soziale Relevanz auszeichnen: Ökologie, Ernährung, Materialsensibilität, Menschenrechte und interkulturelle Verständigung sind wichtige Themen, ob im Kleinen oder im Großen.

Wir bedanken uns bei allen Designerinnen und Designern, die sich so zahlreich an dieser internationalen Leistungsschau für Grafikdesign und Illustration beteiligt haben. Traditionell kamen die meisten Einreichungen aus dem deutschsprachigen Raum: aus Österreich (165), Deutschland (110) und der Schweiz (18). Aber auch die Beiträge aus dem übrigen Europa – Italien (6), Luxemburg, den

# Yodeldeedoooo!

## Facts, figures & more ...

Niederlanden und Ungarn (je 3), Frankreich (2), Bosnien-Herzegowina, Dänemark, Lettland, Litauen, Portugal, Russland, Spanien, der Tschechischen Republik und der Türkei (je 1) –, aus Nordamerika – den Vereinigten Staaten (8) und Kanada (2) – und für uns so exotischen Ländern wie Australien, Ägypten, China, Indien, Iran, Israel, Malaysia, Taiwan und Thailand (je 1) waren eine ebenso große Bereicherung bei der Durchführung des Wettbewerbs.

Unser großer Dank geht nicht zuletzt an die Mitglieder der internationalen Jury, allen voran an Iva Babaja, die uns mit ihrer Reputation und Integrität als Icograda-Präsidentin unterstützt hat; an unsere europäischen Partnerorganisationen AGD, AIAP, BDG, Design Luxembourg, DIC, IO und SGD, die uns bei der Kommunikation und durch die Entsendung eines Jurymitglieds zur Seite standen; sowie an das Bureau of European Design Associations (BEDA) und an das International Council of Graphic Design Associations (Icograda) für die Freigabe und Verbreitung des Joseph Binder Award 2014.

Unsere herzlichen Glückwünsche an alle Gewinnerinnen und Gewinner! Wir freuen uns schon auf den Joseph Binder Award 2016, bei dem zum ersten Mal ein Icograda Excellence Award zur Vergabe kommen wird.

**designaustria**

### **EINREICHER/INNEN ..... 340**

### **EINREICHUNGEN ..... 690**

Editionsdesign .....	129
Corporate Design .....	112
Design Fiction.....	100
Plakatgestaltung.....	90
Kommunikationsdesign .....	87
Verpackungsgestaltung.....	45
Buchillustration .....	30
Illustration, andere Anwendungen .....	30
Informationsdesign .....	25
Medienillustration.....	18
Schriftgestaltung .....	16
Werbeillustration .....	8

### **TROPHÄEN ..... 36**

Gold.....	9
Silber.....	14
Bronze .....	13

### **AUSZEICHNUNGEN ..... 43**

### **GELDPREISE ..... 3**

### **LÄNDER ..... 28**

Österreich.....	165
Deutschland .....	110
Schweiz .....	18
USA .....	8
Italien .....	6
Luxemburg .....	3
Niederlande .....	3
Ungarn .....	3
Frankreich.....	2
Kanada.....	2
Australien .....	1
Ägypten .....	1
Bosnien-Herzegowina .....	1
China.....	1
Dänemark .....	1
Indien .....	1
Iran .....	1
Israel.....	1
Lettland.....	1
Litauen.....	1
Malaysia.....	1
Portugal.....	1
Russland .....	1
Spanien .....	1
Taiwan.....	1
Thailand.....	1
Tschechische Republik .....	1
Türkei .....	1

# #JOSEPHBINDERAWARD 2014

**It seems that the pretty tattooed girl** in a traditional Austrian dirndl skirt with a tablet computer under her arm and the smart young guy in leather breeches in front of his laptop – both of them rendered against the impressive backdrop of a mountain range in the style of Joseph Binder's tourist posters of the 1930s and 1940s – have performed their roles well. The new visual presentation of the competition, combined with improved efforts to make it more widely known nationally and internationally and an intensified collaboration with European partners and Icograda, the world body of communication design, has brought about an enormous increase in participation. Altogether we received 690 submissions by 340 entrants from 28 countries. This also explains why the catalogue is a bit thicker than usual: it highlights 79 projects by 65 participants from Germany (35), Switzerland (3), Hungary (2), Italy (1), the Netherlands (1), and, of course, from the host country Austria (37). (That two out of three entries from Hungary made it onto the shortlist makes our neighbouring country – for which Austrians have a particular affinity not only for historical reasons – the actual winner of the competition!)

Consequently, the international jury was confronted with a veritable flood of entries that had to be screened and assessed in only two days. For lack of space, the judging process took place not only in the headquarters of designaustria at the designforum Wien, but also in additionally rented facilities at an old tax office building, where the seemingly never-ending suites of rooms on two floors were filled with the entrants' works. Due to the great commitment, experience, and competence of the jury, it was possible in this short period of time to arrive at a representative selection of contributions that is convincing in terms of quality and relevant in terms of contemporary design. All of the jury members have been successful design professionals for years and, moreover, are active in national and international design organisations. Icograda President Iva Babaja, a creative director in an international advertising agency in Zagreb, also carefully saw to it that the world body's strict standards were properly adhered to. She was supported by communication designer Susanne Breinfeld, who runs her own design studio and is a board member of Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V. (BDG); architect, graphic designer, and

university lecturer Cinzia Ferrara, the vice-president of Associazione italiana design della comunicazione visiva (AIAP); Laurent Graas, partner and strategic director of a design and communications agency and a board member of Design Luxembourg; communication designer and creativity coach Andreas Jacobs, chairman of Allianz deutscher Designer e.V. (AGD); Franz Merlicek, creative director and partner of Austria's leading advertising agency and a long-time member of designaustria; graphic designer Karen Schmutz, co-founder of a design office and a board member of Swiss Graphic Designers (SGD); graphic designer and cultural manager Daina Vitolina, a founding member of the Design Information Centre (DIC) in Latvia; and the illustrator and graphic designer Franziska Walther, who runs her own visual communications studio, serves on the board of Illustratoren Organisation e.V. (IO), and is also a past winner of the Joseph Binder Award in gold in the illustration category. We remember with pleasure the sensitive and powerful images she created in 2012 for the novella »The Miraculous Story of Peter Schlemihl« by Adelbert Chamisso.

## *Illustration on the Rise*

Compared to 2012, the entries in the illustration discipline practically tripled, which is probably mainly due to the introduction of the new subcategories Book Illustration (30), Media Illustration (18), Commercial Illustration (8), and Illustration in Miscellaneous Applications (30), which allowed us to take into greater account the versatility of illustration in terms of technique and application and to facilitate the assessment of the works entered. The idea had been to have the structure of the illustration categories mirror that of graphic design, the competition's second key discipline. And we are most pleased that these considerations have evidently born fruit. As usual, the strongest category in graphic design was Editorial Design (129), followed by Corporate Design (112), Poster Design (90), Communication Design (87), Packaging Design (45), Information Design (25), and Type Design (16). That the number of submissions in Design Fiction (100), which is open for independent projects, design concepts, and works by students, more than doubled may be ascribed to our efforts to make the Joseph Binder Award increasingly known among schools in Austria and abroad.

Finally, the jury awarded 36 trophies in gold (9), silver (14), and bronze (13) and 43 distinctions, as well as three cash prizes in the amounts of 2,500, 2,000, and 1,500 euros in the Design Fiction category. Not bound by the distribution of awards and distinctions proposed in the rules and regulations, the jury was free to allocate prizes and consequently made ample use of this possibility: decisions were based exclusively on the merits of the design projects submitted. Although an improvement in quality could be observed in almost every category, gold was not awarded in all of them: only truly outstanding works received the highest honours. All in all, the number and distribution of prizes per category correspond to its quantitative strength, even if there are exceptions: in Type Design, the smallest category in the graphic design discipline, gold, silver, and bronze were assigned to deserving projects. And in Editorial Design, traditionally unbeaten in terms of quantity and quality, two golds, two silvers, and a bronze were given away.

As far as design trends are concerned, there is a general tendency towards simplicity, clear structures and forms, and reduced colour schemes. Not only, but primarily in the illustration categories, some projects are conspicuously limited to contrasts in black and white. Thematically, numerous works stand out for their social relevance, and not only in Design Fiction: ecology, nutrition, a responsible use of materials, human rights, and intercultural exchange are important topics, on both a small and a large scale.

We thank each of the large number of designers who took part in this international performance showcase for graphic design and illustration. As in previous years, most of the entries came from the German-speaking countries: Austria (165), Germany (110), and Switzerland (18). But our work was also enormously enriched by the submissions that arrived from the rest of Europe – Italy (6); Hungary, Luxemburg, and the Netherlands, (3 each); France (2); and Bosnia-Herzegovina, the Czech Republic, Denmark, Latvia, Lithuania, Portugal, Russia, Spain, and Turkey (1 each) – and from North America – the United States (8) and Canada (2) – as well as from such exotic countries as Australia, China, Egypt, India, Iran, Israel, Malaysia, Taiwan, and Thailand (1 each).

# Yodeldeedoooo!

## Facts, figures & more ...

Last but not least, we would like to extend our thanks to the members of the international jury, first and foremost to Iva Babaja, who supported us with her reputation and integrity as president of Icograda; to our European partner organisations AGD, AIAP, BDG, Design Luxembourg, DIC, IO, and SGD, who helped us publicise our competition and delegated one jury member each; and to the Bureau of European Design Associations (BEDA) and the International Council of Graphic Design Associations (Icograda) for endorsing and disseminating information about the Joseph Binder Award 2014.

Our sincere congratulations go to the winners! We look forward to the Joseph Binder Award 2016, which will include an Icograda Excellence Award for the first time.

**designaustria**

<b>ENTRANTS</b> .....	<b>340</b>	<b>COUNTRIES</b> .....	<b>28</b>
<b>ENTRIES</b> .....	<b>690</b>	Austria .....	165
Editorial Design.....	129	Germany .....	110
Corporate Design.....	112	Switzerland.....	18
Design Fiction.....	100	USA .....	8
Poster Design.....	90	Italy.....	6
Communication Design .....	87	Luxembourg.....	3
Packaging Design.....	45	Netherlands.....	3
Book Illustration .....	30	Hungary.....	3
Illustration, Miscellaneous Applications ..	30	France .....	2
Information Design .....	25	Canada.....	2
Media Illustration .....	18	Australia.....	1
Type Design.....	16	Egypt.....	1
Commercial Illustration.....	8	Bosnia-Herzegovina.....	1
<b>TROPHIES</b> .....	<b>36</b>	China.....	1
Gold.....	9	Denmark .....	1
Silver.....	14	India .....	1
Bronze .....	13	Iran .....	1
<b>DISTINCTIONS</b> .....	<b>43</b>	Israel.....	1
<b>CASH PRIZES</b> .....	<b>3</b>	Latvia.....	1
		Lithuania.....	1
		Malaysia.....	1
		Portugal.....	1
		Russia .....	1
		Spain .....	1
		Taiwan.....	1
		Thailand.....	1
		Czech Republic .....	1
		Turkey .....	1

# #JOSEPH BINDER (1898–1972)

**Joseph Binder**, der Namensgeber und Stifter des Wettbewerbs, der sich selbst schon früh als »graphic designer« bezeichnete, war einer der Pioniere des »Wiener Flächenstils«. Die Grundlagen für seine Formensprache bezog er aus der bildenden Kunst: Der gelernte Lithograf und Typograf studierte ab 1922 Malerei an der Wiener Kunstgewerbeschule unter Berthold Löffler, einem Zeitgenossen der gleichfalls an dieser renommierten Lehrstätte wirkenden Secessionisten Kolo Moser, Josef Hoffmann und Alfred Roller, deren künstlerische Erneuerungsbestrebungen nach dem Ersten Weltkrieg in der Werbe- und Gebrauchsgrafik ihren Niederschlag fanden.

Binder machte schon früh bei Plakatwettbewerben in Österreich und Deutschland auf sich aufmerksam und erhielt 1926 als Absolvent der Kunstgewerbeschule mit der besten Gesamtleistung den Staatspreis. Später, in den 1930er- und 1940er-Jahren, folgten u. a. Auszeichnungen des Art Directors Club New York und ein Sieg beim Plakatwettbewerb für die New York World's Fair 1939. Selbst zum erfolgreichen Gestalter avanciert, war es ihm ein großes Anliegen, dem Designnachwuchs ein Rüstzeug mit auf den Weg zu geben. An seiner Ausbildungsstätte – der späteren Hochschule und heutigen Universität für angewandte Kunst in Wien – selbst zu unterrichten, blieb ihm aufgrund der politischen Umstände versagt. Doch dank mehrerer Gastdozenturen in den Vereinigten Staaten, wo seine Arbeiten und Theorien sehr geschätzt wurden, konnte er in den 1930er-Jahren sein Wissen und Können an junge Gestalter/innen weitergeben.

Nach Aufenthalt in Chicago, Minneapolis, Milwaukee, Los Angeles und New York ließ er sich schließlich ganz in den Vereinigten Staaten nieder und wurde 1944 amerikanischer Staatsbürger. Zu seinen Auftraggebern in Wien hatten Meinl, Arabia Kaffee, Persil, Bendsorp, Wagon-Lit und zahlreiche Institutionen aus den Bereichen Kultur und Tourismus gezählt; in der neuen Heimat arbeitete er u. a. für die U.S. Navy, das Rote Kreuz, die Association of American Railroads und United Airlines. Die Grundlagen seiner Gebrauchsgrafik verewigte er in dem 1934 erschienenen Buch »Colour in Advertising«.

Mit seinen Arbeiten, die sich durch Klarheit, Harmonie und Dynamik auszeichnen, ebnete er der modernen visuellen Kommunikation den Weg. So stand

1935 in der »Minneapolis Tribune« über den Dozenten an der Minneapolis School of Art zu lesen: »Joseph Binder, ein junger Künstler aus Wien, hat die Gebrauchsgrafik in den Vereinigten Staaten und in Europa revolutioniert und etwas geschaffen, das für immer bestehen bleiben wird. Seine Entwürfe für Plakate, Verpackungen und Industrieerzeugnisse sind Schöpfungen im Geiste der modernen Welt.«

*»A young artist from Vienna has revolutionized commercial art«*

**Joseph Binder**, the donor and patron of this competition, was one of the pioneers of the style of »Viennese flatness« and referred to himself as a »graphic designer« at an early date. He derived the basics for his pictorial language from the visual arts: from 1922 on, the trained lithographer and typographer studied painting at the Vienna School of Arts and Crafts under Berthold Löffler, a contemporary of the Secessionists Kolo Moser, Josef Hoffmann, and Alfred Roller, who were teaching at the same school and whose ambitions for an artistic renewal also had an impact on advertising and commercial art produced after the First World War.

It was early in his career that Binder attracted attention in poster competitions in Austria and Germany and in 1926 was honoured by the Republic of Austria for the best overall performance of a graduate from the School of Arts and Crafts. Later on, in the 1930s and 1940s, he received numerous awards from the New York Art Directors Club and came off as the winner of a poster competition for the 1939 New York World's Fair. Having become a successful graphic designer himself, it was a primary concern of his to help young designers on their way. The political circumstances prevented him from teaching at his former school, today's University of Applied Arts in Vienna. However, several visiting lectureships in the United States during the first half of the 1930s made it possible for him to impart his knowledge and skills to the young generation.

After stays in Chicago, Minneapolis, Milwaukee, Los Angeles, and New York, he settled in the United States permanently and in 1944 became an American citizen. His clients in Vienna had included such

renowned local brands as Meinl, Arabia Kaffee, Persil, Bendsorp, and Wagon-Lit, as well as numerous cultural institutions and tourist organisations; in his new home country, he worked, among others, for the U.S. Navy, the Red Cross, the Association of American Railroads, and United Airlines. In 1934 he published the principles of his commercial art in the book »Colour in Advertising«.

With his works, characterized by clarity, harmony, and dynamism, he paved the way for modern visual communication. In 1935, the »Minneapolis Tribune« wrote about the visiting lecturer at the Minneapolis School of Art: »Joseph Binder, a young artist from Vienna, has revolutionized commercial art in the United States and in Europe, having achieved something that will remain. His designs for posters, packages, and industrial products are creations in the spirit of the modern world.«

1 Joseph Binder: »Musik- und Theaterfest der Stadt Wien«, 1924  
Plakat Poster BNIPI 18

2 Joseph Binder: »Österreich«, 1934  
Winterplakat Winter Poster  
Österreichische Nationalbibliothek, PLAI6304682

3 Joseph Binder: »Meinl Kaffee«, 1924  
Plakat Poster BNIPI 1942

4 Joseph Binder: »Season's Greetings from the Men of the Navy«, 1949  
Plakat Poster BNI 130

5 Joseph Binder: »Fortune Magazine«, 1937  
Plakat Poster BNIPI 4203

6 Joseph Binder: »Arabia Kaffee«, 1953  
Key Visual BNIPI 9541

BNI = Binder-Nachlass-Inventar Binder Estate Inventory,  
MAK = Österreichisches Museum für angewandte Kunst |  
Gegenwartskunst, Wien Vienna

*Less Is More!*  
A pioneer of graphic design

1



2



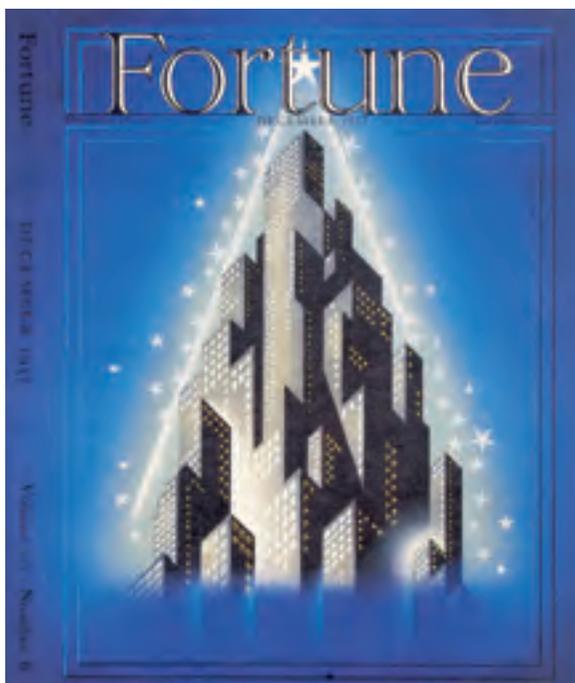
3



4



5



6



# #SUJETS 2014 THE VISUALS FOR 2014

**Dieses Jahr** ist alles ein bisschen anders: Der Joseph Binder Award hat einen frischen Anstrich bekommen! Neben zusätzlichen Kategorien im Bereich Illustration sieht das neue Konzept vor, dass ab nun PreisträgerInnen des vorhergehenden Wettbewerbs den visuellen Auftritt der Folgeedition gestalten, von Ausschreibung über Plakat und Briefmarke bis hin zum Katalog. Den Auftakt machte das Wiener Designbüro Typejockeys, das 2012 für sein Corporate Design des Hemdenmachers »Wäsche flott« eine Auszeichnung erhielt. Die neue Gestaltung versetzt Binders Plakatmotive in die heutige Zeit und verleiht damit dem Joseph Binder Award 2014 ein ganz besonderes Gesicht. Der Wunsch nach einem jüngeren Image sowie die Vorgabe, Binders Arbeiten in irgendeiner Form zu zitieren, waren die einzigen Richtlinien, die die Designer/innen des Büros – Anna Fahrmaier, Thomas Gabriel, Michael Hochleitner und Stephan Kirsch – zu berücksichtigen hatten. Inspiriert von Binders Illustrationen für Tourismusplakate der 1930er- und 1940er-Jahre, zeichneten sie zwei Sujets, die Binders Stil nachempfinden, die Szenen jedoch in die Gegenwart transportieren. So erklären sie das Konzept: »Charmant-österreichisch, nostalgisch-einladend, aber trotzdem lässig-cool: Das waren unsere Kriterien. Wir wollten Berge und Trachten, also das klischeehafte Happy-Trapp-Familien-Österreich, mit der Wollmützen-Hornbrillen-Designer-Hipness der heutigen Zeit verknüpfen. Auch wenn wir keine routinierten Illustratoren sind, wollten wir uns der Herausforderung stellen und studierten zunächst Kompositions- und Gestaltungsmerkmale der Plakate, holten dann das Dirndl und die Hosenträger aus dem Schrank und shooteten die beiden Motive als Illustrationsvorlage. Danach folgten stundenlanges Illustrieren und noch aufwendigeres Fine-Tuning – Schattierung, Strukturierung und Gradient-Wahnsinn. Typografisch entschieden wir uns für einen Headline-Mix aus der fröhlichen Schwungsschrift Sauber Script und Bindlestiff, einer Digitalisierung der von Joseph Binder gezeichneten Schrift Binder-Style. Arquitecta von Latinotype kommt für den Fließtext in einem sehr strengen, aber dennoch flexiblen Raster zum Einsatz. Es hat Spaß gemacht! Danke an designaustria für diese schöne Herausforderung.« Wir sind jetzt schon gespannt auf das Design für 2016!

**This year, everything is a little different: the Joseph Binder Award has received a new face! Besides additional categories in the discipline of illustration, the revised concept specifies that from now on winners of the previous competition will design the visual appearance of the subsequent edition, from the call for entries and poster to a postal stamp and the catalogue. The new process has successfully been kicked off by the Vienna-based design studio Typejockeys, which in 2012 won a distinction for its corporate design for the shirtmaker »Wäsche flott«. Their new design transfers Binder's poster motifs to the present age, lending the Joseph Binder Award 2014 a very special appeal. The need for a younger image and the directive to quote Binder's works in some form were the only guidelines the studio's designers – Anna Fahrmaier, Thomas Gabriel, Michael Hochleitner, and Stephan Kirsch – had to observe. Inspired by Binders illustrations for tourist posters of the 1930s and 1940s, they drew two motifs that do emulate Binder's style, but translate the scenes into a contemporary idiom. This is how they explain their concept: »Full of Austrian charm and inviting nostalgia, but nevertheless cool and casual – these were our criteria. Our idea was to combine mountains and traditional costumes, i.e., the happy-Austrian-Trapp-family-cliché, with today's design hipness of woollen skullcaps and horn-rims. Although we are no experienced illustrators, we decided to accept the challenge. At first, we studied the posters' compositional qualities and design features and then dug out a dirndl skirt and a pair of braces and shot both motifs, with the pictures serving as models for our illustrations. There followed hours of illustrating and an even more demanding phase of fine tuning – shading and structuring, sheer gradient madness. In terms of typography, we chose a headline mix consisting of Sauber Script, a cheerful cursive, and Bindlestiff, a digitised version of Joseph Binder's own typeface Binder Style. Arquitecta by Latinotype is used for the running text within an extremely rigorous, but nevertheless flexible grid. It was great fun! Thanks to designaustria for this wonderful challenge.« We cannot wait to see the design for 2016!**

**1** Plakatillustrationen von Joseph Binder dienten als Inspiration  
Joseph Binder's poster illustrations served as an inspiration

**2** Erste Skizze des weiblichen Motivs  
First sketch for the female motif

**3** Hinter den Kulissen: Die beiden Sujets wurden zuvor im Studio fotografiert  
Behind the scenes: at first, the two motifs were photographed in the studio

**4** Filter und Verläufe geben den Motiven den letzten Nostalgie-Schliff  
Filters and shading give the motifs the finishing touch of nostalgia

**5** Das fertige weibliche Sujet  
The final female motif

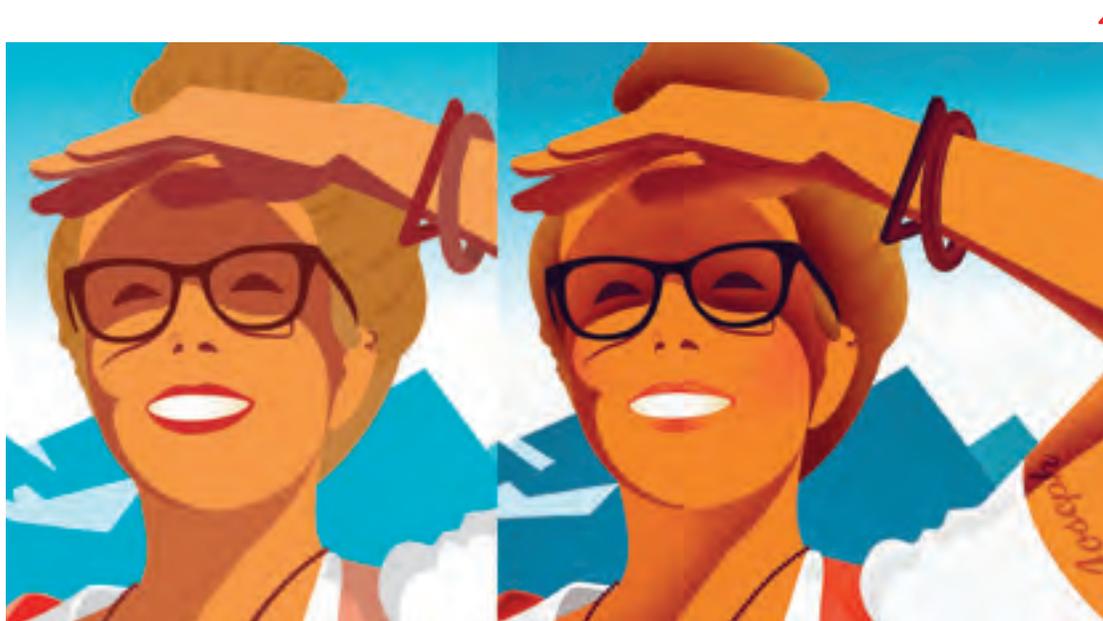
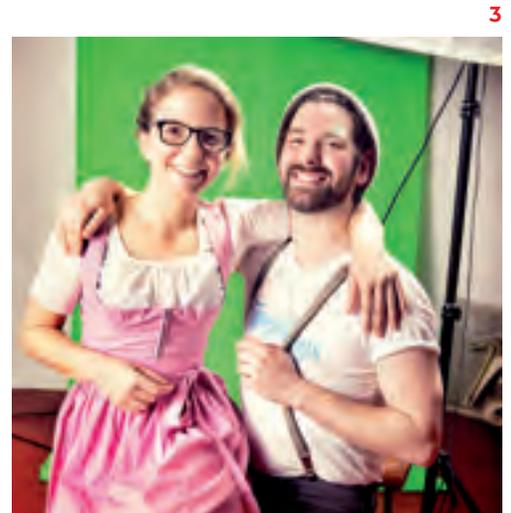
**6** Die Schriften The typefaces: Sauber Script by Typejockeys; Bindlestiff by Nick's Fonts; Arquitecta by Latinotype

**7** Die Schriften in Anwendung  
The typefaces applied

**8** #JBA14 Briefmarke Stamp

# Fresh & Cool

Alpine charm vs. modern design



## Sauber Script in Kombination MIT BINDER ENTWURF

Binder says: Design has a visual function.  
Design has a **communicational** function.  
Design has a motivational function.



# #GOLD BEGRÜNDUNGEN DER JURY STATEMENTS OF THE JURY

## Corporate Design



### Atzgerei

Donaufestival 2014 – 10 Years Redefining Arts

Der Logo-Relaunch für einen Festivalveranstalter sorgt für einen starken visuellen Auftritt. Das Erscheinungsbild, vielseitig und variabel einsetzbar, lässt nie Langeweile aufkommen, stellt aber gleichzeitig die Wiedererkennbarkeit sicher. Klare Strukturen und Farben schaffen eine überzeugende Identität. Das Ungleichheitszeichen signalisiert als aussagekräftiges Symbol, dass sich die Botschaft des Festivals von allen andern unterscheidet.

*This logo relaunch for a festival organiser guarantees a strong visual appearance. Variable and lending itself to a great diversity of applications, the design never becomes boring, yet ensures that it is always recognised. Its simplicity and vigorous colours create a convincing identity. The inequality sign is a powerful symbol, signalling that this festival has a different message from all the others.*

## Kommunikationsdesign Communication Design



### moodley brand identity gmbh

Weitzer Hotels

Humor und Ironie in perfektem Design: Dieses Debitorenmailing stellt sicher, dass ein in der Regel unangenehmer Prozess durch ein Augenzwinkern beim Empfänger zu einer in Anbetracht der Umstände angenehmen Erfahrung führt. Erreicht wird dies durch das ausgeklügelte Konzept hinter dem Mahnschreiben und den überaus gekonnten Umgang mit dem Medium.

*Humour and irony in perfect design: since the message of this debt recovery mailing comes with a smile, a process that is normally perceived as unpleasant becomes a pleasant experience for the recipient, despite the disagreeable circumstances. This is achieved through the sophisticated concept behind this reminder and the accomplished use of the medium.*

## Informationsdesign Information Design



### Gassner Redolli KG

Holzperspektiven  
Perspectives in Wood

Das Material, um das es sich in diesem Ausstellungsraum dreht, kommt durch den synthetischen Einsatz von Schrift und Zeichen angemessen zur Sprache. Botschaften werden aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet und vermittelt: Dadurch wird dem statischen Element Holz ein hohes Maß an Dynamik verliehen. Es sind nicht zuletzt die scheinbare Schlichtheit und die Leichtigkeit der Gestaltung, die Sympathie für das Material erwecken.

*The material that is in the focus of this exhibition space is appropriately featured through the synthetic use of type and signs. The messages are viewed and conveyed from different angles, so that wood as a static element receives a strong dynamic impetus. Wood is perceived as a likeable material here, not least because of the apparent simplicity and the lightness of the design.*

# The Best of the Best

## Gratulation! Congratulations!

### Schriftgestaltung Type Design

por lo que comparten más del 97% de sus genes

*må nødvendigvi*

(TURSIOPS TRUNCATUS × PSEUDORCA CRASSIDENS)

**skuðmir**

**lámase hibridaciói**

**Solbær**

*horách a na těžko schůdných stezkách*

**mh garšigi**

*Jakob Runge -  
Type & Grafik Design*

FF Franziska

Diese perfekt konstruierte Schrift verfügt über durchdachte typografische Elemente, durch die sie sich sehr ausgereift präsentiert. Sie funktioniert ausgezeichnet in den unterschiedlichen Schnitten und Größen und ergibt ein schönes Schriftbild. Besonders ansprechend sind ihre verspielten Kursiven.

*This perfectly constructed typeface has well-thought-out typographic elements that give it sophistication. It functions very well in all the different cuts and sizes and is beautifully represented. And its playful italics are particularly appealing.*

### Plakatgestaltung Poster Design



*gggrafik - Götz Gramlich*

transit

Mit seinem minimalistischen Einsatz von Bild- und Schriftelementen, die zusammen eine eindrucksvolle visuelle Botschaft vermitteln, weckt dieses Plakat ein hohes Maß an Aufmerksamkeit. Besonders gelungen ist das Spiel mit Raum und unterschiedlichen Schichten: Was vorne ist erscheint hinten und umgekehrt. Dank der extremen Einfachheit wird mehr erreicht, als das Plakat zu sein scheint. Der Verkehrskegel ist ein Warnsignal, das einen zum Stehenbleiben veranlasst. Das Interesse ist geweckt, man beginnt zu lesen.

*With its minimalist use of visual and typographic elements, which combined deliver a striking image and message, this poster generates a high degree of awareness. The play with space and different layers is particularly fascinating: what seems to be at the front is behind and vice versa. Thanks to its extreme simplicity, the poster manages to achieve much more than it appears to be. The traffic cone functions as a warning sign that makes you stop. You become interested and start reading.*

### Editionsdesign Editorial Design



*Superfutura*

living rooms – Politik der Zugehörigkeiten im Wiener Gemeindebau  
*Policies of Affiliation in Viennese Council Housing*

Der Umgang mit Typografie, Layout und Fotografie ist dem Thema ganz und gar angemessen und entspricht ihm in jeder Hinsicht. Das ist Editionsdesign, wie es besser nicht sein kann: Alles befindet sich im Gleichgewicht. Man spürt, dass hier der Punkt, an dem man aufhören sollte zu gestalten, respektiert wurde. Das Ergebnis ist eine in sich geschlossene Lösung.

*The use of typography, layout, and photography are entirely appropriate and perfectly suit the subject. This is editorial accomplishment at its best. Everything is well balanced, and you can feel that the point where all designing should stop has been recognised. The result is a self-contained solution.*

# #GOLD BEGRÜNDUNGEN DER JURY STATEMENTS OF THE JURY

## Editionsdesign Editorial Design



### *Thomas + Martin Poschauko*

**Nea Machina. Die Kreativmaschine  
The Creativity Machine**

Ein durchweg motivierendes und inspirierendes Kreativitätsbuch, mit dem man gerne arbeitet! Es basiert auf einem hervorragenden didaktischen Ansatz und verströmt unglaublich viel Energie. Wort- und Bildsprache werden auf derselben Ebene behandelt, sodass das Buch einen starken visuellen Eindruck hinterlässt. In einem ansonsten vor allem verbal kommunizierenden Umfeld trägt es einen höchst wirkungsvollen Einsatz von Bildelementen zur Schau.

*This is a perfectly motivating and inspiring creativity book that is enjoyable to work with. It is based on a brilliant didactic approach and emanates an unbelievable amount of energy. Treating verbal and visual language on an equal level, it creates a strong visual impact and displays a powerful use of pictorial vocabulary in an otherwise predominantly verbal environment.*

## Illustration in anderen Anwendungen

### *Illustration in Miscellaneous Applications*



### *Markwald Neusitzer Identity*

**Vorsätze 2014  
Intentions 2014**

Eine schöne, ansprechende Idee! Die Neujahrskarten kommunizieren auf sehr reduzierte Art und Weise und mit raffiniert abgestimmten Farben abstrakte Begriffe. Jedes Bild erzählt eine Geschichte ohne Worte. Die Illustrationen sind ausdrucksstark und in einem ganz eigenständigen Stil gehalten, der einerseits auf moderne Weise altmodisch wirkt, andererseits an surrealistische Darstellungen erinnert. Reizvoll ist auch der Gegensatz zwischen den Farben und der Zeichnung. Es handelt sich um eine sehr persönliche Übersetzung sprachlicher Ausdrücke in eine Bildsprache, die sich mittels Fotografie nicht realisieren ließe.

*What a beautiful, appealing idea! These New Year's cards communicate abstract concepts in a much reduced manner and through a carefully selected colour harmony. Each image tells a story without using words. The illustrations are extremely expressive and rendered in a unique style: on the one hand, it is old-fashioned in a modern way and, on the other, calls to mind Surrealist imagery. What is also charming is the contrast between the colours and the drawing. This is a very personal translation of selected terms into a visual language that would be impossible to realise with photography.*

# *The Best of the Best*

## Gratulation! Congratulations!

### Design Fiction



### *Mustafa Karakas*

#### Women's Rights

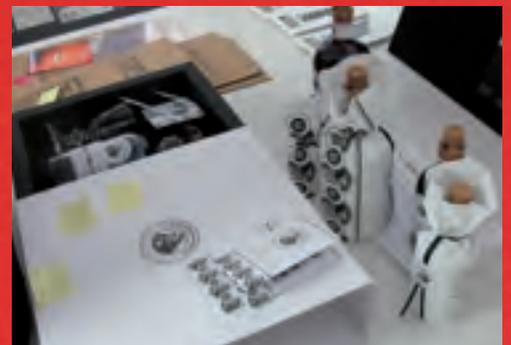
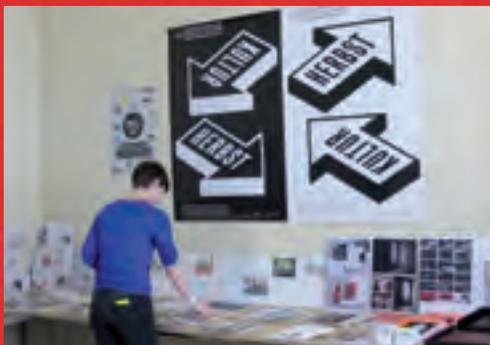
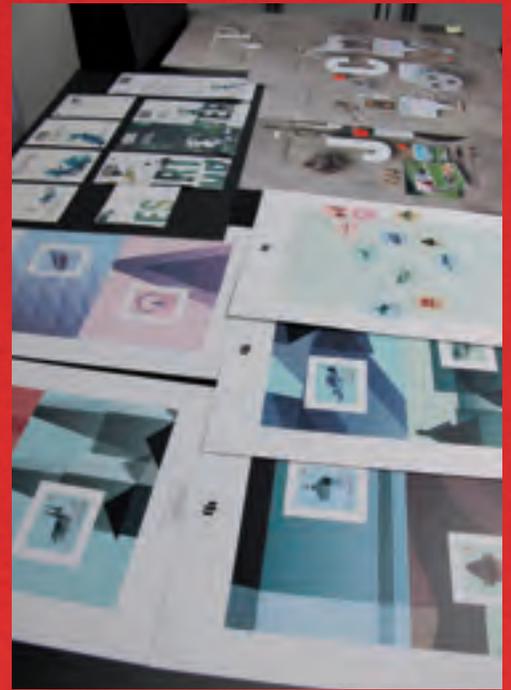
Diese Plakatkampagne vermittelt die Fragilität des Menschen eindrucksvoll und auf konzeptuelle Art und Weise, ohne ein Klischee zu bedienen. Dank des kräftigen Stiels streicht das Bild der Blume nicht die vermeintliche Schwäche und Hilflosigkeit der Frau heraus, sondern illustriert vor allem die Schönheit und Lebendigkeit des menschlichen Lebens und wie leicht es zerstört werden kann. Die subtilen Farbabstufungen der Blüte sind auch Ausdruck der Einzigartigkeit und des Wertes eines Menschenwesens. Umso schockierender wirken die Misshandlungen, die Frauen angetan werden.

*This poster campaign impressively renders the fragility of human life in a conceptual way, without referring to clichés. With its strong stem, the image of the flower does not focus on the alleged weakness and helplessness of women, but chiefly illustrates the beauty and vitality of a human being and how easily it can be destroyed. The subtle way in which the blossom changes its colour also emphasises the uniqueness and worth of every human being. The impact of the cruelties inflicted upon women is all the more shocking.*

# #JURY

*A Hard Choice*  
Geschafft! They did it!

Iva Babaja .....	Zagreb
Susanne Breitfeld .....	Mainz
Cinzia Ferrara .....	Palermo
Laurent Graas .....	Leudelingen Leudelange
Andreas Jacobs .....	Wilhelmshaven
Franz Merlicek .....	Wien Vienna
Karen Schmutz .....	Genf Geneva
Daina Vitolina .....	Riga
Franziska Walther .....	Hamburg



# #JURY INFO & PORTFOLIO

## Iva Babaja

**Icograda-Präsidentin** *Icograda President*  
**Creative Director**



### Statement

Der Joseph Binder Award ist einer jener Wettbewerbe, die unseren hohen beruflichen und ethischen Vorgaben entsprechen, und so hat seine Freigabe durch Icograda mittlerweile Tradition. In einer Welt, in der eine immer größer werdende Zahl an Designwettbewerben zu deren Entwertung führen kann, stimmen eine Jury und eine Organisation, die sich einem sehr hohen Güte- und Leistungsprofil verschrieben haben, zuversichtlich. Zu den wichtigsten Anforderungen an einen Wettbewerb gehört die Wahrung seiner Seriosität. Und es ist für uns erfreulich zu beobachten, wie sich dieser Award über die Jahre erfolgreich weiterentwickelt hat. Die starke Zunahme an Einreichungen in diesem Jahr zeugt davon, dass der Joseph Binder Award stetig an Bedeutung und internationaler Beachtung gewinnt. Die Bewertung durch die Jury kann, wenn diese mit einer so großen Zahl an Einreichungen konfrontiert ist, zu einer Herausforderung werden. Unsere Arbeit hat sich jedoch als höchst angenehm erwiesen, mit spannenden und anregenden Diskussionen unter den Jurymitgliedern. Als Designerin, die häufig an Jurys in aller Welt teilnimmt, kann ich sagen, dass das Qualitätsniveau der Arbeiten sehr hoch und vor allem in den Kategorien Editionsdesign und Corporate Design besonders beeindruckend war.

### Kurzbiografie

Iva Babaja wurde in Zagreb in Kroatien geboren und studierte an der Universität für angewandte Kunst in Wien. Sie arbeitet seit vielen Jahren als Fotografin, Art Director und freiberufliche Designerin für große Werbeagenturen, Verlage und kulturelle Institutionen. Derzeit ist sie als Creative Director für die Werbeagentur Havas WW in Zagreb tätig, wo sie für zahlreiche lokale und internationale Kunden zuständig ist. Daneben engagiert sie sich ehrenamtlich für gemeinnützige Projekte und ist aktives Mitglied der internationalen Design Community. Seit 2007 ist sie im Vorstand von Icograda vertreten, wo sie zwei Amtsperioden als Vizepräsidentin (2007–2009) und Generalsekretärin (2009–2013) absolvierte. 2013 wurde sie zur Präsidentin gewählt. Bei ihrer Arbeit für Icograda setzt sie sich besonders für die Förderungen hoher Standards in der Berufspraxis sowie für mehr Anerkennung für den Berufsstand der Designer/innen in ihrer Heimat Kroatien ein. Sie ist Gründungsmitglied und Präsidentin der kroatischen Vereinigung für die Förderung von visueller Kultur und Kommunikation (VIZUM) und nimmt sich immer wieder der Organisation und Umsetzung internationaler Ausstellungen und Projekte an.



International Council of Graphic Design  
Associations  
[www.icograda.org](http://www.icograda.org)  
Havas WW Zagreb  
[www.havasworldwide.com](http://www.havasworldwide.com)

**1** Iva Babaja:  
Buchumschläge Book covers  
»Bibliothèque X«

**2** Iva Babaja:  
Weinverpackung Wine packaging  
»Sang Bleu«

**3** Iva Babaja:  
Brandyverpackung  
Brandy packaging  
»B.L. 62«

**4** Iva Babaja:  
Buchumschlag »Meine Putzfrau«  
von Christian Oster  
Book cover »My Cleaning Lady«  
by Christian Oster

### Statement

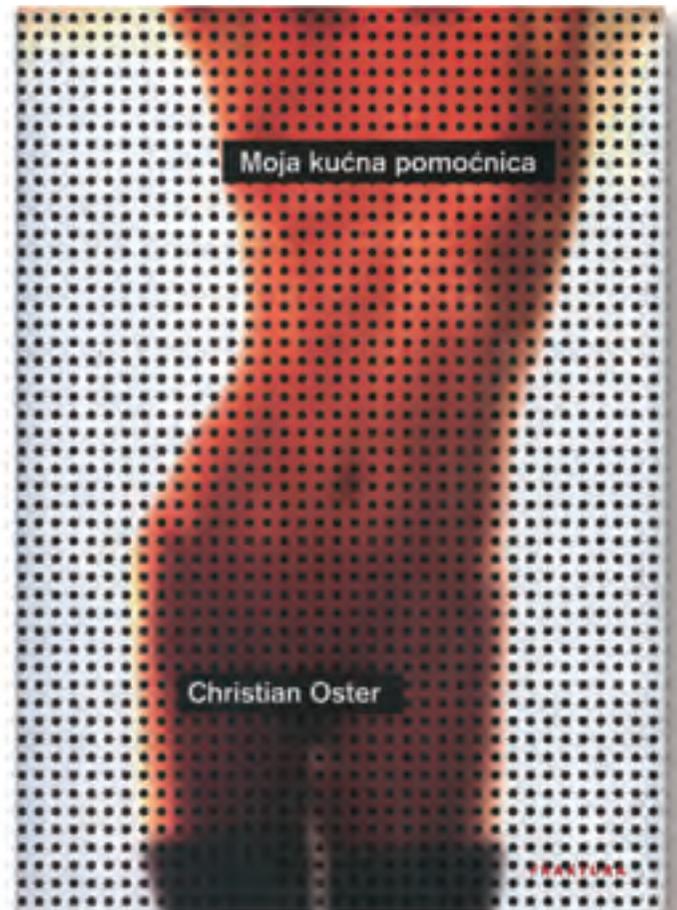
Icograda has a long tradition in endorsing the Joseph Binder Award, one of the competitions that meet our high professional and ethical standards. In a world where a great number of design contests can lead to an inflation of their value, it is reassuring to see a jury and organisation that adhere to a very high profile of excellence. One of the most important ambitions for a competition is to preserve and develop its integrity, and it has been a great pleasure to observe this award grow and flourish over time. The substantial increase in entries this year bears witness to the fact that the significance of the Joseph Binder Award is continuously growing and gaining momentum on the international stage. The jury process, when involving such a large number of entries, tends to be challenging. However, it turned out to be highly enjoyable, with interesting and stimulating discussions amongst the jury members. As someone who often takes part in juries all over the world, I can state that the quality level of the works was extremely high and especially impressive in the categories of Editorial Design and Corporate Design.

### Short biography

Born in Zagreb, Croatia, Iva Babaja studied at the Vienna University of Applied Arts. She has worked extensively as a photographer, art director, and freelance designer for major advertising agencies, publishers, and cultural institutions. She is currently creative director at the Havas WW advertising agency in Zagreb, working for many local and international clients. Her work has been included in many exhibitions and publications both in Croatia and abroad. She is also committed to doing pro bono work for worthy projects and is an active member of the international design community. She has been a member of the Icograda Board since 2007, serving two terms as vice-president (2007–2009) and secretary general (2009–2013). She was elected president in 2013. Within her work for Icograda, she is particularly passionate about promoting high standards in the professional design practice while also dealing with the recognition and respect for the design profession in her native Croatia. She is the founder and president of the Association for Promotion of Visual Culture and Communications (VIZUM) and has worked repeatedly on the organisation and realisation of many international exhibitions and projects.



**3**



**4**

**2**



# #JURY INFO & PORTFOLIO

## Susanne Breitfeld

**Präsidiumsmitglied, BDG**  
**Kommunikationsdesignerin**  
*Board Member, BDG*  
*Communication Designer*



### Statement

12 Kategorien. 29 Länder. 690 Arbeiten. Wien hatte in diesen eineinhalb Jurytagen viel zu bieten. Nahezu doppelt so viele Einreichungen wie 2012 forderten volle Konzentration und Aufmerksamkeit. In intensiven Gesprächen formte sich nach und nach ein klares Bild, entstanden Gewichtungen, Meinungen und Entscheidungen. Die Größe der internationalen Jury erwies sich als feines Sieb, in dem auch die leisen Arbeiten nicht durchs Raster fielen. Was sonst noch hängen blieb? Im Bereich Corporate Design beeindruckten kraftvolle Erscheinungsbilder mit starken grafischen Elementen, aber auch herrlich humorvolle und narrative Konzepte. Die Auslober und Gastgeber überzeugten mit Charme und Nonchalance, der Joseph Binder Award selbst mit dem seit Jahren konstanten Qualitätsniveau. Bemerkenswert: ein wohltuend fairer und renommierter Designwettbewerb. Denn während viele Designawards zu reinen Marketingplattformen verkommen oder sich an Ruppigkeit und Dreistigkeit gegenüber den einreichenden Designer/innen geradezu überbieten, hat der österreichische Designpreis nichts von der ursprünglichen Idee Joseph Binders verloren.

### Kurzbiografie

Susanne Breitfeld studierte Design an der Fachhochschule Köln. Ihr Schwerpunkt liegt in den Bereichen Corporate Design, Informationsdesign und Kommunikationsdesign. Die Diplom-Designerin ist Inhaberin des Designbüros b. kommunikationsdesign und arbeitet vorwiegend für Kunden und Projekte in den Bereichen Licht und Architektur, Medizin und Sozialwesen. Seit 2006 engagiert sie sich im BDG – Berufsverband der Deutschen Kommunikationsdesigner e.V. mit dem Ziel, die Position von Kommunikationsdesignern in Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit zu stärken. Von 2009 bis 2011 war Susanne Breitfeld Vizepräsidentin des BDG; heute ist sie weiterhin im Präsidium aktiv und Jurymitglied bei verschiedenen Designwettbewerben. Sie lebt und arbeitet in Mainz.

Berufsverband der Deutschen  
Kommunikationsdesigner e.V.  
[www.bdg-designer.de](http://www.bdg-designer.de)  
b. kommunikationsdesign, Mainz  
[www.b-kommunikationsdesign.de](http://www.b-kommunikationsdesign.de)



1 b. kommunikationsdesign:  
Corporate Design »Institut  
Prof. Dr. Becker«

2 b. kommunikationsdesign:  
Erscheinungsbild und Katalog der  
Ausstellung *Visual identity and  
exhibition catalogue* »Jeannette  
Zippel: Honighände«

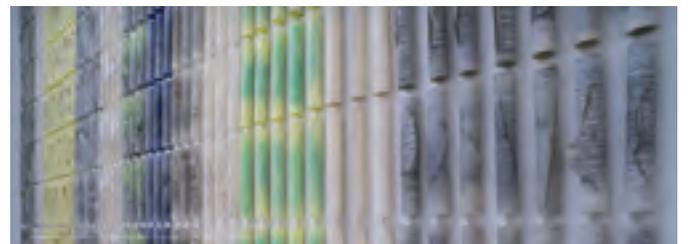
3 b. kommunikationsdesign:  
Corporate Website  
»Buschfeld Design GmbH«

### Statement

12 categories. 29 countries. 690 submissions. Vienna had much to offer during these one and a half jury days. Almost twice as many entries than in 2012 required our full concentration and attention. A clear picture formed gradually in intensive talks, with priorities, opinions, and decisions taking shape. The multitudinousness of the jury served as a finely meshed filter in which also the quiet works got caught. What else has remained? In *Corporate Design*, powerful visual identities impressed us not only with their convincing graphic elements, but also with their wonderfully humorous and narrative concepts. The organisers and hosts won us over with their charm and nonchalance, while the *Joseph Binder Award* presented itself on the constant level of high quality it has displayed for several years now. What is so remarkable is that this is a pleasantly fair and renowned design competition. For at a time when many design awards have degenerated into mere marketing platforms or virtually outbid one another in treating participating designers with impoliteness and presumptuousness, this Austrian design prize has lost nothing of *Joseph Binder's* original idea.

### Short biography

Susanne Breitfeld studied design at the University of Applied Sciences in Cologne. Her focus is on corporate design, information design, and communication design. She runs her own design office, b. kommunikationsdesign, and primarily works for clients in lighting design, architecture, medicine, and social welfare. Since 2006 she has been involved with BDG, the German professional association of communication designers, as it is her goal to strengthen the standing of communication design in politics, in industry, and among the general public. From 2009 to 2011, Susanne Breitfeld was BDG's vice-president; today she is still an active board member and represents the organisation as a jury member in various design competitions. She lives and works in Mainz.



Honighände



2

3

## Cinzia Ferrara

Vizepräsidentin, AIAP  
Designerin und Architektin

Vice-President, AIAP  
Designer and architect

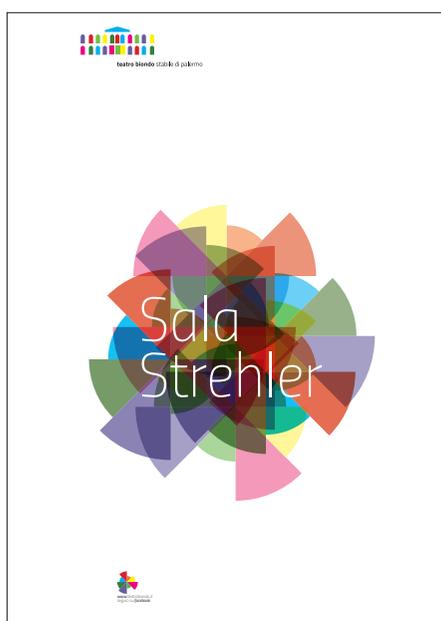


### Statement

Ich sitze hier an meinem Schreibtisch und blättere durch die Ausgabe des Katalogs zum Joseph Binder Award 2012. Auf der Rückseite ist ein Slogan des österreichischen Designers abgedruckt: »Design hat die Funktion der Darstellung. Design hat die Funktion der Kommunikation. Design hat die Funktion der Motivierung.« Diese Sätze klingen beinahe wie ein Mantra, das man sich immer wieder vorsagen sollte, um die Grundprinzipien visueller Kommunikation nicht zu vergessen. Der Begriff »Funktion« führt uns zurück zu den Wurzeln der Disziplin, zur »Gestaltung von kommunizierenden Artefakten, deren Ziele klar mit den funktionellen Aspekten einer spezifischen Problemlösung für bestimmte Auftraggeber, ob öffentlich oder privat, in Zusammenhang stehen«.<sup>1</sup> Ich glaube, dass Joseph Binder, dessen Erinnerung in diesem Wettbewerb weiterlebt, uns klare Richtlinien zur Bewertung der eingereichten Arbeiten hinterlassen hat. Er hat uns an den richtigen Blickwinkel herangeführt, von dem aus wir die Beiträge betrachten sollte, ohne uns dabei von Sirenenangst verführen und von Komplexität einschüchtern zu lassen und ohne die »leisen« Projekte zugunsten der »lauten« zu vernachlässigen. Er hat uns gezeigt, wie dieser Vorgang, der Aufmerksamkeit, Zeit, Reflexion und sorgfältiges Abwägen erfordert, zu bewältigen ist. Zwei Dinge waren dabei entscheidend: die kompetente Organisation durch die Belegschaft von designaustria, die die Arbeit der Jury enorm erleichtert hat, und die Zusammensetzung der Jury selbst, deren Mitglieder aus verschiedenen Ländern unterschiedliche kulturelle Erfahrungen und Ausbildungshintergründe mitbrachten. Jeder von uns hat in diesen Tagen von einem großen Erfahrungsschatz und den vielen durch die verschiedenen Standpunkte bedingten Anregungen profitiert. Das Ganze glich der Mehrsichtigkeit eines kubistischen Gemäldes, die unsere Diskussionen bereichert und uns manchmal auch dazu gebracht hat, unsere Meinung zu ändern.

### Kurzbiografie

Seit 2009 ist Cinzia Ferrara Vizepräsidentin von AIAP, dem italienischen Berufsverband für Design und visuelle Kommunikation. Nach dem Studium der Architektur und einem Doktoratsstudium in Industriedesign an der Universität von Palermo arbeitet sie zurzeit als selbständige Grafikdesignerin und ist zudem Forschungs- und Lehrbeauftragte am Designinstitut der Universität Palermo. Sie hat zahlreiche Artikel und Beiträge in nationalen und internationalen Fachzeitschriften und -publikationen veröffentlicht und leitet mehrere Studiengänge in Palermo (Fakultät für Architektur, Kunstakademie) und Catania, wo sie visuelle Kommunikation, Museumsdesign, Verpackungsgestaltung etc. unterrichtet. Seit 2004 leitet sie ihr eigenes Designstudio namens ferrarastudio, in dem sie Kunden aus den Bereichen Kultur und Sozialwesen betreut. Sie leitet und organisiert Konferenzen, Ausstellungen und Workshops.



Associazione italiana design della  
comunicazione visiva  
[www.aiap.it](http://www.aiap.it)  
ferrarastudio, Palermo

1 Cinzia Ferrara: Logo  
»Sala Strehler«

2 Cinzia Ferrara: Plakat Poster  
»Cinesicilia«, Biennale di Venezia

3 Cinzia Ferrara: Logo und  
Banner Logo and banners  
»EXPA – Galleria di Architettura«

4 Cinzia Ferrara: Logo  
»Via Alloro«

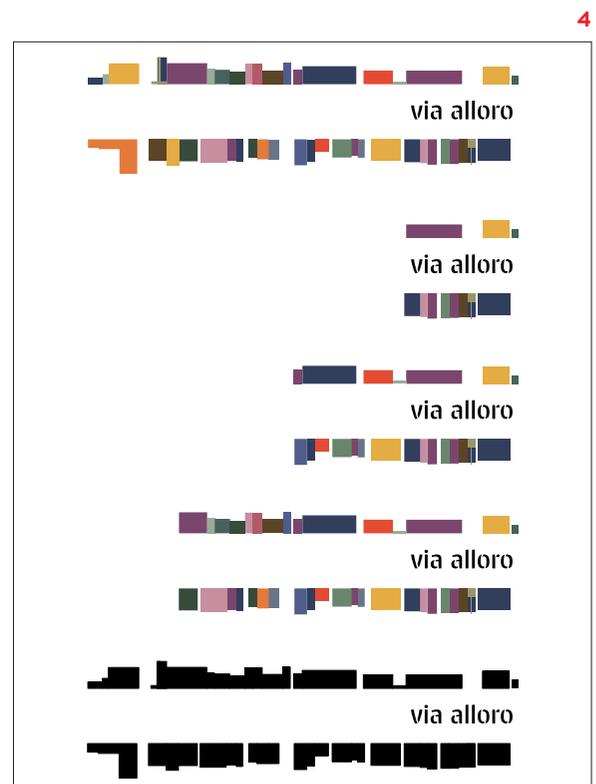
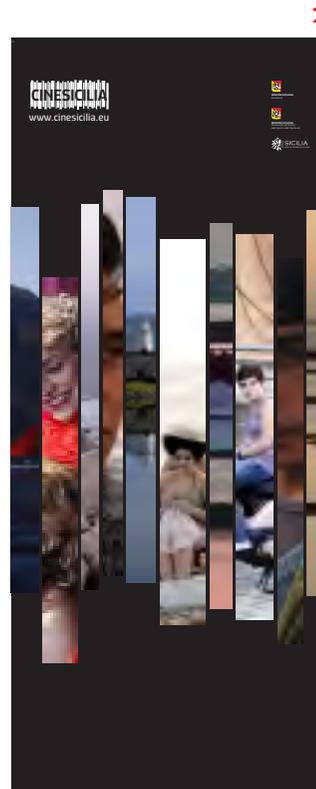
### Statement

Sitting here at my desk, I am leafing through the 2012 edition of the Joseph Binder Award catalogue. On the back cover appears a slogan by this Austrian designer: »Design has a visual function. Design has a communicational function. Design has a motivational function.« These phrases almost seem like a mantra you should regularly repeat so as to not forget the fundamental principles of visual communication. The term »function« takes us back to the very heart of the discipline, to »the design of communicational artefacts whose goals are clearly related to the functional aspects concerning the solution of specific problems raised by specific clients, either public or private.«<sup>1</sup> I believe that Joseph Binder, whose memory lives on in the spirit of this contest, left us with clear guidelines to assess the works submitted. He reminded us of the right perspectives from which to look at the designs without being lured by the Sirens' song, without being intimidated by complexity, or without neglecting the »whispering« projects in favour of »loud« ones. He showed us how important it is to control a process that requires attention, time, reflection, and careful evaluation. Two elements were crucial in this process: first, the competent organisation by the staff of designaustria, which greatly facilitated the work of the jury, and, second, the makeup of the jury itself, with members coming from different educational, cultural, and geographical backgrounds. Each of us was able to benefit from a wealth of experience and approaches during those days and was inspired by different stances. It was like the multiple viewpoints in a Cubist painting, which stimulated our discussions and exchange and sometimes even made us change our opinions.

### Short biography

Cinzia Ferrara has been the national vice-president of AIAP, the Italian association of design and visual communication, since 2009. Having received a degree in architecture and a PhD in industrial design at the University of Palermo, she currently works as an independent graphic designer and is a researcher and adjunct professor at the Design Department of the University of Palermo. She has published numerous articles about design in national and international magazines and contributed texts to a number of scientific publications. Holding various degree courses in Palermo (Faculty of Architecture, Academy of Fine Arts) and Catania, she teaches visual communication, design for museums, packaging, etc. She has been running ferrarastudio, her own design studio, since 2004, working for clients from cultural and social backgrounds. She supervises and organises conferences, exhibitions, and workshops.

<sup>1</sup> Giovanni Lussu, »Enciclopedia del Novecento«, Rom Rome 2011



# #JURY

## INFO & PORTFOLIO

### *Laurent Graas*

**Vorstandsmitglied, Design Luxembourg  
Partner & Strategischer Leiter**

**Board Member, Design Luxembourg  
Partner & Strategic Director**



#### **Statement**

**Wow!** An erster Stelle an alle, die eine Arbeit eingereicht, sich an der Edition 2014 beteiligt und ein hohes Maß an Kreativität in den unterschiedlichen Kategorien bewiesen haben.

**Wow!** An designaustria für die perfekte Organisation, die liebevolle Gastfreundschaft und die Professionalität in allen Details.

**Wow!** An die Expertinnen und Experten der Jury, die mit kompetentem Auge und viel Spürsinn die unterschiedlichen Arbeiten in den jeweiligen Kategorien beurteilt haben. Denn es war nicht immer einfach, die Besten unter den Besten zu finden.

**Wow!** An Wien – du bist eine unglaubliche Stadt, es war super, dich kennengelernt zu haben, und wir werden uns bestimmt wiedersehen. Servus und liebe Grüße aus Luxemburg!

#### **Kurzbiografie**

Nach seiner Ausbildung an einer Kunstgewerbeschule studierte Laurent Graas an der EPHEC, einer bekannten Wirtschaftsakademie in Brüssel, und erwarb sich damit zwei Kernkompetenzen: Design und Marketing. Sie helfen ihm, das wirtschaftliche Umfeld seiner Kunden zu verstehen und für sie Lösungen in den Bereichen Branding, Werbung und Neue Medien zu entwickeln, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Seine berufliche Laufbahn begann er 1998 bei RTL, wo man ihm die Erarbeitung neuer Corporate Guidelines anvertraute. Ab 2000 war er als Kundenberater bei PeP, einer der führenden Werbeagenturen Luxemburgs, für die Betreuung von Auftraggebern und deren Budgets zuständig. 2002 wechselte er zu Concept Factory, wo er seine Fähigkeiten in den Bereichen Neue Medien und Rundfunk vertiefte. 2004 gründete er Lola und übernahm die strategische Leitung der Agentur. Lola bietet strategische Beratung und kundenspezifische Kommunikations- und Gestaltungslösungen mit Mehrwert an. Heute hat die Agentur zwölf Mitarbeiter/innen. Sie möchte ein »Centre of Excellence« sein, das Design- und Marketingstrategien in dem Bestreben verbindet, produktive und wirksame Konzepte zur Verfügung zu stellen.

Design Luxembourg  
[www.designluxembourg.lu](http://www.designluxembourg.lu)  
Lola Strategy and Design, Leudelingen  
Leudelange  
[www.lola.lu](http://www.lola.lu)

**1** Lola Strategy and Design:  
Präsentation des Integrations-  
wettbewerbs *Presentation of the  
integration contest*  
»Miselerland Integration Couch«

**2** Lola Strategy and Design:  
Jahresbericht 2012 des Museums  
Moderner Kunst Grand-Duc-Jean  
*Annual report for 2012 for  
the Grand-Duc-Jean Museum of  
Modern Art (MUDAM)*

**3** Lola Strategy and Design:  
Markenzeichen *Trademark*  
»Oak Bottle Neck« für in  
Eichenfässern gelagerten Wein  
aus Luxemburg *for wine from  
Luxembourg stored in oak barrels*

### Statement

**Wow!** First and foremost to all those who submitted a project, participated in the 2014 edition, and demonstrated a high level of creativity in the various categories.

**Wow!** To designaustria for the perfect organisation, the loving hospitality, and the professionalism displayed in every detail.

**Wow!** To the experts in the jury, who assessed the great diversity of projects in the respective categories with a competent eye and a good sense of quality. For it was not always easy to find the best of the best.

**Wow!** To Vienna – you are fantastic city. It was great to have met you, and I'm sure we'll see each other again.  
Servus and many greetings from Luxembourg!

### Short biography

After studying graphic design at an arts and crafts college, Laurent Graas complemented his professional skills at EPHEC, a well-known business school in Brussels, thereby acquiring two of his core competencies: design and marketing. This helps him understand the business environment of his clients and develop solutions in branding, advertising, and new media tailored to their needs. In 1998 his career began at RTL, where he was entrusted with the task to establish new corporate guidelines. Starting in 2000, he managed customer relationships and budgets as an account manager for PeP, one of Luxembourg's leading advertising agencies. In 2002 he switched to Concept Factory, where he continued to develop his expertise and built strong skills in new media and broadcasting. He founded Lola in 2004 and took over its strategic direction. Lola provides strategic input and adapted visual design solutions with a strong focus on added value for customers. Today the agency has twelve employees and seeks to become a centre of excellence, combining design and marketing strategy in the desire to offer productive and effective concepts.



3

1



2



3



### *Andreas Jacobs*

**Vorstandsvorsitzender, AGD**  
**Kommunikationsdesigner und Kreativtrainer**  
**Chairman, AGD**  
**Communication Designer and Creativity Coach**



#### **Statement**

»Schönheit ist die einzige Aufgabe von Design.« Wie bitte? Schönheit? Die einzige Aufgabe? Mehr nicht? Design ist doch so viel mehr! Design ist Strategie. Aufklärung. Orientierung. Identität. Wertzuwachs. Wirtschaftsfaktor. Warum nur Schönheit? Aber nachdem ich meinen inneren Monolog über die vielen Aufgaben von Design fertig gedacht hatte, war die Gruppe schon wieder bei einem ganz anderen Thema. Schönheit. Die einzige Aufgabe von Design... Dieser Gedanke hat mich seitdem nicht mehr losgelassen und mir eine überraschende Erkenntnis geschenkt: »Schönheit bändigt allen Zorn«, sagte Johann Wolfgang von Goethe. Und wenn Design Schönheit erzeugt, dann bändigt Design auch Zorn. Kann gutes Design das wirklich schaffen? Testen Sie es am besten selbst. Nehmen Sie das nächste Mal, wenn sie zornig sind, diesen Katalog zur Hand und schauen Sie, ob die Schönheit der Arbeiten, die wir als Jury ausgewählt haben, Ihren Zorn ein wenig bändigen kann.

#### **Kurzbiografie**

Andreas Jacobs ist Redner, Lehrender, Autor und Spezialist für ganzheitliche Designstrategien. Wie man Ideen einen visuellen Kick gibt, hat er an der Hochschule für bildende Künste in Braunschweig studiert. Nach seinem Studium gründete der Diplom-Designer eine Agentur und leitete sie zehn Jahre als kreativer Kopf. Heute begeistert der Ideenverstärker in Vorträgen, Seminaren und Workshops sein Publikum für das Thema »Idea Thinking«. Andreas Jacobs ist seit 2011 Vorstandsvorsitzender der Allianz deutscher Designer. Sein wichtigstes Ziel bei seinem ehrenamtlichen Engagement ist es, auf die gesellschaftliche Relevanz von Design aufmerksam zu machen. Er ist Herausgeber der Denkttools »Braingrids«, »Orakelei« und »Kritzeltkarten«. Seine Veröffentlichungen in digitalen Kanälen wie Vimeo und Slideshare gehörten 2013 zu den meistgesehenen Inhalten. Zurzeit schreibt er an seinem ersten Fachbuch, das 2015 bei Galileo erscheinen wird.

1



Allianz deutscher Designer e.V.

[www.agd.de](http://www.agd.de)

Andreas Jacobs - Der Ideenverstärker,

Wilhelmshaven

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

1 Andreas Jacobs:  
Denktools Think tools  
»Orakelei«

2 Andreas Jacobs:  
»Notfall«-Plakat für  
Ideenseminare  
»Emergency« poster for idea  
seminars

3 Andreas Jacobs: Logos  
»Nordseestadt Wilhelmshaven«,  
»Cityverein«

### Statement

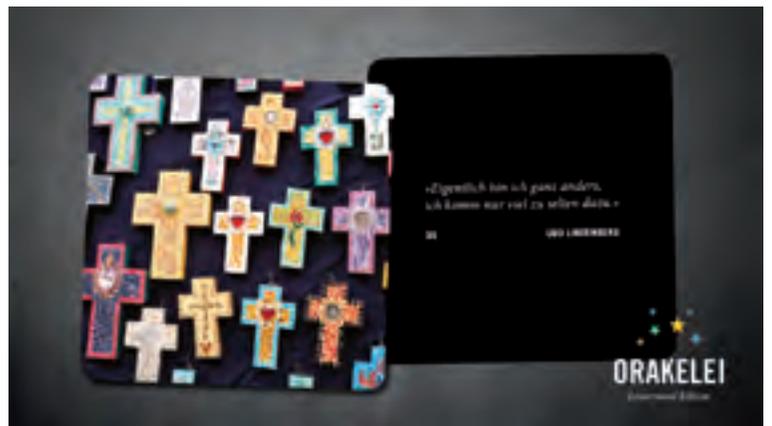
»Beauty is the only function of design.« What? Beauty? Its only function? Nothing else? There is much more to design! Design is strategy. Enlightenment. Orientation. Identity. Added value. Economic factor. Why just beauty? But when I had finished with my inner monologue about the multiple functions of design, the group had proceeded to an entirely different subject. Beauty. The only function of design... This idea has been on my mind ever since and has given me a surprising insight: »Every anger beauty tames,« Johann Wolfgang von Goethe once said. So if design produces beauty, it will also tame anger. Can good design really achieve this? You'd better try it out yourself. Next time you are angry, take this catalogue and see if the beauty of the works we as the jury have chosen will manage to soothe your anger if only a little.

### Short biography

Andreas Jacobs is a lecturer, teacher, author, and specialist when it comes to holistic design strategies. At the Braunschweig Academy of Fine Arts he learned how to visually kick off his ideas. Having graduated as a designer, he founded his own agency, whose creative head he was over ten years. Today the »ideas amplifier«, as he calls himself, entuses his audience for »creative thinking« in lectures, seminars, and workshops. Since 2011, Andreas Jacobs has been the chairman of the Allianz deutscher Designer. The primary goal of his voluntary work there is to raise awareness for the social relevance of design. He has edited the think tools »Braingrids«, »Orakelei«, and »Kritzeltkarten«. In 2013 his publications on such digital platforms as Vimeo and Slideshare were among the most frequently viewed content. He is currently writing his first book, which will be published by Galileo in 2015.



2



3



## *Franz Merlicek*

**Creative Director & Partner**

**Creative Director & Partner**



### **Statement**

Neulich blätterte mein Sohn – vermutlich, um mir eine Freude zu bereiten – in einer Werbezeitschrift. Auf Seite sieben wurde eine Anzeige besprochen, die von unserer Agentur stammte. Sie wurde von ein paar erklärenden Worten und einer ziemlich langen Liste von Namen und Berufsbezeichnungen begleitet. Natürlich zuerst der Kunde, vertreten durch einen CEO, einen Marketingvorsitzenden, einen Werbeleiter und eine Werbeleiterin. Da durfte die Agentur selbstverständlich nicht nachstehen: Da gab es einen Etat Director, eine Strategin, die Assistentin des Etat Directors, einen Mediaplaner und einen Creative Director. Ein anerkennendes Lächeln huschte über das Gesicht meines Sohnes, als er hier meinen Namen las. Vervollständigt wurde die Liste durch einen Art Director, zwei Texter, eine Junior Art Directorin, eine Art Buyerin und einen Fotografen, was ja auch verständlich war, denn auf der Anzeige war ja hauptsächlich das Foto einer jungen Frau zu sehen. Mein Sohn war sichtlich beeindruckt; es dämmerte ihm, wie schwierig Werbung sein muss, wenn so viele Leute an einer einzigen Anzeige gearbeitet hatten. Als ich im Laufe der Jury für den Joseph Binder Award die vielen wunderbaren Arbeiten durchging, drehte ich aus Neugier gelegentlich eine um, um die Credits zu lesen. Da standen meist nur der Auftraggeber und der Name des Gestalters. Wie einfach muss doch Grafikdesign sein, hätte sich mein Sohn wohl gedacht...

### **Kurzbiografie**

Franz Merlicek gründete 1969, nach seinem Diplom an der Wiener Universität für angewandte Kunst, gemeinsam mit Mariusz Jan Demner die Werbeagentur Demner & Merlicek, in die 1976 Harry Bergmann eintrat. Franz Merlicek ist Gründungsmitglied des Creativ Club Austria (CCA), Ehrenmitglied des ADC New York und langjähriges Mitglied von designaustria und war Beirat der Universität für angewandte Kunst Wien. Im Laufe der Jahre konnte er zahlreiche nationale und internationale Preise gewinnen, zum Beispiel in Cannes, bei den New York Festivals, den Clío Awards, beim ADC Deutschland und beim CCA. Derzeitige Kunden bei Demner, Merlicek & Bergmann sind Darbo, Hofstädter, Ja! Natürlich, Manner, Schneiders, Stiegl, Vöslauer und das Wiener Kindertheater.

1



Demner, Merlicek & Bergmann,  
Wien Vienna  
[www.dmb.at](http://www.dmb.at)

**1** Demner, Merlicek & Bergmann:  
Werbespot Commercial spot  
»Manner Mio«

**2** Demner, Merlicek & Bergmann:  
Jubiläumssujet Anniversary motif  
»20 JA!hr natürlich« for Austria's  
first organic food brand

**3** Demner, Merlicek & Bergmann:  
Etiketten Bottle labels  
»Tschepe Weine« für das  
Weingut Andreas Tschepe  
for Andreas Tschepe's vineyard

**4** Demner, Merlicek & Bergmann:  
Verpackungsdesign  
Packaging design  
»Stiegl Hausbiere«

### Statement

Recently my son, probably in order to please me, was leafing through an advertising magazine. On page seven he found an advertisement developed by our agency. It was a review, accompanied by a short explanation and a long list of names and job titles. First of all, there was naturally the client, represented by a CEO, a marketing director, and two advertising managers. It goes without saying that the agency could not lag behind: there was an account director, a strategist, an assistant to the account director, a media planner, and a creative director. An appreciative smile flitted across my son's face when he read my name here. An art director, two copywriters, a junior art director, an art buyer, and a photographer made the list complete. The latter's mentioning was understandable, since the advertisement consisted primarily of the photograph of a young woman. My son was visibly impressed; it dawned on him how complicated advertising must be, as so many people had been involved in a single advertisement. When I went through the many wonderful projects during the jury of the Joseph Binder Award, I occasionally turned one of the works around out of curiosity, in order to read the credits. Mostly there were only the names of the client and the designer. How simple graphic design must be, my son would have thought...

### Short biography

In 1969, after graduating from the University of Applied Arts in Vienna, Franz Merlicek founded the advertising agency Demner er Merlicek together with Mariusz Jan Demner, which in 1976 was joined by Harry Bergmann. Franz Merlicek is a founding member of the Creativ Club Austria (CCA), an honorary member of ADC New York, and a long-time member of designaustria and used to be on the advisory board of the Vienna University of Applied Arts. Over the years he was able to win numerous national and international prizes, such as in Cannes, at the New York Festivals, the Clio Awards, the ADC Germany, and the CCA. Among the current clients of Demner, Merlicek er Bergmann are Darbo, Hofstädter, Ja! Natürlich, Manner, Schneiders, Stiegl, Vöslauer, and the Wiener Kindertheater.

**2**



**3**

**4**



# #JURY INFO & PORTFOLIO

## *Karen Schmutz*

**Vorstandsmitglied, SGD**  
**Grafikdesignerin & Partnerin**  
**Board Member, SGD**  
**Graphic Designer & Partner**



### **Statement**

Vor meinem Besuch in Wien wusste ich nicht besonders viel über österreichisches Grafikdesign. Umso mehr hat mich die unglaubliche Energie beeindruckt, die beim Joseph Binder Award zu spüren war. Mein erster Gedanke war: »Da müssen sich die Schweizer aber ranhalten, wenn sie ihrem guten Ruf gerecht werden wollen!« Denn die Grafikdesigner/innen aus Österreich, aber auch aus Deutschland und den anderen vertretenen Ländern haben bemerkenswert starke Projekte präsentiert. Der heute durch die neuen Medien erleichterte kulturelle Austausch ermöglicht ein grenzüberschreitend hohes Niveau. Wir Kommunikationsprofis haben die Chance, uns von jeder Kultur inspirieren zu lassen und so die visuelle Kommunikation weiterzuentwickeln, jeder in seinem eigenen Land, seiner Stadt, seinem Atelier. Dadurch lässt sich aktuelle Grafik nicht mehr nur durch ihren geografischen Ursprung definieren. Der inhaltliche Reichtum und die Stärke der rund 700 eingereichten Arbeiten haben mir sehr imponiert. Offensichtlich ist die gegenseitige Inspiration unserer Arbeit förderlich, was internationale Begegnungen wie den Joseph Binder Award umso erfreulicher macht.

### **Kurzbiografie**

Nach der schweizerischen Matura mit Schwerpunkt bildende Kunst und Kunstgeschichte absolvierte Karen Schmutz in Lausanne die Ausbildung zur Grafikerin. 2007 ging sie nach Paris ins Atelier Philippe Apeloig (spezialisiert auf Verlagswesen, Kulturkommunikation und Typografie). 2008 kehrte sie in die Schweiz zurück und verbrachte ein Jahr am Institut für Kunst der Hochschule für Gestaltung und Kunst in Basel, wo sie sich auf die Bereiche Illustration und Videoinstallation konzentrierte. Zurück in Lausanne gründete sie 2009 zusammen mit Hadrien Gliozzo das Grafikatelier Nordsix. Mittlerweile hat sich Nordsix als vielseitiges und flexibles Atelier einen Namen gemacht und arbeitet eng mit Institutionen wie der ETH Lausanne, dem Musée de l'Elysée und der Schweizer Kinoszene zusammen. Karen Schmutz ist seit 2011 Vorstandsmitglied der Swiss Graphic Designers (SGD), wo sie für das Ressort »Network« verantwortlich zeichnet.

Swiss Graphic Designers  
[www.sgd.ch](http://www.sgd.ch)  
Nordsix Design Graphique, Lausanne  
[www.nordsix.ch](http://www.nordsix.ch)



**1** Nordsix: Editionsdesign  
 Editorial design  
 »Box Productions – 10 ans«,  
 Cover und Innenseiten  
 cover and inside pages

**2** Nordsix: Editionsdesign  
 Editorial design  
 »Regards sur Marilyn – Musée de  
 l’Elysée Lausanne«, Cover

**3** Nordsix: Programmgestaltung  
 Programme design  
 »Ecole de Jazz et de Musique  
 Actuelle Lausanne«

**4** Nordsix: Schriftgestaltung  
 Type design »Os Vivos«  
 für den Film *for the film*  
 »Os Vivos Também Choram«  
 von by Basil da Cunha

**Statement**

Before coming to Vienna, I did not know very much about Austrian graphic design. So I was all the more impressed by the unbelievable energy emanating from the works in the Joseph Binder Award, my first thought being: »The Swiss will have their work cut out for them if they wish to do justice to their reputation!« For not only the Austrian graphic designers, but also those from Germany and the other countries represented in the competition submitted remarkably strong projects. Today’s cultural exchange, facilitated by the new media, brings about a high quality level across borders. It is a chance for us communication professionals to draw our inspirations from all kinds of cultures and develop visual communication further, everyone in their own country, town, and studio. This is why contemporary graphic design can no longer be only defined by its geographical origins. I was greatly taken with the thematic wealth and the vigour of those approximately 700 works. It seems that our work benefits from mutual inspiration, which makes such encounters as the Joseph Binder Award all the more welcome.

**Short biography**

Graduating from secondary school, where her focus had been on the visual arts and art history, Karen Schmutz was trained as a graphic designer in Lausanne. In 2007 she went to Paris to work with Philippe Apeloig (whose studio is specialised in editorial design, cultural communication, and typography). In 2008 she returned to Switzerland, spending a year at the Art Department of the University of Design and Art in Basel, where she concentrated on illustration and video installation. Back in Lausanne, she founded the graphic design studio Nordsix in 2009 together with Hadrien Gliozzo. In the meantime, Nordsix has made a name for itself as a versatile and flexible studio and closely cooperates with such institutions as the ETH Lausanne, the Musée de l’Elysée, and the Swiss cinema scene. Karen Schmutz has been a board member of Swiss Graphic Designers (SGD) since 2011 and is responsible for the association’s networking.



**2**



**3**



**1**



**4**

# #JURY INFO & PORTFOLIO

## *Daina Vitolina*

**Gründungsmitglied & CEO, DIC**  
**Grafikdesignerin und Kulturmanagerin**  
*Founding Member & CEO, DIC*  
*Graphic Designer and Cultural Manager*



### **Statement**

Mitten im Sommer hatte ich die Möglichkeit, mich vom eiskalten Riga ins schwüle Wien zu begeben, wo wir der Hitze entkamen, indem wir uns in den kühlen Räumen eines ehemaligen Finanzamts der Bewertung einer enormen Bandbreite qualitativ hochwertigen Grafikdesigns widmeten. Zuerst schien es gar nicht so einfach, in der kurzen Zeit die Besten auszuwählen. Doch oft fand die Jury überraschend schnell zu einer Einigung, welche Projekte nun prämiert werden sollten. Für mich waren die Kategorien Corporate Design und Editionsdesign aufgrund der großen Anzahl an hervorragenden Beiträgen am herausforderndsten. Aber auch kleinere Kategorien wie Schriftgestaltung enthielten wahre Schätze. Ich war hingerissen von der Vielfalt und Qualität der Studierendenarbeiten und begeistert von den Diskussionen unter uns Jurymitgliedern und dem Ablauf insgesamt. Die Qualität und Kraft von gutem Design aus aller Welt vor Augen zu haben machte unsere Arbeit zu einer wahren Inspiration. Man sieht, wie viele die Sprache des Designs sprechen, und blickt hinter die Kulissen und bemerkt, dass es auch seitens der Auftraggeber ein wirkliches Bedürfnis nach gutem Design gibt. Der Joseph Binder Award scheint in der internationalen Designszene immer mehr an Bedeutung zu gewinnen, denn er ist eine wunderbare Plattform, um Designideen zu präsentieren.

### **Kurzbiografie**

Daina Vitolina studierte Grafikdesign an der lettischen Kunstakademie/Institut für visuelle Kommunikation und absolvierte Lehrgänge in internationalem Management am WIFI Wien sowie eine Ausbildung als Kulturmanagerin an der Marcel Hicter Foundation. Seit 1996 ist sie im Kulturbereich tätig: Sie war Koordinatorin des lettischen Programmpunkts beim Smithsonian Folklife Festival, USA (1996–1998) und Mitbegründerin der lettischen Zeitschrift »Design Studio« (2006). Seit 1999 arbeitet sie für die Designagentur Pieci Ezeri, wo sie an Schlüsselprojekten wie der EXPO 2000 in Hannover, der Architekturbienale Venedig und einer Reihe von nationalen Kulturveranstaltungen mitgewirkt hat. Zusammen mit anderen Designbegeisterten hat sie das Design Information Centre (DIC) gegründet, wo im Herbst 2014 das 10. internationale Festival »DesignFuture« zu Gast ist. Seit 2010 ist sie Mitglied des Gremiums Kulturhauptstadt Riga 2014. Sie war Vorstandsmitglied des Bureau of European Design Associations (BEDA) und von Design for All Europe (EIDD) und ist die Vorstandsvorsitzende des lettischen Designzentrums. Es ist ihr stets ein Anliegen, Grafikdesign besser sichtbar zu machen, wobei sie die Zusammenarbeit mit anderen Grafikdesignern/innen sucht.

Design Information Centre, Riga  
<http://dic.lv>



1 Ausstellung im lettischen Freiluftmuseum, Ausstellungs-gestaltung und Erscheinungsbild  
*Exhibition at the Latvian Open Air Museum, exhibition layout and graphic identity*  
»Russian North«

2 Ausstellungsgestaltung und Erscheinungsbild »Traditionelle Kunst und zeitgenössisches Design in Lettland«  
*Exhibition design and graphic identity »Latvian Traditional Art and Contemporary Design«*

3 Ausstellung des lettischen Naturkundemuseums, Ausstellungsgestaltung und Erscheinungsbild »Bernstein durch die Jahrhunderte«  
*Exhibition of the Latvian Museum of Natural History, exhibition design and graphic identity »Amber Through the Ages«*

### Statement

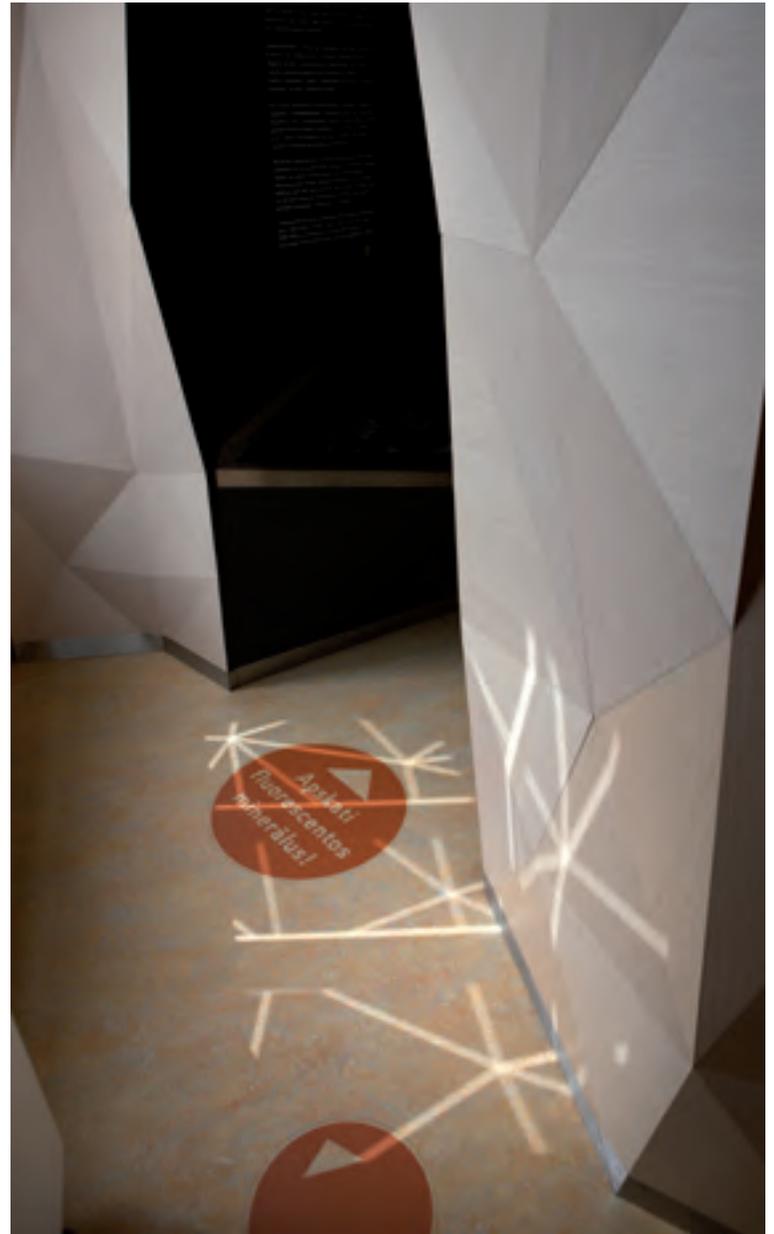
In the middle of the summer I had the chance to switch from icy cold Riga to sweltering Vienna, where we escaped from the heat into the chilly rooms of a former Austrian tax office that housed an enormous spectrum of high-quality graphic design for us to assess. At first it seemed not easy at all to pick out the best in such a short time. But then it often came as a surprise that the members of the jury quickly reached a consensus on which projects should win. Corporate Design and Editorial Design turned out to be the most challenging categories for me, because of the large number of excellent entries. But also such small categories as Type Design contained some real treasures. I was amazed at the diversity and quality of student works and loved the discussions among the jury members and the way the whole process was structured. Our work was truly inspiring – to see the quality and power of good design from all over the world. You realise how many speak the design language and you also catch a glimpse of what goes on behind the scenes – that there is a genuine need for good design also on the clients' side. The Joseph Binder Award seems to be gaining in significance in the international design scene, as it is a great platform to present one's design ideas.

### Short biography

Daina Vitolina graduated as a graphic designer from the Art Academy of Latvia, Department of Visual Communication, and obtained additional qualifications in international management courses at WIFI, Vienna. She also studied cultural management at the Marcel Hicter Foundation. She has been active in cultural management since 1996, coordinating the Latvian programme at the Smithsonian Folklife Festival, USA (1996–1998) and establishing the Latvian magazine »Design Studio« (2006). Since 1999 she has been working for the Pieci Ezeri design agency, where she has contributed to several key projects, including EXPO 2000 in Hanover, the Venice Architectural Biennale, and a number of national cultural events. Together with other design advocates, she founded the Design Information Centre (DIC), which will be hosting the 10th international festival »DesignFuture« in autumn 2014. Since 2010 she has been a member of the Riga European Culture Capital 2014 Monitoring Board. She served on the boards of such international organisations as The Bureau of European Design Associations (BEDA) and Design for All Europe (EIDD) and has been the chairperson of the Latvian Design Council since 2013. Daina Vitolina is always interested in strengthening the visibility of graphic design and enjoys collaborating with other graphic designers.



2



3

# #JURY INFO & PORTFOLIO

## *Franziska Walther*

**Vorstandsmitglied, IO**  
**Grafikdesignerin und Illustratorin**  
**Board Member, IO**  
**Graphic Designer and Illustrator**



### **Statement**

Als Preisträgerin des Wettbewerbs 2012 habe mich sehr über die Einladung nach Wien gefreut, auch darüber, diesmal auf der anderen Seite als Jurymitglied beim Joseph Binder Award mitzuwirken. Als Grafikdesignerin und Illustratorin, die in Weimar geboren wurde und am ehemaligen Bauhaus Design und Architektur studiert hat, hat es mir große Freude bereitet, das Designverständnis Joseph Binders – »Im Design hat alles eine Funktion. [...] Design hat die Funktion der Kommunikation. [...]« – zu meinem Maßstab bei der Bewertung der eingereichten Arbeiten zu machen. Ich habe in den rund 700 Beiträgen nach ganzheitlich durchdachten Konzepten, präzise kommunizierten Inhalten und Narration gesucht. Auch die Angemessenheit war eine mir wichtige Qualität, die zu erfüllen war. Doch so analytisch sich diese Vorgangsweise auch anhört: Einige Projekte habe ich einfach ins Herz geschlossen. Was zeigt, dass gutes Design auch emotional berührt. Die Arbeit in der sehr breit aufgestellten Jury empfand ich als kollegial, die zahlreichen Diskussionen waren immer konstruktiv und schufen eine anerkennende Atmosphäre. Mein Dank geht an designaustria, vor allen Dingen für die positive Herangehensweise zum Wettbewerb, die allgegenwärtig war und die die Jury-Arbeit zu einem inspirierenden Erlebnis gemacht hat.

### **Kurzbiografie**

Nach einem Architekturstudium und einem Jahr Städtebau in Shanghai kehrte Franziska Walther in ihre Geburtsstadt Weimar zurück und studierte dort visuelle Kommunikation an der Bauhaus-Universität. Seit 2006 arbeitet sie interdisziplinär als freie Grafikdesignerin und Illustratorin mit den Schwerpunkten Unternehmenskommunikation, Illustration und Buchgestaltung. Ihre Arbeitsweise erlaubt ganzheitliche visuelle Lösungen und gewährleistet innovative Ansätze. 2010 gründete sie in Weimar, dem Geist der Bauhaus-Stadt folgend, die Plattform SEHEN IST GOLD® (bis 2013 franzandfriends), die sich als kreatives und experimentelles Ideenlabor für gute Gestaltung versteht. Sie engagiert sich als Vorstandsmitglied der Illustratoren Organisation e. V., promoviert im PhD-Programm Kunst und Design der BUW zum Thema »Illustrierte Belletristik«, unterstützt seit 2008 als Art Director das freie Projekt »Loom Magazine« und hält regelmäßig Vorträge über die »gute Mappe des Illustrators«, zum Beispiel auf der Frankfurter Buchmesse. Sie erhielt für ihre Arbeiten im Bereich Illustration und Buchgestaltung zahlreiche nationale und internationale Auszeichnungen, unter anderem den Joseph Binder Award 2012 in Gold. Heute lebt und arbeitet sie in Hamburg.

1



Illustratoren Organisation e. V.  
[www.io-home.org](http://www.io-home.org)  
SEHEN IST GOLD®, Hamburg  
<http://sehenistgold.de>



# A#01

*Graphic Design*

# CORPORATE DESIGN

*And the Winners Are ...*  
Gratulation! / Congratulations!

Atzgerei .....	AT
Demonstrative.....	AT
Bleed .....	AT
Lisa + Giorgio .....	AT
Jäger & Jäger .....	DE
Jäger & Jäger .....	DE
Grafikum – Studio für Gestaltung .....	AT
Atzgerei .....	AT

# A#01 CORPORATE DESIGN

## Gold!

**Donaufestival 2014 – 10 Years  
Redefining Arts  
Logo-Relaunch für  
einen Festivalveranstalter  
Logo relaunch for a festival organiser**

Zum 10-jährigen Jubiläum war es an der Zeit, die Vielfalt des Festivals und seine Alleinstellung darzustellen und für die Zukunft neue Zeichen zu setzen. Die drei Balken des ursprünglichen Logos wurden bei der Neuentwicklung übernommen. Um das Image und die Philosophie des Festivals zu transportieren, wurden sie in der Form eines Ungleichheitszeichens angeordnet. Dadurch ist zum einen der Wiedererkennungswert gegeben; zum anderen wird die Unterscheidung zu anderen Festivals symbolisiert.

For its tenth anniversary it seemed high time for this festival to display its uniqueness and set innovative marks for the future. The three bars of the original logo have been adopted for the redesign. In order to convey the festival's image and philosophy, they have been rearranged in the form of an inequality sign. For one thing, it ensures recognition, and for another, it symbolises the event's difference from other festivals.



**Studio** Atzgeri  
**Design** Christian Brezina, Michael Tripolt  
**Mitarbeit** Collaboration Thomas Zarfl  
 -  
**Auftraggeber** Client NÖ Festival- und Kino GmbH  
[www.donaufestival.at](http://www.donaufestival.at)  
 -  
**Kontakt** Contact  
 Atzgeri  
 1050 Wien, Schönbrunner Straße 66/10  
 M +43 (0)650 920 57 17  
<mailto:hello@atzgeri.com>  
[www.atzgeri.com](http://www.atzgeri.com)



# A#01 CORPORATE DESIGN

*Silber  
Silver*

**STRUCT Baumanagement**  
Erscheinungsbild für ein  
Baumeisterduo

*STRUCT Construction Management*  
Visual identity for a building company

Egal wie umfangreich ein Bauprojekt ist, STRUCT Baumanagement stellt ein Team zusammen und leitet das Projekt von der Skizze bis zur Realisierung. Jeder Teamplayer ist in seinem Fachbereich ein Experte. STRUCT Baumanagement stimmt diese Experten perfekt aufeinander ab – wie ein Dirigent sein Orchester. Das Corporate Design spiegelt mit seinen Illustrationen diese modulare Zusammenstellung und Abstimmung der Teams wider.

*No matter how extensive a construction project might be, STRUCT Construction Management brings together a team and runs the project from the first sketch to its ultimate realisation. All of the collaborators are experts in their particular fields. STRUCT Construction Management coordinates these experts perfectly – just like a maestro conducting his orchestra. The company's corporate design, with its illustrations, reflects this modular composition and attunement of teams.*



**Studio** Demonstrative GmbH

**Design** Roland Radschopf

**Illustration** Nikolay Uzunov

-

**Auftraggeber Client** STRUCT

Baumanagement GmbH

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

-

**Kontakt Contact**

Demonstrative GmbH

1120 Wien, Darnautgasse 2/6

M +43 (0)650 609 05 90

[mailto: studio@demonstrative.at](mailto:studio@demonstrative.at)

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



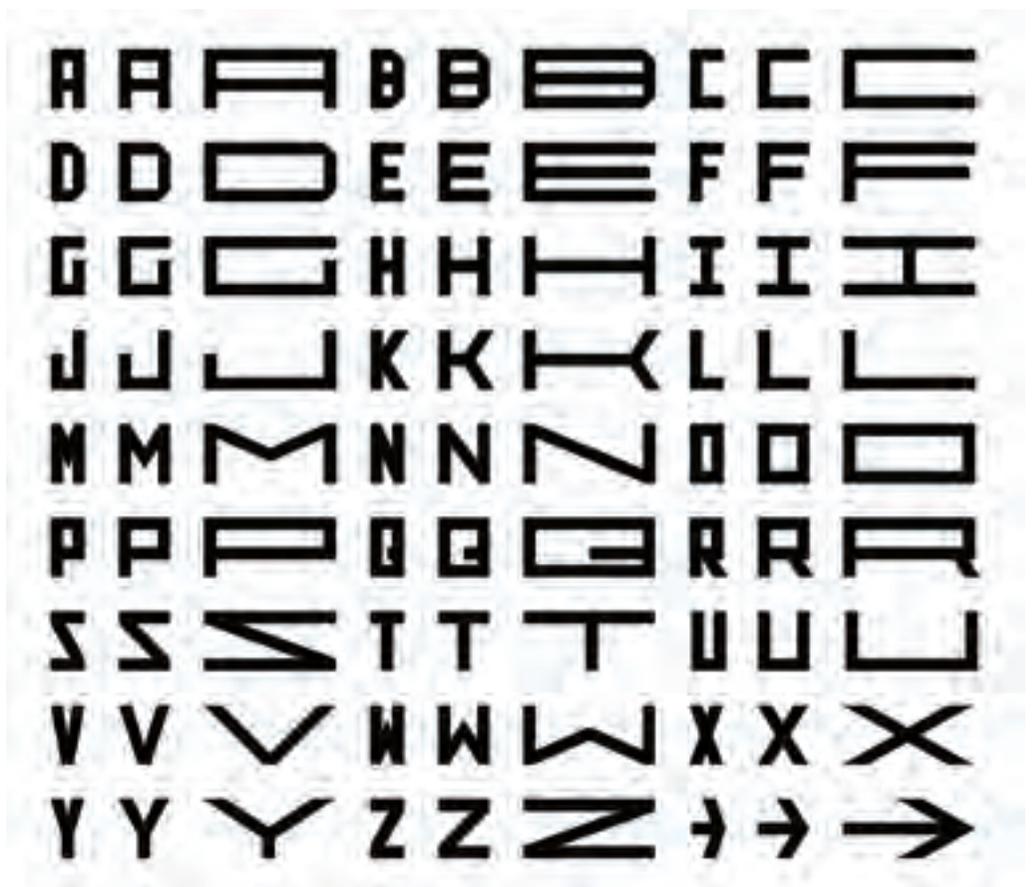
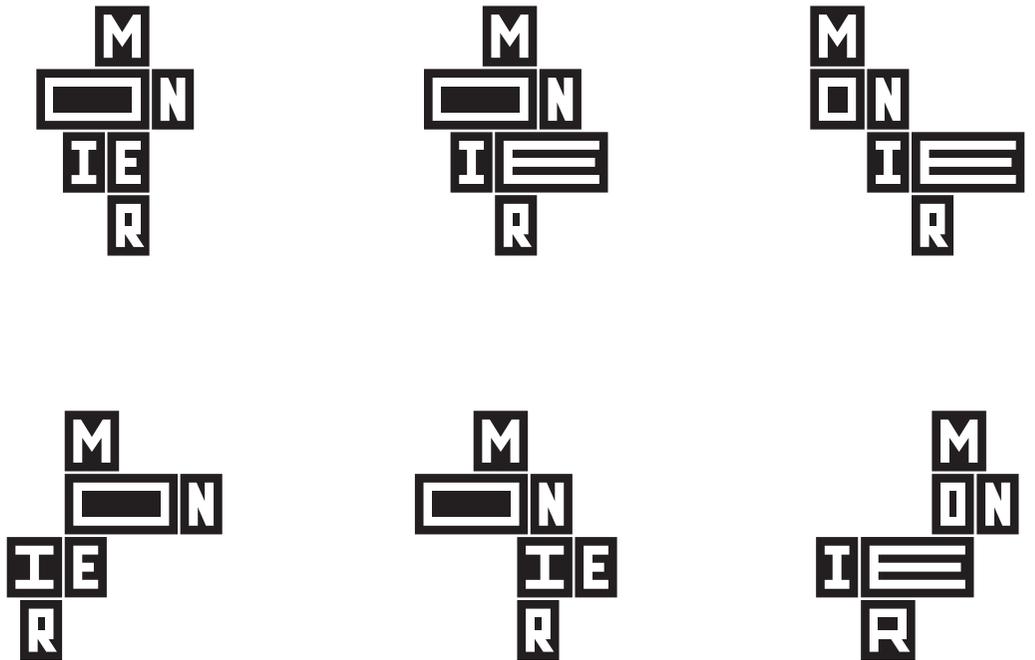
# A#01 CORPORATE DESIGN

*Silber  
Silver*

**Monier**  
Erscheinungsbild für ein Bürogebäude  
Visual identity for an office building

Monier ist ein Bürogebäude, das seine visuelle Identität von seiner kubistisch anmutenden, soliden Architektur bezieht. Das Logo leitet sich von den drei unterschiedlichen Fensterformen, einem wichtigen Merkmal des Gebäudes, ab. Die für das Logo entwickelte Schrift ist von der ursprünglich auf der Baustelle verwendeten Beschilderung inspiriert. Die drei Buchstabenbreiten nehmen abermals Bezug auf das Fensterkonzept. Durch Transparenz und Flexibilität erhält das Logo eine dynamische Dimension, die bei Immobilienprojekten selten anzutreffen ist und die Aufmerksamkeit des Marktes auf sich zieht.

*Monier is an office building whose visual identity is based on its cubist and solid architecture. The idea for the logo is derived from the three different window shapes, an important characteristic of the building. The custom typeface of the logotype is inspired by the original signage used on the construction site. Again, the alphabet's three different widths fit in with the window concept. Transparency and flexibility lend this logo a dynamic dimension that is rarely seen in property development projects and which ensures a high market profile.*



**Studio** Bleed  
**Creative Direction** Svein Haakon Lia  
**Design er Art Direction** Ludvig Bruneau  
 Rossow  
 -  
**Auftraggeber Client** Norwegian Property  
[www.norwegianproperty.no/monier](http://www.norwegianproperty.no/monier)  
 -  
**Kontakt Contact**  
 Bleed  
 1160 Wien, Dettergasse 7/23  
 M +43 (0)650 600 09 01  
[mailto: bleed@bleed.com](mailto:bleed@bleed.com)  
[www.bleed.com](http://www.bleed.com)



# A#01

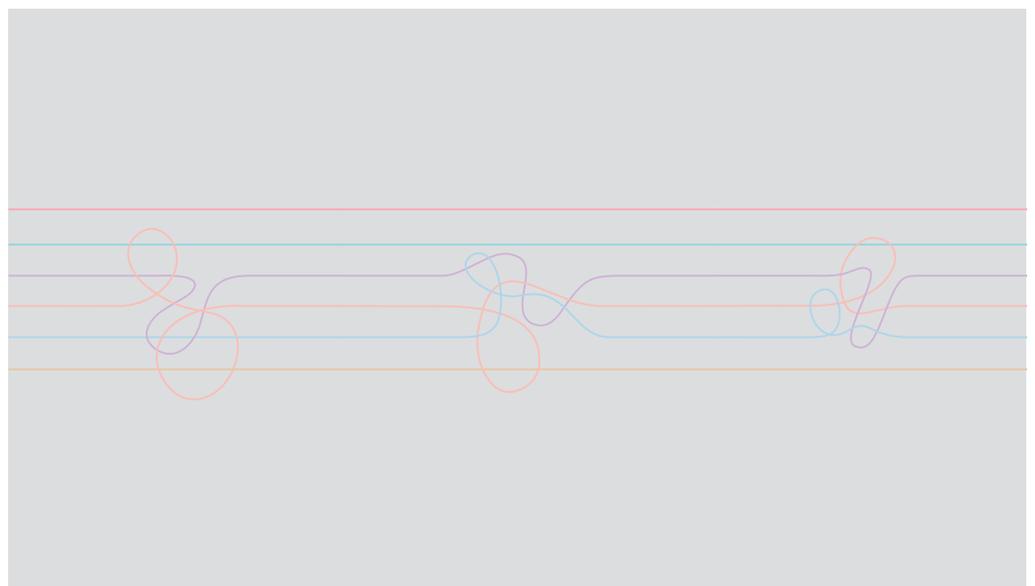
## CORPORATE DESIGN

### Bronze

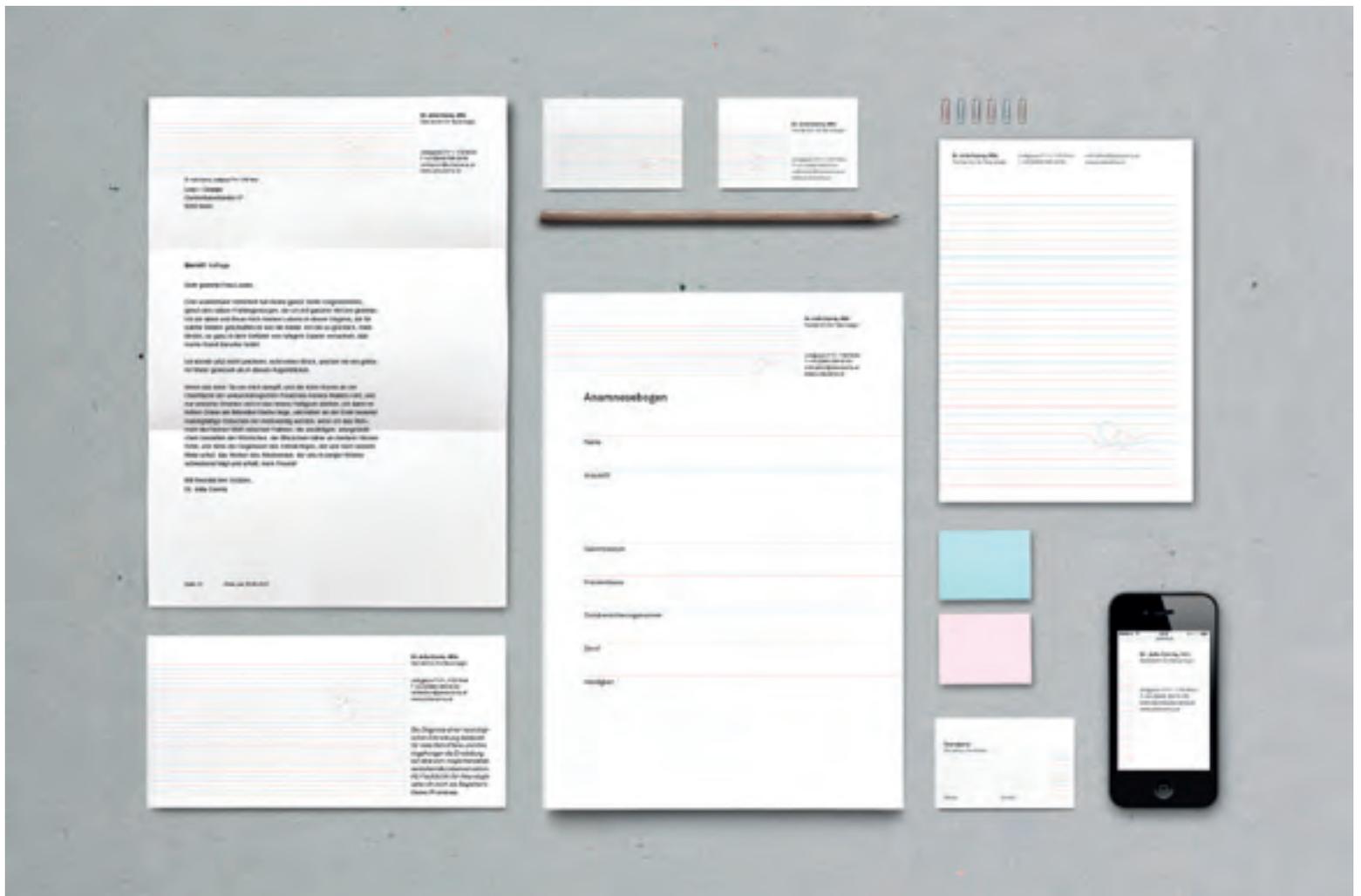
**Dr. Julia Czerny**  
**Erscheinungsbild für eine Arztpraxis**  
*Visual identity for a doctor's office*

Das visuelle Erscheinungsbild für die Praxis der jungen Neurologin mit Schwerpunkt Ergotherapie soll Freundlichkeit und Seriosität ausstrahlen. Es setzt auf ein dynamisches Prinzip abseits von Klischees. Die Basis bilden sechs parallel laufende farbige Linien, die sich stellenweise verknoten. Sie lassen sich mit Nervenbahnen assoziieren, und ihr Verlauf steht für die Krankheit als Einschnitt in den Alltag und den Prozess der Heilung. Der Wechsel zwischen Ordnung und Chaos verleiht dem Gesamtbild eine verspielte Note. Pastellfarben entschärfen den ernsten Hintergrund. Im Gegensatz dazu steht die sachliche Schrift in nüchternem Schwarz.

*The visual identity for the office of a young neurologist specialising in ergotherapy is meant to exude friendliness and competence and is based on a dynamic principle removed from cliché. Six coloured lines running parallel and interlooping in certain places form the basic concept and could be associated with the nerve tracts. The course they take represents both illness interfering with everyday life and the process of healing. The alternation of order and chaos lends the overall image a playful note. Pastel colours soften the serious background, while the clinical typeface provides a contrast in sober black.*



**Studio** Lisa + Giorgio  
**Design** Lisa Leone, Michael Fetz,  
Sabrina Lang  
-  
**Auftraggeber Client** Dr. Julia Czerny  
<http://juliaczerny.at>  
-  
**Kontakt Contact**  
Lisa + Giorgio  
1010 Wien, Dominikanerbastei 17  
T +43 (0)1 236 77 11  
[mailto: welcome@lisaundgiorgio.at](mailto:welcome@lisaundgiorgio.at)  
[www.lisaundgiorgio.at](http://www.lisaundgiorgio.at)



# A#01 CORPORATE DESIGN

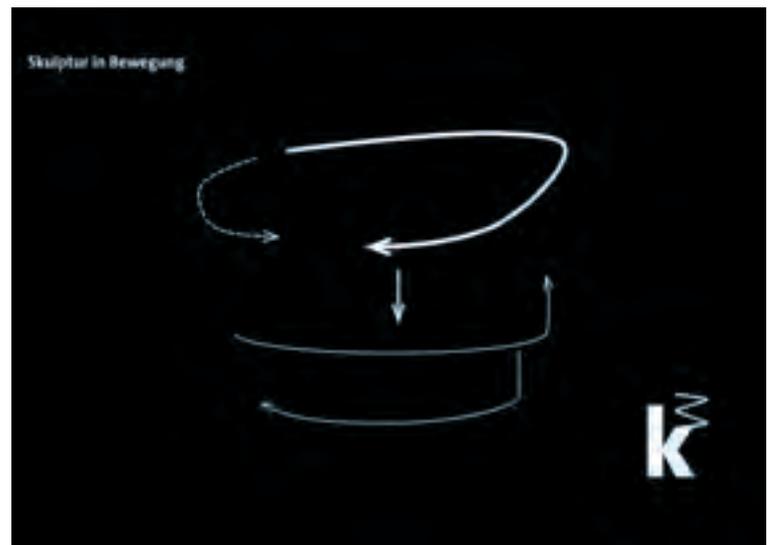
## *Auszeichnung Distinction*

**Kunsthalle Mannheim**  
**Redesign für ein Museum**  
*Redesign for a museum*

Die Kunsthalle Mannheim, die Spitzenwerke des 19. und 20. Jahrhunderts beherbergt, prägte den Begriff der Neuen Sachlichkeit für eine ganze Kunstrichtung. Das neu gestaltete Erscheinungsbild ist in Schwarz-Weiß gehalten, um der Kunst einen zurückhaltenden Rahmen zu geben. Das Signet ist ein Typogramm, bei dem die Initialen eine stabile Form bilden: Das solide »k« steht für die Bedeutung der Sammlung, das filigrane »M« für den Aufbruch und das Spielerische. Diese Kombination ist vielfältig interpretierbar und verweist dadurch auch auf den Umgang mit Kunst. Sie ist das sichtbare Statement einer Institution, die ihren internationalen Ruf ausbauen und festigen will.

*Kunsthalle Mannheim, which accommodates masterpieces of the 19th and 20th centuries, coined the term »New Objectivity« for an entire art movement. The museum's newly designed visual identity has been limited to black and white in order to provide an unob-*

*trusive framework for the works of art. The signet is a typogram, the initials of which produce a stable form: the solid »k« stands for the significance of the collection, whereas the delicate »M« signifies a new dawn and gives the logotype a playful aspect. The combination can be interpreted in multiple ways and thus reflects how art should be approached. It is the visible statement of an institution that seeks to expand and consolidate its international reputation.*



**Studio** Jäger & Jäger  
**Design** Regina Jäger, Olaf Jäger  
**Fotografie Photography** Brigida Gonzalez u. a. and others

**Auftraggeber Client** Kunsthalle Mannheim  
[www.kunsthalle-mannheim.de](http://www.kunsthalle-mannheim.de)

**Kontakt Contact**  
Jäger & Jäger  
88662 Überlingen, Heiligenbreite 52  
T +49 (0)7551 94 80 900  
[mailto: info@jaegerundjaeger.de](mailto:info@jaegerundjaeger.de)  
[www.jaegerundjaeger.de](http://www.jaegerundjaeger.de)

# Skulptur in Bewegung



19.05. – 24.05.2013  
Kunsthalle Mannheim

19.05. – 24.05.2013  
11 – 18 Uhr  
19.05. – 24.05.2013

Kunsthalle Mannheim  
Kunsthalle Mannheim  
Kunsthalle Mannheim



# A#01 CORPORATE DESIGN

## Auszeichnung Distinction

Ultraschall Berlin  
Redesign für ein Musikfestival  
Redesign for a music festival

Dieses Festival zählt zu den Highlights neuer Musik: Avantgarde und Klassiker der Moderne treffen hier aufeinander. Bei der Neugestaltung des Erscheinungsbildes wurde eine Bildsprache entwickelt, die den Begriff der Urbanität visualisiert. Das Ablesen einer Partitur wird auf das Thema Berlin projiziert, wobei die augenblicklich gespielte Stelle scharf, die Restfläche unscharf abgebildet wird. Auf der Website ermöglicht ein abwechslungsreiches Baukastenprinzip eine dem Wesen von Musik entsprechende vielfältige visuelle Aufbereitung.

*This festival numbers among the highlights of new music and is a meeting point of the avant-garde and modern classics. For its new corporate design, a language has been developed that visualises the concept of urbanity. The reading of a score is projected onto the theme of Berlin: while the passage currently being played is rendered in focus, the rest remains blurred. On the website, a variable modular principle makes it possible to translate music visually in a versatile fashion in keeping with its nature.*

**Studio** Jäger & Jäger

**Design** Regina Jäger, Olaf Jäger

**Fotografie Photography** iStock

-

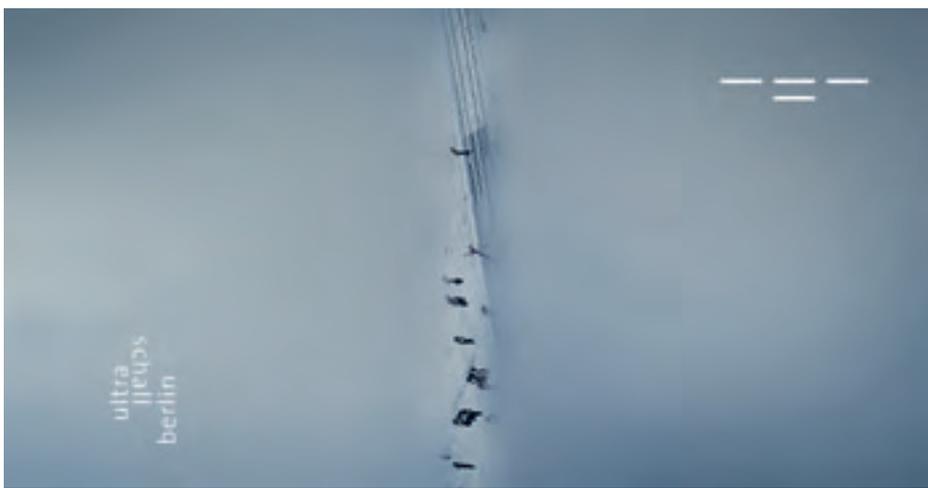
**Auftraggeber Client** Rundfunk Berlin-Brandenburg, Deutschlandradio Kultur  
[www.ultraschallberlin.de](http://www.ultraschallberlin.de)

-

**Kontakt Contact**

Jäger & Jäger  
88662 Überlingen, Heiligenbreite 52  
T +49 (0)7551 94 80 900  
mailto: [info@jaegerundjaeger.de](mailto:info@jaegerundjaeger.de)  
[www.jaegerundjaeger.de](http://www.jaegerundjaeger.de)





# A#01 CORPORATE DESIGN

## Auszeichnung Distinction

Erzähl uns Linz  
Erscheinungsbild für eine Ausstellung  
Tell Us About Linz  
Visual identity for an exhibition

Bewohner und Freunde der Stadt waren aufgerufen, Geschichten und Objekte mit Linz-Bezug einzubringen und diese langsam wachsende Ausstellung mitzugestalten. Das Erscheinungsbild sollte einer breiten Zielgruppe Zugänglichkeit signalisieren und den Charakter des Sammelns sowie die Werte Vielfalt und Individualität unterstreichen. Die unterschiedlichen Schriften des flexibel einsetzbaren Logos decken ein breites Spektrum an Stilen ab und kamen innerhalb des Corporate Designs für verschiedenste Anwendungen zum Einsatz, u. a. bei Geschichtenheft, Plakat, Ausstellungskatalog und »Ausstellungsformularen«, die zugleich als Objektbeschriftungen dienten.

Residents and friends of the town were invited to contribute stories and objects related to Linz and thereby co-curate this gradually growing exhibition. The visual appearance of the project was meant to signal accessibility to a large target group and underscore both the concept of collecting and such values as variety and individuality. The different typefaces employed to construct the flexible logotype cover a broad spectrum of styles and were used in such applications as a storybook, a poster, the exhibition catalogue, and so-called »exhibition forms« that simultaneously served as labels for the exhibits.

## NORDICO

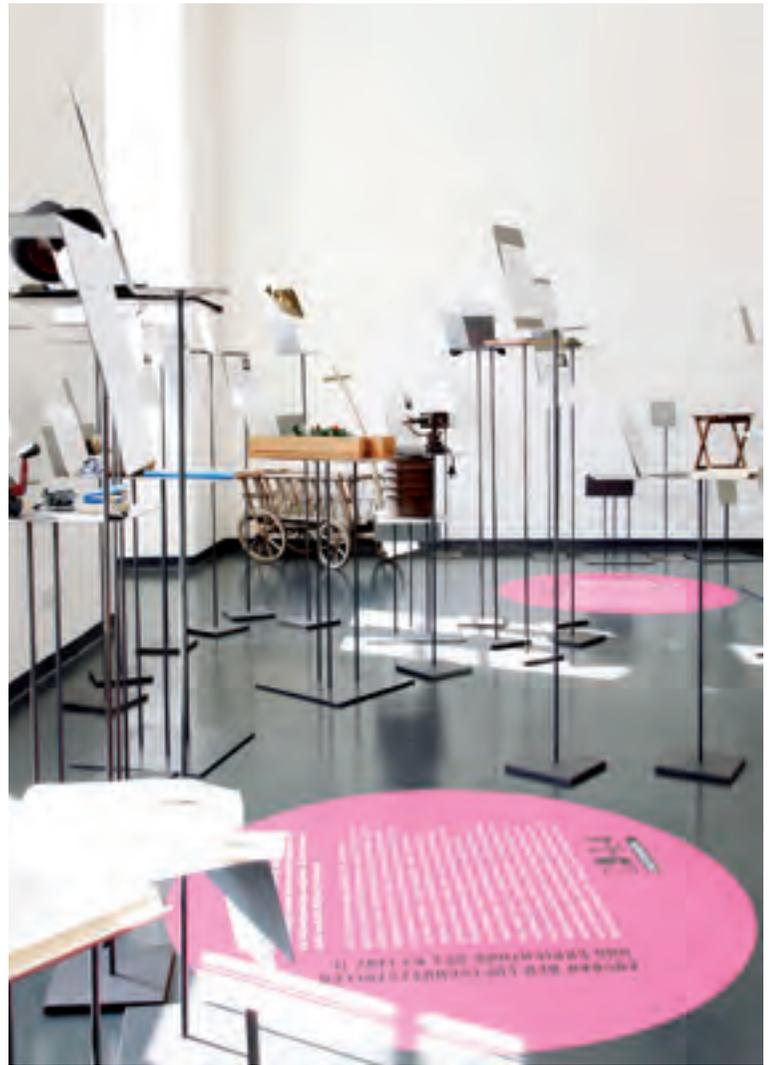
# Stadtgeschichten suchen, sammeln und erleben

**Studio** Grafikum – Studio für Gestaltung  
**Design** Julia Juriga-Lamut, Marion Mayr  
**Mitarbeit Collaboration** Lorenz Potocnik, Andrea Bina, Claudia Kreslehner, Martin Ross, Birgit Kirchmayr, Sandra Gnigler, Gunar Wilhelm, Gerhard Dirmoser, Helga Traxler  
**Fotografie Photography** Sandro Zanzinger, Thomas Hackl, Helga Traxler  
–  
**Auftraggeber Client** Nordico  
Stadtmuseum Linz  
[www.nordico.at](http://www.nordico.at)  
–  
**Kontakt Contact**  
Grafikum – Studio für Gestaltung  
1040 Wien, Große Neugasse 29  
M +43 (0)664 392 60 41  
[mailto: studio@grafikum.com](mailto:studio@grafikum.com)  
[www.grafikum.com](http://www.grafikum.com)



Erzähl  
uns  
LiNz

Erzähl  
uns  
LiNz



# A#01 CORPORATE DESIGN

## Auszeichnung Distinction

**SeelenKost Organic Food Delivery**  
Erscheinungsbild für einen  
Bio-Lieferservice

Visual identity for a delivery service

Für die drei Bereiche des Lieferservices – vegane und vegetarische Speisen und Fleischgerichte in Bioqualität – wurden zwecks deutlich sichtbarer Zuweisung Produktkennzeichnungen und Sticker entwickelt. Besonders wurde darauf geachtet, dass sämtliche Materialien (Verpackung, Besteck, Servietten) auf 100% pflanzlicher Basis hergestellt und produziert werden und aus nachhaltigen Quellen stammen. Der Gesamtauftritt (Drucksorten, Beklebung für Elektroautos, Verpackungen, Website) spiegelt Image, Qualität und Leistungsspektrum des Speiselieferanten wider.

Product labels and stickers were developed so that the three different food categories offered by this delivery service can clearly be distinguished: vegan and vegetarian meals, as well as organic meat dishes. Particular attention was paid to the requirement that all materials (packaging, cutlery, napkins) should be 100% plant-derived and produced from sustainable sources. The overall appearance (printed matter, graphics for electric cars, packaging, website) reflects the company's image, quality, performance, and service.



**Studio** Atzgeri  
**Design** Christian Brezina, Michael Tripolt  
 -  
**Auftraggeber Client** SeelenKost Organic Food Delivery  
[www.seelenkost.at](http://www.seelenkost.at)  
 -  
**Kontakt Contact**  
 Atzgeri  
 1050 Wien, Schönbrunner Straße 66/10  
 M +43 (0)650 920 57 17  
<mailto:hello@atzgeri.com>  
[www.atzgeri.com](http://www.atzgeri.com)



# A#02

*Graphic Design*

**KOMMUNIKATIONSDESIGN**  
**COMMUNICATION DESIGN**

# *And the Winners Are ...*

Gratulation! / Congratulations!

moodley brand identity gmbh .....	AT
Stroomberg .....	NL
100und1 .....	AT
Heidrun Kogler Grafikdesign .....	AT
Projekttriangle Design Studio .....	DE
Heine Warnecke Design .....	DE
Nofrontiere Design .....	AT
Grafikum – Studio für Gestaltung .....	AT
Teresa Hausgnost .....	AT

# A#02

## KOMMUNIKATIONSDESIGN

## COMMUNICATION DESIGN

### *Gold!*

Weitzer Hotels  
Debitorenmailing  
Debt recovery mailing

Mahn schreiben sind einem als staubtrockene Textvorlagen bekannt, deren Zweck hauptsächlich darin besteht, säumige Kunden schnellstens zur Zahlung zu bewegen. Bei Gästen des Grazer Hotels Das Weitzer ist das anders. Man könnte beinahe meinen, dass sich jene, die ihre Rechnungen nicht pünktlich beglichen haben, auf etwas Besonders freuen können: Das neue Debitorenmailing erinnert sympathisch an das Prinzip von Geben und Nehmen.

*Reminders are known for their bone-dry standardised texts, their prime purpose being to motivate customers in default to make payment as soon as possible. This is definitely different for guests of the hotel Das Weitzer in Graz. One might even think that those who have not paid their bills on time may have something special to look forward to: the hotel's new debt recovery mailing reminds them in a fun way of the principle of give and take.*



**Studio** moodley brand identity gmbh

**Design** Mike Fuisz, Kurt Glänzer,  
Marie Zieger

**Mitarbeit Collaboration** Markus  
Supanitsch (Kundenberatung Account  
services), Regina Pichler

-

**Auftraggeber Client** Weitzer Hotels

BetriebsgesmbH

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

-

**Kontakt Contact**

moodley brand identity gmbh

8020 Graz, Nikolaiplatz 5

T +43 (0)316 822 922-0

[mailto: hello@moodley.at](mailto:hello@moodley.at)

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



# A#02

## KOMMUNIKATIONSDESIGN COMMUNICATION DESIGN

*Silber  
Silver*

The Cube Calendar  
Kalenderobjekt  
Calendar object

Dieses griffige Objekt erweckt den Anschein einer Skulptur und gibt dem Modell Abreißkalender eine innovative Wendung. Es hängt nicht als unansehnliches Bündel Papier an der Wand, sondern liegt als kompakter Gegenstand, der seine Form im Laufe der Zeit fast unmerklich verändert, gut in der Hand. Die gestanzten Kartonkarten sind in sechs Abschnitte unterteilt und werden von zwei Schrauben zusammengehalten. Der Kalender liegt in einer Schachtel, die ohne Klebstoff auskommt und den Kubus perfekt umschließt. Öffnet man den Deckel, entfaltet sich die Box wie Origami. Eine Drucksache ins Dreidimensionale transportiert! Der schlicht gestaltete Kalender nimmt Bezug auf Traditionen wie das Bauhaus und Het Nieuwe Bouwen und passt sich jeder Umgebung an.

*This chunky object looks and feels like a sculpture and adds an innovative twist to the concept of the tear-off calendar. It is not a messy sheaf of paper hanging on the wall, but a compact thing that subtly changes shape in one's hands, revealing the workings of time. Divided into six rows, the punched cardboard cards line up, held together by two binding screws. The calendar comes in a box that perfectly folds*



*around the cube without adhesive. When its lid is lifted, the box falls open like origami. This is printed matter made three-dimensional! With its simple design, the calendar refers to such cultural traditions as the Bauhaus and Het Nieuwe Bouwen and fits in with all types of environments.*



**Studio** Stroomberg  
**Design** Philip Stroomberg  
**Produzent Producer** DrukGoed & paardekooper  
-  
**Auftraggeber Client** Igepa Nederland BV  
[www.thecubecalendar.com](http://www.thecubecalendar.com)  
-  
**Kontakt Contact**  
Stroomberg  
1093 MA Amsterdam,  
Domselaerstraat 24  
T +30 (0)20 679 08 87  
[mailto: mail@philipstroomberg.nl](mailto:mail@philipstroomberg.nl)  
[www.stroomberg.net](http://www.stroomberg.net)



# A#02

## KOMMUNIKATIONSDESIGN

## COMMUNICATION DESIGN

### Bronze

Anonim  
Katalog für ein Kunstkollektiv  
Catalogue for an arts collective

Diese umfassende Dokumentation wurde für ein Wiener Kunstkollektiv gestaltet. Die 64 Seiten starke Zeitung zeichnet sich durch ein entspanntes Layout aus, das dem spröden und eher intellektuellen Charakter der Arbeiten entspricht. Die Schrift wurde eigens für das Projekt entwickelt.

*This comprehensive documentary catalogue has been designed for a Vienna-based arts collective. The 64-page newspaper exhibits a relaxed layout that is in keeping with the rough but also quite intellectual character of the works. The typeface used was specially developed for this project.*



**Studio** 100und1  
**Design** Maximilian Huber, Lukas Fliszar  
-  
**Auftraggeber Client** Anonim  
[www.anonimanonim.com](http://www.anonimanonim.com)  
-  
**Kontakt Contact**  
100und1  
1170 Wien, Kalvarienberggasse 8/1-2  
T +43 (0)1 944 67 93  
[mailto: lukas.fliszar@100und1.com](mailto:lukas.fliszar@100und1.com)  
[www.100und1.com](http://www.100und1.com)



# A#02

## KOMMUNIKATIONSDESIGN COMMUNICATION DESIGN

### *Auszeichnung Distinction*

nock/art

Broschüre für ein Land-Art-Projekt

Brochure for a land art project

Dieses regionale Projekt setzt auf zeitgenössische Kunst und ihre Interaktion mit der Landschaft und den in ihr lebenden und wandernden Menschen. Arbeiten renommierter Künstler und Künstlerinnen setzen ungewöhnliche Impulse in der Natur, evozieren Perspektivwechsel und inspirieren zu neuem Denken. Die Broschüre greift dies auf und lädt den Betrachter ein, sich mit dem Thema zu beschäftigen: optisch, haptisch und gedanklich. Übereinandergelegte Stanzungen ergeben die typischen Formen der flachen Nockberge. Die dadurch entstehenden Vertiefungen im Papier laden zum Tasterlebnis ein, während die kräftigen Farben den Kontrast zwischen Kunst und Natur unterstreichen.

*This regional project focuses on contemporary art and on how it interacts with the landscape and the people living and hiking in it. Creating unusual juxtapositions with nature, works by renowned artists prompt shifts in perspective and inspire innovative thinking. This is taken into account by the design of the present brochure, which invites the viewer to become immersed in the subject visually, tactilely, and intellectually. Overlapping punches and cuts evoke the characteristic shapes of the Nock Mountains. The resulting recesses in the paper encourage haptic experiences, while the powerful colours emphasise the contrast between art and nature.*

**Studio** Heidrun Kogler Grafikdesign  
**Design** Heidrun Kogler  
**Fotografie Photography** Johannes Puch  
-  
**Auftraggeber Client** Tourismusverband  
Bad Kleinkirchheim  
[www.nockart.at](http://www.nockart.at)  
-  
**Kontakt Contact**  
Heidrun Kogler Grafikdesign  
1040 Wien, Schleifmühlgasse 7/11  
M +43 (0)664 261 58 01  
<mailto:grafik@heidrunkogler.at>  
[www.heidrunkogler.at](http://www.heidrunkogler.at)





# A#02

## KOMMUNIKATIONSDESIGN

## COMMUNICATION DESIGN

### *Auszeichnung*

### *Distinction*

#### Quellen und Essenzen der Inspiration

#### Eigenpublikation

#### Sources and Essences of Inspiration

#### Self-initiated publication

Die Sehnsucht nach profunden Sinneserlebnissen, nach Zeit für das Wesentliche, nach Tiefgang und Kreativität ist groß. Diese künstlerisch gestaltete Publikation widmet sich Quellen der Inspiration. Literarische Texte und philosophische Zitate begleiten herausnehmbare Grafiken, Fotografien und Zeichnungen, gedruckt auf 25 ausgesuchten japanischen Papieren. Ein Index gibt Auskunft über Papierqualitäten, Druckfarben und Produktions- und Veredelungstechniken. Der Band lädt ein, sich für einen Moment von der Magie der Dinge verzaubern zu lassen.

*There is a great yearning for profound sensory perception, for spending time on essential things, for depth and creativity. This artistically designed publication is devoted to sources of inspiration. Literary texts and philosophical quotations accompany detachable prints, photographs, and drawings, reproduced on 25 selected Japanese papers. An index supplies information about the paper qualities, printing inks, and production and finishing techniques. The volume invites readers to succumb to the magic of things, if only for a moment.*



**Studio** Projekttriangle Design Studio  
**Design** Martin Grothmaak, Franz-Georg Stämmele

-

**Auftraggeber Client** Projekttriangle Design Studio

-

**Kontakt Contact**

Projekttriangle Design Studio  
70178 Stuttgart, Humboldtstraße 4  
T +49 (0)711 62 00 93-0  
mailto: [mail@projekttriangle.com](mailto:mail@projekttriangle.com)  
[www.projekttriangle.com](http://www.projekttriangle.com)



# A#02

## KOMMUNIKATIONSDESIGN COMMUNICATION DESIGN

### *Auszeichnung Distinction*

**Flavor Ingredients Compendium**  
**Nachschlagewerk für Flavoristen**  
*Encyclopaedia for flavourists*

Hier werden Flavoristen mit auf die Reise durch die Welt der Aromen genommen. Die optische und haptische Gestaltung kombiniert Elemente aus Feinkost und Gastronomie mit relevanten Fakten. Appetitanregende Food-Fotos machen Lust, die Aromen auszuprobieren. Übersichtlich gestaltete Fachinformationen vermitteln lebensmitteltechnische Hinweise. Die Farbklaviatur am oberen Seitenrand, die Registerstanzung und Übersichts- und Ausklappseiten sorgen für eine schnelle Navigation. Die Publikation, entstanden für einen führenden Anbieter von Duft- und Geschmackstoffen, wendet sich ausschließlich an Experten und Expertinnen und muss daher höchsten fachlichen Ansprüchen genügen.

*This publication takes flavourists on a journey through the world of aromas. Its visual and tactile design combines elements from the world of gourmet food and catering with relevant facts. Appetising food photography motivates readers to try out flavours and scents, while clearly structured information offers important food technology facts. Colour keys along the upper margins, index punching, and overview and fold-out pages ensure a fast navigation through the book, which has been published by a leading supplier of scents and flavours and must meet the highest technical demands, since it is directed exclusively at experts.*

**Studio** Heine Warnecke Design GmbH  
**Design** Dirk Heine  
**Mitarbeit** *Collaboration* Annika Sunder,  
Wiebke Alm  
-  
**Auftraggeber** *Client* Symrise AG  
[www.symrise.com](http://www.symrise.com)  
-  
**Kontakt** *Contact*  
Heine Warnecke Design GmbH  
30655 Hannover,  
Groß-Buchholzer Straße 28  
T +49 (0)511 271 09 09  
[mailto: hannover@heinewarnecke.com](mailto:hannover@heinewarnecke.com)  
[www.heinewarnecke.com](http://www.heinewarnecke.com)





# A#02

## KOMMUNIKATIONSDESIGN

## COMMUNICATION DESIGN

### *Auszeichnung*

### *Distinction*

#### Standpunkt Liesing

#### Ressourcenbericht

Resources report for a neighbourhood

Hier wird über Aktivitäten in Sachen Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung eines Viertels berichtet, das auch Wirtschaftsstandort ist. Die Publikation mit rotem Cover, Rücken und Farbschnitt präsentiert sich als massiver Ziegel – in Anspielung an die alten industriellen Ziegelbauten der Gegend. Neugierde wird dadurch erweckt, dass Titelbeschriftung und Logo zugunsten des Außenauftritts in den Hintergrund treten. Durch die vollflächige Seitenverklebung waren der Gestaltung kaum Grenzen gesetzt: Text und Bild laufen ohne Unterbrechung über den Bund; es gibt Raum für formatfüllende Fotos, detailreiche Pläne und Infografiken. Gestürzte Texte heben Zitate und wesentliche Fakten vom Fließtext ab.

*This is an account of the activities undertaken towards sustainability and resource conservation by a neighbourhood that is also an industrial location. With its red cover, spine, and edges, the publication presents itself as a solid brick – an allusion to the quarter's old industrial brick buildings. That the title and logotype retreat in favour of the exterior cover arouses curiosity. Thanks to the fully glued pages, practically no obstacles stood in the way of the design: texts and images spread continuously across the gutter, and there is enough room for format-filling photographs, detailed plans, and infographics. Vertical positioning of quotes and essential facts sets them off against the running text.*

**Studio** Nofrontiere Design

**Art Direction** Isolde Fitzel

**Design** Martha Luczak

**Mitarbeit Collaboration**

Alexander Szadeczky, Katharina Borozan, Susanna Fichta

–

**Auftraggeber Client** Quartiersmanagement Standpunkt Liesing (Wirtschaftskammer Wien, Wirtschaftsagentur Wien, Stadt Wien)

[www.standpunkt-liesing.at](http://www.standpunkt-liesing.at)

–

**Kontakt Contact**

Nofrontiere Design

1040 Wien, Belvederegasse 26

T +43 (0)1 985 57 50

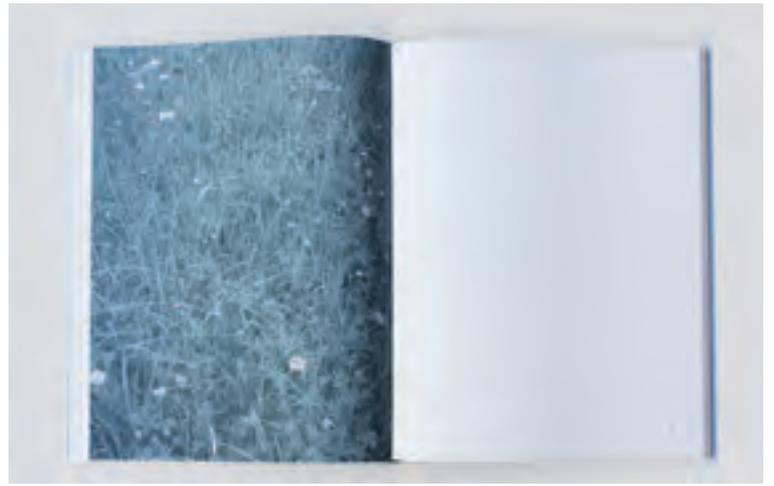
<mailto:rezeption@nofrontiere.com>

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









# A#02

## KOMMUNIKATIONSDESIGN

## COMMUNICATION DESIGN

### *Auszeichnung*

### *Distinction*

Österreichische Wahrzeichen  
Dauerbriefmarkenserie  
Austrian Landmarks  
Standard stamps

Nach dem Motto »Tradition in moderner Anmutung« wurde diese elfteilige Briefmarkenserie gestaltet, die aus einem Wettbewerb hervorgegangen ist. Anregung war die österreichische Plakatkunst der 1930er- bis 1950er-Jahre, die hier in ein zeitloses Design übersetzt wurde. Klare, geometrische Formen bilden das Fundament. Farbabstufungen und Verläufe wecken – im Einklang mit dem motivischen Thema – den Eindruck von Dreidimensionalität. Spannende Details ergeben sich aus der Multiplikation von Flächen. Die geometrische Schrift fügt sich in die Bildwelt ein und verschmilzt mit dem Motiv, das sich nach unten hin im Nichts verliert. Das Farbspektrum signalisiert Zusammengehörigkeit und vermittelt Harmonie.

*Under the motto »tradition in a modern guise«, this eleven-part stamp series was designed for a contest, where it was eventually chosen to be realised. It draws its inspirations from Austrian poster art practiced between the 1930s and 1950s, translating it into a timeless language. The basic structure is composed of clear geometric forms. Colour nuances and shading suggest three-dimensionality, in keeping with the motifs' subject matter. Exciting details result from the multiplication of planes. The geometric typeface fits in well with the imagery and merges with the motifs, each of which fades towards the bottom. The spectrum of colours signals cohesion and conveys harmony.*

**Studio** Design & Illustration Teresa Hausgnost

**Betreuung Supervision**

Anita Kern, Staffordshire University/  
Werbeakademie Wien

-

**Auftraggeber Client** Österreichische Post AG

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

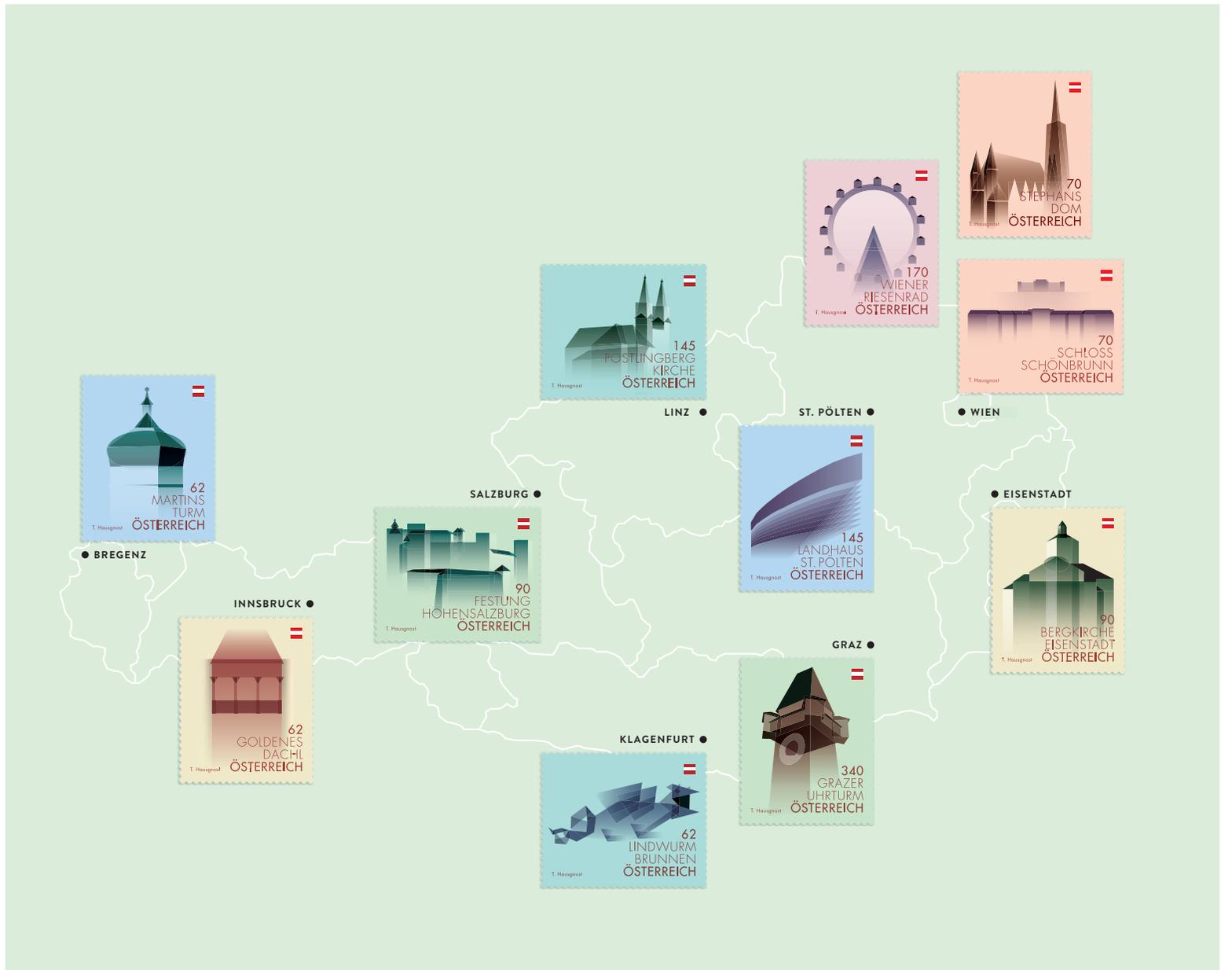
-

**Kontakt Contact**

Design & Illustration Teresa Hausgnost  
2042 Guntersdorf, Kalladorf 116  
M +43 (0)680 123 12 72

<mailto:teresa.hausgnost@gmail.com>

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



# A#03

*Graphic Design*

INFORMATIONSDSIGN  
INFORMATION DESIGN

*And the Winners Are ...*  
Gratulation! / Congratulations!

Gassner Redolfi KG .....AT  
Sägenvier Designkommunikation .....AT  
Sarah Schlatter .....AT  
Gassner Redolfi KG .....AT

# A#03

## INFORMATIONSDSIGN

### INFORMATION DESIGN

#### *Gold!*

Holzperspektiven  
Ausstellungsgestaltung  
*Perspectives in Wood*  
Exhibition design

Hier galt es, im Verwaltungsgebäude eines internationalen Holzbauunternehmens eine Fläche von 400 m<sup>2</sup> mit einer permanenten Ausstellung zu bespielen, die von Wald und Baum und vom Bauen mit Holz erzählt und dabei physische wie taktile Eigenschaften des Materials vermittelt. Auch seine Bedeutung für die regionale und internationale Baukultur von gestern und heute kommt dabei nicht zu kurz. Mit ihrer Haptik und Räumlichkeit betrachtet die Schau die Rohstoffquelle und beleuchtet ihre Verwertung aus unterschiedlichen Perspektiven. Die Passion Holz, die auch dem Unternehmen des Auftraggebers innewohnt, wird hier spürbar gemacht.

*The task consisted in designing a permanent exhibition for the headquarters of an international wood construction company on a floor space of 400 m<sup>2</sup>. The display tells of forests and trees and of building with wood while highlighting the material's physical and tactile qualities. Another important focus is on the significance of wood for regional and international building cultures, both past and present. Through its tactile and spatial approach, the show takes a look at wood as a raw material and illustrates its utilisation from different perspectives. In this way, the passion for wood inherent in the client's company is impressively rendered visible.*

**Konzept, Design & Architektur** **Concept, Design & Architecture**

Gassner Redolfi KG (Andrea Redolfi, Reinhard Gassner), Schlins; Alberto Alessi Architecture, Zürich

**Ausführung** **Realisation**

Rubner Haus, Josef Dorfmann; Barth Innenausbau, Brixen

**Fotografie** **Photography**

Darko Todorovic

-

**Auftraggeber** **Client**

Rubner Haus (Stefan Rubner, Werner Volgger)

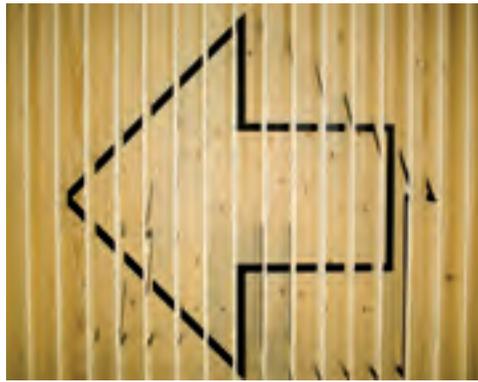
[www.haus.rubner.com](http://www.haus.rubner.com)

-

**Kontakt** **Contact**

Gassner Redolfi KG  
6824 Schlins, Waldrain 24  
T +43 (0)5524 84 50 11  
mailto: [andrea.redolfi@gassner-redolfi.at](mailto:andrea.redolfi@gassner-redolfi.at)  
[www.gassner-redolfi.at](http://www.gassner-redolfi.at)





# A#03

## INFORMATIONSDSIGN

### INFORMATION DESIGN

*Silber*  
*Silber*

vorarlberg museum  
Signaletik  
Signage system



Der markanten äußeren Erscheinung des Landesmuseums steht eine ruhige Atmosphäre im Inneren gegenüber. Die Signaletik sollte sich sanft in die Innenarchitektur integrieren, aber eigenständig genug sein, um sich von den wechselnden Ausstellungen abzuheben. Die gewählte Lösung basiert auf Licht und nützt vorhandene Oberflächen. Beschriftungen sind aus patiniertem Messing herauspoliert oder in dunkle Eichentüren eingelegt. Dadurch wird das Orientierungssystem stark an das physische Gebäude gebunden. Der Schriftzug auf dem Vordach verändert seine Erscheinung je nach Lichteinfall und Perspektive und trägt damit der Veränderlichkeit der Welt Rechnung (Entwurf des Schriftzugs in Kooperation mit Stefan Sagmeister).

*The museum's conspicuous outer appearance is contrasted by its calm interior atmosphere. The goal was to sensitively integrate the signage system into the interior architecture while ensuring that it would be sufficiently autonomous to set itself apart from temporary exhibitions. The solution eventually chosen is based on light and makes use of extant surfaces. Lettering is polished out of patinated brass or is inlaid in dark oakwood doors, so that the wayfinding system virtually merges with the physical building. The lettering of the sign above the entrance (designed in collaboration with Stefan Sagmeister) alters its appearance depending on the incidence of the light and the viewer's perspective, thereby reflecting the changeability of the world.*

**Studio** Sägenvier Designkommunikation  
**Design** Martin Platzgummer,  
Sigi Ramoser  
**Fotografie Photography** Darko Todorovic  
-  
**Auftraggeber Client** vorarlberg museum  
[www.vorarlbergmuseum.at](http://www.vorarlbergmuseum.at)  
-  
**Kontakt Contact**  
Sägenvier Designkommunikation  
6850 Dornbirn, Sägerstraße 4  
M +43 (0)650 27 48 100  
<mailto:ramoser@saegenvier.at>  
[www.saegenvier.at](http://www.saegenvier.at)





# A#03

## INFORMATIONSDSIGN

### INFORMATION DESIGN

#### Auszeichnung

#### Distinction

Walgau Sammeln  
Ausstellungsgestaltung  
Collecting Walgau  
Exhibition design

Dieses Ausstellungs- und Veranstaltungsprojekt versteht sich als Kulturgüterarchäologie. Die Sammlungen mehrerer regionaler Sammler und Sammlerinnen werden auf drei Ebenen in einem zum Kunstraum umgebauten Stall präsentiert. Pro Holzbox wird eine Sammlung vorgestellt. Auf der linken Seite der Box ist eine Fotoplane über die gesamte Fläche gespannt, die Einblick in die Räume des Sammlers/der Sammlerin gewährt. Rechts stellen Text- und Bildtafeln die Sammlung vor. Tafeln und Objekte sind locker gehängt und geben den Blick in den Ausstellungsraum und auf die anderen Boxen frei.



*This exhibition and event project sees itself as an archaeology of cultural heritage. The collections compiled by several regional collectors are presented on three floors of a stable that has been transformed into a »space for art«. Each collection has been installed in its own wooden box. Inside the box, the left wall is completely covered by a photo screen offering a glimpse of the respective collector's own rooms. On the right-hand side, text and image panels introduce the collection. The panels and objects are generously arranged and allow a view of the exhibition room and the other boxes.*

#### Design er Fotografie Photography

Sarah Schlatter

#### Ausstellungsarchitektur Exhibition

Architecture Hansjörg Thum

Text Elisabeth Hessenberger,  
Bruno Winkler

#### Projektleitung Project Management

Helmut Schlatter

-

Auftraggeber Client Verein Kultur-  
gütersammlung Walgau & Verein Artenne,  
Vorarlberg

[www.wiki.imwalgau.at](http://www.wiki.imwalgau.at), [www.artenne.at](http://www.artenne.at)

-

#### Kontakt Contact

Sarah Schlatter

10829 Berlin, Czerniskistraße 4

6710 Nenzing, Kirchgasse 6

M +49 (0)163 843 05 29

mailto: [mail@sarahschlatter.com](mailto:mail@sarahschlatter.com)

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





# A#03

## INFORMATIONSDSIGN

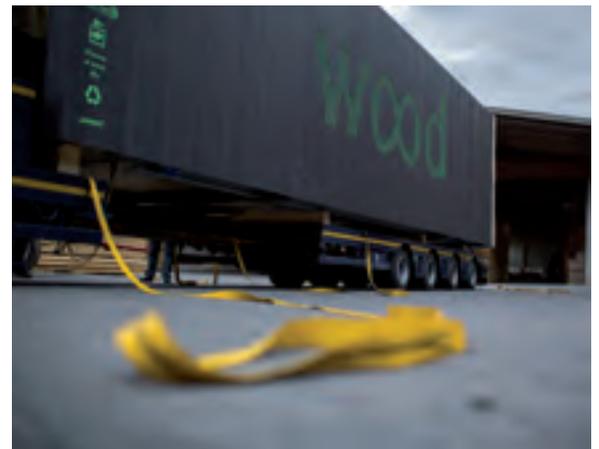
### INFORMATION DESIGN

#### Auszeichnung

#### Distinction

Woodbox – Building the Future  
Ausstellungsgestaltung  
Exhibition design

Die mobile »Woodbox«, mitten in Stadtzentren platziert, veranschaulicht mit ihrer kompakten Ausstellung die Potenziale zukunftsorientierter Holzarchitektur in Europa. Sie ist Drehscheibe der »Wooddays«, die sich in Vorträgen und Veranstaltungen den Möglichkeiten des Baumaterials Holz im urbanen Bereich und seiner »Entrustikalisierung« widmen. Im Inneren kommen u. a. in die Holzkonstruktion eingebaute vertikale Textbalken und Leuchtpaneele sowie Graffitis zum Einsatz.



Die Gestaltung ist auf Sprachmutationen ausgerichtet. Das auffällige Fassadenlogo entsteht durch Einschnitte in das schwarze Holzkleid der Box in Verbindung mit reduziert gesetzten Farbakzenten. Der sich ergebende Linienraster wurde in Anwendungen wie Plakaten und Foldern grafisch weitergespielt.

*With its compact exhibition, this mobile »Woodbox«, which is installed in city centres, highlights the potentials of future-oriented wood construction in Europe. The box is the central platform of »Wooddays«, a series of lectures and events dealing with the possibilities for wood in urban environments and with stripping the material of its outdated »rustic« appeal. In the interior, such elements as vertical text bars, illuminated panels, and graffiti are used. The design suits various language mutations. The conspicuous logotype on the façade results from cuts in the black exterior wood paneling and reduced colour accents. The ensuing linear pattern was subsequently employed in such applications as posters and folders.*

#### Design & Szenografie Design &

**Scenography** Gassner Redolfi KG, Schlins (Reinhard Gassner, Andrea Redolfi, Marcel Bachmann)

#### Baukonzept & Architektur Construction

**Concept & Architecture** Fachgebiet Holzbau, Architekturfakultät TU München Wood Construction Department, Faculty of Architecture, TU Munich (Maren Kohaus, Prof. Hermann Kaufmann, Wolfgang Huss, Martin Kühfuß)

#### Planung & Projektleitung Planning

**& Project Management** Eugen Keler, Architekten Hermann Kaufmann ZT GmbH, Schwarzach

#### Ausführung Realisation

Fetz Holzbau GmbH, Egg; Mader Werbetechnik, Lauterach

#### Fotografie Photography

Darko Todorovic, Ruth Gassner

-

#### Auftraggeber Client

proHolz Austria (Georg Binder, Sigi Weger)

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

-

#### Kontakt Contact

Gassner Redolfi KG

6824 Schlins, Waldrain 24

T +43 (0)5524 84 50 11

<mailto:andrea.redolfi@gassner-redolfi.at>

[www.gassner-redolfi.at](http://www.gassner-redolfi.at)





# A#04

*Graphic Design*

SCHRIFTGESTALTUNG  
TYPE DESIGN

*And the Winners Are ...*  
Gratulation! / Congratulations!

Jakob Runge – Type & Grafik Design .....	DE
Schwarzsehen & type me! Fonts .....	DE
Nouvelle Noire .....	CH

*Gold!*

FF Franziska  
Schriftfamilie  
Type family

Half Antiqua, half Egyptienne, vereint die Schrift gute Lesbarkeit in Fließtexten mit interessanten Charakteristika in großen Punktgraden. Ihren dynamischen Unterbau aus der Renaissance kombiniert sie mit statischen klassizistischen Kleidern. Sie spricht alle lateinischen Sprachen und zeigt in ihrer Kursiven eine ganz neue Anmutung. Die Bandbreite an zehn Gewichten und viele OpenType-Features eröffnen zahlreiche Einsatzmöglichkeiten. Eine große x-Höhe erleichtert eine gute Darstellung in kleinen Größen sowohl im Druck- als auch im Bildschirmraster.

Half Antiqua, half Egyptian, this typeface unites easy legibility in running texts with interesting characteristics in larger font sizes. Its dynamic Renaissance base comes in a static neo-classical guise. It speaks all the Latin languages and exhibits an entirely new appeal in its italic cuts. The spectrum of ten font weights and the numerous OpenType features offer a wealth of applications. A tall x-height facilitates readability in small sizes, both in print and on the screen.

# Joštabeerenlikör

por lo que comparten más del 97% de sus genes

*må nødvendigvis*

(TURSIOPS TRUNCATUS × PSEUDORCA CRASSIDENS)

**skuďmir**  
**lámase hibridación**

**Solbær**

*horáčh a na těžko schůdných stezkách*

**☞ mh garšigi ☜**  
**stikkelsbær**

**Studio** Jakob Runge - Type & Grafik  
Design

**Design** Jakob Runge

-

**Auftraggeber Client** Muthesius  
Kunsthochschule (ab 2012), FontFont  
International (ab 2013)

[www.muthesius-kunsthochschule.de](http://www.muthesius-kunsthochschule.de)

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

-

**Kontakt Contact**

Jakob Runge - Type & Grafik Design  
80636 München, Elvirastraße 21  
M +49 (0)176 218 212 89

<mailto:jakob@jakob-runge.de>

[www.jakob-runge.de](http://www.jakob-runge.de)

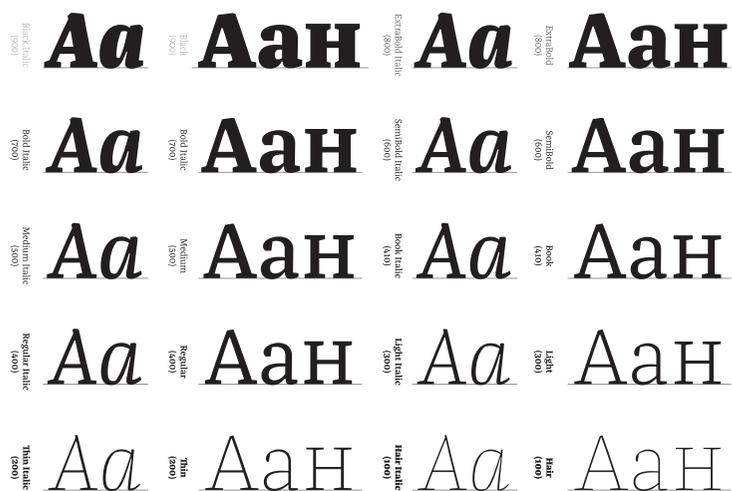


**[ROUGH]**  
 rou bust & well cra  
**Sharp shape**  
 1985  
 filigran  
 \* Ready to rumb

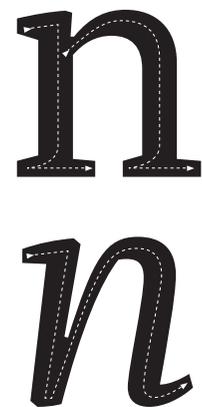
“The most popular typefaces are the easiest to read; their popularity has made them disappear from conscious cognition. It be-“

“Die beliebtesten Schriftarten sind am einfachsten zu lesen. Ihre Popularität lässt sie unsere Wahrnehmung verschwinden.“

- Ein Merkmal der *Franziska* ist die teils kantige Konstruktion und ihre mitunter über- spitzen Details, welche der Schrift Charakter geben, sie aber vorrangig in kleinen Punkt- größen lesbarer gestalten.
- Der Grundgedanke dieser Konstruktionsart wurde vom amerikanischen Schriftgestalter WILLIAM ADDISON DWIGGINS (\*1880, †1956) geprägt. 1937 stellte DWIGGINS fest, dass die weichen Gesichtszüge einer Marionette aus größerer Distanz verschwimmen, eine übertriebene, kantige Darstellung von Mimik jedoch aus der Entfernung sanft und wie ursprünglich beabsichtigt wirkt.
- Anfänglich runde Tropfenserien sind in der Schrift *Franziska* kantig angeschnitten, um diese deutlicher darzustellen. Die endgültige Entstehung dieser Schrift wird in Teilen erst mit dem Leser vollzogen, der den Tropfen in seiner Wahrnehmung wieder abrundet. Neben Varianten der überzogenen Darstellung von Details, wie dem harten Tropfen, sind die vertikalen Serifen und Diagonalen der Schrift subtil gebogen, um einen formalen Zwitter



Bereits etliche Schriftgestalter haben das Phäno- men der kaum merklichen Gestaltung von Schrift in Worte gefasst. Der Franzose JEAN FRANÇOIS PORCHEZ (1964) stellt fest: »In type design, you've done your best when people don't notice what you've done.«<sup>1</sup>, der deutsche Gestalter ERIK SPIE- KERMANN (1947) bemerkt: »Typografie ist wie Luft: Wir nehmen sie erst wahr, wenn sie schlecht ist.«<sup>2</sup> und ADRIAN FRUTIGER (1928), einer der bedeu- tendsten Schriftgestalter des 20. Jahrhunderts, erklärt einprägsam: »Wenn du dich an die Form des Löffels erinnerst, mit dem du die Suppe geges- sen hast, dann war es eine schlechte Form. Löffel und Buchstabe sind Werkzeuge: Das eine nimmt Nahrung aus der Schale, das andere nimmt Nah- rung vom Papierblatt. Die Schrift muss so sein, dass der Leser sie nicht bemerkt.«



# A#04 SCHRIFTGESTALTUNG TYPE DESIGN

*Silber*  
*Silver*

Muriza  
Schriftfamilie  
Type family

Die kollaborative Egyptienne-Familie ist von dezentem Charakter und weist markante Rundungen auf. Insgesamt 18 Schnitte ermöglichen einen variablen Einsatz, der durch zahlreiche OpenType-Features verstärkt wird. Bei der Entwicklung lag das Augenmerk auf einer ausgeglichenen Formgebung und einem harmonischen Gesamtbild. Die geometrische Grundform wird von sanften Schwüngen und einem klaren Rhythmus begleitet. Die geradlinige, schlanke Form eignet sich ideal für Display-Einsätze. Ein wichtiges Merkmal ist die Vielfalt: Jedes Gewicht verfügt über Kapitälchen, zu jeder Stärke existiert eine passende Kursive. Ein großzügiger Zeichensatz unterstützt zahlreiche Sprachen und bietet ausgewählte Variationen und Zeichen.

*This collaborative Egyptian type family makes an unobtrusive impression while displaying pronounced curvatures. Altogether 18 cuts allow for variable applications that are additionally expanded through numerous OpenType features. In the development of the font, the focus was on creating balanced shapes and a harmonious overall impact. The geometric structure of the basic forms is accompanied by soft sweeps and a clear rhythm. With its straight, slender shapes, it is ideally suited for use as a display font. Variety is an important characteristic: each weight comes with caps and a matching italic version. A generous set of signs supports numerous languages and offers selected variations and symbols.*

Rulemaking Axon  
Breakfasting Gosy  
Qualifying Clerko  
Stenographer Kiss  
Groundwater Jigs  
Metaalbewerking  
Repacking Softly  
Stenographer Kiss  
Ringstraße Motel  
Wisecracking Mo  
Choklad & Ljuste  
Rekordflug Rags  
Återigen Söndag  
Glycerol Goshaw  
C'est dégoûtant!  
Copywriting Rof  
Wisecracking B  
Redacting buoy

Für lange Zeit, vom 15. bis Mitte des 18. Jahrhunderts, war die *Antiqua* das zentrale Schriftmodell für gedruckte Schrift. Unter Einfluss des *Klassizismus* wurden die Zeichenformen konstruierter und der Kontrast in den Strichstärken erhöhte sich. Dennoch waren die Schriftentwürfe vor dem 19. Jahrhundert beinahe ausschließlich auf den *Buchdruck* ausgerichtet und wurden daher für Textgrößen geschnitten und in diesen verwendet. Erst durch die Industrielle Revolution vergrößerte sich der typografische Markt beträchtlich. Die Unternehmer forderten von den Druckern größere, fettere und auffallendere Schriften für ihre Werbung. Die erste Schrift dieser Art wurde 1817 vom englischen Schriftschneider *Vincent Figgins* (1766–1844) entworfen. Der Entwerfer selbst taufte sein Versalalphabet noch *Antique*, der von ihm begonnene neue Schriftstil wird heute jedoch als *Egyptienne* bezeichnet und charakterisiert sich durch eine starke Betonung der *Serifen* und einen sehr geringen Strichstärkenkontrast. Der Name *Egyptienne* hat nichts mit Hieroglyphen zu tun, sondern mit der Begeisterung der Briten für alles Ägyptische während der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Die Bezeichnung sollte wohl die Aktualität betonen. Der Schriftstil verbreitete sich weltweit durch den Einfluss der Briten als Kolonialmacht.

Medium & Bold Italic 15/19 pt  
Thin & Medium Italic 15/19 pt  
Light & Light Italic 15/19 pt  
Regular & Regular Italic 15/19 pt  
Medium & Medium Italic 15/19 pt  
SemiBold & SemiBold Italic 15/19 pt  
Bold & Bold Italic 15/19 pt  
ExtraBold & ExtraBold Italic 15/19 pt  
Black & Black Italic 15/19 pt

**Studio** Schwarzsehen & type me! Fonts  
**Design** Jürgen Schwarz, Jakob Runge  
–  
**Auftraggeber** Client Eigenauftrag  
Self-initiated project  
[www.schwarzsehen.at](http://www.schwarzsehen.at)  
–  
**Kontakt** Contact  
Schwarzsehen & type me! Fonts  
14129 Berlin, Cimbernstraße 1  
M +43 (0)699 15 55 56 38  
[mailto: hello@muriza.com](mailto:hello@muriza.com)  
[www.muriza.com](http://www.muriza.com)



1844 Die Bedeutung der Eisenbahn wird bewusst. Die Verbindung der Hauptstadt Wien mit der Hafenstadt Triest ist das Anliegen. Über die Bezwungung des Semmeringpasses gibt es noch Unklarheiten. Man beginnt zunächst mit der Strecke (1842) von Mürzzuschlag nach Graz. Eröffnet wird am 21. Oktober 1844. 1848 CARL RITTER V. GHEGA bekommt den Auftrag den Semmeringbahnbau zu verwirklichen, die 1854 eröffnet wird.

DAS GEHEIMNIS GUTER SCHRIFTEN LIEGT OFT IM VERBORGENEN.

Apfelspatzn<sup>®</sup>

Metaalbewerking

£ 17.04 ≈ ₺ 62,42

C'est dégoûtant!

an effective office equipment

Magique

KÜRBISKERNÖL & SCHMANKERL

SCHOELLER BLECKMANN STAHLWERKE AG >> 1924

47° 36' N, 15° 40' O

Spacewalking Quest



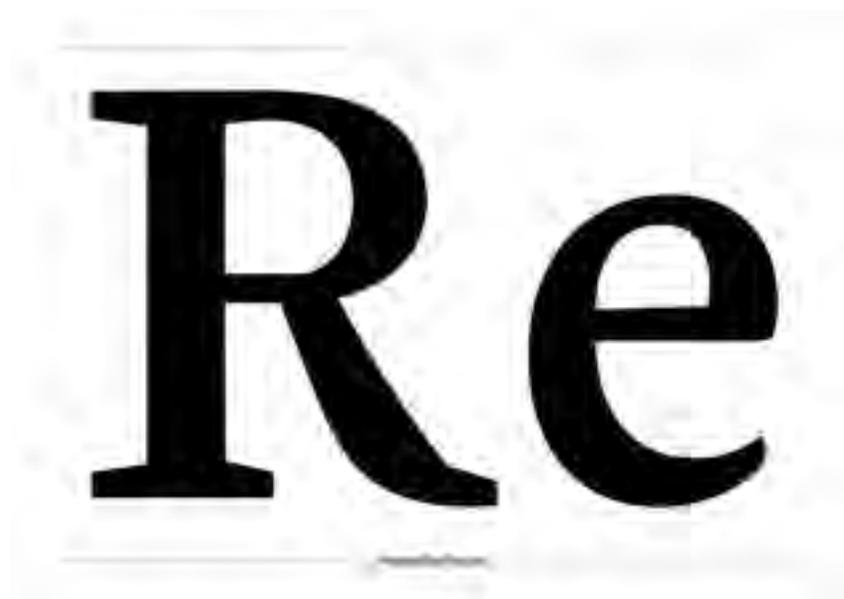
# A#04

## SCHRIFTGESTALTUNG

### TYPE DESIGN

*Bronze*

Rekja  
Schriftfamilie  
Type family



Meist wird die Italic-Version als Auszeichnungsschnitt zur »Normalen« entwickelt. Doch wäre es nicht sinnvoll, wenn sie mit ihren dynamischen und doch harmonischen Formen die Basisstruktur einer Schrift definiert? Die Grundformen der Rekja Italic wurden zunächst mit Pinsel und Feder auf Papier gezeichnet. Ausgewählte Schriftzeichen wurden in der Folge eingescannt und am Computer ausgearbeitet. Erst danach wurde eine passende Geradestehende entwickelt, die den Charakter der Italic beibehält. Das Ergebnis ist eine barockähnliche Antiqua. Durch ihre markanten Serifen wirkt sie einerseits stabil und streng; andererseits verleihen ihr schwungvolle Rundungen Lebhaftigkeit. Die ausgewogene Mischung von Dynamik und Statik macht sie zu einer spannungsvollen, aber unaufdringlichen Schrift, die sich dank der guten Lesbarkeit besonders für längere Textpassagen eignet.

*Most of the time, italic cuts are used for emphasis, as opposed to »regular« styles. But why not make use of their dynamic yet harmonious shapes to define the basic structure of a typeface? Consequently, the basic forms of Rekja Italic were first drawn on paper with brush and pen. Selected letters were subsequently scanned in and finished on the computer. Only then was a matching »straight« version developed, in which the italic cut's character has been preserved. The result is an Antiqua whose appeal is reminiscent of that of Baroque scripts. Through its pronounced serifs it looks stable and rigid, whereas its sweeping curves generate a great deal of vivacity. This balanced mixture of dynamism and a static appearance make it an exciting yet unobtrusive font, which thanks to its good legibility is also suitable for longer text passages.*

**Studio** Nouvelle Noire  
**Design** Anton Studer  
-  
**Auftraggeber Client** Eigenauftrag  
*Self-initiated project*  
-  
**Kontakt Contact**  
Nouvelle Noire  
8005 Zürich, Konradstrasse 28  
T +41 (0)78 859 99 52  
[mailto: as@nouvellenoire.ch](mailto:as@nouvellenoire.ch)  
[www.nouvellenoire.ch](http://www.nouvellenoire.ch)

For Books,  
*Newspapers*  
& Magazines

*a*

*Italic*

a

Upright

54 54

Regular, *Italic*  
**Bold, *Bold Italic***

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg  
Hh Ii Jj Kk Mm Nn  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789 &

Welch seltene Form muss es denn sein?  
**Theorÿ**

fi ff fl fj st ch ck { 1824 – 1920 }

**INDEPENDENCE**

*Création d'imprimerie*

*Should the Italic variation of a typeface be made after the upright one? Can not the Italic form that is often quite more dynamic and harmonic be the leading characteristic for the design of a typeface? ¶*

# A#05

*Graphic Design*

# PLAKATGESTALTUNG POSTER DESIGN

# *And the Winners Are ...*

Gratulation! / Congratulations!

gggrafik .....	DE
Zup .....	IT
Peter/Noth .....	CH
Sägenvier Designkommunikation .....	AT
Marc Damm .....	AT
gggrafik .....	DE
Isabelle Winter/Staatstheater Kassel .....	DE
Isabelle Winter/Staatstheater Kassel .....	DE
Markwald Neusitzer Identity .....	DE
3007 .....	AT

# A#05

## PLAKATGESTALTUNG

## POSTER DESIGN

### *Gold!*

transit

Plakat für ein zeitgenössisches  
Kunstfestival

*Poster for a contemporary art festival*

Dieses Plakat für ein Festival zeitgenössischer Kunst präsentiert sich als dreifarbiger Siebdruck auf grauem Papier. Der Leitkegel symbolisiert eine zeitlich begrenzte (= zeitgenössische) Situation – einen »Transitzustand« sozusagen, der vorübergehenden Charakter hat – und macht gleichzeitig als eine Art Warnzeichen auf das Ereignis aufmerksam.

*This poster for a contemporary art festival presents itself as a three-coloured silkscreen print on grey paper. The traffic cone symbolises a (con)temporary situation – a state of transit characterised by the fact that it is limited in terms of time – and simultaneously attracts attention as a warning signal.*

**Studio** gggrafik

**Design** Götz Gramlich

–

**Auftraggeber Client** Pascal Baumgartner

[www.willibender.de](http://www.willibender.de)

–

**Kontakt Contact**

gggrafik

69115 Heidelberg, Goldschmidtstraße 03

T +49 (0)6221 890 16 56

[mailto: gg@gggrafik.de](mailto:gg@gggrafik.de)

[www.gggrafik.de](http://www.gggrafik.de)



WILLIAMS  
TRANSIT B-HD  
14.03. - 20.06.14

FESTIVAL  
DER  
TEMPORÄREN  
KUNSTSTÄTTEN

HEIDELBERG  
WOW GALERIE

14.03 PHILIPP GLEIS  
20.03 PONG LI  
26.03 WOW123  
04.04 BORIS DORNBUSCH  
20.04 PONG LI  
01.05 ELLA KEHRER / VAULA GIBSON  
08.05 MARC C. WODHE  
20.05 BORIS DORNBUSCH

BERLIN  
POTSDAMER BB

21.03 DNAN & LIVE / OPONHO BERYN  
28.04 CY WILSON  
02.05 LIMOW  
02.05 MAX GARTNER  
02.05 PONG LI  
17.05 BORIS DORNBUSCH  
17.05 JOHN WARD KNIGHT  
21.05 KOLLEKTIV-AUSSTELLUNG / CLUSINE BERLIN

# A#05

## PLAKATGESTALTUNG

### POSTER DESIGN

*Silber*  
*Silber*

**NID Fashion Show**  
**Plakate für eine Modeschau**  
*Posters for a fashion show*

NID ist ein Designinstitut mit Sitz in Perugia, Italien. Jahr für Jahr organisiert die Schule eine Modeschau mit Kleidung, die ausschließlich von den Studierenden entworfen und hergestellt und der Öffentlichkeit der Stadt präsentiert wird. Das Grafikdesign für die Veranstaltung basiert auf dem Gedanken der Veränderung und nimmt stilistische Anleihen bei der Modewelt. Herausgekommen ist ein provokantes Tribut an eine Disziplin, die ihr wahres Wesen oft nicht auf den ersten Blick zu erkennen gibt.

*NID is a professional design institute based in Perugia, Italy. Every year the school organises a fashion show featuring clothes designed and manufactured in their entirety by the students, which are then presented to the city in a public event. The graphic design for the event is inspired by the concept of change, borrowing stylistic elements from the world of fashion in a provocative tribute to a discipline that often does not reveal its true nature immediately.*

**Studio Zup**

**Design** Lucia Roscini, Andrea Medri,  
Marco Fagioli

-

**Auftraggeber Client** NID Nuovo Istituto  
Design

[www.nuovoistitutodesign.it](http://www.nuovoistitutodesign.it)

-

**Kontakt Contact**

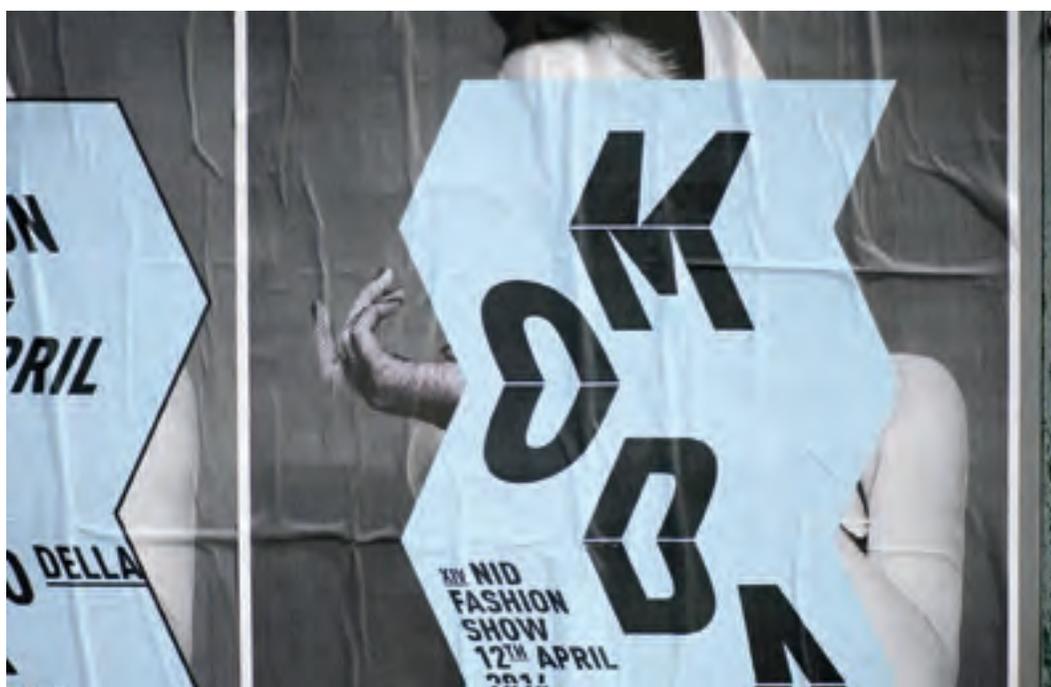
Zup

06121 Perugia, Via Manfredo Fanti 6

T +39 (0)75 573 87 14

mailto: [zup@zup.it](mailto:zup@zup.it)

[www.zup.it](http://www.zup.it)



**XIV NID  
FASHION  
SHOW  
12<sup>TH</sup> APRIL  
2014  
7.30 PM**

**XIV NID  
FASHION  
SHOW  
12<sup>TH</sup>  
2014  
7.30 PM  
PALAZZO  
PENNA  
PERUGIA**

**PALAZZO DELLA  
PENNA  
DEDICATA  
A PERUGIA**

**PRENOTAZIONE OBBLIGATORIA**

**NID**

NID Nuovo Istituto Design  
4 collezioni pronto moda, prêt-à-porter  
e haute couture, realizzate dagli stilisti NID

prenotazioni:  
info@nuovoistitutodesign.it  
tel. 075 34868



# A#05

## PLAKATGESTALTUNG POSTER DESIGN

### Bronze

Kulturherbst Winterthur  
Plakate für ein Kulturfestival  
Winterthur Culture in Autumn  
Posters for a cultural festival

Die Pfeile auf den Plakaten versinnbildlichen den spartenübergreifenden Austausch der an diesem Kulturfestival beteiligten Museen. Mit einer reduzierten, auf das Allerwesentliche beschränkten Formensprache und Beschriftung gelingt es, die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen.

*The arrows on the posters visualise the interdisciplinary exchange among the museums participating in this cultural festival. The imagery and typography, reduced to the most basic essentials, are most successful in attracting attention.*

**Studio** Peter / Noth  
**Design** Janine Peter, Alexandra Noth

**Auftraggeber Client** IG Kunstsamm-  
lungen Winterthur  
[www.kulturherbst.ch](http://www.kulturherbst.ch)

**Kontakt Contact**

Janine Peter  
8400 Winterthur, Lagerplatz 21  
M +41 (0)78 619 92 24  
[mailto: kontakt@janinepeter.ch](mailto:kontakt@janinepeter.ch)  
[www.janinepeter.ch](http://www.janinepeter.ch)

Alexandra Noth  
8400 Winterthur, Steinberggasse 18  
T +41 (0)52 508 02 02  
[mailto: kontakt@alexandranoth.ch](mailto:kontakt@alexandranoth.ch)  
[www.alexandranoth.ch](http://www.alexandranoth.ch)



Kunst & Wissenschaft  
Winterthur 6.9.–16.11.2013  
www.kulturherbst.ch



Der Kulturherbst Winterthur wird veranstaltet von: CoalMine Fotografie, Fotomuseum Winterthur, Fotostiftung Schweiz, Gewerbemuseum Winterthur, Internationale Kurzfilmtage Winterthur, Kunsthalle Winterthur, Kunstmuseum Winterthur, Minzabinett, Museum Oskar Reinhart, Musikkollegium Winterthur, Naturmuseum Winterthur, Sammlung Oskar Reinhart «Am Römerholz», Swiss Science Center Technorama, Theater Winterthur, Verein Perform Now, Villa Flora, Winterthurer Bibliotheken



Kunst & Wissenschaft  
Winterthur 6.9.–16.11.2013  
www.kulturherbst.ch



Der Kulturherbst Winterthur wird veranstaltet von: CoalMine Fotografie, Fotomuseum Winterthur, Fotostiftung Schweiz, Gewerbemuseum Winterthur, Internationale Kurzfilmtage Winterthur, Kunsthalle Winterthur, Kunstmuseum Winterthur, Minzabinett, Museum Oskar Reinhart, Musikkollegium Winterthur, Naturmuseum Winterthur, Sammlung Oskar Reinhart «Am Römerholz», Swiss Science Center Technorama, Theater Winterthur, Verein Perform Now, Villa Flora, Winterthurer Bibliotheken



# A#05 PLAKATGESTALTUNG POSTER DESIGN

## Bronze

vorarlberg museum –  
Jenseits der Alpen  
Ausstellungsplakate  
Beyond the Alps  
Exhibition posters

Für die erste Ausstellung des neu eröffneten Museums gab es zwei Plakatsujets. Das eine lehnt sich gestalterisch an die Eröffnungsp plakate an, indem es eine kleine persönliche Geschichte aus der Ausstellung erzählt. Das zweite Sujet zeigt, dass das Designkonzept auch feiere und individuellere Ideen zulässt.

*For the newly opened museum's first exhibition, two motifs for posters were developed. In terms of design, the first approximates the style of the opening posters by telling a little personal story that is also part of the exhibition. The second motif shows that the design concept also allows freer and more individual ideas.*

**Madame Meyer  
und ihre Besucher**

Die über 4000 Meter hohe „Jungfrau“ dürfte ihren Namen einst den Besitzerinnen einer Alpe am Fuße des Berges verdanken, den Nonnen des Klosters Interlaken. Mit der Erstbesteigung durch Johann Rudolf Meyer 1811 wurde der bis dahin unberührte Gipfel vom Volksmund in „Madame Meyer“ umbenannt.

**Erfahren Sie mehr in der Ausstellung *Jenseits der Ansichtskarte, Die Alpen in der Fotografie* von 8. Februar bis 25. Mai 2014.**

Hausponsor Kooperationspartner Kornmarktplatz 1  
6900 Bregenz  
Österreich  
T +43 (0)5574 46050  
vorarlbergmuseum.at

verstehen, wer wir sind

**Studio** Sägenvier Designkommunikation  
**Design** Stefan Amann

**Auftraggeber Client** vorarlberg museum  
[www.vorarlbergmuseum.at](http://www.vorarlbergmuseum.at)

**Kontakt Contact**  
Sägenvier Designkommunikation  
6850 Dornbirn, Sägerstraße 4  
M +43 (0)650 27 48 100  
<mailto:ramoser@saegenvier.at>  
[www.saegenvier.at](http://www.saegenvier.at)



vorarlberg  
museum

empire/erf/ Foto: Georg Baur, Foto: 21.1009

enseits der  
Ansichtskarte.  
Die Alpen  
n der Fotografie  
08/02—25/05/14

Jer  
An  
Die  
In  
08/0

Kornmarktplatz 1  
6900 Bregenz  
Österreich  
T +43 (0)5574 46050  
vorarlbergmuseum.at

Hausponsor



Kooperationspartner



Galerie Stihl | Wabblingen

verstehen, wer wir sind

# A#05 PLAKATGESTALTUNG POSTER DESIGN

## *Auszeichnung Distinction*

Die Goldene Stunde 2013  
Konzertplakate

The Golden Hour 2013  
Concert posters

Diese Plakatserie wurde für eine neue Konzertreihe für Orgelmusik in der Wiener Jesuiten- und Universitätskirche entwickelt. Darbietungen heimischer und internationaler Organisten begleiten die besondere Lichtstimmung, welche die Abendsonne, deren Wirkung Barockarchitekt Andrea Pozzo in seine Pläne einbezogen hatte, im Inneren des Kirchenschiffs entfacht. Die Plakate für den Sommerzyklus 2013 übersetzen dieses Phänomen ins Typografische. Auf einer freien, assoziativen Ebene laden subtile thematische Hinweise ein, die Motive wie das Licht ergänzend zur Klangebene oder davon losgelöst zu erfahren.

*This poster series was developed for a new cycle of organ music concerts at Vienna's Old University and Jesuit Church. The performances of local and international organists accompany the special atmosphere of light sparked by the evening sun in the interior of the nave, just as it had been planned by the Baroque architect Andrea Pozzo. The posters for the 2013 summer cycle translate this phenomenon into a typographic approach. On a free and associative level, subtle thematic clues invite the viewer to experience the motifs in the same way as they experience the light, either as a complement to the sound or separate from it.*



**Studio** damm

**Design** Marc Damm

-

**Auftraggeber Client** Verein für mehr als nur Musik

[www.diegoldene.stunde.at](http://www.diegoldene.stunde.at)

-

**Kontakt Contact**

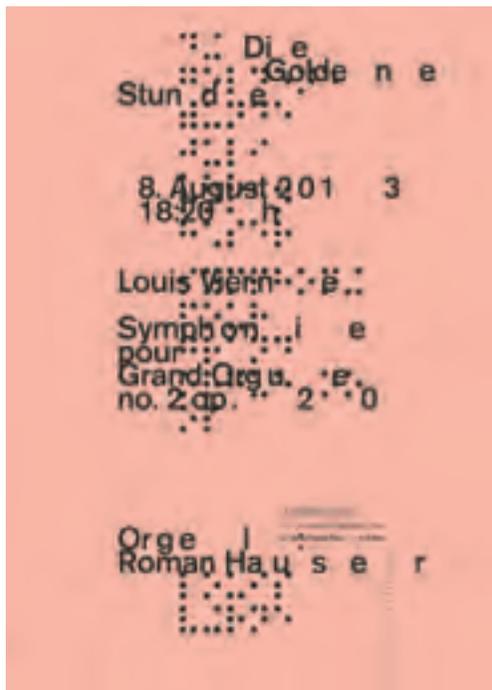
damm

1050 Wien, Kettenbrückengasse 23/2/1

M +43 (0)676 739 22 17

<mailto:marcdamm@hotmail.com>

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



# A#05

## PLAKATGESTALTUNG

## POSTER DESIGN

### *Auszeichnung*

### *Distinction*

occupy markets  
Sozialkritisches Plakat  
Social poster

Das typografische Plakat ist als Beitrag für den Plakatwettbewerb »Occupy: What's Next?« entstanden und verwendet als Bildträger eine Seite mit Börsenkursen aus den »Financial Times Deutschland«. Mit schwarzen Balken wurde darauf eine Guy-Fawkes-Maske, das Symbol der Occupy-Bewegung, gestaltet.

*For this typographic poster conceived for the »Occupy: What's Next?« poster competition, a stock market page of the German edition of the »Financial Times« was chosen as a support. Using black censor bars, the designer created the image of a Guy Fawkes mask, the symbol of the Occupy movement.*

**Studio** gggrafik

**Design** Götz Gramlich

-

**Auftraggeber Client** gggrafik

-

**Kontakt Contact**

gggrafik

69115 Heidelberg, Goldschmidtstraße 03

T +49 (0)6221 890 16 56

[mailto: gg@gggrafik.de](mailto:gg@gggrafik.de)

[www.gggrafik.de](http://www.gggrafik.de)



# A#05

## PLAKATGESTALTUNG POSTER DESIGN

### *Auszeichnung Distinction*

Wir spielen für Sie  
Plakatkampagne für ein Theater

We Play for You  
Poster campaign for a theatre

Die Plakatreihe für die Jahreskampagne des Staatstheaters Kassel von 2013/14 greift Emotionen auf, die auf der Bühne verkörpert werden. Idealerweise fühlt das Publikum mit. Die typografischen Plakate geben sich ganz schlicht; bloß die Verfremdung eines oder mehrerer Buchstaben visualisiert den angesprochenen Gemütszustand. Ein gelungener Theaterabend zeichnet sich dadurch aus, dass er den Menschen auf der Bühne und im Saal Emotionen entlockt, die im Alltag nicht so einfach ausgelebt werden können.

*This poster series for the Staatstheater Kassel's yearly campaign for 2013/14 plays with emotions embodied by actors on the stage and which ideally evoke an emotional response from the audience. The typographic posters stand out for their great simplicity; solely the distortion of one or several letters signals the state of mind in question. A successful evening at the theatre always arouses emotions in people – both on the stage and in the audience: feelings that cannot be acted out so easily in everyday life.*

**Design** Isabelle Winter

-

**Auftraggeber Client** Staatstheater Kassel  
[www.staatstheater-kassel.de](http://www.staatstheater-kassel.de)

-

**Kontakt Contact**

Staatstheater Kassel  
34117 Kassel, Friedrichsplatz 15  
M +49 (0)176 204 57 155  
<mailto:isabelle.winter@staatstheater-kassel.de>, [isabelle.winter@gmx.de](mailto:isabelle.winter@gmx.de)



träu\_w\_n

WIR TRÄUMEN FÜR SIE 

lie\_ben

WIR LIEBEN FÜR SIE 

# A#05

## PLAKATGESTALTUNG POSTER DESIGN

### *Auszeichnung Distinction*

Film ab!  
Konzertplakate  
Roll it!  
Concert posters

Diese Plakate kündigen ein Open-Air-Format für Orchesterkonzerte an. Gespielt wird Filmmusik, etwa aus »The Pink Panther«, »Star Wars« oder »The Blues Brothers«. Zumindest haben diese drei Beispiele ihren Weg auf die Affichen gefunden, auf denen sie in Form der abstrahierten Protagonisten vorstellig werden.

*These posters announce open-air orchestra concerts in which film music is performed, such as from »The Pink Panther«, »Star Wars«, or »The Blues Brothers«. At least these three examples have made their way onto the posters, on which they are represented by their abstracted protagonists.*



**Design** Isabelle Winter

-

**Auftraggeber Client** Städtische Werke  
AG, Kasseler Sparkasse, Staatstheater  
Kassel

[www.staatstheater-kassel.de](http://www.staatstheater-kassel.de)

-

**Kontakt Contact**

Staatstheater Kassel  
34117 Kassel, Friedrichsplatz 15  
M +49 (0)176 204 57 155

[mailto: isabelle.winter@staatstheater-  
kassel.de](mailto:isabelle.winter@staatstheater-kassel.de), [isabelle.winter@gmx.de](mailto:isabelle.winter@gmx.de)



# A#05

## PLAKATGESTALTUNG POSTER DESIGN

### Auszeichnung Distinction

Ballett am Rhein, 2013/14  
Plakatserie für ein Ballett-Theater  
Poster series for a ballet theatre

Die neue Plakatreihe des Balletts stellt das Thema Stofflichkeit und Bewegung in den Mittelpunkt. Eine Tänzerin und ein Tänzer der Kompanie stellen, ohne als erkennbare Individuen aufzutreten, kontrastierende Bewegungsmotive des klassischen Balletts dar. Es entsteht ein spannungsvoller Dialog zwischen Offenlegung und Verhüllung. Durch die Transparenz der Typografie und ihre Verzahnung mit den Figuren geht das Gestaltungskonzept auf die Bewegung und Sinnlichkeit der Motifs ein.

*The ballet theatre's new poster series focuses on texture and movement. A male and a female dancer – members of the company – perform contrasting movements from classical ballet without appearing as recognisable individuals. This results in an exciting dialogue between disclosure and concealment. Through the transparency of the typography and its interconnection with the figures, the design concept responds to their movements and the sensuality of the motifs.*



**Studio** Markwald Neusitzer Identity  
**Design** Nina Neusitzer, Nicolas Markwald  
**Bildidee & Fotografie** Idea &  
**Photography** Gert Weigelt  
-  
**Auftraggeber Client** Deutsche Oper am  
Rhein & Ballett am Rhein Düsseldorf  
Duisburg  
[www.operamrhein.de](http://www.operamrhein.de)  
-  
**Kontakt Contact**  
Markwald Neusitzer Identity  
60327 Frankfurt am Main,  
Schleusenstraße 9  
T +49 (0)69 256 26 999-0  
[mailto: markwald@mnidentity.de](mailto:markwald@mnidentity.de)  
[www.mnidentity.de](http://www.mnidentity.de)

**AFTERNOON  
OF A FAUN**

JEROME  
ROBBINS

**WITHOUT  
WORDS**

HANS VAN  
MANEN

**NACHT  
UMSTELLT**

MARTIN  
SCHLÄPFER

ballet



OPERNHAUS DÜSSELDORF  
WIEDERAUFNAHME: SO 29.09.2013  
Mi 02.10. | Fr 04.10. | So 13.10.2013

THEATER DUISBURG  
PREMIERE: DO 21.11.2013  
Di 03.12. | Sa 07.12. | Do 12.12.  
Sa 14.12. | Fr 20.12. | Do 26.12.  
Sa 28.12.2013

INFOS UND KARTEN  
0211.89 25-211  
0203.940 77 77  
[www.ballett.amrhein.de](http://www.ballett.amrhein.de)



BALLETT AM RHEIN  
DÜSSELDORF DUISBURG

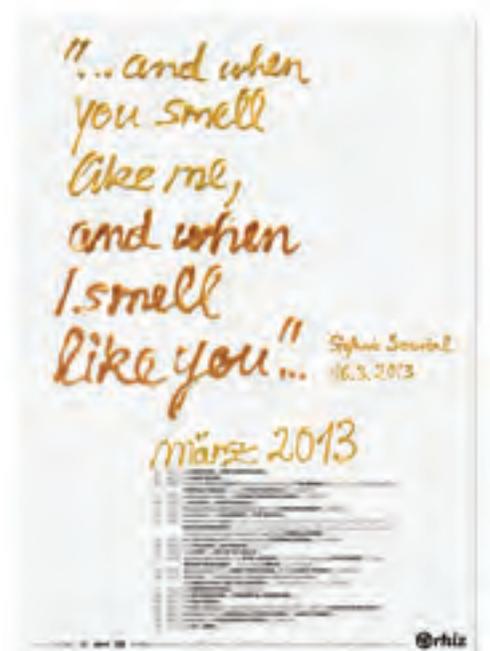
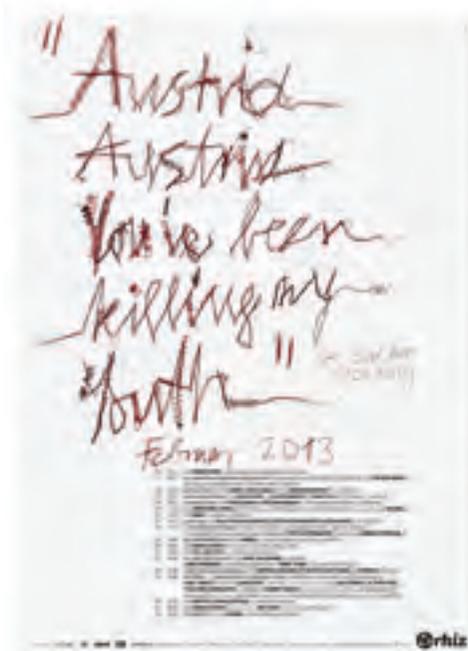
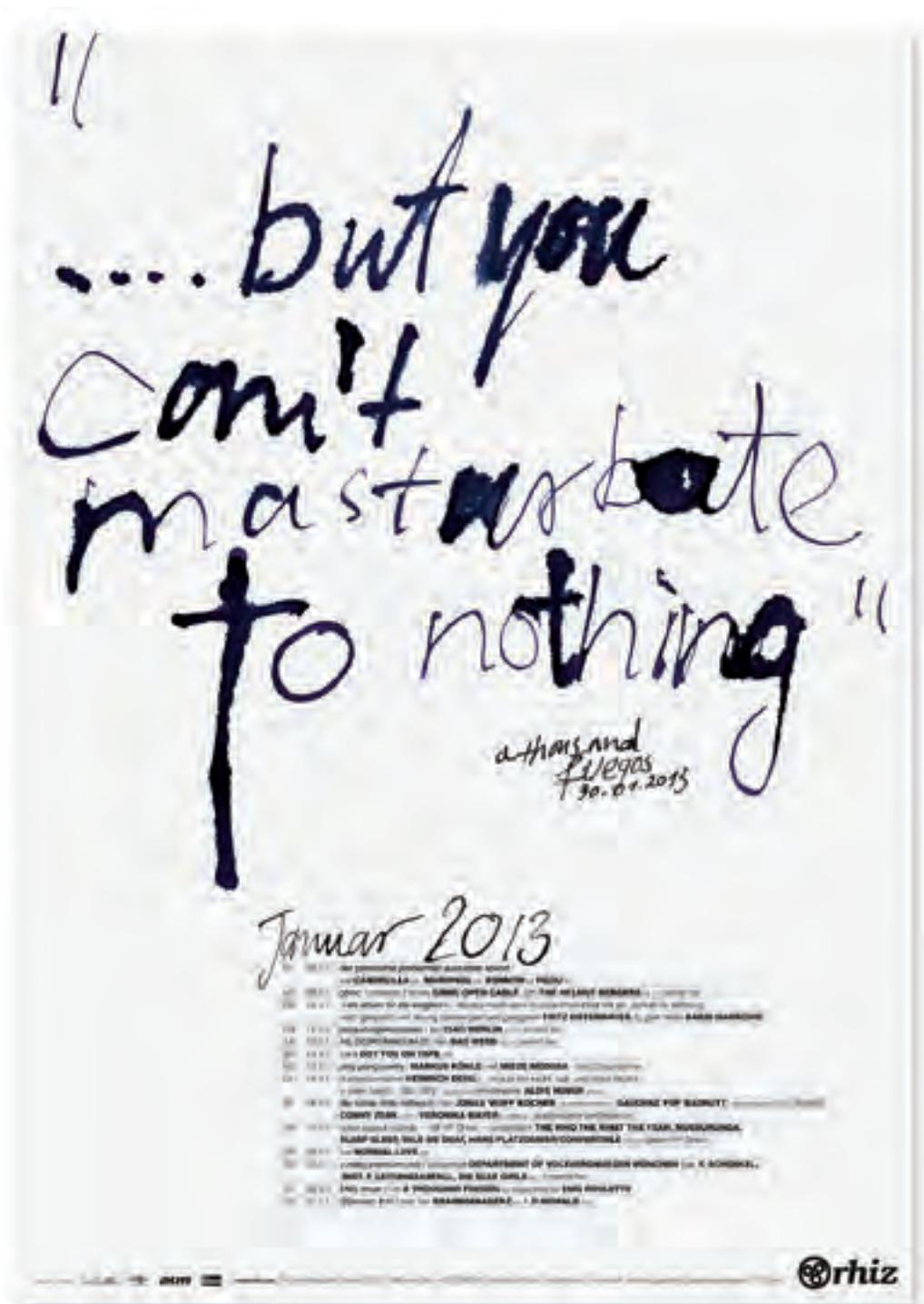
# A#05 PLAKATGESTALTUNG POSTER DESIGN

## Auszeichnung Distinction

analog lyrics, 2013  
Plakate für ein Musiklokal  
Posters for a music club

Im Jahr 2013 lag der Schwerpunkt der monatlichen Veranstaltungsplakate dieses Wiener Musiklokals auf den Songtexten auftretender Musiker und Musikerinnen. Die »lyrics« spielen eine große Rolle, wenn es um die Emotionalität und Ausdruckskraft von Musik geht. Pro Monat wurden Textauszüge in analoge Typoillustrationen umgesetzt, wobei versucht wurde, den Inhalt durch die Gestaltung zu unterstreichen. Es wurde genäht, mit Senf oder Eis geschrieben, gestempelt, getuscht, gemalt, geschnitten. Im öffentlichen Raum zogen die Sujets aufgrund ihrer vielfältigen Interpretationsmöglichkeiten die Aufmerksamkeit auf sich.

In 2013 the focus of these monthly event posters of a Vienna-based music club was on the song texts written by the performing musicians. Lyrics play a central role when it comes to the emotionality and expressivity of music. For each month, excerpts from a particular text were translated into an analogue typo illustration aimed at underscoring the content of the song through the design: the texts were sewn, written in mustard or ice cream, stamped, drawn in ink, painted, or cut. Due to their diverse possibilities of interpretation, the motifs attracted a great deal of attention in the public space.



Studio 3007  
Design & Illustration Eva Dranz  
Fotografie Photography Jochen Fill  
-  
Auftraggeber Client rhiz bar modern  
<http://rhiz.org>  
-  
Kontakt Contact  
3007  
1070 Wien, Neubaugasse 10/4  
T +43 (0)1 522 06 50  
mailto: [info@3007wien.at](mailto:info@3007wien.at)  
[www.3007wien.at](http://www.3007wien.at)

"...but you  
can't masturbate  
to nothing"  
Februar 2013

"Austria  
Austria  
You've been  
killing my  
youth"  
Februar 2013

"...and when  
you smell  
like me,  
and when  
I smell  
like you"  
März 2013

"I miss you  
I miss you  
I miss you"  
April 2013

"...Come  
into my  
concrete  
garden"  
MAI 2013

"the corner  
is the best  
place in  
the room -  
monsters  
living there"  
juni 2013

"... oh please,  
go with  
me to the  
ice cream  
shop..."  
Juli 2013

"GIVE ME A  
CIGARETTE  
CAUSE I DONT  
WANNA SMOKE  
NO MORE..."  
AUGUST 2013

"LOSS  
MEI HEN  
IN RUAH"  
SEPTEMBER 2013

"HOME IS  
WHERE MY  
HARD DISK  
IS"  
OKTOBER 2013

"...I try and  
I try  
But baby,  
you know  
I can only  
give you  
everything..."  
November 2013

"... HIER IST DAS  
MEER ZU ENDE  
UND HIER  
BEGINNT DER  
STRAND..."  
DEZEMBER 2013

# A#06

*Graphic Design*

EDITIONSDESIGN

EDITORIAL DESIGN

*And the Winners Are ...*  
Gratulation! / Congratulations!

Superfutura .....	DE
Thomas und Martin Poschauko .....	DE
Lead8z .....	HU
Projekttriangle Design Studio .....	DE
Lisa Matzi .....	AT
TGG Hafen Senn Stieger .....	CH
Shakti Paqué, Borries Schwesinger .....	DE
Knusperhäuschen Graphic er Art Direction .....	DE
formdusche – studio für gestaltung .....	DE
Manuel Radde .....	AT

# A#06

## EDITIONSDESIGN

### EDITORIAL DESIGN

#### *Gold!*

living rooms –  
Politik der Zugehörigkeiten  
im Wiener Gemeindebau  
Wissenschaftspublikation  
*Policies of Affiliation in  
Viennese Council Housing  
Scientific publication*

Das Buch untersucht den heutigen Wiener Gemeindebau und seine Veränderung im Lauf der Zeit. Der Band vereint Arbeiten und Texte von Künstlern/innen und Wissenschaftlern/innen und ist somit ein Kaleidoskop aus historischen Fakten, persönlichen Erinnerungen und künstlerischen und soziologischen Beobachtungen. Als typografische Entsprechung von Demokratie wurden die Schriften Arial und Times New Roman gewählt, die seit Mitte der 1980er-Jahre auf jedem Computer vorinstalliert sind. Spannende Schriftdetails schaffen interessante Gegensätze zur Normalität dieser Alltagsschriften. Dennoch wurde bei der Gestaltung in erster Linie auf die Lesbarkeit geachtet. Ein innovatives Feature sind die aufwendigen Fotodiagramme, deren sozioökonomische Daten mittels Gegenständen aus dem Lebensalltag visualisiert werden.

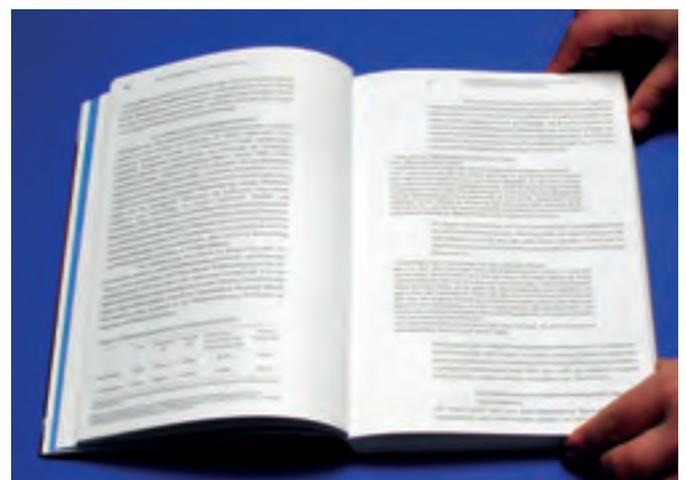
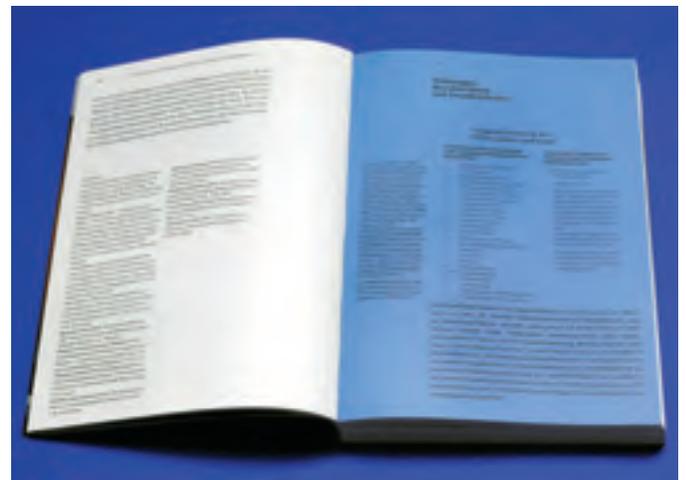
*This book takes a closer look at contemporary Viennese council housing and at how it has changed over the years. The publication combines works and texts by artists and scholars, so that it is a kaleidoscope of historical facts,*

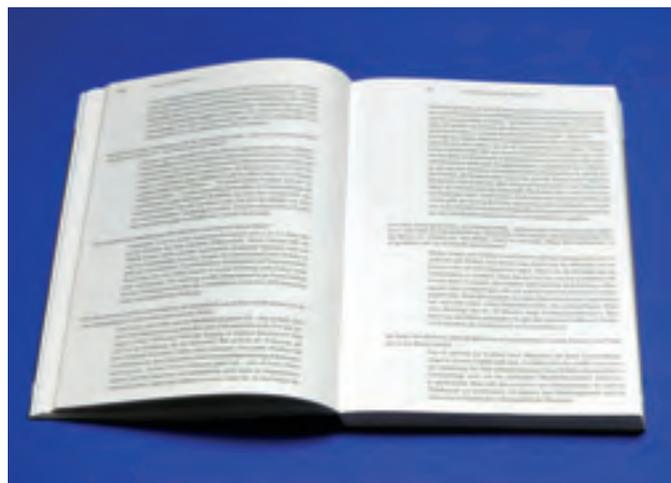
*personal memories, and artistic and sociological observations. As typographic equivalents to democracy, the typefaces Arial and Times New Roman have been chosen, which have been preinstalled on practically every computer since the mid-1980s. Exciting type details are meant to create interesting antipodes to the normality of these everyday typefaces. Nevertheless, the book was designed first and foremost with readability in mind. Elaborate photographic diagrams offering socio-economic data – for the visualisation of which daily objects were used – are a particularly innovative feature.*

**Studio** Superfutura  
**Design** Nina Reisinger  
**Illustration** Julia Rosenberger  
**Fotografie Photography** Julia Rosenberger, Florian Bettel u. a. and others

–  
**Auftraggeber Client** Florian Bettel, Julia Mourão Permoser, Sieglinde Rosenberger (HerausgeberInnen)  
[www.univie.ac.at/living-rooms/](http://www.univie.ac.at/living-rooms/)

–  
**Kontakt Contact**  
Superfutura  
12055 Berlin, Lahnstraße 75  
M +49 (0)176 100 90 592  
mailto: [mail@superfutura.com](mailto:mail@superfutura.com)  
[www.superfutura.com](http://www.superfutura.com)





# A#06

## EDITIONSDESIGN

### EDITORIAL DESIGN

### *Gold!*

Nea Machina. Die Kreativmaschine  
Kreativitätsbuch  
The Creativity Machine  
Creativity book

Hier werden ungeahnte Kreativpotenziale und eine unbändige Lust am »Machen« geweckt, die anhält und den manchmal zu sehr von Kopf und Computer dominierten Entwurfsprozess grundlegend verändert. Aus ihren Workshops und Seminaren nehmen die beiden Gestalter Erfahrungen und Optimierungsideen mit. In ihrem ländlichen Atelier bearbeiten sie dann ausgewählte Projekte abseits der Ablenkungen urbaner Kreativ-Zerstreuung und an der Schnittstelle zwischen angewandter und freier Kunst weiter, um sie erneut unters Volk zu bringen: wie zum Beispiel mit dieser vollkommen überarbeiteten Neuauflage ihres Erstlingserfolgs.

*This book arouses unforeseen creative potentials and an irresistible appetite for »making« things. This appetite prevails and fundamentally changes design processes, which are sometimes overly dominated by reason and the computer. From their workshops and seminars, the two designers take home new insights for optimising their work. In their studio in the countryside, they elaborate selected projects, removed from the distractions*

*of urban creativity divertimento and at the juncture of applied and fine arts, in order to disseminate their ideas once again among their audience – such as in this completely revised edition of their first success.*

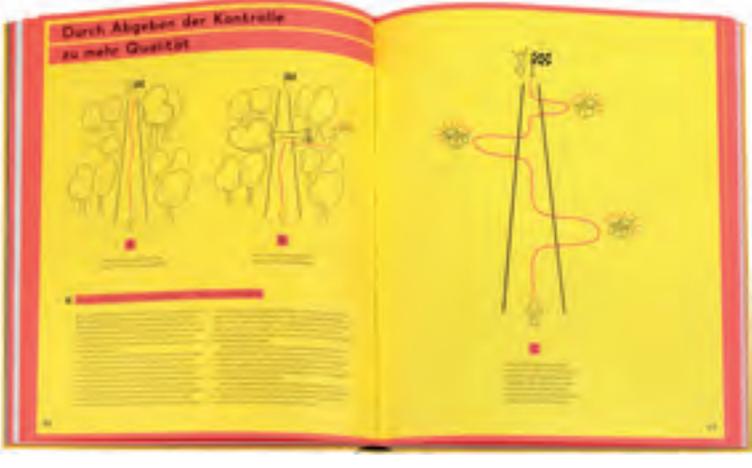


**Studio** Thomas + Martin Poschauko  
**Konzept, Design & Illustration** Konzept,  
**Design & Illustration** Thomas Poschauko,  
Martin Poschauko

**Auftraggeber Client** Verlag Hermann Schmidt Mainz  
[www.typografie.de](http://www.typografie.de)

**Kontakt Contact**  
Thomas + Martin Poschauko  
73075 Au bei Bad Aibling,  
Hauptstraße 48  
M +49 (0)1577 330 39 80,  
+49 (0)1577 399 43 80  
[mailto: info@poschauko.de](mailto:info@poschauko.de)  
[www.poschauko.de](http://www.poschauko.de)





# A#06

## EDITIONSDESIGN

### EDITORIAL DESIGN

## Silber

### Silber

Múzeum – A tanuló-ház.  
Múzeumelméleti esettanulmányok  
Museum – Haus des Lernens.  
Fallstudien in Museumstheorie  
Wissenschaftspublikation

Museum – A House for Learning.  
Case Studies in Museum Theory  
Scientific publication

Dies ist der erste Band einer Publikationsreihe, die sich mit Berufsbildern im Museum beschäftigt. Er beinhaltet 17 Studien und Aufsätze, die die Praxis der Institution theoretisch beleuchten. In jeder Ausgabe stellen die für das Layout verantwortlichen Designer einen jungen Schriftgestalter/eine junge Schriftgestalterin vor. Hier ist es Márton Hegedűs mit seiner Frustró Outline, inspiriert von der Kunst M. C. Eschers. Ziel ist es, die traditionsreiche ungarische Buchkultur mit ausgewählter Typografie zu erneuern.

*This is the first volume of a series of books exploring the museum profession. It contains 17 studies and essays analysing the institution's practice from a theoretical perspective. In each book, the designers responsible for the layout introduce a young type designer. This edition features Márton Hegedűs and his font Frustró Outline, which has been inspired by the art of M. C. Escher. It is the goal of this project to revive Hungary's traditional book culture through selected typography.*



**Studio** Lead82

**Design** Dávid Lencsés-Tóth,  
Dániel L. Németh, Zalán Péter Salát,  
Viktor Suszter

**Illustration** Máté Dobesch

**Autor Author** Péter György

**Mitarbeit Collaboration** Máté Kovalik,  
Árpád Szendrői, Zsuzsanna Patai

-

**Auftraggeber Client** Museum der  
schönen Künste Museum of Fine Arts,  
Budapest

[www.szepmuveszeti.hu](http://www.szepmuveszeti.hu)

-

**Kontakt Contact**

Lead82

1151 Budapest, Veresegyház utca 21

T +36 (0)20 430 02 76

[mailto: salat.zalan.peter@gmail.com](mailto:salat.zalan.peter@gmail.com),

[nemeth.l.daniel@gmail.com](mailto:nemeth.l.daniel@gmail.com)

[www.lead82.com](http://www.lead82.com)



# A#06

## EDITIONSDESIGN

### EDITORIAL DESIGN

## Silber

## Silver

**ZEIT WERT GEBEN –**  
Ein Inspirationsbuch mit  
40 guten Gedanken  
Ideenskizzenbuch

**GIVE TIME VALUE –**  
An Inspirational Book with  
40 Good Thoughts  
Ideas sketchbook

»Bücher sind nur dickere Briefe an Freunde«, meinte der Dichter Jean Paul. In diesem Geist ist der vorliegende Band entstanden. Erschienen ist er zum 40-jährigen Jubiläum eines Unternehmens, das sich auf diese Weise für Engagement, Treue und Kritik bedanken möchte. Es tut dies mit philosophischen Impulsen und mit Inspirationen von Künstlerinnen und Künstlern. Das Buch will zum Weiterdenken und Weitermachen ermuntern und den Leser/ die Leserin anregen, bei sich und anderen Potenziale zu entfalten. In diesem Sinn versteht es sich als Ideenskizzenbuch mit viel Freiraum für eigene Gedanken, Texte und Bilder.

»Books are merely thicker letters to friends,« said the poet Jean Paul. The present book was made in this spirit. It was published on the 40th anniversary of a company wishing to thank people for their commitment, loyalty, and criticism. And it did so with philosophical insights and inspirations thought out by artists. The book seeks to encourage readers to contemplate the world, live their lives, and set free unused potentials in themselves and others. In this sense, it offers itself as a sketchbook for ideas, with lots of free space for thoughts, texts, and images.



**Studio** Projekttriangle Design Studio

**Konzept & Design** Concept & Design

Danijela Djokic, Martin Grothmaak,

Theresa Brandau

-

**Auftraggeber** Client dm-drogerie markt

GmbH + Co KG

[www.dm.de](http://www.dm.de)

-

**Kontakt** Contact

Projekttriangle Design Studio

70178 Stuttgart, Humboldtstraße 4

T +49 (0)711 62 00 93-0

[mailto: mail@projekttriangle.com](mailto:mail@projekttriangle.com)

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



# A#06

## EDITIONSDESIGN

### EDITORIAL DESIGN

## Bronze

Schwarze Hunde & Bunte Schafe  
Familiengeschichte

Black Dogs and Chequered Sheep  
A family history

Die Autorin und Gestalterin dieses Buches beschäftigt sich mit der Gegensätzlichkeit der beiden Familien, aus denen sie kommt. Während die eine eher der konservativ-ländlichen Bevölkerung zuzuordnen ist, zeichnet sich die andere durch einen latenten Hang zum Alkohol und ein freundschaftliches Verhältnis zu Obdachlosen aus. Es ergibt sich eine Welt der Widersprüche und filmreifer Anekdoten. Die Herausforderung bestand darin, die Familien visuell darzustellen, ohne einzelne Mitglieder direkt abzubilden oder bloßzustellen. Durch Infografiken, Collagen, Zitate und einen freien Umgang mit Typografie wird dennoch ein sehr persönliches Bild gezeichnet, das Sprach- und Beziehungsmuster und Rollenverhalten thematisiert.

*The author and designer of this book deals with the polarity between the two families into which she was born. While the background of the one can be described as more or less conservative and rural, the other stands out for its latent penchant for alcohol and friendly contacts with the homeless. The result is a world of contradictions and unbelievably funny anecdotes. The challenge was to represent the families visually in such a way that its individual members would not be unduly exposed. Through infographics, collages, quotes, and a free handling of typography, it has nevertheless been possible to draw a very personal picture that addresses language and relationship patterns and role behaviour.*

**Konzept & Design Concept & Design**

Lisa Matzi

-

**Auftraggeber Client** Höhere Graphische  
Bundes-Lehr- und Versuchsanstalt  
[www.graphische.net](http://www.graphische.net)

-

**Kontakt Contact**

Lisa Matzi

M +43 (0)664 206 58 40

[mailto: lisa.matzi@hotmail.de](mailto:lisa.matzi@hotmail.de)

[www.behance.net/maetzchen](http://www.behance.net/maetzchen)





# A#06

## EDITIONSDESIGN

### EDITORIAL DESIGN

#### *Auszeichnung* *Distinction*

Gallus & Pretoria, Typotron-Heft 30  
Periodikum

Issue No. 30  
Periodical

Diese Ausgabe des Periodikums, erschienen zum Jubiläum des Gallus, beschäftigt sich mit der Bedeutung des Heiligen für die Ostschweiz. Das Format war durch die Publikationsreihe vorgegeben. Dennoch wurde versucht, dem Heft durch die Einarbeitung typischer Elemente Magazincharakter zu verleihen. Die Texte der Autoren sind auf ungestrichenem Papier gedruckt. Der Katalogteil mit Exponaten aus dem Völkerkundemuseum St. Gallen erscheint auf Glanzpapier und wurde ins Heft eingestreut. Bauernregeln und Zitate zeichnen sich durch mittelaxiale Typografie auf Doppelseiten aus. Eine »Wühlkiste« mit verschiedenen Objekten zum Thema ist als Stapel angeordnet, der Schicht um Schicht – Seite um Seite – abgetragen werden kann.

*The periodical's present issue, which appeared during the jubilee celebrations of Saint Gall, deals with his significance for Eastern Switzerland. In spite of the preset dimensions of the publication series, efforts were made to give the booklet the air of a magazine by integrating a number of characteristic elements. The authors' texts are printed on uncoated paper. The catalogue part, presenting exhibits from the St. Gallen Museum of Ethnology, is reproduced on glossy paper and scattered throughout the booklet. Weather lore and quotes are centred and run across double-page spreads. A »rummage box« containing a diversity of objects related to the theme is arranged as a pile that can be dissipated layer by layer, page by page.*



**Studio** TGG Hafen Senn Stieger  
**Design** TGG Hafen Senn Stieger

**Auftraggeber Client** Typotron AG  
(Rolf Stehle)

[www.typotron.ch](http://www.typotron.ch)

**Kontakt Contact**

TGG Hafen Senn Stieger

9012 St. Gallen,

Obere Berneggstraße 66

T +41 (0)71 274 20 01

<mailto:roland.stieger@tgg.ch>

[www.tgg.ch](http://www.tgg.ch)



# A#06

## EDITIONSDESIGN

### EDITORIAL DESIGN

#### *Auszeichnung* *Distinction*

Was vom Leser übrig bleibt  
Fundstücke aus Büchern in Buchform  
*What Is Left of the Reader*  
*Things found in books made into a book*

Bücher können intime Geschichten erzählen, die dem Buchrücken nicht zu entnehmen sind. Blättert man in einem Antiquariat in einem Buch, fällt vielleicht ein Lesezeichen, eine gepresste Blume, ein Einkaufszettel oder eine Fahrkarte heraus. Für diesen Band wurden Tausende Bücher auf diverse Geheimnisse hin untersucht und diese wieder in Buchform gepackt – dieses Mal jedoch als Protagonisten.

*Books can tell intimate stories that are not revealed on the spine. Leafing through a book at an antiquarian bookseller might cause a bookmark, pressed flower, shopping list, or bus ticket to fall out. For the present volume, thousands of books have been examined for such secrets, which have then been repacked into a book – this time, however, as its protagonists.*



**Design** Shakti Paqué,  
Borries Schwesinger

-

**Auftraggeber Client** Verlag Hermann  
Schmidt Mainz  
[www.typografie.de](http://www.typografie.de)

-

**Kontakt Contact**  
Verlag Hermann Schmidt Mainz  
55129 Mainz, Robert-Koch-Straße 8  
T +49 (0)6131 50 60 30  
[mailto: info@typografie.de](mailto:info@typografie.de)  
[www.typografie.de](http://www.typografie.de)



# A#06

## EDITIONSDESIGN

### EDITORIAL DESIGN

## Auszeichnung

### Distinction

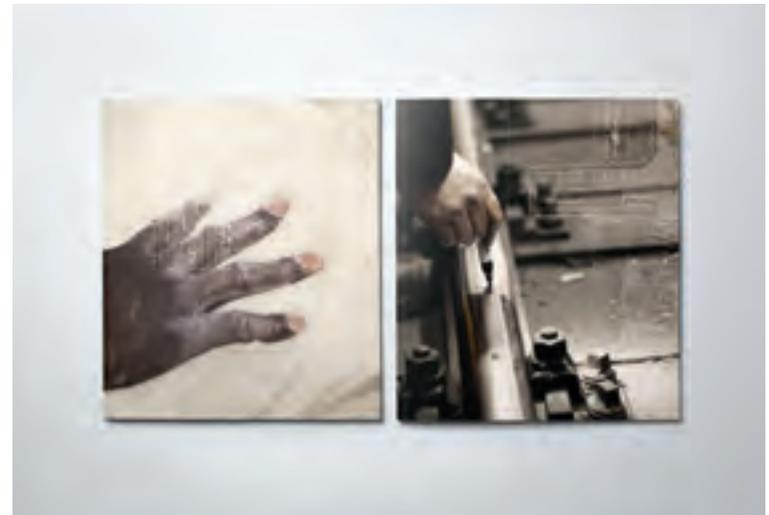
Heinzelmännchen  
Berufsdokumentation  
Vocational documentation

Im Blickpunkt steht die Arbeit von Menschen, deren Tätigkeiten wir als selbstverständlich hinnehmen. Das Projekt blickt hinter die Fassade, um herauszufinden, wie das Leben dieser Männer und Frauen aussieht. Sie wurden bei der Arbeit und privat begleitet und dabei fotografiert und gefilmt. Das Buch und der dazugehörige Film sind rein dokumentarisch. Jede Seite ist Teil eines Zeitstrahls, der mit der ersten Seite beginnt und mit der letzten endet. Angaben von Datum und Uhrzeit unterstreichen den Dokumentarcharakter. Zusätzliche Dokumente wie Arbeitspläne und Produktionslisten wurden eingearbeitet und sind durch transparente Seiten hervorgehoben. Die wörtlich transkribierten Texte unterliegen einem strengen typografischen Konzept, welches aufgrund verschiedener Parameter millimetergenau berechnet wurde.

*This project highlights the work of people we frequently take for granted and looks behind the façade in order to find out what the lives of these men and women are really like. While accompanied at work and in their private environment, they were photographed and filmed. The resulting book and film are pure documentaries. Each page of the book is part of a timeline that starts with the first page and ends with the last. Date and time indications emphasise the documentary character of the project. Such additional documents as work schedules and production lists have been integrated on transparent pages for emphasis. The texts, which have been transcribed word for word, follow a rigid typographic concept that has been calculated to the millimetre using various parameters.*

**Studio** Knusperhäuschen Graphic & Art Direction  
**Design** Erich Moosbrugger  
**Fotografie Photography**  
Martin Anger, Benedikt Hageneder  
**Video & Schnitt Video & Cutting**  
Benedikt Simon Hageneder  
-  
**Auftraggeber Client** Erich Moosbrugger  
-  
**Kontakt Contact**  
Knusperhäuschen Graphic & Art Direction  
10555 Berlin, Alt-Moabit 37  
M +49 (0)157 572 98 551  
mailto: info@weknusper.com  
www.weknusper.com





# A#06

## EDITIONSDESIGN

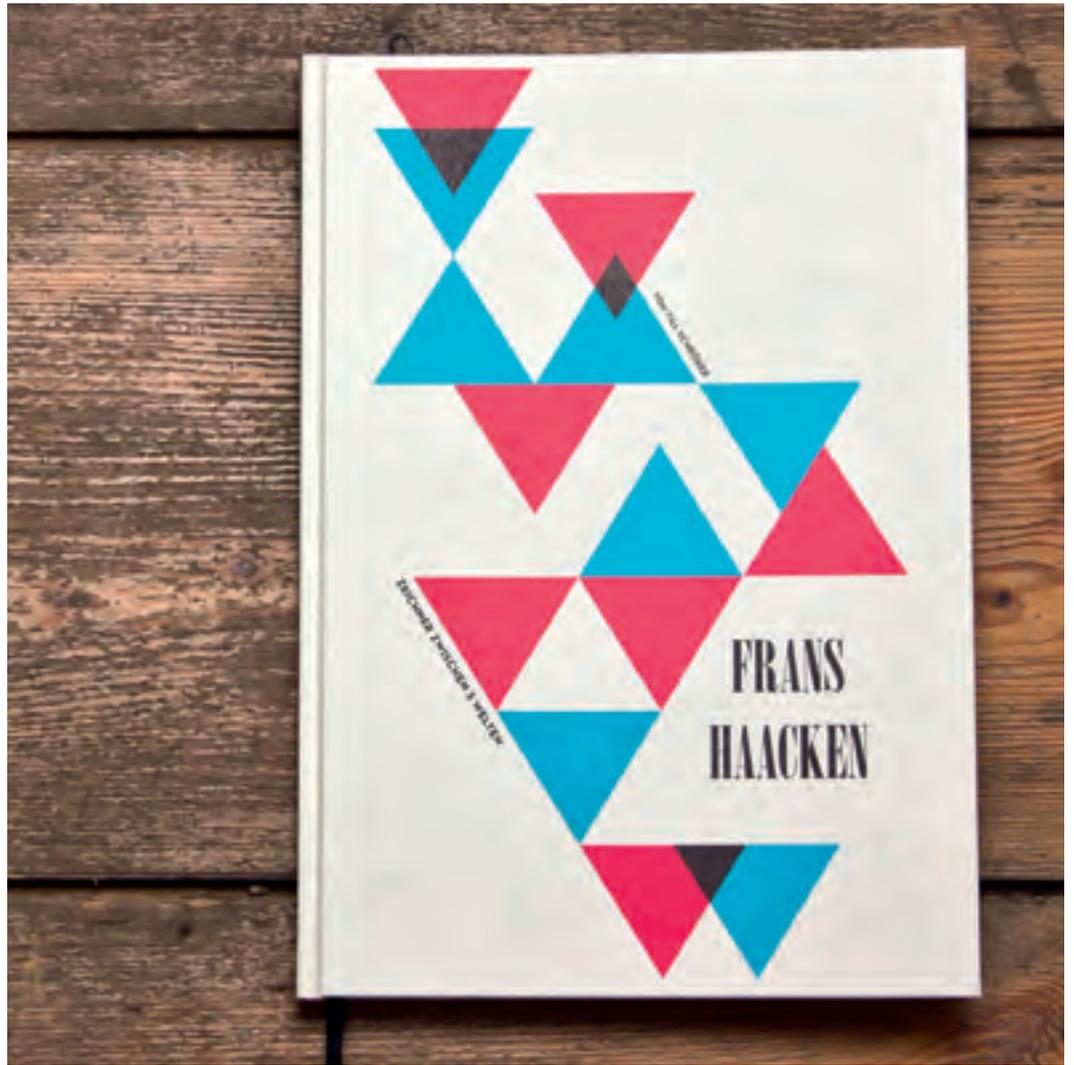
### EDITORIAL DESIGN

#### *Auszeichnung* *Distinction*

Frans Haacken  
Künstlermonografie  
Artist's monography

Hier handelt es sich um die erste umfassende Biografie des Brecht-Grafikers und Kinderbuchgestalters. Das Design zitiert seine bemerkenswert moderne Farbigkeit und seinen reduziert-ironischen Strich und entwirft ein durchlässiges Raster, das dem Gestus des Grenzgängers zwischen Ost und West entspricht. Das Dreieck symbolisiert Haackens Arbeit in drei Bereichen: Buch, Film und Grafik. Die Überlagerung der Dreiecke auf Kapitelseiten und Cover ist bezeichnend für seine genreübergreifende Arbeitsweise. Die schlichte geometrische Form besteht als einziges grafisches Element gegen die zahlreichen Abbildungen und begleitet den Leser/die Leserin durch das gesamte Buch.

*This is the first comprehensive biography of Brecht's graphic designer, a commuter between East and West who also illustrated children's books. Its design quotes his remarkably modern colour scheme and reduced, ironic drawing style and proposes a permeable grid that is in keeping with his gestural hand. The triangle symbolises Haacken's work in three genres: book, film, and graphic design. Over-*



*lapping triangles on the introductory pages and cover allude to his interdisciplinary approach. This simple geometric form holds its own as the only graphic element against the numerous illustrations and accompanies the reader through the whole book.*

**Studio** formdusche - studio für  
gestaltung

**Design** Svenja von Döhlen, Tim Finke,  
Timo Hummel, Steffen Wierer

**Mitarbeit Collaboration** Svenja  
Eisenbraun, Marie Zieger, Yella Schaub

-

**Auftraggeber Client** Gretanton Verlag  
(Till Schröder)

<http://gretanton.de>

-

**Kontakt Contact**

formdusche - studio für gestaltung  
10439 Berlin, Seelower Straße 5  
T +49 (0)30 473 74 477

[mailto: kontakt@formdusche.de](mailto:kontakt@formdusche.de)

[www.formdusche.de](http://www.formdusche.de)



# A#06

## EDITIONSDESIGN

### EDITORIAL DESIGN

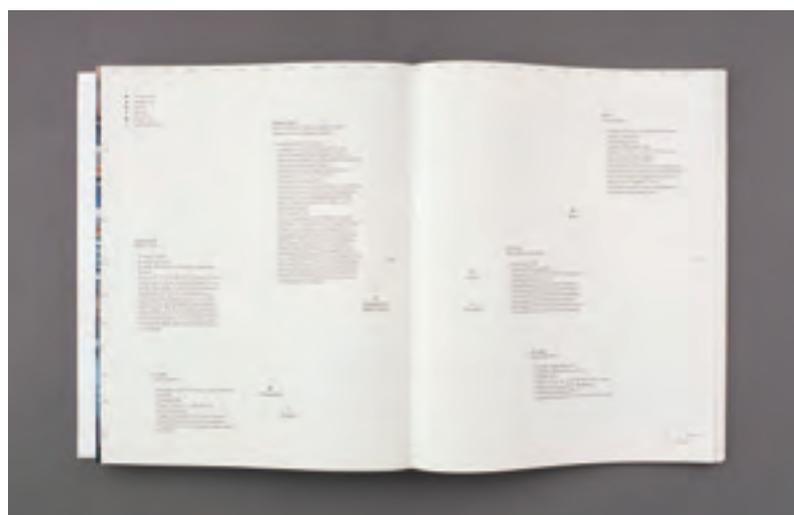
### Auszeichnung Distinction

Closed Cities  
Fotobuch  
Photo book

Der österreichische Fotograf Gregor Sailer untersucht geschlossene Stadtformen in Sibirien, Aserbaidschan, Katar, Chile, Algerien und Argentinien, die durch Mauern oder lebensfeindliche Landschaften von der Außenwelt abgeriegelt sind. Das Buch gliedert sich in einen aus sechs Bildserien bestehenden Fototeil und in einen Textteil. An mehreren Stellen nimmt das Layout Bezug auf die geografische Lage der Städte. Da viele von ihnen lange Zeit nicht auf Landkarten verzeichnet waren, werden sie allein durch ein Koordinatensystem verortet. Die Gestaltung orientiert sich stark an der Bildsprache des Fotografen und deutet zudem an, dass diese Siedlungsform im 21. Jahrhundert fortbesteht, auch ohne sichtbare Grenzen.

*The Austrian photographer Gregor Sailer analyses closed urban settlements in Siberia, Azerbaijan, Qatar, Chile, Algeria, and Argentina, which are separated from the exterior world by walls or hostile natural environments. The book is divided into an illustration section consisting of six series of photographs and a text part. In several places the layout refers to the cities' geographic positions. Since many of them had remained unmapped for a long period of time, they are only identified locally through a system of coordinates. The design closely follows the photographer's imagery and additionally alludes to the fact that this form of settlement continues to exist in the 21st century, even if without visible boundary lines.*

**Design** Manuel Radde  
**Fotografie Photography** Gregor Sailer  
-  
**Auftraggeber Client** Gregor Sailer  
[www.gregorsailer.com](http://www.gregorsailer.com)  
-  
**Kontakt Contact**  
Manuel Radde  
1030 Wien, Rennweg 45/20  
M +43 (0)680 143 43 58  
[mailto: info@manuelradde.com](mailto:info@manuelradde.com)  
[www.manuelradde.com](http://www.manuelradde.com)





# A#07

*Graphic Design*

**VERPACKUNGSGESTALTUNG  
PACKAGING DESIGN**

*And the Winners Are ...*  
Gratulation! / Congratulations!

Ulrike Zeisel Grafik Design .....	DE
Typejockeys .....	AT
moodley brand identity gmbh .....	AT
Alessandri Design .....	AT
Alessandri Design .....	AT
Alessandri Design .....	AT
zurgams Kommunikationsagentur .....	AT
3007 .....	AT

# A#07

## VERPACKUNGSGESTALTUNG PACKAGING DESIGN

*Silber  
Silver*

**Kräuterlikör Marienapotheke  
Wasserburg am Inn  
Verpackungsprogramm**

*Herbal Liqueur by Our Lady's  
Pharmacy in Wasserburg am Inn  
Packaging programme*

Die 1523 gegründete Apotheke stellt in alter Tradition Kräuterlikör nach eigener Rezeptur her. Das Gestaltungskonzept basiert auf dem Spiel mit historischen und modernen Elementen, der Verbindung von hochwertiger Verarbeitung und schlichtem Design und dem Gegensatz von Schwarz und Weiß. Ziel war es, den pharmazeutischen Bezug sichtbar zu machen und die hohe Qualität des Produkts optisch hervorzuheben. Das Logo in Form eines modular einsetzbaren Gütesiegels beruht auf einem alten Gemälde im Verkaufsraum. Die Flaschenetiketten spielen mit »Apothekenoptik«, während das Einwickelpapier historische Informationen enthält. Siegelverschlüsse versprechen Reinheit und Hochwertigkeit. Alle Materialien sind recyclebar.

*This chemist's shop, founded in 1523, produces a traditional herbal liqueur according to its own old recipe. The design plays with such contrasts as historical and modern elements, high-quality workmanship and straightforward design, and black and white. The concept aims at stressing pharmaceutical references while highlighting the product's superior quality. The motif of the logo in the form a quality seal harks back to an old painting in the saleroom. The bottle labels play with the visual language of apothecaries, while the wrapping paper contains historical information. Seals safeguarding the bottles and adorning the paper hold the promise of purity and excellence. All materials can be recycled easily.*



**Studio** Ulrike Zeisel Grafik Design  
**Design** Ulrike Zeisel

**Auftraggeber Client** Marienapotheke  
Wasserburg am Inn (Christian Glasl)  
[www.marien-apotheke-wbg.de](http://www.marien-apotheke-wbg.de)

**Kontakt Contact**  
Ulrike Zeisel Grafik Design  
81541 München, Mariahilfstraße 20  
T +49 (0)89 767 57 454,  
M +49 (0)172 820 68 77  
<mailto:uz@ulrikezeisel.de>  
[www.ulrikezeisel.de](http://www.ulrikezeisel.de)





# A#07

## VERPACKUNGSGESTALTUNG PACKAGING DESIGN

*Silber  
Silver*

Trapl Wein  
Flaschenetiketten  
*Wine bottle labels*

Die Weine des renommierten Weinbauern erfreuen sich nicht nur in Österreich großer Beliebtheit. 2014 kam die exklusive Linie hand- bzw. »fuß«-gemachter Spitzenweine heraus, die besonders charaktervoll sind. Jeder Wein erzählt die Geschichte seiner Lage, Rebsorte und Machart. Diese Geschichte wird innerhalb einer stilisierten Bilderwand in Form eines Rundum-Etiketts visualisiert. Zur Anwendung kamen zwei Druckfarben, kupferfarbene Folienprägung und Blindprägung. Verspielte Typografie und großer Detailreichtum transportieren die Besonderheiten der Weine nach außen. Auf das Logo wurde bewusst verzichtet; stattdessen trägt jede Flasche die Unterschrift ihres Machers.

*The wines produced by this renowned vintner also enjoy great popularity beyond Austria. In 2014, an exclusive line of hand-, or rather, »foot«-made premium wines full of character was launched. Each wine tells the story of its area, grape variety, and making. This story has been visualised in the form of a label encircling the whole bottle. It is printed in two colours, with copper-coloured foil embossing and blind stamping. Playful typography and an immense wealth of detail help transport the special note of each wine. The design deliberately does without the logo; instead, each bottle bears the signature of its maker.*



**Studio** Typejockeys

**Design** Thomas Gabriel, Michael Hochleitner

-

**Auftraggeber Client** Johannes Trapl

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

-

**Kontakt Contact**

Typejockeys

1150 Wien, Henriettenplatz 8/6

T +43 (0)1 890 11 71

<mailto:hello@typejockeys.com>

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



# A#07

## VERPACKUNGSGESTALTUNG PACKAGING DESIGN

### Bronze

Am Dorfplatz 8

Kernölverpackung und Etikett

Pumpkin seed oil packaging and labels

Bettina Stoisser-Hubmann bewirtschaftet einen Bauernhof in der Südsteiermark, mitten in der Gegend, die berühmt für ihren Kürbisanbau ist. Die Früchte ihrer Arbeit wollte sie nicht nur säen und ernten, sondern auch neu definieren und verarbeiten. Ihre Adresse wurde schließlich zur Marke: »Am Dorfplatz 8«. Das optische Versprechen der Aroma-Tonflasche des Kernöls sowie der Gläser weiterer Produkte wie Marmeladen und Chutneys wird kulinarisch gehalten. Die hochwertigen Spezialitäten kommen in kleiner Auflage auf den Markt: frisch, stilvoll verpackt und voller Geschmack.

Bettina Stoisser-Hubmann manages a farm in Southern Styria, at the heart of a region famous for its cultivation of pumpkins. She decided not only to sow and harvest the fruit of her work, but also to redefine and process it. In the end, her address became her brand: »Am Dorfplatz 8«. The visual promise held by the earthenware aroma bottle of the seed oil and the glass jars of such products as jams and chutneys is delivered in terms of culinary delight. These top-quality specialties are marketed in limited editions: fresh, elegantly packed, and full of taste.



**Studio** moodley brand identity gmbh

**Design** Mike Fuisz, Stefan Unger

**Mitarbeit Collaboration** Jasmin Gottfried  
(Kundenberatung Account services),  
Matthias Alber

**Fotografie Photography** Michael  
Königshofer

-

**Auftraggeber Client** Bettina Stoisser-  
Hubmann

[www.amdorfplatz8.at](http://www.amdorfplatz8.at)

-

**Kontakt Contact**

moodley brand identity gmbh

8020 Graz, Nikolaiplatz 5

T +43 (0)316 822 922-0

mailto: [hello@moodley.at](mailto:hello@moodley.at)

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



# A#07

## VERPACKUNGSGESTALTUNG PACKAGING DESIGN

### Bronze

Gruber Rösschitz  
Flaschenetiketten  
Wine bottle labels

Die Idee des »Spiritus vinosi Gruberialis« – einer Spezies hilfreicher »Weingeister« – zieht sich durch alle Etiketten des Weinguts. Bei deren Gestaltung war die Markenpyramide im Auge zu behalten: die einfache Linie, die hochwertigen Lageweine und schließlich die Premiumweine an der Spitze. Die Qualitäten werden durch die »Weingeister« definiert, die je nachdem in unterschiedlicher Zahl auftreten: zu dritt, zu zweit oder – in besonders eleganter Erscheinung – allein. Auch Flaschenformen und -hälse tragen zur Differenzierung bei.

*The idea of »Spiritus vinosi Gruberialis« – a species of helpful »wine spirits« – is present in all of the winery's bottle labels. The design was made with the brand pyramid in mind: the standard line, the first-class wines, and finally the premium wines at the very top. These qualities are defined by the »wine spirits«, which accordingly appear in different numbers: in threesomes, as pairs, or – in a particularly elegant guise – by themselves. The forms of the bottles and their necks also help differentiate between the individual quality levels.*

**Studio** Alessandri Design

**Design** Cordula Alessandri, Barbara Hoffmann, Georg Illy

**Illustration** Barbara Hoffmann

–

**Auftraggeber Client** Gruber Rösschitz

[www.gruber-roeschitz.at](http://www.gruber-roeschitz.at)

–

**Kontakt Contact**

Alessandri Design

1090 Wien, Rufgasse 3, Fabrik im Hof

T +43 (0)1 310 44 01

[mailto: office@alessandri-design.at](mailto:office@alessandri-design.at)

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





# A#07

## VERPACKUNGSGESTALTUNG PACKAGING DESIGN

### *Auszeichnung Distinction*

Domaine La Louvière  
Relaunch und Etiketten  
*Relaunch and labels*

La Louvière (der »Wolfshügel«) liegt nahe dem Dorf Malvies (»schlechtes Leben«) im Weinbaugebiet Malepère (»schlechter Stein«), einer kargen Gegend am Fuß der Pyrenäen. Burgen, Klöster und heilige Stätten erzählen von einer blutigen Geschichte. Vor diesem Hintergrund war der Film »Le Pacte des loups« Inspiration. Dunkle Wälder, Wölfe, eine Bestie, dekadente Aristokratie, das Lächeln von Vincent Cassel und die Erotik von Monica Bellucci wurden mit einem Schmunzeln im neuen Auftritt des Weinguts eingefangen. Die lasziven Wolfsdamen und -herren haben eingeschlagen: Mittlerweile kommen Bestellungen auch aus Asien und den USA.

La Louvière (»Hill of the Wolves«) is located near the village of Malvies (»Bad Life«) in the winegrowing area of Malepère (»Bad Stone«), a barren region at the foot of the Pyrenees, where fortresses, monasteries, and sacred spots tell a bloody history. With this background in mind, the designers referred to the film »Le Pacte des loups« for inspiration. Dark forests, wolves, a wild beast, decadent aristocrats, the smile of Vincent Cassel, and the eroticism of Monica Bellucci were used with a smirk as ingredients for the vineyard's relaunch. The lascivious wolf dames and lords have turned out to be winners: in the meantime, orders even come in from Asia and the USA.



**Studio** Alessandri Design

**Design** Cordula Alessandri, Caroline Bruckner, Sabine Hackl

**Illustration** Caroline Bruckner, Florine Kammerer, Stephan Kirsch

-

**Auftraggeber Client** Domaine La Louvière

[www.domaine-la-louviere.com](http://www.domaine-la-louviere.com)

-

**Kontakt Contact**

Alessandri Design

1090 Wien, Rufgasse 3, Fabrik im Hof

T +43 (0)1 310 44 01

mailto: [office@alessandri-design.at](mailto:office@alessandri-design.at)

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



# A#07

## VERPACKUNGSGESTALTUNG PACKAGING DESIGN

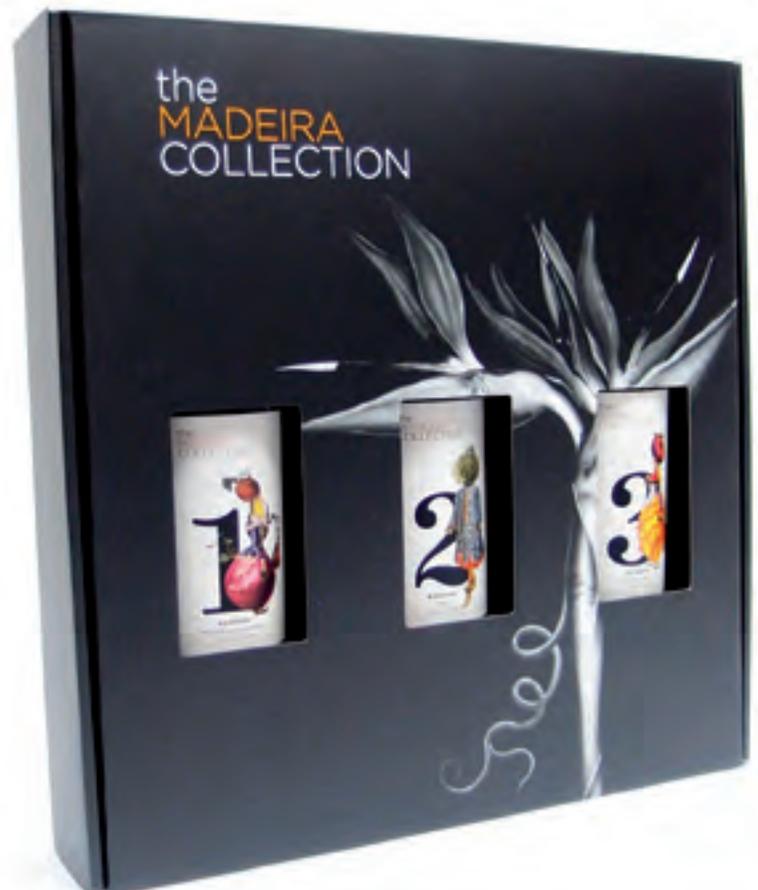
### *Auszeichnung Distinction*

**The Madeira Collection**  
Flaschenkartons und -etiketten  
*Bottle cartons and labels*

Für den auf Madeira-Weine spezialisierten Weinhandel sollte ein Private Label entworfen werden. Ziel war, die Fruchtbarkeit der Natur und ihre Vielfalt – Blumen, Obst, Gemüse, Meeresfrüchte und Fisch – sowie die Historie der gleichnamigen Insel, die über Jahrhunderte Zwischenstopp entdeckungsreisender Engländer war, mit fantastischen Figuren visuell umzusetzen. Die Illustrationen, die wie Collagen anmuten, sind Zitate aus Büchern von Naturwissenschaftlern, die mit ihren Zeichnern auf den Segelschiffen der Entdecker mitreisten. Die Madeira Collection wird das auf Jahreszahlen basierende Namenskonzept mindestens 20 Jahre fortführen und so Weinliebhaber zum Sammeln anregen.

*The task consisted in designing a private label for this dealer specialising in Madeira wines. The ambition was to provide a visual translation of nature's fertility and diversity – flowers, fruit, vegetables, seafood, and fish – as well as the history of the island that gave the wine its name and which, over the centuries, had served as a stop for English explorers. The illustrations in the form of fantastic creatures look like collages and are quotes from books by scientists who travelled in the company of their draughtsmen on the explorers' ships. The Madeira Collection will continue the name concept, which is based on dates, for at least another twenty years, inspiring wine lovers to compile a collection.*

**Studio** Alessandri Design  
**Design** Cordula Alessandri, Elke Bauer, Georg Illy  
**Illustration** Elke Bauer, Barbara Hoffmann, Karin Welpner  
–  
**Auftraggeber Client** The Madeira Collection  
[www.themadairacollection.be](http://www.themadairacollection.be)  
–  
**Kontakt Contact**  
Alessandri Design  
1090 Wien, Rufgasse 3, Fabrik im Hof  
T +43 (0)1 310 44 01  
[mailto: office@alessandri-design.at](mailto:office@alessandri-design.at)  
[www.alessandri-design.at](http://www.alessandri-design.at)





# A#07

## VERPACKUNGSGESTALTUNG PACKAGING DESIGN

### Auszeichnung Distinction

Barbara Wilds Gewürzmischungen  
Verpackungsprogramm  
Barbara Wild's Spice Blends  
Packaging programme

Barbara Wild ist Wirtin aus Leidenschaft. Ihre Liebe zur Natur, ihr Anspruch an Qualität und ihre Vorliebe für einfache Zutaten waren Leitgedanken bei der Umsetzung des Verpackungskonzepts für eine in schlichtem Schwarz-Weiß gehaltene Gewürzlinie. Auf weißen Keramikdosen und Kartonverpackungen sind Name und Verwendungszweck der jeweiligen Mischung zu lesen. Die Namen sind von Tierlauten inspiriert: MUH heißt eine Käsegewürzmischung, OINK die Pfeffermischung für Fleischgerichte, ROAR steht für das Gewürz, das Wildgerichte verfeinert, PIEP ist ein Kräutersalz für Geflügelgerichte und hinter RRRR verbirgt sich die »Libido-Mischung«. Ziel war es, mit einem edlen und humorvollen Design zu beeindrucken und gleichzeitig das Produkt in den Vordergrund zu stellen.

Barbara Wild is a passionate innkeeper. Her love of nature, ambition for quality, and preference for simple ingredients were the guiding ideas in designing the packaging for a line of spice mixtures in plain black and white. On white ceramic jars and cardboard packets one can read the names of the individual blends and how they can be used. The names are inspired by the sounds of animals: MOO is a blend for cheese, OINK a blend of peppers used for meat dishes, ROAR a spice for seasoning venison, PEEP a herbal salt for poultry dishes, and RRRR a »libido mixture«. The goal was to attract attention with a noble and humorous design and simultaneously push the product to the fore.



**Studio** zurgams Kommunikationsagentur

**Design** Thomas Gschossmann, Jörg Ströhle

**Illustration** Thomas Gschossmann

**Mitarbeit Collaboration** Flavia Monti, Peter Willatschek

-

**Auftraggeber Client** Barbara Wild, Gasthof Wälderhof  
[www.waelderhof.com](http://www.waelderhof.com)

-

**Kontakt Contact**

zurgams Kommunikationsagentur  
6850 Dornbirn, Steinebach 3  
T +43 (0)5572 39 45 00  
[mailto: office@zurgams.com](mailto:office@zurgams.com)  
[www.zurgams.com](http://www.zurgams.com)



# A#07 VERPACKUNGSGESTALTUNG PACKAGING DESIGN

## Auszeichnung Distinction

departure literature lab  
Verpackungskonzept DVD-Edition  
Packaging concept for a DVD edition

Fünf Künstlergruppen waren eingeladen, ausgewählte deutschsprachige Literatur zu visualisieren. Herausgekommen ist eine »Hör-Seh-Buch«-Edition in Form einer DVD-Serie. Projekt und Verpackung sollten neue Zielgruppen ansprechen und für Literatur und Visualisierungen Interesse wecken. Das grobe braune Kraftpapier – eine Art »Jausensackerl« – und die schlichte Typolösung soll die Neugier auf die Arbeiten im Inneren der Tüte erhöhen. Kleber in Signalfarben unterstreichen den Editionscharakter und spielen mit dem Design von Lebensmittelverpackungen.

Five groups of artists were invited to visualise examples of German literature, which resulted in an audio-visual book edition in the form of a series of DVDs. The project and its packaging are aimed at new target groups and intended to stimulate an interest in literature and visualisation techniques. The rough brown kraft paper – a kind of »lunch bag« – and the plain typographic solution are meant to arouse curiosity for the works inside the bags. Stickers in signal colours underline the look and feel of the edition and play with the design of food packaging.



### Studio 3007

**Design & Illustration** Eva Dranz,  
Jochen Fill

–

**Auftraggeber Client** departure, das  
Kreativzentrum der Wirtschaftsagentur  
Wien

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

–

### Kontakt Contact

3007

1070 Wien, Neubaugasse 10/4

T +43 (0)1 522 06 50

[mailto: info@3007wien.at](mailto:info@3007wien.at)

[www.3007wien.at](http://www.3007wien.at)



B#01

*Illustration*

BUCHILLUSTRATION  
BOOK ILLUSTRATION

*And the Winners Are ...*  
Gratulation! / Congratulations!

Robert Nippoldt .....	DE
Studio Wu .....	DE
Norbert Nagy .....	HU
Lisa Kolbe .....	DE
Renate Wacker .....	DE
designbüro wanja schnurpel .....	DE
Christina Röckl .....	DE
Valencestudio/Michael Zagorski .....	AT

# B#01

## BUCHILLUSTRATION

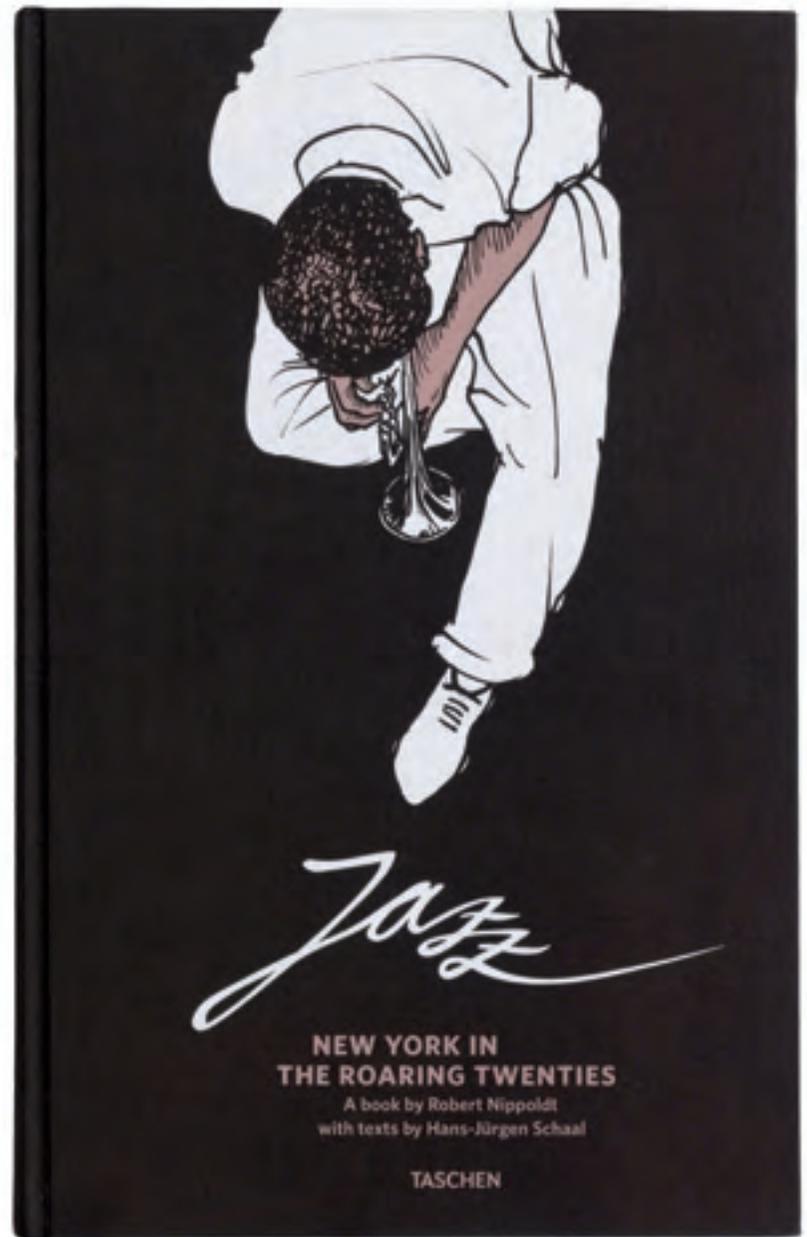
## BOOK ILLUSTRATION

*Silber*  
*Silber*

Jazz  
Sachbuch  
Non-fiction

Dieses bibliophile Buch über die frühen Tage des Jazz in New York setzt durchweg auf Illustration statt auf Fotografie. Zum Schwarz-Weiß der Zeichnungen, die 24 Größen der Jazzszene der 1920er-Jahre aufleben lassen, gesellt sich zuweilen ein Sepia-Braun. Die bis ins Detail perfekt ausgearbeiteten Illustrationen bilden nicht nur die Musiker und Musikerinnen ab, sondern auch deren Instrumente sowie Großstadtimpressionen, Diagramme und Pläne. Illustration, Typografie, Design und die beiliegende CD mit Originalaufnahmen bilden gestalterisch eine Einheit.

*This book for bibliophiles about the early days of jazz in New York renounces photography in favour of illustration. The black and white of the drawings, bringing back to life 24 leading lights of New York's jazz scene of the 1920s, is occasionally complemented by sepia. The painstakingly prepared illustrations depict not only the musicians, but also their instruments, as well as impressions of the metropolis, diagrams, and maps. Illustration, typography, design, and the enclosed CD of original recordings form a graphic unit.*



**Design & Illustration** Robert Nippoldt

**Text** Hans-Jürgen Schaal

-

**Auftraggeber Client** Taschen Verlag

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

-

**Kontakt Contact**

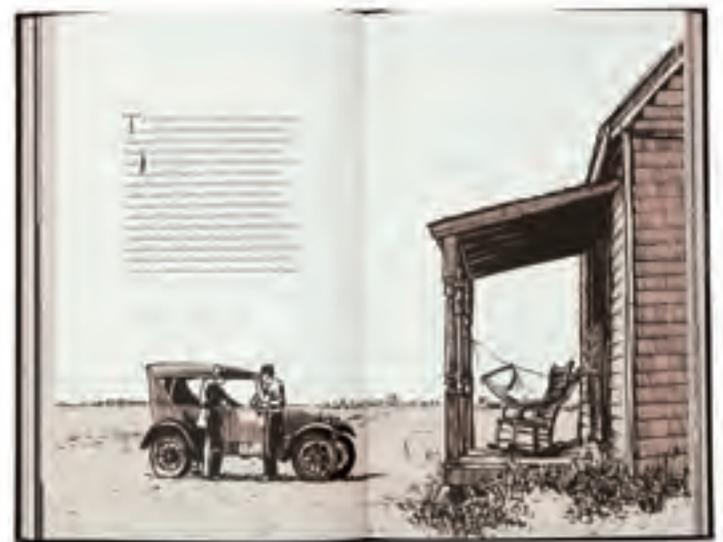
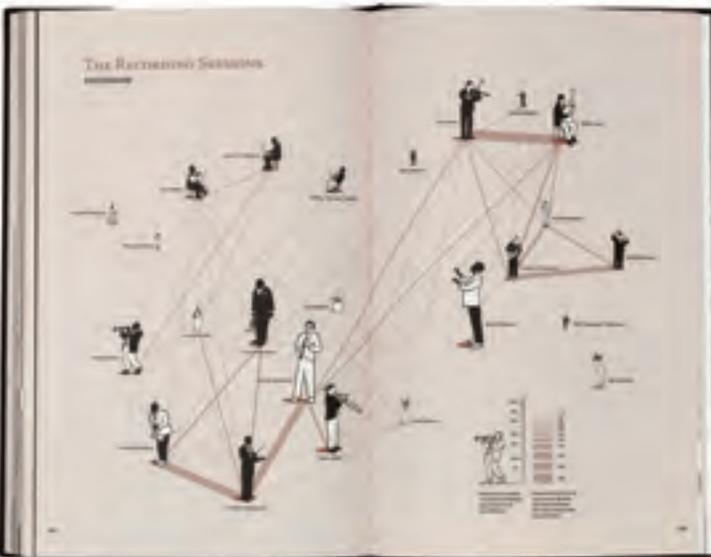
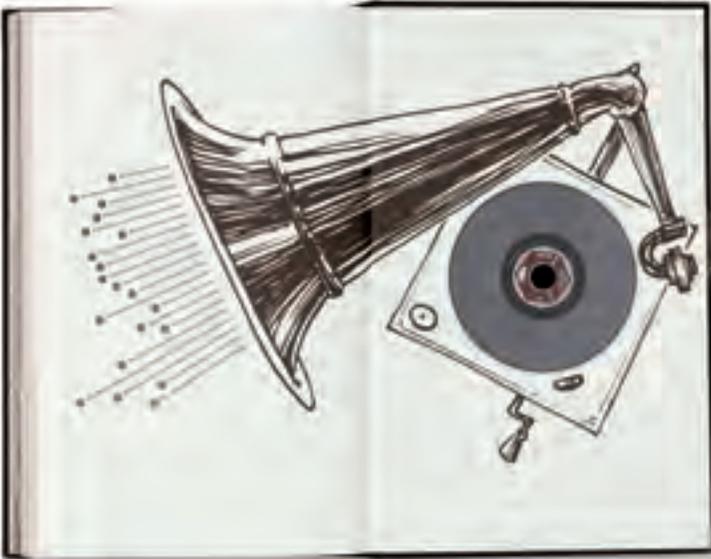
Robert Nippoldt

48153 Münster, Hafenstraße 64, Ateliers

T +49 (0)251 203 00 60

<mailto:robert@nippoldt.de>

[www.nippoldt.de](http://www.nippoldt.de)



# B#01 BUCHILLUSTRATION BOOK ILLUSTRATION

## Bronze

Paris toujours  
Reisekizzenbuch  
Travelling sketchbook

Die aus China stammende Gestalterin, die in Paris und Berlin studiert hat, skizziert in diesem Buch das Leben der französischen Metropole und ihre Lieblingsorte. Ihren Kreide- und Bleistiftzeichnungen aus dem Paris des 21. Jahrhunderts stellt sie Zitate aus klassischen Chansons zur Seite. Das Wesen der Pariserin und das Leben in Glamour und Luxus hat sie in Tuschmalereien festgehalten, die auch die Schönheitsfehler einer scheinbar makellosen Welt enthüllen. Dieses Reisetagebuch ist nicht nur eine bildschöne Hommage an die Stadt an der Seine, sondern mit drei sowohl typografisch als auch haptisch unterschiedlich gestalteten Teilen ein besonderes Erlebnis für Buchliebhaber.

*In this book, the designer, a native of China who studied in Paris and Berlin, has sketched scenes from life in the French metropolis and her favourite places. Her chalk and pencil drawings from 21st-century Paris are juxtaposed with quotes from classic chansons.*



*Ink has been chosen to depict the essence of Parisian women and a life in glamour and luxury. However, the drawings also reveal the blemishes of a seemingly perfect world. This travelling journal is not only a beautifully picturesque homage to the city on the Seine, but also a special treat for book lovers: its three parts differ from one another in terms of typography and tactility.*

**Studio** Studio Wu  
**Design & Illustration** Yimeng Wu  
**Mitarbeit Collaboration** Susan Bauer  
**Druck Printing** E&B engelhardt und bauer Druck und Verlag GmbH  
-  
**Auftraggeber Client** kunstanstifter verlag  
<http://kunstanstifter.de>  
-  
**Kontakt Contact**  
Studio Wu  
10245 Berlin, Rudolfstraße 11  
M +49 (0)160 911 01 766  
<mailto:hello@yimengwu.com>  
[www.yimengwu.com](http://www.yimengwu.com)



Les Cafés se garnissent  
De gourmets, de fumeurs,  
Les théâtres s'emplissent  
De foyeux spectateurs  
Les parents fouillent

Oui, voilà mes amis, voilà Paris  
La nuit,  
Oui, du plaisir et du bruit,  
Voilà Paris la nuit -  
Oh' eh! oh' eh!



# B#01 BUCHILLUSTRATION BOOK ILLUSTRATION

## Bronze

**Milyen Madár**  
**Was für ein Vogel**  
**Kinderbuch**  
*What Kind of Bird*  
*Children's book*

Das Kinderbuch, das im Juni 2014 anlässlich der Ungarischen Buchwoche erschien, enthält Gedichte für 5- bis 8-Jährige, die eigentlich keine zusammenhängende Geschichte ergeben. Diese Aufgabe übernehmen die Illustrationen: »Erzähler« ist ein Hase, die verbindende Figur des Ganzen, deren Erscheinung, Gesicht und Wesen sich je nach Atmosphäre der Gedichte verändern. Die Bilder sind in Mischtechnik entstanden und wurden später am Computer überarbeitet.

*This children's book, which appeared in June 2014 to coincide with the Hungarian Book Week, contains poems for five- to eight-year-olds. However, they do not tell a continuous story. This function is taken over by the illustrations, the »narrator« being a rabbit, the connecting figure throughout the entire book, whose appearance, face, and character change depending on the atmosphere of the poems. A technique of mixed media was employed for creating the images, which were then finished on the computer.*

**Design er Illustration** Norbert Nagy

**Autor Author** Árpád Kollár

–

**Auftragegeber Client** Csimota Kiadó,  
Budapest

[www.csimota.hu](http://www.csimota.hu)

–

**Kontakt Contact**

Norbert Nagy

M +36 (0)70 231 03 90

<mailto:ciaonorbert@yahoo.co.uk>

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



### milyen madár

ki lópta el idén a tavaszt, milyen madár vité magával délre,  
és milyen madár szárnyán sühogott be újra északról a tél,  
ki harapta be fagyos faggal a fügeket a bokrok ágairól,  
melyik padlásra rejtette előlünk a hóvirágot, a nárciszt.

és hova bújunk a tél elől, ha már leeserékünk a téli kabátot,  
a sapkát is a fókba tettük, és elvesztett a sálunk is régen,  
milyen észak! madár! honnott kései havon most a anyukánk ha,  
kiker bújunk melegedni, ha apa már eltasztott a boszú téra.



### zagyváló

mert kitéptem a dongócsa k szárnyát,  
most körbe-körbe fut itt a porban,  
potrohát pörget az orra hegyén,  
hat látni big hat véres poloska.

hatalmas dongó, akár az erdő,  
pip vagyok annak szőrös nyakában,  
kivészt szemek száza üregben  
kutatom én azt, akét-válom.

vagyis, inkább csak eldöngök rajta,  
szőse szálljon, dőlöm a szárnyát,  
se legyen vége légyrodeónak,  
húsaiba vágom milyen a sarkam.

tejjé válik a sződa a szőmben,  
nem merek többet csakhan aludni,  
farkosok itten körben a porban,  
mert kitéptem a dongócsa k szárnyát.



### én apum

én apum, aki a noranykára vagy,  
fióka, elfelejtem a te neved,  
még a sarkcsontomban lóg a nagykabátod,  
de nincs már benne a te szagod,  
az inged se sétál velem az utcán.

vigyázz ránk, ahogy megígérted,  
hogy senki se bántsa a kishúgom,  
a cinkékre meg majd vigyázok én is,  
csak májlon el minden, akár az erdő,  
és reggelre mindent elfelejtök.

de sose legyen üres a házuk, ámen.

### anya ma nem anya

anya sófő, víg a szeme, róssz ruhá a kedve,  
anya új és big a lába, régválami benne.

anya ló és anya láva, anya ma borostos,  
anya teste száraz térszta, anya lelke gomba.

anya meztől szalad át most a híd-göngyön,  
anya, anya, sző a padló, légy alzik a kontyán.

anya levea a faszékban, anya kihalt állat,  
anya ma már nem lesz anya, holnap lehet, hátha.

anya fátol, anya márvány, agyonmosott kabát,  
anya varrja és csomózza és szőszedi magát.

anya bergol, anya feteel, feteel egy szalonmár,  
anya, ételek, soha most már nem jön vissza hozzám.





**erdős vers**

te nyugtass meg, erdő, ha nem tudok aludni,  
 takarj be levelekkel, kunkokkal, szennel,  
 küldj rám vad sühogást, puha avarazagot,  
 tülvelek alól küldj egy ma rék gombát,  
 karmold föl bőromat kék szederindával,  
 karmold föl aromát csipkebogyóvérrrel.

te nyugtass meg, erdő, ha lázam van és fádom,  
 benned is erdő van, abban még egy erdő,  
 ahol a vad kutyák nem látják az őret,  
 abban az erdőben ott lapulok én is,  
 sünnöngy bennem, erdő, vigd meg a fák nevét,  
 holnap fölgyűjtanak, ma még zöld a sáved.



# B#01

## BUCHILLUSTRATION BOOK ILLUSTRATION

### Auszeichnung Distinction

mashUP – Ein Experiment  
mit der Collage  
Bachelor-Arbeit

An Experiment with Collage  
Bachelor's thesis

Der Titel des Projekts spielt auf die Neukombination von Medieninhalten an. Es kann als Experiment und Untersuchung gesehen werden, dessen Ziel es ist, die Collage als Gestaltungsprinzip im Kommunikationsdesign zu verwirklichen. Dabei wurde mit verschiedenen Druckmedien und Arbeitsweisen gespielt. Grundlage des Experiments war eine Matrix, bestehend aus einer willkürlichen Auflistung von Techniken und medialen Inhalten. Beide Bereiche wurden immer wieder neu kombiniert und jeweils zu einer Collage zusammengeführt. Die Anmutung der Collage hallt auch in Typografie und Papierwahl wider.

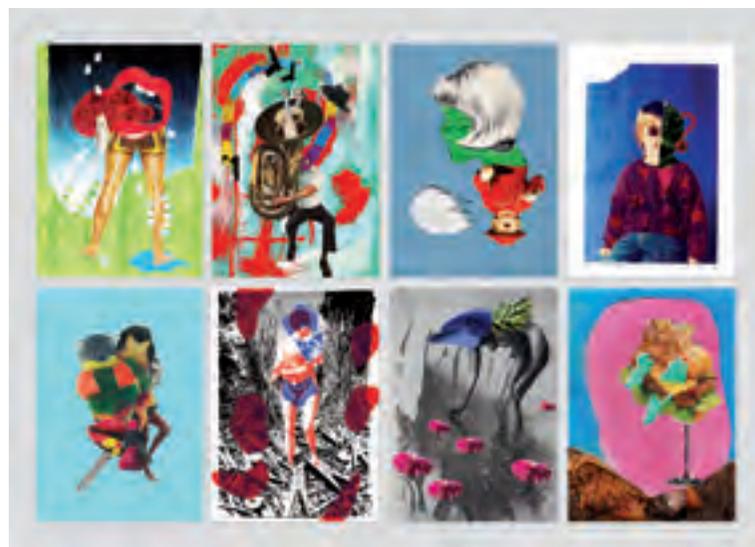
The project, whose title alludes to a recombination of media content, can be seen as an experiment and analysis aimed at implementing the medium of collage as a creative principle in communication design while playing with various printing media and working methods. The experiment was based on a chart consisting of a random list of techniques and content. Both factors were recombined over and over again, which resulted in ever-new collages. The look and feel of the collage also reverberates in the choice of typography and paper.



**Design & Illustration** Lisa Kolbe  
**Betreuung Supervision** Prof. Wolfgang Sasse, Prof. Silke Juchter

**Auftraggeber Client** Muthesius  
Kunsthochschule Kiel  
[www.muthesius-kunsthochschule.de](http://www.muthesius-kunsthochschule.de)

**Kontakt Contact**  
Lisa Kolbe  
10967 Berlin, Kottbusser Damm 14  
M +49 (0)176 622 56 489  
[mailto: lisa.kolbe@gmail.com](mailto:lisa.kolbe@gmail.com)  
[www.lisa-kolbe.de](http://www.lisa-kolbe.de)



# B#01

## BUCHILLUSTRATION

### BOOK ILLUSTRATION

#### *Auszeichnung* *Distinction*

Mascha und der Bär  
Märchenbuch

Masha and the Bear  
Fairy tale

In diesem alten russischen Märchen geht ein Mädchen im Wald verloren. Es findet eine Hütte, die einem Bären gehört. Dieser will das Mädchen nicht mehr weglassen, doch es entkommt schließlich durch eine List. Die in die heutige Zeit übertragene Nacherzählung geht vielen Fragen nach, die in der knappen Originalfassung nicht berücksichtigt werden. Die Illustrationen teilen den Wald in Zonen. Je tiefer das Mädchen vordringt, desto geheimnisvoller, absonderlicher und bedrohlicher werden Szenerie und Farben. Starke Kontraste unterstreichen die Atmosphäre. Die ersten Bilder in zartem Gelb sind noch leicht und hell. Es folgen ein unheimliches Grün, ein leuchtendes Orange, ein beängstigendes Schwarz. Am Ende wird es wieder Licht. Mit ihrer zeitgemäßen Interpretation und Bildsprache pendelt die Arbeit zwischen Bilderbuch und Graphic Novel.

*This old Russian fairy tale is about a girl who loses her way in the forest. She comes to a hut belonging to a bear. The beast does not want the girl to leave, but she manages to escape through artifice. The contemporary retelling of the story seeks to answer many questions that remain open in the terse original version. The illustrations divide the forest into different zones. The deeper the girl advances into the wood, the more mysterious and threatening its scenery and colours become. Strong con-*



*trasts are used to intensify the atmosphere. The first images are in a pale yellow tone and are still light-coloured and bright. Then come an uncanny green, a brilliant orange, and a terrifying black. In the end, the light returns. With its modern interpretation and imagery, this work oscillates between picture book and graphic novel.*

**Design & Illustration** Renate Wacker

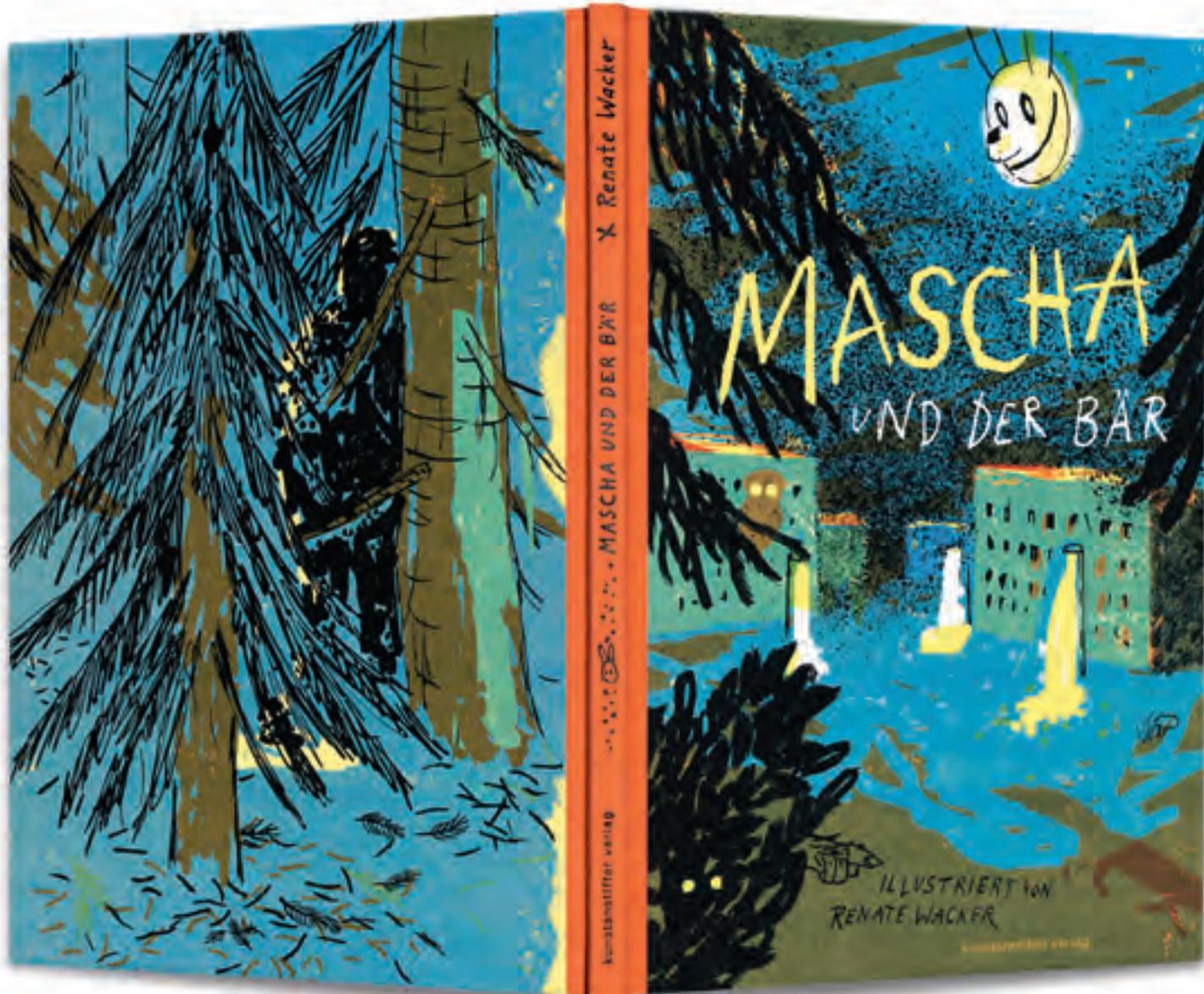
-

**Auftraggeber Client** kunstanstifter verlag  
<http://kunstanstifter.de>

-

**Kontakt Contact**

Renate Wacker  
04107 Leipzig, Schwägerichenstraße 8  
T +49 (0)341 962 89 52  
[mailto: mail@renatewacker.com](mailto:mail@renatewacker.com)  
[www.renatewacker.com](http://www.renatewacker.com)



# B#01 BUCHILLUSTRATION BOOK ILLUSTRATION

## *Auszeichnung Distinction*

**Ansichten vom Dorf  
Gedichtband**

*Views of the Village  
Poetry book*

Die Gedichte entstanden im Winter in einem Dorf in Schleswig-Holstein, wo die Autorin lebt. Sie geben einen persönlichen Einblick in eine Lebensphase. Die Autorin sieht sie als Skizzen und Fundstücke. Die Illustrationen sind Collagen, die eine experimentelle und vielschichtige Gestaltung erlauben. Die mit Pinsel, Bleistift, Bambusfeder, Acrylfarben und Tusche gestalteten Bilder ergänzen die Gedichte visuell.

*These winter poems were written in a village in Schleswig-Holstein, where the author lives. They offer a very personal glimpse of a phase in her life, and she sees them as sketches, as something found by chance. The illustrations are collages allowing for an experimental and complex approach. Executed in pencil, acrylic, and ink with brushes and bamboo quills, the images visually complement the poems.*



**Studio** designbüro wanja schnurpel  
**Design & Illustration** Wanja Schnurpel  
**Autorin Author** Jutta Musik  
-  
**Auftraggeber Client** Jutta Musik  
-  
**Kontakt Contact**  
designbüro wanja schnurpel  
50668 Köln, Am Zuckerberg 1  
T +49 (0)221 139 24 68  
[mailto: wanja@wanjaschnurpel.de](mailto:wanja@wanjaschnurpel.de)  
[www.wanjaschnurpel.de](http://www.wanjaschnurpel.de)

**meer**  
die sonne glänzt  
nicht auf dem wasser  
kein vogelschlag  
vor blauem himmel  
und keines vogels  
nest und nähe ringsumher  
ich fühl dich  
fremdes herz  
ich seh nicht  
lächelnde delfine  
erobern lüstern  
deine mächtigen wogen  
das meer birgt sich  
und sein getier  
und kalt und quallengrün  
stäubt schäumend  
seine kraft  
korallenrosen  
treiben  
um ein weißes riff  
ich seh



reif  
**stolz**  
und  
schö

# B#01

## BUCHILLUSTRATION

## BOOK ILLUSTRATION

### *Auszeichnung*

### *Distinction*

**Und dann platzt der Kopf**  
Bilderbuch

*And Then Your Head Will Burst*  
Picture book

»Was ist Seele?« Wie erklären Kinder diesen kaum fassbaren Begriff, den Erwachsene durch tausend kluge Bücher und Gedanken herzuleiten versuchen? Gemeinsam mit Kindern entwickelte die Illustratorin Texte, die sie in diesem Buch in Bilder übersetzt hat. Es ist ein Bilderbuch für Erwachsene, von Kindern gedacht, durch deren Mitwirken die Abstraktheit des Begriffs in Wort und Bild fassbar gemacht werden konnte. Die Texte sind Auszüge aus zwölf Gesprächen mit Kindern im Kindergarten- oder Grundschulalter.

»What is a soul?« How do children explain this elusive term that adults seek to define with the aid of thousands of wise books and thoughts? Together with children, the illustrator developed texts she subsequently translated into pictures for this book. It is a picture book for adults, conceived by children through whose collaboration it has become possible to capture the meaning of this abstract term in both words and images. The texts are excerpts from twelve conversations with children attending nursery or elementary school.



**Konzept, Design er Illustration Concept,**  
**Design er Illustration** Christina Röckl

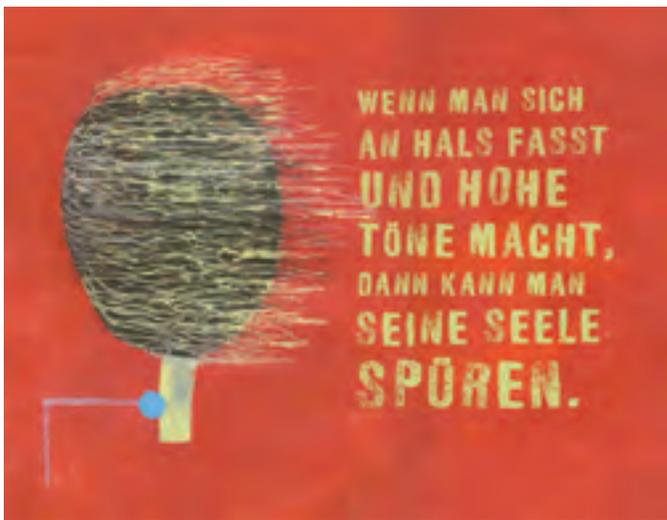
-

**Auftraggeber Client** kunstanstifter verlag  
<http://kunstanstifter.de>

-

**Kontakt Contact**

Christina Röckl  
04229 Leipzig, Brockhausstraße 62  
M +49 (0)157 392 87 445  
[mailto: christina.roeckl@gmx.de](mailto:christina.roeckl@gmx.de)  
[www.erikaspitz.com](http://www.erikaspitz.com)



# B#01 BUCHILLUSTRATION BOOK ILLUSTRATION

## *Auszeichnung Distinction*

**Otto Koenig – Der Tierprofessor  
vom Wilhelminenberg  
Biografie**

*The Animal Professor of  
Wilhelminenberg  
Biography*

Die Biografie des 1992 verstorbenen österreichischen Verhaltensforschers, Zoologen und Autors ist anlässlich seines 100. Geburtstags erschienen. In Schwarz-Weiß gehaltene Illustrationen leiten als Sinnbilder die prägendsten Stationen im Leben von Otto Koenig ein und spannen einen visuellen Bogen durch das ganze Buch.

*The biography of this Austrian behavioural scientist, zoologist, and author, who died in 1992, appeared to mark his 100th birthday. The black and white illustrations serve as emblems introducing the most important stations in Otto Koenig's life and run through the entire book like a visual thread.*



**Studio** Valencestudio / Raffelsberger & Zagorski OG

**Illustration** Michael Zagorski

**Autor** Author Leopold Lukschanderl

-

**Auftraggeber** Client Verlag Holzhausen

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

-

**Kontakt** Contact

Valencestudio / Raffelsberger & Zagorski OG

1070 Wien, Neubaugasse 69/4

M +43 (0)699 170 79 301

[mailto: michael@valencestudio.com](mailto:michael@valencestudio.com)

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



# B#02

*Illustration*

**MEDIENILLUSTRATION**  
**MEDIA ILLUSTRATION**

*And the Winners Are ...*  
Gratulation! / Congratulations!

halbautomaten Kommunikationsdesign ..... DE  
illustration tw/Tim Weiffenbach ..... DE  
Friederike Grünstich/Verena Hochleitner ..... AT

# B#02

## MEDIENILLUSTRATION

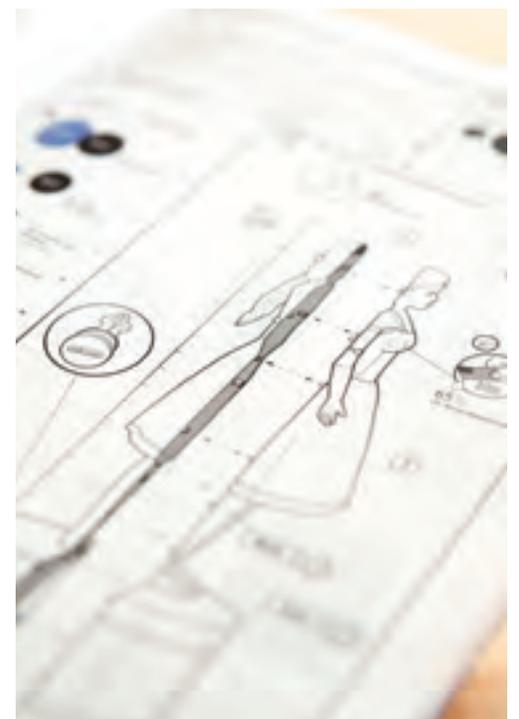
### MEDIA ILLUSTRATION

#### Bronze

Academy Awards 2014 –  
»KulturSPIEGEL«  
Magazinillustration  
News magazine illustration

Jedes Jahr wird die Trophäe des internationalen Filmgeschäfts an die Schönen und Reichen der glanzvollen Welt Hollywoods verliehen. Die Vergabe der Academy Awards, die oftmals sehr vorhersehbar abläuft, wird hier kritisch beleuchtet. Anhand von Kriterien, die die Chancen für den Oscar-Gewinn erhöhen, sind diverse Illustrationen im Stil einer Modellbauanleitung entstanden. Sie sind angereichert mit vielen Infografiken und Details, die auf vielschichtige Weise Hintergrundinformationen über die Nominierten, Preisträger/innen früherer Verleihungen, die Jury oder Filmgenres bieten.

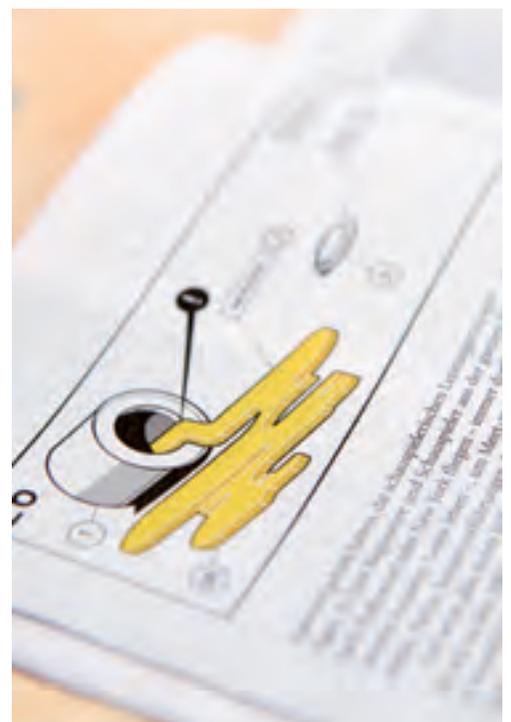
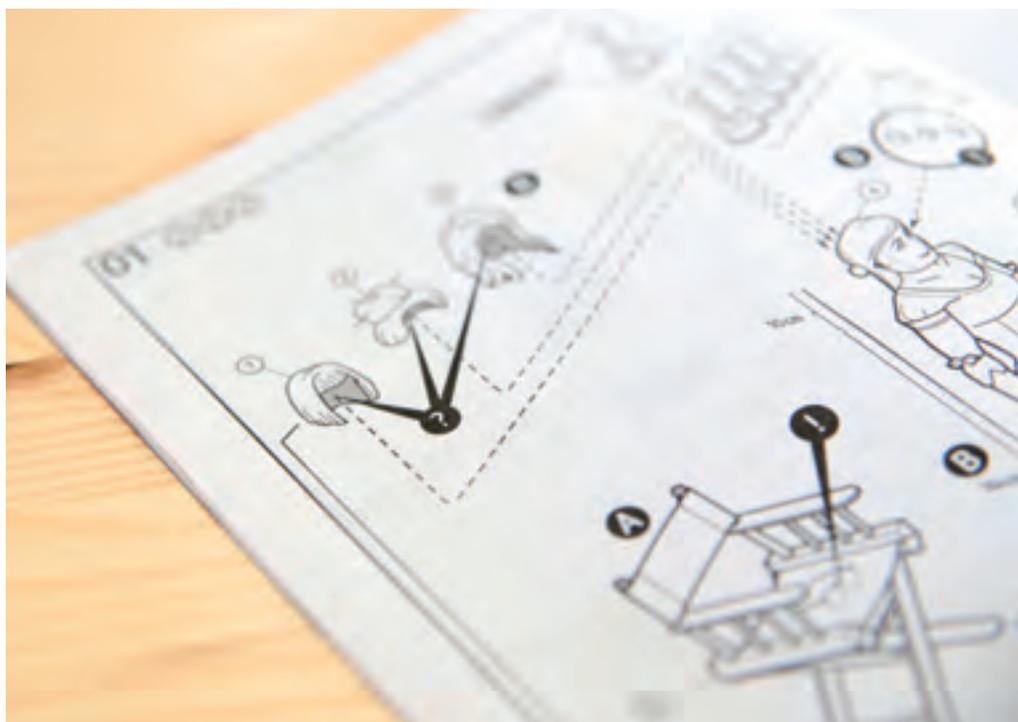
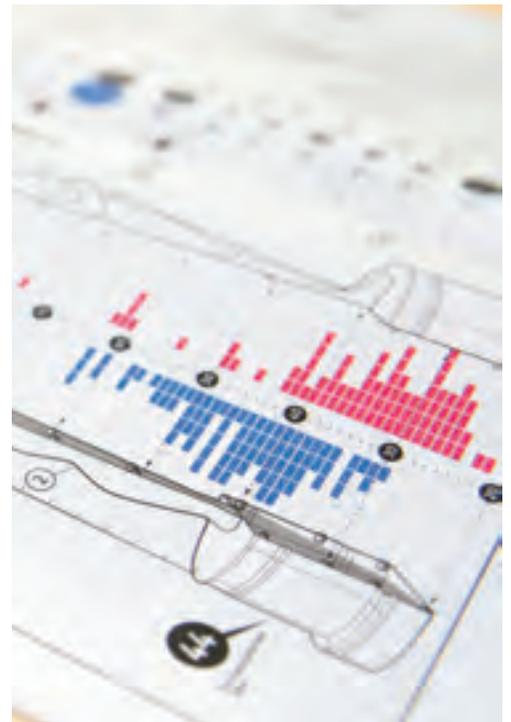
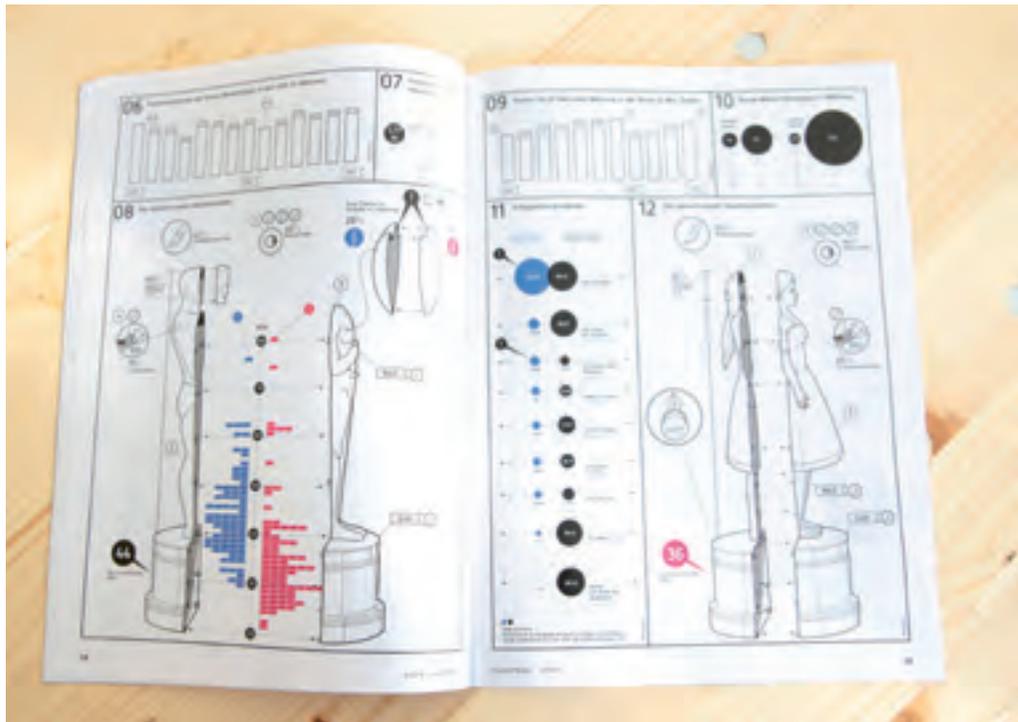
*Every year this international film industry trophy is awarded to the rich and beautiful of the glamorous world of Hollywood. Here the Academy Awards ceremony, the outcome of which is often predictable, is eyed critically. Based on the criteria that increase the chances of winning an Oscar, diverse illustrations have been made in the style of model building instructions. They have been enriched with numerous infographics and details offering complex background information on the nominees, winners from previous years, the jury, and film genres.*



**Studio** halbautomaten  
Kommunikationsdesign  
**Illustration** Michael Scholz  
**Mitarbeit Collaboration** Daniel  
Strohhäcker, Christian Nicolaus  
-

**Auftraggeber Client** Spiegel-Verlag  
[www.spiegelgruppe.de](http://www.spiegelgruppe.de)  
-

**Kontakt Contact**  
halbautomaten Kommunikationsdesign  
70176 Stuttgart, Lindenspürstraße 22  
T +49 (0)711 41 47 01 77  
[mailto: michael@halbautomaten.com](mailto:michael@halbautomaten.com)  
[www.halbautomaten.com](http://www.halbautomaten.com)



# B#02

## MEDIENILLUSTRATION

## MEDIA ILLUSTRATION

### *Bronze*

Eurocrisis

Magazinillustration

News magazine illustration

Die Arbeit illustriert die kopflose Panik und das Gefühl der Ohnmacht angesichts des wirtschaftlichen Absturzes und der drohenden Eurokrise auf dem Finanzmarkt.

*This work illustrates the exaggerated panic and sense of impotence in the face of the economic depression and the imminent euro crisis on the financial market.*

**Studio** illustration tw

**Illustration** Tim Weiffenbach

-

**Auftraggeber Client** Focus Magazin

Verlag GmbH

[www.focus.de](http://www.focus.de)

-

**Kontakt Contact**

illustration tw

61449 Steinbach, Hohenwaldstraße 48

T +49 (0)6171 98 24 03

[mailto: Tim@weiffenbach.de](mailto:Tim@weiffenbach.de)

[www.illustration-tw.com](http://www.illustration-tw.com)



# EUROCRISIS

*editorial cover commission for Focus Magazine Germany*

# B#02

## MEDIENILLUSTRATION

## MEDIA ILLUSTRATION

### *Auszeichnung* *Distinction*

Leben auf zu großen Fußabdrücken  
Zeitschriftenillustration

*Living It Up with Oversized Footprints*  
Magazine illustration

Für einen Beitrag mit dem Titel »Mit Shopping die Welt retten?« wurde zum Themenschwerpunkt Nachhaltigkeit illustriert. Eine wachsende Zahl ethischer Verbraucher/innen setzt darauf, bewusster zu essen, einzukaufen und zu wohnen. Sie wollen mit ihrem Konsumverhalten die Welt schrittweise besser machen. So wird in einer Internet-Kochshow demonstriert, wie sich aus einwandfreien Lebensmitteln aus der Mülltonne leckeres Essen zubereiten lässt. Oder es wird keine neue Kleidung mehr gekauft. Menschen, die sich »LOHAS« – »Lifestyles of Health and Sustainability« – verpflichten, wollen durch gezielten Konsum nachhaltig leben und haben mehr und mehr Lust am Verzicht.

*The illustrations made for an article entitled »Saving the World through Shopping?« focus on the subject of sustainability. A growing number of ethical consumers make a point of eating, shopping, and living in a more responsible way. Through their buying behaviour, they seek to improve the world gradually. For example, an online cooking show demonstrates how to prepare tasty meals from impeccable food found in garbage bins. Some people have*

*decided not to buy any more new clothes. People committing themselves to »LOHAS« – lifestyles of health and sustainability – seek to lead a »greener« life through selective consumption and increasingly take delight in doing without.*



**Studio** Friederike Grünstich  
**Illustration** Verena Hochleitner

**Auftraggeber Client** »Welt der Frau« –  
Die österreichische Frauenzeitschrift  
[www.welt-der-frau.at](http://www.welt-der-frau.at)

**Kontakt Contact**  
Friederike Grünstich  
1030 Wien, Marxergasse 24  
M +43 (0)699 195 31 974  
[mailto: ask@gruenstich.at](mailto:ask@gruenstich.at)  
[www.gruenstich.at](http://www.gruenstich.at)



B#03

*Illustration*

WERBEILLUSTRATION  
COMMERCIAL ILLUSTRATION

*And the Winners Are ...*  
Gratulation! / Congratulations!

# B#03

## WERBEILLUSTRATION COMMERCIAL ILLUSTRATION

### *Auszeichnung Distinction*

#### **The Story of All I Need Green Tea Animation**

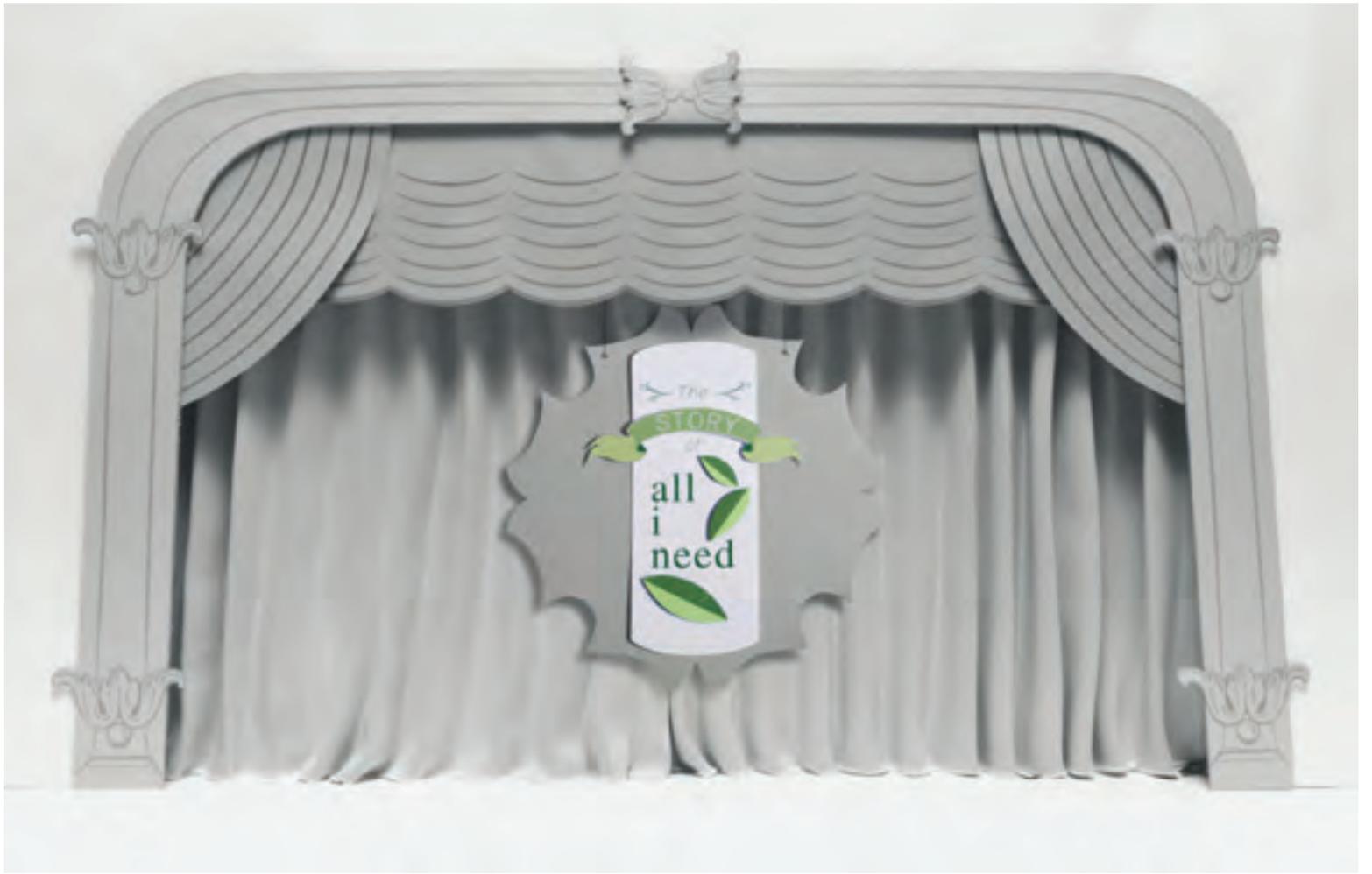
Der Film präsentiert die Entstehung eines neuen Grüntee-Getränks. Er zeigt, wie die zwei Firmengründer die Idee dazu hatten und die ganze Welt bereisten, um die Zutaten für den perfekten Geschmack zu finden. Wie sie sich bemühten, den perfekten Produzenten aufzutreiben und am Ende das Produkt zunächst selbst auslieferten. Der Stil des Film wahrt den weißen, sauberen Look, den man mit dem Biogetränk und seiner Marke verbindet, deren Image Harmonie, Gesundheit und Einfachheit transportiert. Fast alles in diesem mit Stop-Motion-Technik hergestellten Film ist aus Papier. Sogar die Sound-Effekte sind natürlich.

*This film presents how a new green tea drink was born. It shows how the two company founders came up with the idea and how they travelled all over the world searching for the ingredients to create the perfect taste, how they struggled to find the perfect producer, and how they ended up delivering the product*

*themselves at first. The style of the film preserves the clean white look associated with the all-organic beverage and its brand, whose image transmits harmony, health, and simplicity. Almost everything in the film, for which stop-motion techniques were used, is made out of paper. Even the sound effects are all natural.*



**Studio** Visual Artists Collective  
**Design** Andreina Díaz, Marcos Medvedov, Luis Casanova  
**Illustration** Andreina Díaz,  
**Fotografie Photography** Luis Casanova  
**Animation** Marcos Medvedov  
-  
**Auftraggeber Client** all i need beverage GmbH  
[www.allineed.at](http://www.allineed.at)  
-  
**Kontakt Contact**  
Visual Artists Collective  
1040 Wien, Schwindgasse 3/1/1  
M +43 (0)676 482 18 16  
[mailto: m.medvedov@viartco.com](mailto:m.medvedov@viartco.com)  
[www.viartco.com](http://www.viartco.com)



# B#04

*Illustration*

**ANDERE ANWENDUNGEN  
MISCELLANEOUS APPLICATIONS**

*And the Winners Are ...*  
Gratulation! / Congratulations!

Markwald Neusitzer Identity .....	DE
dasuno Werbeagentur .....	AT
buero bauer .....	AT
esca – graphik + design .....	AT
Atzgerei .....	AT

# B#04

## ILLUSTRATION

... in anderen Anwendungen  
... in Miscellaneous Applications

### Gold!

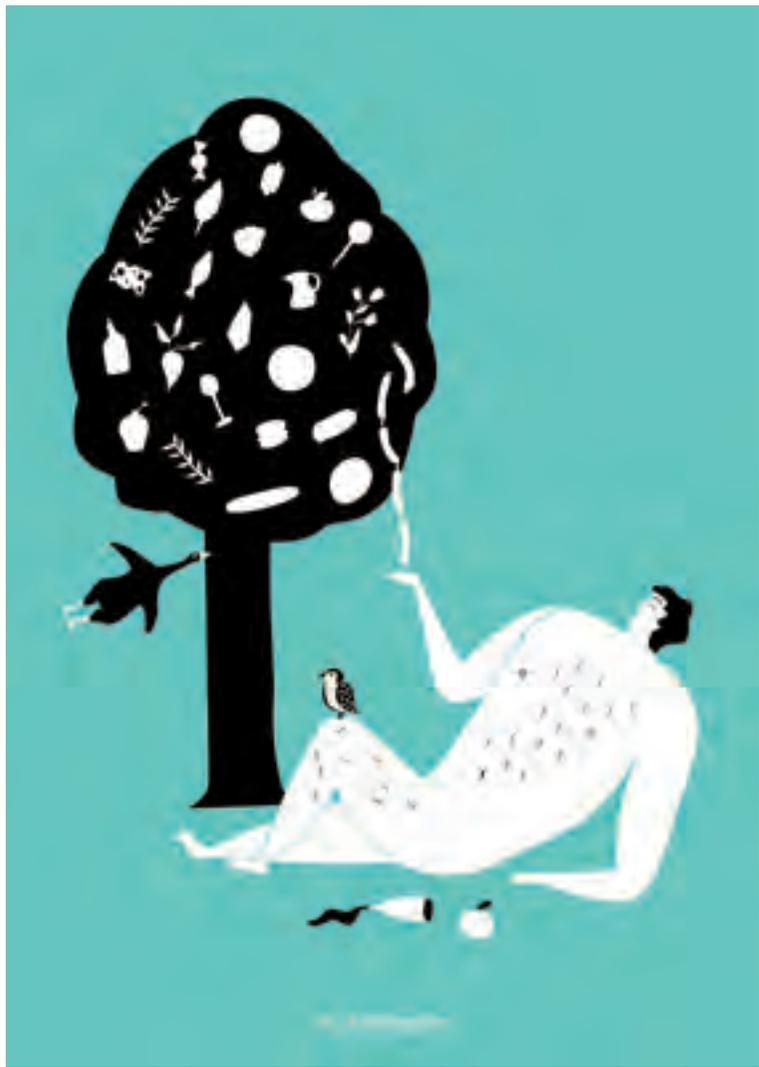
Vorsätze 2014  
Kartenedition als Neujahrsgruß  
Intentions 2014  
New Year's greeting card edition

Am Ende des alten Jahres fassen wir gute Vorsätze für das neue, die meist schnell in Vergessenheit geraten. In einer Kartenedition zusammengefasst finden sich sieben Vorsätze, die sich viele von uns immer wieder vornehmen: Erfolg, Bewegung, Wohlergehen, Entschleunigung, Abenteuer, Großzügigkeit, Zufriedenheit. Die Karten sollen übers Jahr hin auf humorvolle Weise an diese Vorsätze erinnern.

*Towards the end of the old year, we make resolutions for the one that lies ahead. They, however, are quickly forgotten. Seven intentions many of us have resolved to realise time and again have been assembled in this card edition: success, physical exercise, well-being, deceleration, adventure, generosity, and contentment. These cards are meant to remind us of these resolutions throughout the year in a humorous way.*



**Studio** Markwald Neusitzer Identity  
**Art Direction** Nina Neusitzer,  
Nicolas Markwald  
**Illustration**  
Bettina Strunk  
-  
**Auftraggeber Client** Markwald Neusitzer  
Identity  
-  
**Kontakt Contact**  
Markwald Neusitzer Identity  
60327 Frankfurt am Main,  
Schleusenstraße 9  
T +49 (0)69 256 26 999-0  
mailto: markwald@mnidentity.de  
www.mnidentity.de



# B#04 ILLUSTRATION

... in anderen Anwendungen  
... in Miscellaneous Applications

## Silber Silver

dasuno for Huber & Lerner  
Weihnatskollection  
Christmas collection

Die Weihnachtskollection besteht aus Geschenkpapier und Anhängerkarten. 3D-Kartonfiguren, gedruckt im Letterpress-Verfahren, können selbst zusammengesteckt werden und lassen sich als Paketanhänger auf die Bilder des Geschenkapiers setzen. So entstehen durch eine Interaktion zwischen Papier und Anhänger kleine weihnachtliche Geschichten.

*The Christmas collection comprises gift-wrapping paper and tags. Letterpress-printed 3D cardboard figures can be assembled and placed on top of the motifs of the wrapping paper as cards. In this way a little Christmas story is created as paper and tag interact.*



**Studio** dasuno Werbeagentur  
**Design** Nora Sri Jascha  
**Illustration** Stefanie Fink, Nora Sri Jascha, Florine Kammerer, Anna Kasnyik, Franziska Maurer  
-  
**Auftraggeber Client** Huber & Lerner  
Papier- und Schreibwaren  
[www.huber-lerner.at](http://www.huber-lerner.at)  
-  
**Kontakt Contact**  
dasuno Werbeagentur  
1060 Wien, Linke Wienzeile 8/16  
T +43 (0)1 585 74 48-0  
[mailto: office@dasuno.com](mailto:office@dasuno.com)  
[www.dasuno.com](http://www.dasuno.com)



# B#04

## ILLUSTRATION

... in anderen Anwendungen  
... in Miscellaneous Applications

### Silber Silver

**Cycling Affairs.**  
**Smarte Ideen für Rad & Stadt**  
**Kommunikationskampagne**  
*Smart Ideas for Bike & City*  
*Communication campaign*

Das Fahrrad-Jahr bot sich als ein idealer Anlass an, einen Kreativwettbewerb auszuloben. Eine Illustrationswelt in Schwarz-Weiß wurde zum Ausgangspunkt für die gesamte Wettbewerbskommunikation. Die Illustrationen fanden in zahlreiche Anwendungen Eingang: in einem Animationsfilm, auf der Einreichplattform, auf Plakaten und Postkarten und schließlich im Katalog und in der mobilen Ausstellungsgestaltung. Die Kommunikationsmedien sorgten mit ihren Motiven für einen hohen Bekanntheitsgrad des Wettbewerbs.

*The Year of the Bicycle offered itself as an ideal occasion to organise an ideas competition. An illustrated universe in black and white served as the competition's visual communication. The illustrations were used in various applications: for an animated film, on the registration platform, on posters and postcards, and finally in the catalogue and mobile exhibition. With their motifs, the combination of these communication media ensured a high level of awareness for the competition.*



**Studio** buero bauer

**Design & Illustration** Erwin K. Bauer,  
Katharina Hölzl, Tobias Schererbauer

**Mitarbeit** *Collaboration* LWZ

-

**Auftraggeber** *Client* departure, das  
Kreativzentrum der Wirtschaftsagentur  
Wien

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

-

**Kontakt** *Contact*

buero bauer

1040 Wien, Weyringergasse 36/1

T +43 (0)1 504 48 18

[mailto: office@buerobauer.com](mailto:office@buerobauer.com)

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



# B#04

## ILLUSTRATION

... in anderen Anwendungen  
... in Miscellaneous Applications

### Auszeichnung Distinction

Rotkäppchen  
T-Shirt und Produktadaptionen  
Little Red Riding Hood  
T-shirt and product adaptations

Das Motiv ist das erste von vielen für eine T-Shirt-Serie zum Thema Märchen. Die schlichte Scherenschnittoptik bot sich als traditionsreiche Darstellungsweise an. Durch den starken Kontrast und die sparsam eingesetzte Farbe lassen sich die Bilder schnell identifizieren und dem richtigen Märchen zuordnen. Die Darstellung kann auch als Filmstreifen gesehen werden, der als fortlaufender Handlungsstrang zu lesen ist.

*This motif is the first of many developed for a series of T-shirts featuring fairy tales. Traditional papercutting, with its visual simplicity, offered itself as an ideal manner of representation. Thanks to the strong contrasts and economical use of colour, the images can be identified quickly and associated with the fairy tale in question. The scene may also be viewed as a filmstrip illustrating a continuous plotline.*



**Studio** esca – graphik + design  
**Design & Illustration** Christoph Esca  
**Mitarbeit Collaboration** Christina Esca,  
Phillip Esca  
**Fotografie Photography** Christina Esca,  
David Sailer  
–  
**Auftraggeber Client** esca – graphik +  
design  
–  
**Kontakt Contact**  
esca – graphik + design  
1080 Wien, Lange Gasse 19/1  
M +43 (0)699 127 21 391  
[mailto: orders@esca.at](mailto:orders@esca.at)  
[www.esca.at](http://www.esca.at), [www.littleredridinghood.at](http://www.littleredridinghood.at)



# B#04

## ILLUSTRATION

... in anderen Anwendungen  
... in Miscellaneous Applications

### Auszeichnung Distinction

**brut Wien**  
Visuelle Kommunikation für  
ein freies Theater

Visual communication for  
an independent theatre

Der grafische Auftritt dieses freien Theaters umfasst Logo, Erscheinungsbild, Plakate, Anzeigen, Webauftritt und Monatsprogramme. Man entschied sich bei der visuellen Kommunikation gegen den Einsatz von Fotografie, wie er oft bei Theatern üblich ist. Mit jedem neuen Programm wechseln die Farbe der Drucksorten und der Stil der Illustration. Das Programm präsentiert sich als Faltposter, dessen Illustration auf die monatlichen Themenschwerpunkte Bezug nimmt. Zwischen 2007 und 2014 entstanden insgesamt 35 Programme mit unterschiedlichen Illustrationen.

*The visual appearance of this independent theatre comprises logotype, office stationery, posters, advertisements, website, and the monthly programmes. For the client's visual communication, it was decided not to make use of photography, which is commonly employed by theatres. With every new programme, the colours of the printed matter and the style of illustration change. The programme is a foldout poster with an illustration referring to the monthly topics. Between 2007 and 2014, altogether 35 programmes have been produced, each featuring a different illustrated motif.*



ATZGEREI Monatsprogramme für brut Wien

**Studio** Atzgerei

**Design & Illustration** Tobias Held,  
Michael Tripolt

-

**Auftraggeber Client** brut Wien

<http://brut-wien.at>

-

**Kontakt Contact**

Atzgerei

1050 Wien, Schönbrunner Straße 66/10

M +43 (0)650 920 57 17

[mailto: hello@atzgerei.com](mailto:hello@atzgerei.com)

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



C#01

*Design Concepts*

DESIGN FICTION

# *And the Winners Are ...*

Gratulation! / Congratulations!

Mustafa Karakas .....	DE
Sarah von der Heide Design & Illustration .....	DE
Susanne Pretterebner .....	AT
Maria Hack .....	DE
Maria Fuchs, Samira Fux, Sabine Zach .....	AT
Maria Horn .....	DE
Sandra Krebs .....	DE
Teresa Hausgnost .....	AT
Kathrin Schemel Editorial Design .....	DE
Franziska Loos .....	DE

# G#01 DESIGN FICTION

## Gold!

Women's Rights  
Plakatkampagne  
Poster campaign

Die Unterdrückung der Frau in der heutigen Gesellschaft ist ein brisantes und nach wie vor aktuelles Thema, das unterschiedliche Länder und Kulturen betrifft. Ziel der Kampagne ist es, die Aufmerksamkeit auf die unmenschliche Behandlung und die Grausamkeiten zu lenken, die Frauen angetan werden. Die ihnen zugefügten Leiden werden symbolisch durch eine Blume – ein Symbol für die Zerbrechlichkeit des menschlichen Daseins – dargestellt. Diese Blume wird nach und nach durch Fremdeingriffe verletzt und zerstört. Die einzelnen Sujets thematisieren Unterdrückung, Zwangsheirat, Isolation, Genitalverstümmelung, Säureattentate, Steinigung, Folter und Todesstrafe.

*The oppression of women in today's society continues to be an explosive and widely discussed topic involving different countries and cultures. It is the goal of this campaign to direct attention to the inhumane treatment and the cruelties that women are still forced to suffer. The pain inflicted upon women is expressed through the image of a flower, a symbol of the fragility of human existence, which is gradually mutilated and destroyed through the impact of violence. The individual motifs address oppression, forced marriage, isolation, genital mutilation, acid attacks, stoning, torture, and death penalty.*



**Design** Mustafa Karakas

-

**Ausbildungsstätte School**  
Fachhochschule Dortmund

-

**Kontakt Contact**

Mustafa Karakas  
46537 Dinslaken, Lohbergstraße 91  
M +49 (0)175 632 70 73  
[mailto: info@mustafakarakas.de](mailto:info@mustafakarakas.de)  
[www.mustafakarakas.de](http://www.mustafakarakas.de)



# G#01 DESIGN FICTION

*Silber  
Silver*

**Draw Me the News**  
**Buchprojekt (Eigenauftrag)**  
*Book project (self-initiated project)*

Nachrichten sind zuweilen so ungeheuerlich, dass sie sich auch nach Tagen schwer in einfachen Bildern fassen lassen. Doch genau das geschieht im Rahmen dieses persönlichen und eigenfinanzierten Projekts. Seit 2012 zeichnet die Illustratorin wöchentlich ein aktuelles Ereignis des Weltgeschehens, das sie auf ihrem Tumblr [www.drawmethenews.com](http://www.drawmethenews.com) veröffentlicht. Die Illustrationen des Jahres 2013 wurden nun in einem Jahrbuch publiziert, das einen Rückblick auf die großen und kleinen Ereignisse dieses Zeitraums bietet. Oft gibt es Symbole und Anordnungen, die gerade durch ihre Simplität den Kern der Nachricht treffen.

*Occasionally the news is so terrible that, even after days, it is difficult to reduce it to simple images. But this is exactly what is done within this personal and self-funded project. Since 2012 the illustrator has drawn a current global event week after week, which she has published on her Tumblr [www.drawmethenews.com](http://www.drawmethenews.com). The illustrations for 2013 have now appeared as a book that looks back on the large and small events of that year. Frequently there are symbols and arrangements that hit the nail on the head of a news item just because of their simplicity.*



**Design & Illustration** Sarah von der Heide

-

**Kontakt Contact**

Sarah von der Heide Design & Illustration  
50825 Köln, Ittisstraße 15  
T +49 (0)221 204 30 575  
[mailto: mail@sarahvonderheide.com](mailto:mail@sarahvonderheide.com)  
[www.sarahvonderheide.com](http://www.sarahvonderheide.com)  
[www.drawmethenews.com](http://www.drawmethenews.com)



# G#01 DESIGN FICTION

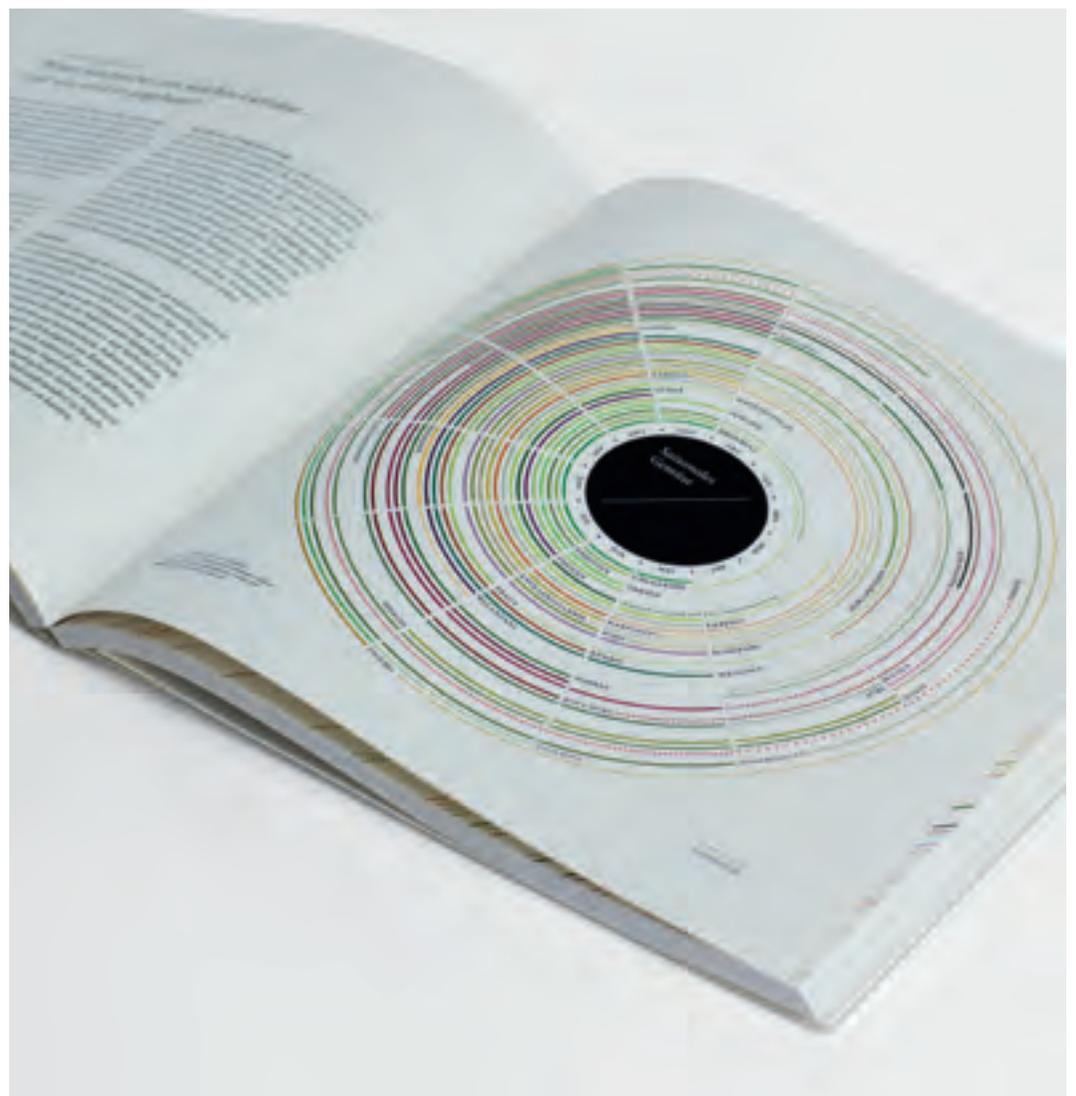
## Bronze

Rezepte für die Zukunft  
Ökologisches Kochbuch  
Recipes for the Future  
Ecological cookbook



Dieses durchgestaltete und illustrierte Buch vereint die Leidenschaften der Autorin fürs Kochen und fürs Design und regt zu einem verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt an. Es geht immer wieder gestellten Einkaufs- und Ernährungsfragen nach und bietet zudem klimafreundliche Rezeptideen an. Der erste Teil behandelt in zwölf Kapiteln die Zusammenhänge zwischen Ernährungsgewohnheiten und Umweltbelastung. Infografiken verdeutlichen relevante Fakten und zeigen potenzielle Maßnahmen zur Reduktion ernährungsbedingter Treibhausgase auf. Der Rezeptteil enthält saisonale Gerichte, die die Grundsätze eines bewussten Ernährungs- und Lebensstils berücksichtigen.

*This fully designed and illustrated book unites the author's passions for cooking and design and invites readers to treat the environment in a responsible way. It examines frequently posed questions about shopping and nutrition and offers climate-friendly recipes. The first part comprises twelve chapters dealing with how eating habits and ecological damage are interconnected. Infographics visualise relevant facts and suggest possible measures for reducing diet-related greenhouse gases. The recipe section contains seasonal dishes that comply with the principles of healthy nutrition and a conscious lifestyle.*



**Konzept, Design & Illustration**

**Concept, Design & Illustration**

Susanne Pretterebner

**Fotografie Photography**

Nora Mittelbach-Schober

-

**Ausbildungsstätte School**

FH Joanneum Graz

-

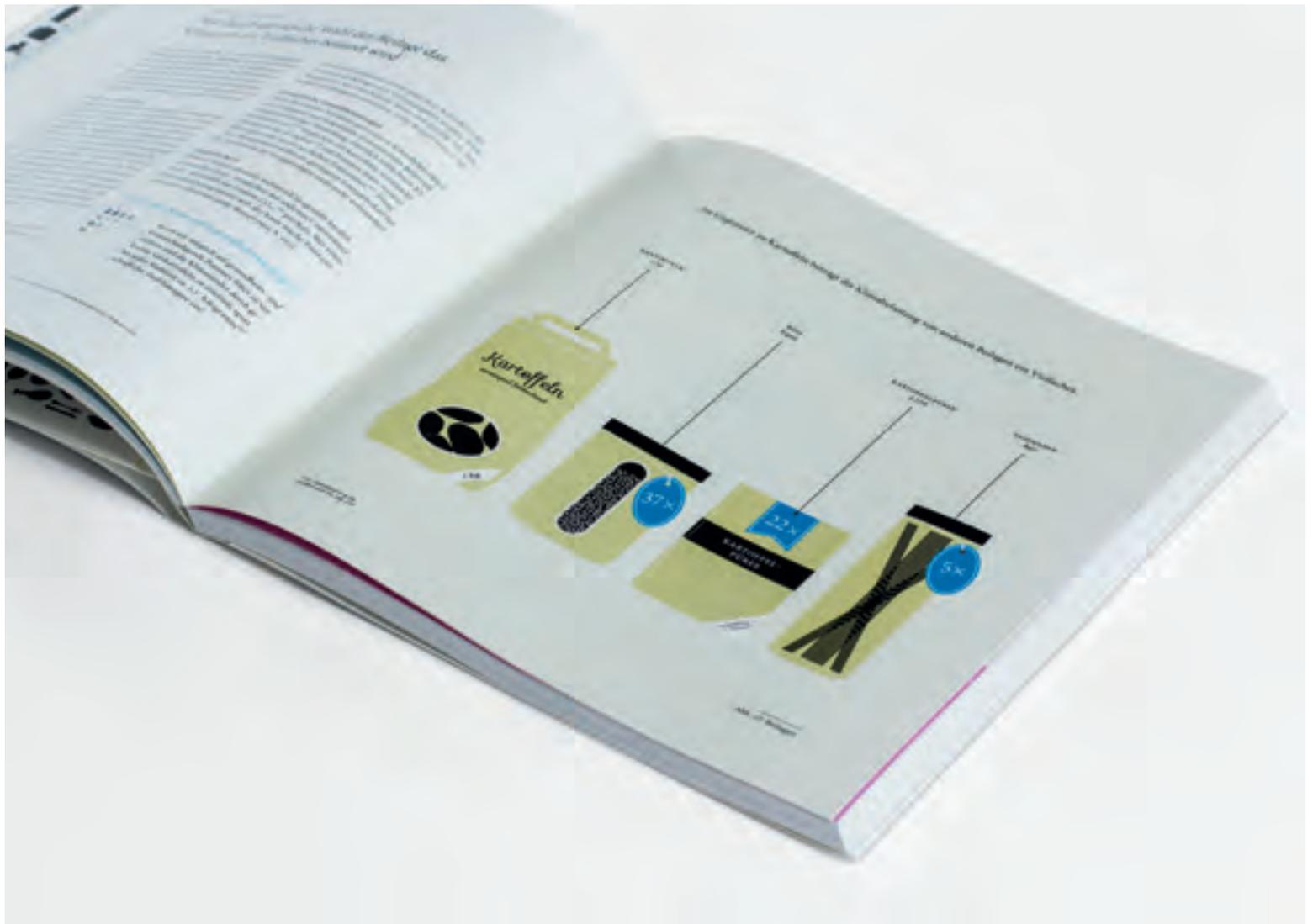
**Kontakt Contact**

Susanne Pretterebner

8010 Graz, Körblergasse 59

M +43 (0)699 110 57 469

mailto: susy@gmx.at



## Auszeichnung Distinction

Im Schlaf – eine hypnagoge Ausstellung  
mit begleitendem Katalog  
Ausstellungsprojekt

*In Your Sleep – A Hypnagogic Exhibition  
and Accompanying Catalogue  
Exhibition project*

Schlaf: Jede Nacht versinken wir in unser ureigenstes, geschütztes Reich. Diese Arbeit zeigt eine ganz persönliche Interpretation des Themas und nähert sich ihm auf fast poetische Weise. Sie rückt den Schlaf, der gewöhnlich in der Privatsphäre stattfindet, ins öffentliche Licht. Die Materialien der Ausstellung, für die auch eine eigene Klangwelt geschaffen wurde, ergeben sich zum Teil aus der Schlafstätte selbst: Leintücher, Holz, Kissen, Baumwollstoffe, Federn. Der begleitende Katalog orientiert sich mit seiner zurückhaltenden Typografie und dem vielen Weißraum an der Klarheit und Ästhetik der Ausstellungsobjekte. Die Fotos sind pur, unaufgeregt und weich ausgeleuchtet. »Der Schlaf ist ein stummer Teil von uns, der uns sehen und erleben lässt, was im Wachzustand nicht möglich scheint.«

*Sleep: every night we retreat to our very own protected realm. This project presents an entirely personal interpretation of the subject, approaching it in an almost poetic manner. It pushes sleep, which normally takes place in private, into the limelight. The materials of the exhibition, for which a unique sound universe has been created, have partly been suggested by what is found in one's sleeping quarters: linen, wood, pillows, cotton, and feathers. With its restrained typography and lots of white space, the accompanying catalogue refers to the clarity and aesthetics of the exhibits. The softly lit photographs seem pure and calm. »Sleep is a silent part of us that makes us see and experience what appears to be impossible when we are awake.«*



**Design** Maria Hack

-

**Ausbildungsstätte** School Hochschule  
Augsburg/Fakultät für Gestaltung  
Faculty for Design

-

**Kontakt** Contact

Maria Hack  
86152 Augsburg, Äußeres  
Pfaffengässchen 36  
M +49 (0)176 312 47 431  
mailto: hallomirz@gmail.com  
www.cargocollective.com/mariahack  
www.vimeo.com/87776084





# G#01 DESIGN FICTION

## Auszeichnung Distinction

geWOHNheiten  
Schulprojekt  
HABITats  
School project

Das Jahr 2012 war das Europäische Jahr für aktives Altern und Solidarität zwischen den Generationen. In diesem Sinn beschäftigt sich das Projekt in 23 Interviews mit den Lebensweisen und Gewohnheiten von Pensionistinnen und Pensionisten in Wien: Wie leben sie? Wie oft haben sie ihren Wohnsitz geändert und warum? Reisen sie durch die Welt oder bleiben sie in ihrer Wohnung? Was gönnen sie sich von Zeit zu Zeit? Um die Persönlichkeit der Menschen besser zu ergründen, wurden Gespräche in den Wohnzimmern der Befragten geführt. Die Fotos und die gewonnenen Erkenntnisse wurden in diesem Bildband zusammengefasst.

*The year 2012 was the European Year for Active Ageing and Solidarity between Generations. Accordingly, this project deals with the lifestyles and habits of retired people in Vienna in the form of 23 interviews. How do they live? How often have they changed address and why? Do they travel or stay at home? Do they treat themselves to something nice from time to time? In order find out more about the people's personalities, the interviews were conducted in the respondents' private living rooms. The photographs and the insights gained are assembled in this illustrated book.*



**Design** Maria Fuchs  
**Illustration** Samira Fux  
**Fotografie Photography** Sabine Zach  
-  
**Ausbildungsstätte School** Höhere  
Graphische Bundes- Lehr- und  
Versuchsanstalt  
-  
**Kontakt Contact**  
Sabine Zach  
1200 Wien, Raffaelgasse 22/1/11  
M +43 (0)650 300 95 63  
[mailto: fotosabinezach@gmail.com](mailto:fotosabinezach@gmail.com)



*Auszeichnung*  
*Distinction*

**Food Fight – Wer isst was?**  
**Gesellschaftsspiel**  
*Who Eats What?*  
*Board game*

Bei diesem Brettspiel geht es ums Essen. Bewusste Ernährung ist in unserer Gesellschaft ein heiß diskutiertes Thema. Faszinierend dabei ist, wie gegensätzlich die Ansichten über gesunde Nahrungsmittel und Ernährung sind. Das Spiel unterscheidet zwischen fünf Ernährungsgruppen: Veganern, Makrobiotikern, Paleo-Anhängern, Frutariern und Rohköstlern. Es bietet die Möglichkeit, auf nicht allzu ernsthafte und vorurteilsfreie Weise unterschiedliche Ernährungsweisen kennenzulernen. Das Spielbrett wurde aus beschichtetem Birkenperrholz gefräst und anschließend besiedbdruckt. Lebensmittelillustrationen ziehen sich durch die gesamte Gestaltung. Dem Spiel liegt ein Rezeptheft bei.

*Since healthy nutrition is a much-discussed topic in our society, this board game focuses on eating habits. What is fascinating are the controversial views about wholesome food and diets. The game differentiates among five dietary groups: vegans, macrobiotists, fans of a paleo lifestyle, fruitarians, and raw foodists. It offers an opportunity to familiarise oneself with various diets in an entertaining and unbiased way. The board was cut out of coated birch plywood and subsequently screen-printed. Food illustrations run throughout the entire design, and the game comes with a recipe booklet.*



**Design** Maria Horn  
 -  
**Ausbildungsstätte** **School**  
 Hochschule der Bildenden Künste Saar  
 -  
**Kontakt** **Contact**  
 Maria Horn  
 77731 Legelshurst, Buchenweg 4  
 M +49 (0)176 638 65 257  
 mailto: hallo@mariahorn.de  
 www.mariahorn.de



# G#01

## DESIGN FICTION

### *Auszeichnung Distinction*

**Die Zeit zu handeln  
Installation**

*Time to Act  
Installation*

Rechtsextremismus steht immer weniger im Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit, obwohl in Deutschland laut Kriminalstatistik (2010) alle 26 Minuten eine rechtsextremistisch motivierte Straftat begangen wird. Die Installation aus 112 Uhrwerken funktioniert wie ein Live-Ticker für Rechtsextremismus: Alle 26 Minuten bilden vier Uhrwerke mit ihren Zeigern ein Hakenkreuz. Durch die Aufstellung an einem frequentierten Ort – etwa im Berliner Regierungsviertel – würde die durch die Installation vermittelte Botschaft tagtäglich zahlreiche Menschen erreichen.

*Right-wing extremism is less and less in the public eye, even though, according to crime statistics (for 2010), every 26 minutes a right-wing-motivated offence is committed in Germany. This installation, which is composed of 112 clockworks, functions as a live ticker for right-wing extremism: every 26 minutes the hands of four clockworks form a swastika. Putting the installation up in a frequented place – such as the government district in Berlin – would deliver its message to numerous people on a daily basis.*



**Design** Sandra Krebs, Alexander Döpel

-

**Ausbildungsstätte School**

Bauhaus-Universität Weimar

**Betreuung Supervision** Prof. Werner

Holzwarth, Björn Kernspeckt

-

**Kontakt Contact**

Alexander Döpel

M +49 (0)157 845 57 819

mailto: [mail@alexander-doepl.com](mailto:mail@alexander-doepl.com)



# G#01

## DESIGN FICTION

### Auszeichnung Distinction

Learning Austrian Dialect  
Postkarten  
Postcards

Im Abschlussjahr, in dem Englisch Unterrichtssprache war, entstand die Idee zu diesem Projekt: österreichischen Dialekt durch englische Sprachlaute wiederzugeben. Auf diese Weise kann jede/r, der/die die englische Sprache beherrscht, unser Idiom »erlernen«. Die Idee ließe sich im Tourismus verwerten, etwa in Form von Postkarten. Die Beschriftungen erscheinen auf Dirndlstoffen und sind selbst gestickt. Sie spielen auf ironische Weise mit Klischees, die man mit Österreich verbindet.

*The idea of reproducing Austrian dialect through English phonetics was born during the final school year, when English was the language of instruction. In this way, everyone familiar with the English language will be able to adopt the Austrian idiom. The idea could be used in tourism, in the form of postcards, for example. The letters are embroidered on traditionally patterned textile fabrics and play ironically with stereotypes associated with Austria.*



**Design, Illustration & Fotografie**  
**Design, Illustration & Photography**

Teresa Hausgnost

-

**Ausbildungsstätte School** Staffordshire  
University/Werbeakademie Wien

**Betreuung Supervision** Petra Radel,  
Anita Kern

-

**Kontakt Contact**

Teresa Hausgnost

2042 Guntersdorf, Kalladorf 116

M +43 (0)680 123 12 72

<mailto:teresa.hausgnost@gmail.com>

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



## Auszeichnung Distinction

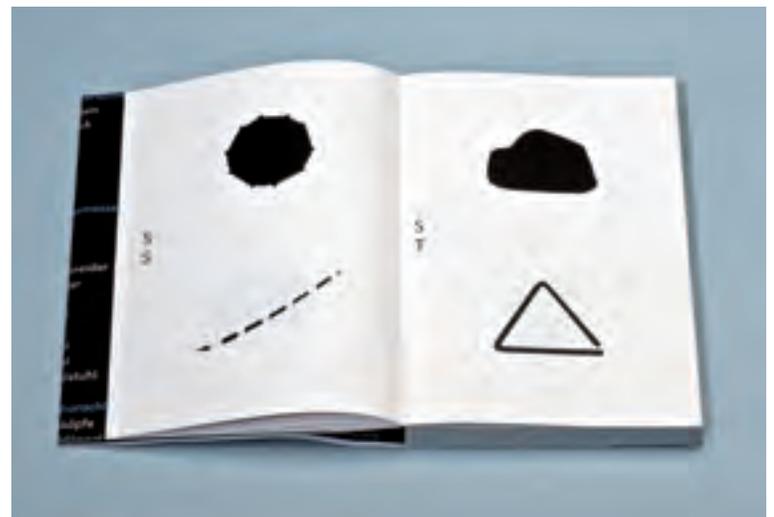
Assoziationsräume und Fantasiewelten  
von Kindern  
Buchprojekt

A Children's Universe of Associations  
and Fantasies  
Book project

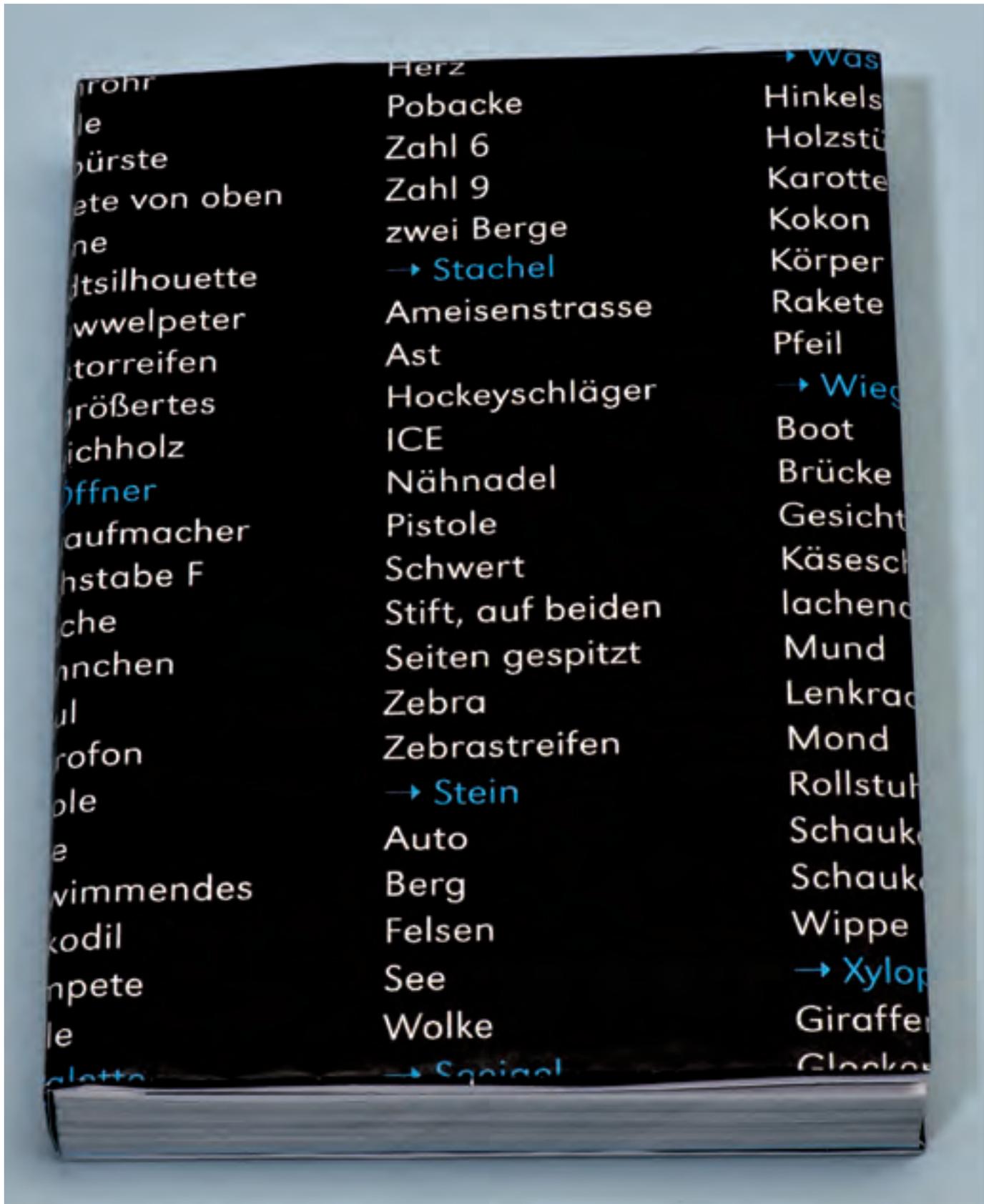
Das Vermögen zu assoziieren, zu fantasieren und zu imaginieren ist Grundlage jedes Gestaltungsprozesses. Bei Kindern ist diese Gabe in der Regel stärker ausgeprägt als bei Erwachsenen. Hier wird untersucht, inwiefern Assoziationsräume und Fantasiewelten von Kindern neue Sichtweisen eröffnen und die eigene Vorstellungskraft anregen können. In Workshops wurde der vielfältigen und unvoreingenommenen Sicht von Kindern auf bekannte Erscheinungsformen nachgegangen. Sie finden in Alltagsgegenständen den Stoff für Transformationen und Metamorphosen. Die Ergebnisse sind auf spielerische Weise in Form eines »Assoziationslexikons« dargestellt. Gestaltungselemente wie Bildsprache und offene Fadenheftung unterstreichen den »Work in Progress«-Charakter.

Each design process is based on the capacity to associate, fantasise, and imagine things, with the gift usually more developed in children than in adults. This project examines to what extent the associations and fantasies of children can open up new perspectives and fire one's own imagination. Children's multifaceted and unbiased approach to familiar phenom-

ena was examined in workshops. For them, everyday objects provide material for transformation and metamorphosis. The results have been depicted in the form of a playfully conceived »Dictionary of Associations«. Such design elements as imagery and open thread stitching emphasise the character of a work in progress.



**Studio** Kathrin Schemel Editorial Design  
**Design er Fotografie Design er**  
**Photography** Kathrin Schemel  
-  
**Ausbildungsstätte School**  
Zürcher Hochschule der Künste  
-  
**Kontakt Contact**  
Kathrin Schemel Editorial Design  
80339 München, Geroltstraße 31  
T +49 (0)89 500 80 39  
mailto: buero@kathrinschemel.de  
www.kathrinschemel.de



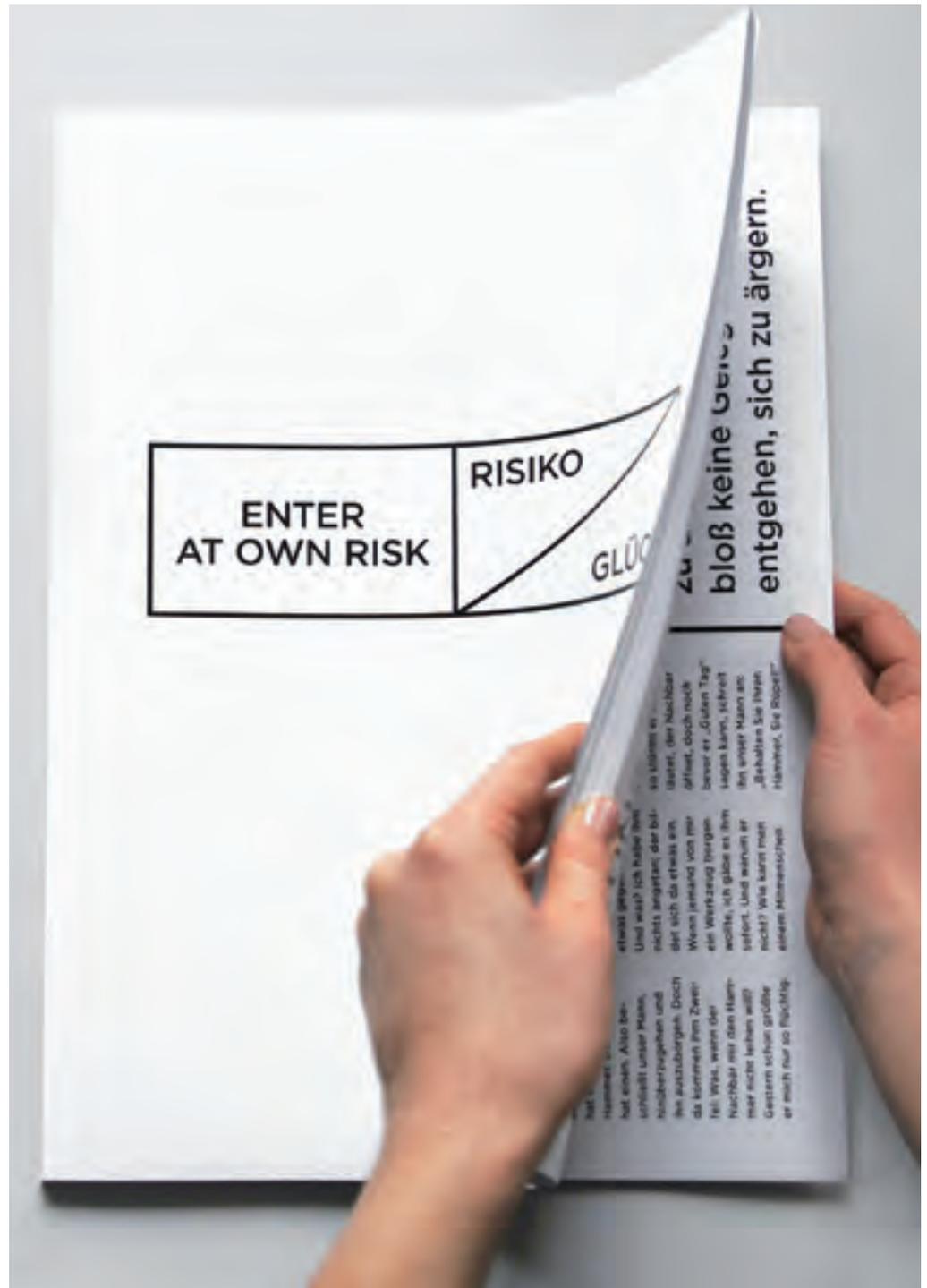
*Auszeichnung  
 Distinction*

**Enter at Own Risk**  
**Risiko und Glück**  
**Buchprojekt**

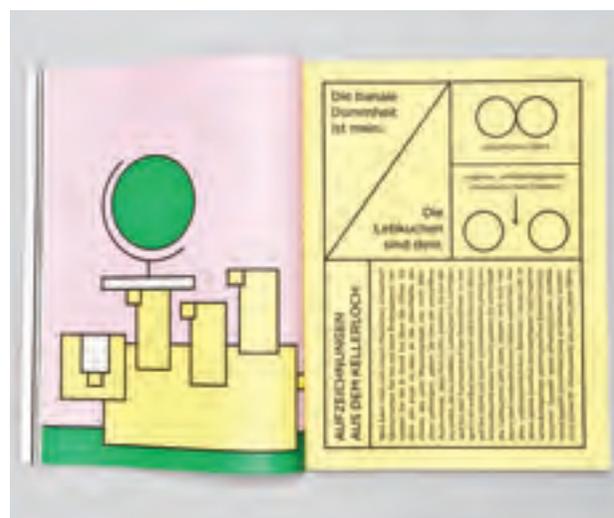
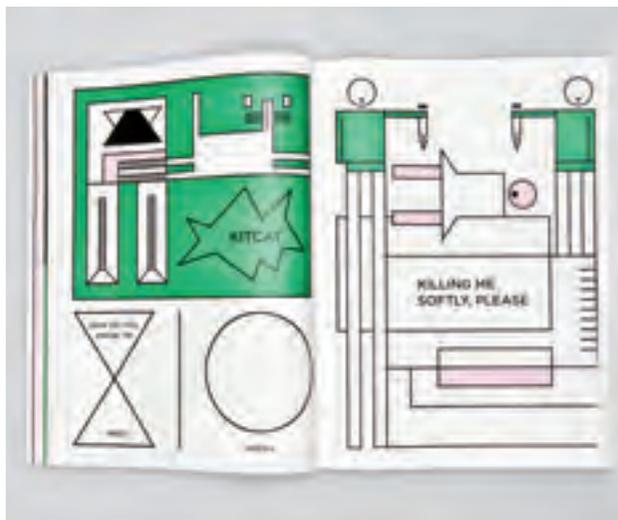
*Risk and Happiness*  
*Book project*

Aristoteles zufolge sind alle Menschen auf der Suche nach dem Glück. Doch wie lässt es sich erreichen? Diese Frage beantwortet womöglich das vorliegende Buch. Es beinhaltet Lebensweisheiten und kluge Gedanken namhafter Personen der Geschichte und Zeitgeschichte zum Thema Risiko und Glück. Doch kein herkömmliches Buchformat kann der Suche nach dem Glück gerecht werden. Dieses experimentelle Projekt versucht mit Gestaltungsmitteln der Pop Art gestalterische Grenzen auszureizen und zu überwinden. Streng geometrische Formen, Kontraste und grelle Farben bestimmen das Gesamtbild. Auch die Übergröße des Formats ist Mittel zum Zweck.

*According to Aristotle, everyone searches for happiness. But how can it be achieved? The answer may lie in this book, which contains wise sayings and thoughts expressed by famous historic and contemporary personalities on the subject of risk and happiness. Yet an ordinary book format would not do justice to the pursuit of happiness. This experimental project seeks to fathom and overcome the limits of design by employing the creative means of Pop. The overall impression is determined by strictly geometric forms, contrasts, and gaudy colours. The oversized format, too, is a means to an end.*



**Design er Illustration** Franziska Loos  
 -  
**Ausbildungsstätte School**  
 Universität der Künste Berlin/Klasse für  
 Grafikdesign *Graphic Design Department*  
 -  
**Kontakt Contact**  
 Franziska Loos  
 13353 Berlin, Sprengelstraße 27  
 M +49 (0)162 950 21 52  
 mailto: [hello@franziskaloos.com](mailto:hello@franziskaloos.com)  
 www: [www.franziskaloos.com](http://www.franziskaloos.com)



# #THE END IMPRESSUM IMPRINT

## JOSEPH BINDER AWARD TROPHY

Selbst beim Computer wollte man auf die Ikone Papierkorb nicht verzichten. Auf dem Weg dorthin, aufgefangen und eingegossen in Glas: Der tatsächliche und imaginäre Papierknäuel ist ein prominenter Protagonist im Prozess jeder eigenschöpferischen Arbeit. Die Joseph Binder Award Trophy in Gold, Silber und Bronze basiert auf einem Entwurf von John Mark, Wien, und wird produziert von Harry Schmidt, Wien.

*Even computers cannot do without the icon of the recycle bin. On its way there, captured and cast in glass, the real or imaginary ball of crumpled paper is a prominent protagonist in the process of any creative work. The Joseph Binder Award trophy in gold, silver, and bronze is based on a design by John Mark, Vienna, and is produced by Harry Schmidt, Vienna.*

## DANKE THANK YOU

Wir danken den folgenden Unternehmen und Organisationen für das Sponsoring von Preisgeldern, Trophäen und Papier:

*We thank the following companies and organisations for sponsoring money prizes, trophies, and paper:*



Medienpartner Media Partner



In Kooperation mit In cooperation with



endorsed by



Unterstützt durch Supported by

BUNDESKANZLERAMT ÖSTERREICH  
KUNST

designaustria®

## Herausgeber und Verleger Editor and Publisher

designaustria (DA), gegründet 1927, ist das Wissenszentrum und die Interessenvertretung für Design und engagiert sich für Österreich als Designnation. designaustria ist Mitglied des International Council of Graphic Design Associations (ICOGRADA), des International Council of Societies of Industrial Design (ICSID) und des Bureau of European Design Associations (BEDA).

*designaustria (DA), founded in 1927, is the knowledge centre and interest organisation for design in Austria and committed to Austria as a design nation. designaustria is a member of the International Council of Graphic Design Associations (ICOGRADA), the International Council of Societies of Industrial Design (ICSID), and the Bureau of European Design Associations (BEDA).*

## Vorstand Board

Monika Fauler, Wien  
Martin Fößleitner, Wien  
Markus Hanzer, Wien  
Beatrix Roidinger, Wien  
Sigi Ramoser, Dornbirn

## Geschäftsstelle Head Office

designaustria im designforum Wien  
MQ, Museumsplatz 1, 1070 Wien,  
T (01) 524 49 49-0,  
F (01) 524 49 49-4  
E [service@designaustria.at](mailto:service@designaustria.at),  
[www.designaustria.at](http://www.designaustria.at)

**Geschäftsführer Director:** Severin Filek, Birgit Gartner (Office Management), Irene Jäger (Press & PR), Tamara König (Web & Project Accounting), Heidi Resch (Project Management), Judith Weiß (Project Management), Brigitte Willinger (Managing Editor), Ulrike Willinger (Publications & Project Management)

## ORGANISATION

**Projektleitung Project Management**  
Heidi Resch

## Mitarbeit Collaboration

Severin Filek, Birgit Gartner, Irene Jäger, Tamara König, Judith Weiß, Brigitte Willinger, Ulrike Willinger

## KATALOG CATALOGUE

### Redaktion Editor

Brigitte Willinger, Wien

### Designkonzept Design Concept

Typejockeys, Wien [www.typejockeys.com](http://www.typejockeys.com)

### Kataloglayout Catalogue Layout

Zeitmassdesign, Wien

### Übersetzung Translation

Brigitte Willinger, Wien

### Lektorat Copy Text Editing

Brigitte Willinger, Wien,  
Edita Nosowa, Minneapolis

### Fotos Photo Credits

Alle Rechte liegen bei den Beitragenden bzw. deren FotografInnen. Namentlich genannt wurden:

*All rights reserved by the entrants and their photographers. Mentioned by name were:*

Nora Mittelbach-Schober (Susanne Pretterebner/Rezepte für die Zukunft)

### Papier Paper

Umschlag Cover: Olin High White, 300 g/m<sup>2</sup>, Kern Interior: Olin High White, 120 g/m<sup>2</sup>, zur Verfügung gestellt von *sponsored by* Antalis Austria GmbH, Wien, [www.antalisaustria.com](http://www.antalisaustria.com)

### Schriften Typefaces

Sauber Script by Typejockeys  
Bindlestiff by Nick's Fonts  
Arquitectura by Latinotype

### Belichtung, Druck und Endfertigung

#### Produced and printed by

Grasl Druck & Neue Medien GmbH,  
Bad Vöslau, [www.grasl.eu](http://www.grasl.eu)

### © 2014 designaustria, 1070 Wien

Alle Rechte vorbehalten *All rights reserved*

Preis Price: € 18,00

ISSN 1022-9574-22

### AUSSTELLUNG EXHIBITION

designforum Wien, MuseumsQuartier,  
1070 Wien

25. Oktober – 23. November 2014

25 October – 23 November 2014

### Ausstellungsorganisation & -gestaltung

*Exhibition Organisation & Design*

Heidi Resch, Wien

**curious** matter®



## METAMORPHOSE IN PERFEKTION

Erleben Sie Curious Matter, den Neuzugang der Curious Collection von Arjowiggins Creative Papers. Curious Matter ist ein FSC®-zertifiziertes, patentiertes Papier, das sich anfühlt wie kein anderes. Seine erstaunliche Textur sowie seine matte und hochpigmentierte, homogene Oberfläche sind ebenso faszinierend und revolutionär wie das Material, aus dem dies geschaffen wird: Kartoffelstärke ... exklusiv erhältlich bei Antalis.

Bestellen Sie gratis Ihre Papiermuster unter [www.antalis.at](http://www.antalis.at) und erhalten Sie weitere Infos über unsere Produktinnovation.



**ARJOWIGGINS**  
creative papers

antalis <sup>EM</sup>  
Just ask Antalis

Choosing Paper is a creative act.



**Creative Power** bezeichnet das umfassende Premiumpapiersortiment von Antalis:  
Farbe, Oberfläche, Struktur und Grammatik: unendlich viele Möglichkeiten, um Ihr  
Kommunikationsmedium von anderen abzuheben.

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

antalıs<sup>EM</sup>  
Creative Power

drucken

war

gestern,



fair

printen

ist

heute.

Karl und  
Walter Grasl stehen  
für Europas nachhaltigste  
Druckerei. Höchste Qualität,  
die nachhaltig, ressourcen-  
schonend und umweltfreundlich  
produziert wird. Das ist Grasl  
FairPrint. Mit vielfach aus-  
gezeichneten Druck-  
werken.

GRASL

FAIR  
PRINT



*See you again soon...*

**JOSEPH BINDER AWARD 16**