

JOSEPH BINDER
AWARD 2016

WINNERS! WINNERS!
WINNERS!

WHAT?

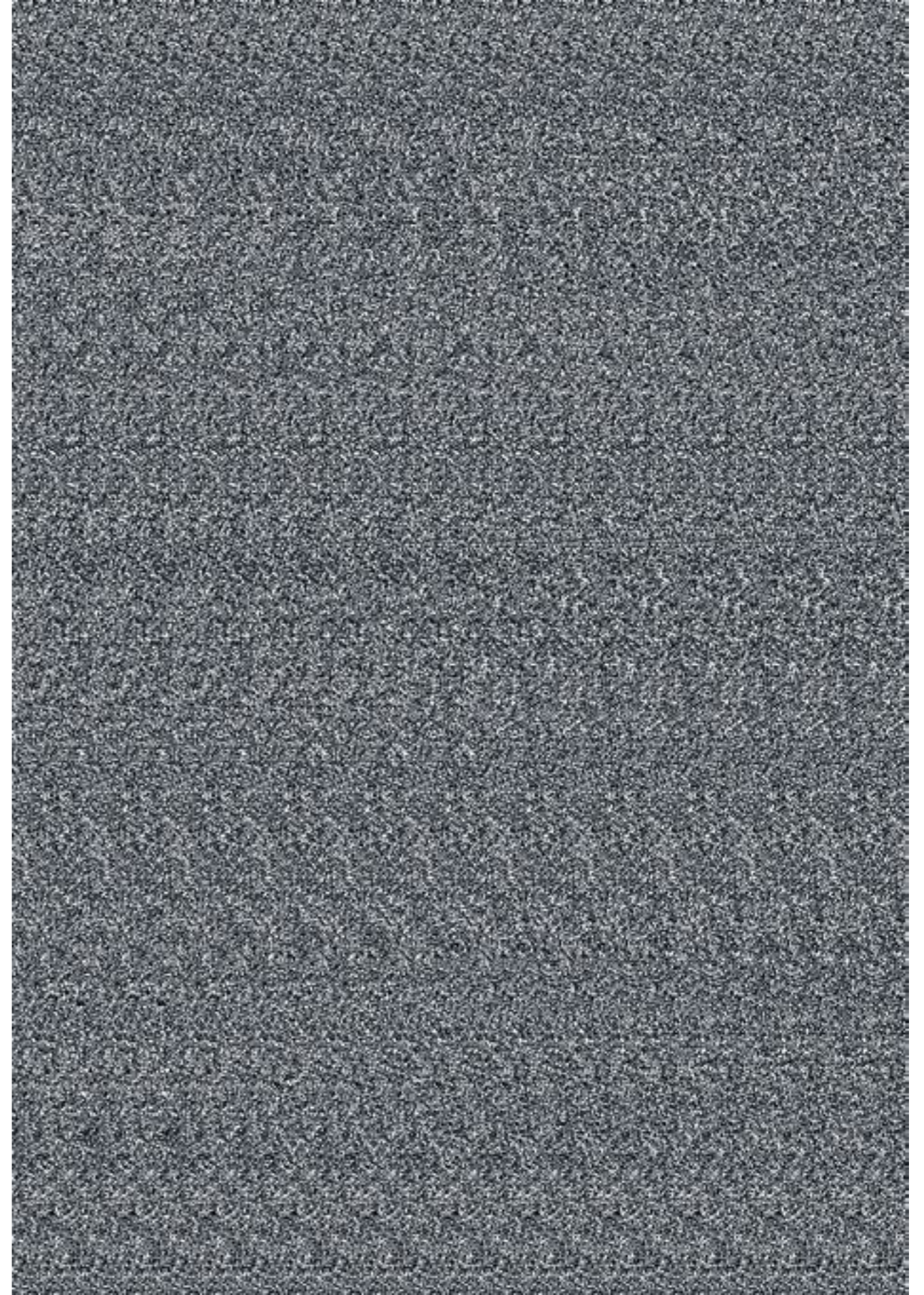


TABLE OF CONTENTS
ABOUT THE JOSEPH BINDER
AWARD 2016 8—11 JOSEPH
BINDER 12—13 THE JURY
14—23 CATEGORIES 24—222
ACKNOWLEDGEMENTS &
CREDITS 223—225

[A] 1. Corporate Design 26—41 / 2. Communication Design 42—55 / 3. Information Design 56—63 / 4. Type Design 64—77 / 5. Poster Design 78—95 / 6. Editorial Design Books 96—113 / 7. Editorial Design Periodicals 114—123 / 8. Packaging Design 124—135 / 9. Digital Media 136—145 [B] 1. Book Illustration 146—159 / 2. Media Illustration 160—173 / 3. Commercial Illustration 174—181 / 4. Digital Illustration 182—187 / 5. Illustration in Miscellaneous Applications 188—199 [C] Design Fiction 200—217

UND DIE
GEWINNER/INNEN SIND...

6



AND THE
WINNERS ARE...

7

JOSEPH BINDER AWARD 2016: WINNERS! WINNERS! WINNERS!

There is much to celebrate on the twentieth anniversary of the Joseph Binder Award, which was first launched in 1996: still more entries, still more winners, still more internationality. JBA16 beats the records established in 2014 and thus emerges from the competition as its first winner. Altogether 81 submissions made it into the shortlist. This catalogue will tell you who among the roughly 320 participants, who had entered as many as 730 projects, managed to win which prize!

Zum 20-jährigen Jubiläum des Joseph Binder Award, dessen Startschuss 1996 fiel, gibt es viel zu feiern. Noch mehr Einreichungen, noch mehr Gewinnerinnen und Gewinner, noch internationaler: Der JBA16 sprengt die Rekorde des Jahres 2014 und geht damit als erster Sieger aus dem Wettbewerb hervor. Insgesamt 81 Beiträge wurden in die Shortlist gewählt. Wer von den rund 320 Teilnehmerinnen und Teilnehmern, die mit insgesamt circa 730 Projekten angetreten waren, was gewonnen hat, steht in diesem Katalog!

JOSEPH BINDER AWARD 2016: WINNERS! WINNERS! WINNERS!

Auf die Frage »Was ist deine Dimension?«, die designaustria mit dem Call zum Joseph Binder Award 2016 gestellt hatte, antworteten über 320 Gestalterinnen und Gestalter aus 27 Ländern mit rund 730 Einreichungen. Damit hat Österreichs internationaler Wettbewerb für Grafikdesign und Illustration wieder ein Stück an Reichweite gewonnen und vor allem den Teilnahmerecord des Jahres 2014 um fast 18 Prozent eingestellt. Schon allein das ist ein wunderbares Ergebnis, für das allen, die mitgemacht haben, großer Dank gebührt. Denn die vielen Arbeiten aus so unterschiedlichen Bereichen von so vielen begeisterten und engagierten Kreativen aus so vielen verschiedenen Ländern und Kulturen versammelt zu sehen, ist ein Fest für sich. Vertreten waren neben dem Gastgeberland Österreich für Europa Belgien, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Deutschland, Großbritannien, Italien, Luxemburg, die Niederlande, Polen, Russland, Schweden, die Schweiz, die Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn; für Asien Bangladesch, China, der Iran, Israel, Jordanien, Südkorea, Taiwan und die Vereinigten Arabischen Emirate; sowie die Vereinigten Staaten von Amerika und Australien.

Für einen Schub in Richtung Internationalität sorgte auch ein stark erweitertes Netzwerk an Partnern. Europäische Designverbände aus Dänemark (Design denmark), Deutschland (BDG, AGD, IO), Frankreich (AFD), Italien (AIAP), Kroatien (HDD), Litauen (LGDA), Luxemburg (Design Luxembourg), Mazedonien (Plakart), Polen (STGU), der Schweiz (SGD) und Tschechien (UGD) haben den österreichischen Award, der zudem mit Endorsements vom International Council of Design (ico-D) und dem Bureau of European Design Associations (BEDA) ausgestattet war, promotet und durch die Entsendung von Jurorinnen und Juroren unterstützt. Juriert wurde zum ersten Mal in zwei Runden – im Juni in einem ersten Schritt Online und im Juli in einem zweiten Schritt vor jenen Arbeiten, die die erste Runde passiert hatten und physisch im designforum Wien vorlagen.

Die beiden Hauptbereiche Grafikdesign & Illustration wurden um jeweils eine Kategorie erweitert: Erstmals war es beim Joseph Binder Award, der bisher auf Print beschränkt gewesen war, möglich, auch digitale Medien und Illustrationen einzureichen. Damit standen insgesamt 15 Kategorien für Einreichungen offen: Corporate Design, Kommunikationsdesign, Informationsdesign, Schriftgestaltung, Plakatgestaltung, Editionsdesign/Bücher, Editionsdesign/Zeitschriften, Verpackungsgestaltung, Digitale Medien, Buchillustration, Medienillustration, Werbeillustration, Digitale Illustration, Illustration in anderen Anwendungen sowie die auftragsunabhängige Kategorie »Design Fiction«, in der vor allem nicht realisierte Konzepte und Projekte Studierender zum Zug kommen.

Die 16 Mitglieder der Online-Jury hatten etwa drei Wochen Zeit, die Flut an Einreichungen zu sichten und zu bewerten. Sie schickten rund 180 Beiträge (ca. 25 Prozent) weiter. Vor Ort begutachteten dann Marcus Arige (Österreich), Gion Fry (SGD/Schweiz), Olaf Mühlmann (AFD/Frankreich), Peggy Stein (AGD/Deutschland) und Guido Wolff (Design Luxembourg/Luxemburg) in zwei Tagen die verbliebenen Arbeiten, die sich aufgrund der Vorauswahl allesamt schon durch ein hohes Maß an Qualität auszeichneten. Als vorrangige Bewertungskriterien einigte man sich auf die klare Erkennbarkeit einer Idee bzw. einer überzeugenden Konzeption, einen hohen Innovationsgrad, gesellschaftliche und/oder wirtschaftliche Relevanz sowie eine saubere handwerkliche Ausführung bzw. eine gelungene Umsetzung der Idee. Die Jury wählte 81 Arbeiten in die Shortlist und vergab 35 Trophäen (12-mal Gold, 8-mal Silber und 15-mal Bronze), drei Geldpreise (in der Kategorie »Design Fiction«) sowie 46 Auszeichnungen.

Die zahlenmäßig stärksten Kategorien Editionsdesign/Bücher & Zeitschriften (134), Corporate Design (124) und Plakatgestaltung (115) entpuppten sich denn auch hinsichtlich der Meriten der einzelnen Beiträge als besonders herausragend. Im Vergleich zur vorherigen Auflage des Wettbewerbs hatte letztere Disziplin stark zugelegt, ähnlich wie der Bereich Schriftgestaltung (26), der von der Güte und Vielfalt der eingereichten Fonts her ein gleichermaßen beeindruckendes Spektrum darbot. Besonders erfreulich ist, dass es beim Joseph Binder Award, dessen Spitzenfeld bisher vom deutschsprachigen Raum beherrscht wurde, im Jahr

JOSEPH BINDER AWARD 2016: WINNERS! WINNERS! WINNERS!

More than 320 designers from 27 countries responded to the question »What is your dimension?«, which had been posed in the call for entries of this year's edition of the Joseph Binder Award, by submitting as many as 730 works. This means that Austria's international competition for graphic design & illustration once again succeeded in increasing its range and that the 2014 record participation was beaten by almost 18 per cent. And this is a wonderful result in itself, for which our thanks are due to all of those who took part. For seeing such a wealth of works from such a broad spectrum of disciplines and by so many enthusiastic and committed designers from so many different countries and cultures assembled in one spot is a feast in its own right. Besides Austria as the host country, Europe was represented with works from Belgium, Bosnia-Herzegovina, Bulgaria, Czechia, Germany, Great Britain, Hungary, Italy, Luxembourg, the Netherlands, Poland, Russia, Sweden, Switzerland, Slovakia, and Slovenia; contributions from Bangladesh, China, Iran, Israel, Jordan, South Korea, Taiwan, and the United Arab Emirates had been entered for Asia; and last, but not least, projects had arrived from the United States of America and Australia.

This thrust towards internationality was also due to a widely extended network of partnerships. European design associations from Denmark (Design denmark), Germany (BDG, AGD, IO), France (AFD), Italy (AIAP), Croatia (HDD), Lithuania (LGDA), Luxembourg (Design Luxembourg), Macedonia (Plakart), Poland (STGU), Switzerland (SGD), and Czechia (UGD) promoted the Austrian design award, which was also endowed with endorsements from the International Council of Design (ico-D) and the Bureau of European Design Associations (BEDA), and supported it by delegating members to its jury. For the first time, the submissions were assessed in two rounds – in a first step in an online session in June and in a second step in July before those works that had passed the first round and were physically present at designforum Wien in Vienna.

One category each had been added to the two principal disciplines, graphic design & illustration: for the first time in the history of the Joseph Binder Award, which had previously been limited to printed products, it was possible to also enter digital media and illustrations. Participants could therefore choose among 15 categories in which to submit their works: Corporate Design, Communication Design, Information Design, Type Design, Poster Design, Editorial Design/Books, Editorial Design/Periodicals, Packaging Design, Digital Media, Book Illustration, Media Illustration, Commercial Illustration, Digital Illustration, and Illustration in Miscellaneous Applications, as well as the independent category »Design Fiction«, which mainly accommodates unrealized concepts and student projects.

The 16 members of the online jury had three weeks in which to peruse and appraise the flood of entries. They sent some 180 projects (about 25 per cent) into the second round. These remaining works, all of which naturally stood out for their high quality standards on account of the pre-selection process, were then inspected on site in two days by Marcus Arige (Austria), Gion Fry (SGD/Switzerland), Olaf Mühlmann (AFD/France), Peggy Stein (AGD/Germany), and Guido Wolff (Design Luxembourg/Luxembourg). They agreed on such fundamental assessment criteria as the clear recognizability of an idea and its persuasive conception, a high degree of innovation, social and/or economic relevance, and a flawlessly crafted realization or accomplished implementation of the idea in question. The jury shortlisted 81 works and assigned 35 trophies (12 gold, 8 silver, and 15 bronze awards), three cash prizes (in the »Design Fiction« category), and 46 distinctions.

The categories receiving most entries, such as Editorial Design/Books & Periodicals (134), Corporate Design (124), and Poster Design (115), also turned out exceptional in terms of the merits of their individual contributions. Compared to the competition's previous edition, the latter discipline registered substantial gains, as did the Type Design cate-



2016 mehrere Beiträge aus osteuropäischen und asiatischen Ländern bis in die »Trophäenränge« geschafft haben. Als Aufsteiger sind Polen und Taiwan zu nennen, deren Einreichungen (3 bzw. 2) allesamt mit Trophäen ausgezeichnet wurden. Mehr als respektable Erfolgsquoten konnten auch China und Südkorea verbuchen. Österreich als Gastgeberland des Joseph Binder Award hat sich mit 40 Prämierungen aus 386 Einreichungen sehr zufriedenstellend geschlagen.

Neben den begehrten Trophäen in Gold, Silber und Bronze und den Geldpreisen kam in diesem Jahr erstmals auch der vom Weltdachverband gestiftete ico-D Excellence Award (ehemals Icograda Excellence Award) für eine herausragende Leistung im Design zur Vergabe. Dass sich die Jury hier für eine Arbeit aus dem Bereich »Design Fiction« entschieden hat, werten wir als Zeichen für eine vielversprechende Zukunft visueller Gestaltung.

Wir bedanken uns bei den Mitgliedern der internationalen Jury für ihr großes Engagement und kompetentes Urteil und bei allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern fürs Mitmachen. Herzliche Gratulation den Gewinnerinnen und Gewinnern!

designaustria

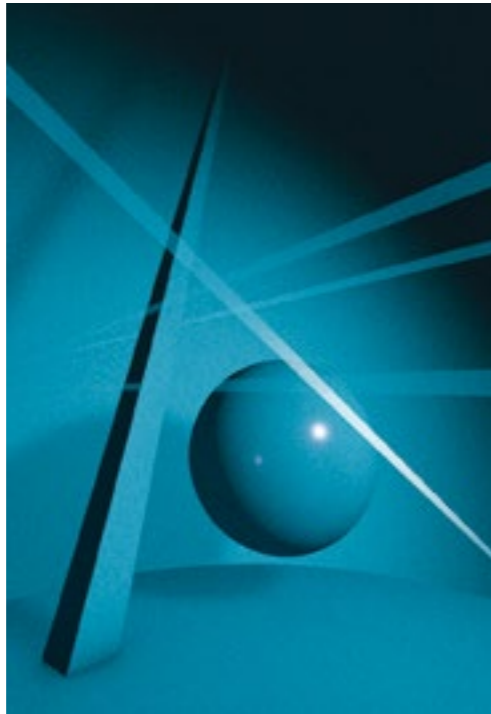
gory (26), which offered an equally amazing spectrum in terms of the accomplishment and diversity of the fonts entered. It was especially gratifying to see that several contributions from Eastern European and Asian countries succeeded in winning gold, silver, and bronze in this year's round of the Joseph Binder Award, whose top ranks have up to now been dominated by the German-speaking countries. The up-and-comers in this regard were Poland and Taiwan, all of whose entries (3 and 2 respectively) were awarded trophies. China's and South Korea's success rates were also more than respectable. With 40 shortlisted projects out of 386 entries, Austria as the host country of the Joseph Binder Award achieved a highly satisfactory result.

Apart from the trophies in gold, silver, and bronze and the cash prizes, an ico-D Excellence Award (formerly known as Icograda Excellence Award), donated by the world body of design, was assigned to a particularly deserving design project. That the jury decided for a work in the »Design Fiction« category can be interpreted as a positive sign for a promising future of visual communication.

We are most grateful to the members of the international jury for their great commitment and competent judgement and to all entrants for participating in this contest. Our sincere congratulations go to the winners!

designaustria

JOSEPH BINDER



12

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 weitergeben.

Nach Aufenthalten 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, Bensdorf, 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 visuelle 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.«

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 »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, Bensdorf, 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.«

1898
– 1972

13

GION
FRY

CHRIS
BUZELLI

14

MAJA
BAGIC BARIC

SOOJIN
BUZELLI

MARCUS
ARIGE

DANIELA
PISCITELLI

GUIDO
WOLFF

DARIUS
KISIELIUS

THE JURY

DAWID
KORZEKWA

ANNA
HILTI

JESPER
VON WIEDING

PEGGY
STEIN

MICHAL
KOTYZA

SUSANNE
BREITFELD

OLAF
MÜHLMANN

FRANZISKA
WALTHER

● Diese Jurorinnen gehörten auch der Ver-Ort-Jury im designforum Wien an.
These jury members also took part in the on-site jury at designforum Wien.



The main parameter driving the selection was the relationship between content and form — not in the traditional sense, but in terms of the consistency between form and relevance. Going beyond aesthetic and formal research, the selected projects represent successful attempts to re-establish the ability of graphic design to evoke narratives. What leads us to rethink its function at the executive end of the production process is the social responsibility design may have with regard to educational, inclusive, and collaborative issues. In this, we also need to enthusiastically embrace the countless possibilities opened up by the digital age. Design can suggest socially sustainable, economically reasonable, and essentially useful processes by questioning forms of habitat and living.

Hauptkriterium bei der Auswahl war das Verhältnis von Form und Inhalt – nicht im herkömmlichen Sinn, sondern hinsichtlich der Konsistenz zwischen Form und Relevanz. Abseits ästhetischer und formaler Recherche stellen die ausgewählten Projekte erfolgreiche Versuche dar, die Fähigkeit von Grafikdesign, Narrative zu evokieren, neu zu begründen. Die soziale Verantwortung, die Design in Fragen von Edukation, Inklusion und Zusammenleben übernehmen kann, lässt uns seine ausführende Funktion am Ende des Produktionsprozesses überdenken. Dabei gilt es, die zahllosen Möglichkeiten, die das digitale Zeitalter anbietet, wahrzunehmen. Design ist in der Lage, sozial nachhaltige, ökonomisch angemessene und von Grund auf nutzbringende Prozesse vorzuschlagen, indem es Lebensräume in Frage stellt.

ANNA HILTI



Illustrator
annahilti.com
Zurich/Switzerland

Looking through such a large number and great variety of submissions in succession can be compared to a long journey — an imaginary journey. Almost each project opens up an entirely new culture and a cosmos into which you need to immerse yourself temporarily. And similar to travelling, the most beautiful moments during the jury process are encounters. That is to say, when a project has not only achieved its goal through precise and convincing form, but when I can also discover a personality behind it. When I can feel the vision, a sense of experiment, or the joy involved in its creation. That certain something cannot always be defined with the aid of established formal criteria, but becomes recognizable when you are confronted with it...

Eine so große Anzahl unterschiedlichster Arbeiten unmittelbar nacheinander durchzusehen, ist vergleichbar mit einer langen Reise – einer imaginären Reise. Fast jedes Projekt eröffnet eine komplett neue Kultur und einen Kosmos, in den es sich für kurze Zeit hineinzuversetzen gilt. Und wie beim Reisen sind auch beim Prozess des Jurierens die schönsten Momente die Begegnungen. Wenn ein Projekt also seine Zielsetzung nicht nur durch eine Präzise und überzeugende Form erreicht, sondern wenn ich dahinter auch eine Persönlichkeit entdecken kann. Wenn ich eine Vision, ein Experiment oder den Spaß dahinter spüre. Dieses gewisse Etwas lässt sich nicht immer durch die aufgestellten formalen Kriterien herausfiltern, aber man erkennt es, wenn man es vor sich hat...

DANIELA PISCITELLI



Graphic Designer and
Architect
AIAP President
Naples/Italy

Although judging design has never been an easy task, it was a privilege for me to be part of the jury of the Joseph Binder Award. First of all, I was impressed by the amount of high-quality submissions. With such a wealth of decent graphic design there can be no losers: everyone who participated is a winner. There can be no doubt that the future of design is bright, and that the spirit of Joseph Binder will prevail. Some disciplines showed more influence by international design trends, while others betrayed cultural identities. All in all, the large number of participants from 27 countries did not obscure local aspects. It is always good to measure oneself against international colleagues. Yet, after all, great design has no nationality: it either works or not.

Auch wenn die Beurteilung von Gestaltung noch nie einfach war, empfand ich es als Privileg, Teil der Jury des Joseph Binder Award zu sein. Zu allererst war ich von der großen Zahl qualitativvoller Beiträge beeindruckt. Angesichts einer solchen Fülle von gutem Grafikdesign kann es gar keine Verlierer geben: Alle, die mitgemacht haben, haben gewonnen. Zweifellos blickt Design in eine glänzende Zukunft, in der der Geist Joseph Binders nicht untergehen wird. In manchen Disziplinen war ein stärkerer Einfluss internationaler Gestaltungstrends zu bemerken, während andere kulturelle Eigenarten erkennen ließen. Insgesamt hat die Vielzahl an Teilnehmenden aus 27 Ländern regionale Aspekte durchblicken lassen. Es ist immer eine gute Sache, sich mit internationalen Kolleginnen und Kollegen zu messen. Doch letztendlich kennt herausragendes Design keine Nationalität: entweder funktioniert es oder nicht.

CHRIS BUZELLI



Illustrator
chrisbuzelli.com
New York/USA

I live and work as an illustrator in New York City and also teach at Rhode Island School of Design (RISD) and School of Visual Arts (SVA). I have been fortunate enough to judge and participate in many illustration and design contests locally and around the world. It was refreshing to see different cultures and new perspectives being represented in the incredible breadth of work in the Joseph Binder Award. I really enjoyed reading the thoughtful descriptions and concepts behind each project. The strongest work rose to the top, with a great mix of concept and execution. As an illustrator, I know how difficult it is to create a successful image that communicates to the viewer on its own. It was an honour to judge the wonderful work. I'm looking forward to seeing the results and participating in the symposium.

Ich lebe und arbeite als Illustrator in New York City und unterrichte an der Rhode Island School of Design (RISD) und der School of Visual Arts (SVA). Ich hatte das Glück, bereits an zahlreichen regionalen und internationalen Illustrations- und Designwettbewerben teilzunehmen, sowohl als Einrichter als auch als Juror. Beim Joseph Binder Award innerhalb der unglaublichen Bandbreite an Arbeiten so viele unterschiedliche Kulturen und neue Perspektiven vertreten zu sehen, empfand ich als erfrischend. Es war ein wahres Vergnügen, die gut überlegten Kurzbeschreibungen und Konzepte zu den einzelnen Projekten zu lesen. Die stärksten Arbeiten schafften es mit einer großartigen Mischung von Konzept und Ausführung an die Spitze. Als Illustrator weiß ich, wie schwer es ist, ein überzeugendes Bild zu kreieren, das von sich aus mit dem Betrachter/der Betrachterin kommuniziert. Für mich war es eine Ehre, diese wunderbaren Arbeiten bewerten zu dürfen. Ich freue mich auf die Ergebnisse und meine Teilnahme am Symposium.

DARIUS KISIELIUS



Art Director
Studio Libre
LGDA Board Member
libre.agency
Vilnius/Lithuania

DAWID KORZEKWA



Art Director
STGU President
korzekwa.com
Warsaw/Poland

Es ist schön zu sehen, dass Grafikdesign weiter wächst. Die Beiträge dieses Jahres waren so abwechslungsreich wie die Kategorien, welche die Form vorgeben. Plakaterstellung ist nicht ganz einfach zu beurteilen. Die beste Herangehensweise war, ein paar Perlen aus dem Meer der Ideen zu fischen. Editionsdesign ist nahe am User – ich glaube daher, dass Print nicht am Ende ist, sondern so wenig wie gutes Design.

It's good to see that graphic design is still growing. This year's work is extremely varied — as are the categories, which predetermine the form. Poster is not the easiest discipline to assess, so the best approach was to catch some pearls in the sea of ideas. Editorial design is very close to the user — I believe that print is not dead, and neither is good design.

FRANZISKA WALTHER



Illustrator
Sehen ist Gold
IO Board Member
sehenistgold.de
Hamburg/Germany

Als Preisträgerin des Joseph Binder Award 2012 und Jurymitglied 2014 war es mir eine große Freude, auch 2016 wieder Teil dieses in seiner Bedeutung stetig wachsenden Designwettbewerbs zu sein. Besonders beeindruckt hat mich die hohe Zahl an Einreichungen weit über die europäischen Grenzen hinaus, was als Indikator für die internationale Beachtung des Joseph Binder Award gelten kann. Die Kategorie Editionsdesign fiel durch überdurchschnittlich hohe Qualität auf. In den Illustrationskategorien zeigte sich ein heterogenes Bild: Hier wünsche ich mir für die Zukunft noch mehr inhaltlich starke Arbeiten und Illustratoreninnen und Illustratoren, die selbstbewusst etwas zu sagen haben. Ein großes Dankeschön an designaustria für diese Plattform, gute Gestaltung zu feiern!

As an award winner in the Joseph Binder Award 2012 and a jury member in 2014, I was delighted to be again part of the 2016 edition of this design competition, which is constantly gaining in significance. I was particularly impressed by the numerous entries coming from far beyond the European borders, which can be considered an indicator of the Joseph Binder Award's international recognition. The Editorial Design category stood out for its higher-than-average quality. The various illustration categories presented a more heterogeneous picture: what I would wish for the future is more powerful work and more illustrators making a self-confident statement. Many thanks to designaustria for this platform to celebrate good design!

Die Jurysitzung im Wiener MuseumsQuartier war eine wundervolle Erfahrung für mich. Einmal mehr wurde mir bewusst, in welcher inspirierenden Berufsfeld wir Grafikdesigner wirken können. Die vielen hochwertigen Einreichungen zu beurteilen, war eine anspruchsvolle Aufgabe. Denn was uns vorlag, war nur die Spitze des Eisbergs: Hinter jeder Arbeit verbarg sich eine intensive inhaltliche und formale Auseinandersetzung mit einem Thema. Wer all dies am besten zu einer Botschaft verdichten und gestalterisch innovativ umsetzen konnte, wurde von uns ausgezeichnet. Die Jurierung war gekennzeichnet von Interesse und Achtung – gegenüber den Arbeiten und der Meinung der anderen Jurorinnen und Juroren. Diesen positiven Spirit habe ich mit Freude in die Schweiz mitgenommen.

The jury session at Vienna's MuseumsQuartier was a wonderful experience for me. Once more I became aware of the inspiring and privileged environment in which graphic designers work. Judging such a wealth of high-quality work was a challenging task. For what we had in front of us was only the tip of the iceberg: behind each submission stood an intensive exploration of the theme in question in terms of content and form. Those who had best succeeded in condensing all this into a concise message and implementing it innovatively were awarded a prize. The jury process was marked by interest and respect — towards both the entries and the opinions of the other jury members. I happily took this positive spirit back with me to Switzerland.

GION FRY



Art Director
Fry&Partner
SGD Board Member
fry-partner.ch
Zurich/Switzerland

Diese Sitzung hat echt Spaß gemacht! Spannende Projekte, leidenschaftliche Jurymitglieder und eine professionelle Führung durch den Bewertungsprozess! Vor allem im Printbereich gab es eine vielfältige und große Auswahl an originellen Projekten. Da unser Alltag immer virtueller wird und damit die gesellschaftliche und wirtschaftliche Relevanz des Digitalen zunimmt, ermutige ich Designerinnen und Designer dazu, künftig auch in diesem Fachbereich mehr einzuzureichen.

This jury session was really great fun! Exciting projects, enthusiastic jury members, and professional guidance through the assessment procedure! Particularly in the print sector there was a wide and variegated choice of individual projects. As everyday life is becoming more and more virtual and the digital is thus gaining in social and economic relevance, I would like to encourage designers to enter more work in this field in the future.

GUIDO WOLFF



Creative Director
Sensity
Design Luxembourg
Board Member
sensity.eu
Luxembourg

At the end of a fully packed jury programme, which lasted for one and a half days, a handful of works stood out for me that were not only entirely convincing in terms of craftsmanship, but which also and above all opened new doors conceptually. Which leads me to state that graphic design may well become much more experimental! In the long run, superior craftsmanship will not suffice for design to prevail on the market. It's an absolute must for us to show that we have great ideas that are perfectly implemented. This is exactly what becomes palpable in the context of the Joseph Binder Award and what I wished to support with my vote in the jury.

Am Ende des eineinhalb Tage dauernden dichten Juryprogramms stach für mich eine Handvoll an Arbeiten hervor, die nicht nur handwerklich voll und ganz überzeugten, sondern vor allem konzeptionell ganz neue Türen öffneten. Was mich zum Punkt bringt, dass Grafikdesign viel experimenteller werden darf! Bestes Handwerk wird auf Dauer zu wenig sein, um am Markt bestehen zu können. Wir müssen zeigen, dass man bei uns auch großartige Ideen hat, die perfekt umgesetzt werden. Genau das wird im Rahmen des Joseph Binder Award spürbar, und genau das wollte ich durch meine Stimme in der Jury unterstützen.

JESPER VON WIEDING



Strategic Creative Director
Pearlfisher
Design denmark
Board Member
pearlfisher.com
Copenhagen / Denmark

It was a true honour to be invited as a member of this year's international jury of the Joseph Binder Award. As a juror, I always search for what makes a difference. I seek to find that unique and bold idea or work that demonstrates the courage and determination to break conventions — a work that clearly sets new standards and stands out from all the others in its category. Many congratulations to all of the nominees and especially to the winners! This year's motto was: »Everything is three-dimensional«. This powerful dictum brought Danish design and such timeless icons as Anne Jacobsen (Egg Chair), LEGO, B&O PLAY, etc. to my mind. My second thought was how rational and thus limited this statement has become in our time. Design is so much more than the physical presence of an object. The American architect, professor, visionary, and writer Richard Buckminster Fuller once said: »The best way to predict the future is to design it.« I hope the selected works in this book will be an inspiration for everyone!

Die Einladung, dieses Jahr bei der internationalen Jury des Joseph Binder Award mitzuwirken, war eine Ehre für mich. Als Juror bin ich immer auf der Suche nach dem Außergewöhnlichen. Es geht mir darum, jene einzigartige und gewagte Idee oder Arbeit zu finden, die den Mut und die Entschlossenheit zeigt, mit Konventionen zu brechen — jene Arbeit, die erkennbar neue Maßstäbe setzt und sich von allen anderen in ihrer Kategorie abhebt. Herzlichen Glückwunsch allen Nominierten und besonders den Gewinnerinnen und Gewinnern! Das diesjährige Motto lautet: »Alles ist dreidimensional«. Dieses starke Diktum ließ mich an dänisches Design und so zeitlose Ikonen wie Arne Jacobsen (Egg Chair), LEGO, B&O PLAY usw. denken. Mein zweiter Gedanke war, wie rational und daher eingeschränkt diese Aussage heute geworden ist. Design ist so viel mehr als die physische Präsenz eines Objekts. Der amerikanische Architekt, Professor, Visionär und Autor Richard Buckminster Fuller sagte einmal: »Die beste Art, die Zukunft vorherzusagen, ist, sie zu gestalten.« Ich hoffe, dass die ausgewählten Arbeiten in diesem Buch alle inspirieren werden!

MARCUS ARIGE



Strategic Creative Consultant
Halle34
halle34.com
Vienna / Austria

It was an extremely interesting experience for me to be a member of international jury of the Joseph Binder Award. Some projects were really outstanding, so that it was sometimes hard to decide which one was »better«. For me personally it was a great opportunity to find out more about Austrian design, which is modern, clear, and functional. I was truly delighted to assess Austrian submissions that stood out for their complex design systems and versatility in terms of visual style, typography, communication, packaging, and photography. It was also good to see that clients were not always big corporations, but also included a small family farm, for example. I have to acknowledge that it was a challenge for me to assess projects based on Arabic or Persian typography. Our European visual culture is so different that it is not always easy to judge such aspects as originality, colour, readability, functionality, etc.

Ein Mitglied der internationalen Jury des Joseph Binder Award zu sein, war eine überaus interessante Erfahrung für mich. Manche Projekte waren wirklich herausragend, sodass es zuweilen schwierig zu entscheiden, welches nun »besser« war. Für mich persönlich war es auch eine tolle Gelegenheit, mehr über österreichisches Design zu erfahren, das von Modernität, Klarheit und Funktionalität geprägt ist. Ich war begeistert von Beiträgen aus Österreich, die sich durch Komplexität und Vielseitigkeit hinsichtlich Visualität, Typografie, Kommunikation, Verpackung und Fotografie auszeichneten. Außerdem hat es mir gefallen, dass unter den Auftragegebern nicht nur große Unternehmen waren, sondern zum Beispiel auch ein landwirtschaftlicher Familienbetrieb. Ich muss zugeben, dass es herausfordernd war, auf arabischer oder persischer Schrift basierende Projekte zu beurteilen. Unsere europäische Sehkultur ist so anders, dass es nicht immer einfach war, Aspekte wie Originalität, Farbe, Lesbarkeit und Funktionalität zu bewerten.

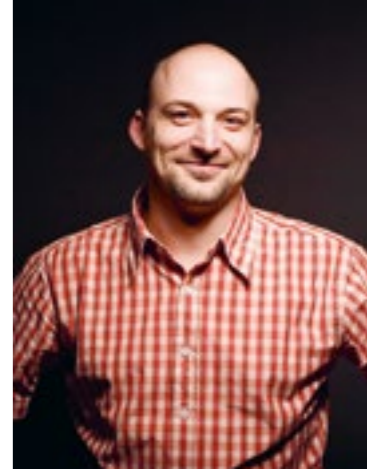
Art Director
KO:KE kreativna farma
ko-ke.net
Zagreb / Croatia



If you are a graphic designer and someone who constantly aims to explore new things, judging on an international competition like the Joseph Binder Award represents a new and unique experience that grants you an opportunity to gain an insight into the design production from different countries and various disciplines. Thanks to all the advanced technologies, we live in a time in which the world has become a global village and in which new trends and developments in graphic design and visual communication can be witnessed in real time no matter where you are. I am pleased to conclude that a high level of creativity and professionalism can be observed in many submissions throughout the various categories, with Joseph Binder's motto subtly running through the participants' works. Thank you, designaustria, and hello, Vienna, city of music, grand buildings, monuments, and parks, but also city of design!

Für eine Grafikdesignerin und jemanden, der ständig darauf aus ist, Neues zu erforschen, ist das Jurieren bei einem internationalen Wettbewerb wie dem Joseph Binder Award eine neue und einzigartige Erfahrung, die einem die Möglichkeit gibt, Einblicke in das Designschaffen verschiedener Länder und unterschiedlicher Disziplinen zu gewinnen. Dank fortschrittlicher Technologien leben wir in einer Zeit, in der die Welt ein globales Dorf geworden ist und neue Trends und Entwicklungen im Grafikdesign und in der visuellen Kommunikation von je dem in Echtzeit verfolgt werden können, egal, wo man sich befindet. Ich freue mich, mit der Feststellung zu schließen, dass bei zahlreichen Einreichungen in allen Kategorien ein hohes Maß an Kreativität und Professionalität zu bemerken ist, wobei sich Joseph Binders Motto subtil durch die Arbeiten der Teilnehmer und Teilnehmerinnen zieht. Danke, designaustria, und hallo, Wien, Stadt der Musik, der großartigen Bauwerke, Denkmäler und Parks, aber auch Stadt des Designs!

MICHAL KOTYZA



Communication Designer
Brand Brand
brandbrand.cz
Prague / Czechia

Judging good design starts with simple visceral response to the image. First I respond to shape, form, pattern, and colour. Then my mind looks to find meaning in the image. I believe the image is successful when these two lead to a coherent message that makes me explore it more. There were so much variety and so many voices in this competition. As a creative director, I'm always looking for new and different possibilities to solve problems. There was plenty of that here. It was really interesting to see so many different ways good images were created. I'm very honoured to have been part of the judging process and I'm looking forward to my first trip to Vienna, and to meet some of the creators of these images.

Die Beurteilung von Bildern beginnt mit einem Bauchgefühl. Zuerst reagiere ich auf Form, Struktur und Farbe. Dann versuche ich, die Bedeutung hinter dem Bild zu entdecken. Ich glaube, ein Bild ist dann gelungen, wenn diese beiden Aspekte zu einer kohärenten Botschaft zusammenfinden, die mich dazu bewegt, genauer hinzuschauen. Die Vielfalt der Stimmen bei diesem Wettbewerb war groß. Als Kreativdirektorin suche ich stets nach neuen, anderen Möglichkeiten, um Probleme zu lösen. Davon gab es hier reichlich. Es war höchst interessant, so viele unterschiedliche Wege zu sehen, die zu guten Bildern führen. Ich fühle mich geehrt, Teil dieses Bewertungsprozesses gewesen zu sein, und freue mich auf meinen ersten Wienbesuch und darauf, einige Gestalterinnen und Gestalter dieser Bilder kennenzulernen.

OLAF MÜHLMANN



Graphic Designer
rübimann design
AFD Board Member
rubimann.com
Paris/France

The one and a half days of the jury session were marked by an inspiring exchange. Each of us had the possibility to present his or her point of view on a project, and even if we sometimes disagreed in the beginning, discussions frequently led to a unanimous result. The way there was not always easy, however, due to the high quality of the submissions. It was interesting to observe that each jury member mirrored his or her own personal graphic design culture — be it Austrian, German, German-Romance-Italian-Swiss, Dutch-Luxembourgish, or my own, which is German-French. Some works reflected a specifically »national« approach to design, whereas others were rather of the »new global« type.

Die eineinhalb Tage dauernde Jursitzung war von einem anregenden Austausch geprägt. Jeder hatte die Möglichkeit, seinen Standpunkt zu einem Projekt darzulegen, und selbst wenn wir uns Anfangs manchmal nicht einig waren, ergab die Diskussion oft ein einstimmiges Ergebnis. Der Weg dorthin war aufgrund der hohen Qualität der Einreichungen nicht immer einfach. Interessant war es zu beobachten, wie jedes Jurymitglied seine persönliche Grafikultur widerspiegelte – ob nun die österreichische, die deutsche, die deutsch-romanisch-italienisch-schweizerische, die niederländisch-luxemburgische oder meine deutsch-französische. In manchen Arbeiten kam ein spezifisch »nationales« Design zum Ausdruck, in anderen eher der »neue globale« Typus.

SOOJIN BUZELLI



Creative Director
Asset International
assetinternational.com
New York/USA

Design competitions mirror professional practice: that they are conducted in a fair manner and assign prizes to high-quality works are utmost concerns of Germany's association of communication designers. This is why BDG has supported the Joseph Binder Award for many years. This year, the flood of entries in the Corporate Design category was simply overwhelming, and their great diversity more than welcome. The Information Design category proved similarly compelling. The shortlisted works — remarkably expressive both graphically and typographically — share a certain laid-backness and a concentration on the most essential. Submissions scored because they are exceptionally surprising, narrative, or humorous, while sometimes being breathtakingly beautiful at that.

Designwettbewerbe sind ein Spiegelbild der Branche: Dass sie fair ablaufen und dass hochwertige Arbeiten prämiert werden, sind vorrangige Anliegen des Berufsverbands der deutschen Kommunikationsdesigner. Der BDG unterstützt daher seit Jahren den Joseph Binder Award. In diesem Jahr war die Flut an Einreichungen in der Kategorie Corporate Design schier überwältigend, die Vielfalt tat gut. Auch die Kategorie Informationsdesign überzeigte mit Klasse. Die ausgezeichneten Arbeiten – grafisch und typografisch bemerkenswert ausdrucksstark – verbindet eine gewisse Unaufgeregtheit und Konzentration auf das Wesentliche. Es punkteten Einreichungen, die überraschen, Geschichten erzählen, mit Humor bewegen und manchmal dabei auch noch hinreißend schön sind.

PEGGY STEIN



Communication Designer
steinzeit-mediendesign
AGD Deputy Chairperson
steinzeit-mediendesign.de
Düsseldorf/Germany

Design makes people curious about objects, content, and messages. Design communicates, provides orientation, and adds value. Such were the qualities that characterized the more than 700 submissions, 184 of which had made it into the final round: all of them captured, but by no means exhausted the jury's attention. The exchange among the jury members amounted to a delightful process of deliberation. Discussions informed by great expertise and competence added aspects that had previously escaped my notice. In the end, it was the work that equally appealed to our hearts, our minds, and our sense of aestheticism. There was many a project I would have loved to take home to Düsseldorf as an example of good design.

Design weckt Neugierde auf Objekte, Inhalte und Botschaften. Design kommuniziert, gibt Orientierung, schafft Mehrwert. Genau das waren die Qualitäten der über 700 Einsendungen, von denen es 184 Arbeiten in die Endrunde geschafft hatten: Sie alle haben die Aufmerksamkeit der Jury zwar stark gefordert, doch keineswegs erschöpft. Der Austausch unter den Jurymitgliedern war ein großartiger Prozess der Urteilsfindung. In den sachlich und fachlich kompetenten Diskussionen kamen immer noch Aspekte hinzu, die ich zuvor nicht gesehen hatte. Doch besonders waren es die Werke, die Herz, Geist und Ästhetik gleichermaßen ansprachen. Gern hätte ich so manche Arbeit als hervorragendes Beispiel für gutes Design mit nach Düsseldorf genommen.

SUSANNE BREITFELD



Communication Designer
b.kommunikationsdesign
BDG Board Member
b-kommunikationsdesign.de
Mainz/Germany



Bruch – Idee & Form /
Kurt Glänzer, Josef Heigl
→ Austria

**GO
LD
!**
28

Lupo & Burtscher /
Angelika Burtscher, Daniele
Lupo, Claudia Polizzi
→ Italy

**SI
LV
ER**
30

Bruch – Idee & Form /
Kurt Glänzer, Josef Heigl
→ Austria

**BR
ON
ZE**
32

Demonstrative /
Roland Radschopf
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
34

Daniel Kalkhofer, Jana Rack,
Anna Reisinger
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
36

Bleed / Svein Haakon Lia,
Camille Dorival
→ Austria & Norway

**DIS
TINC
TION**
38

FOON Design + Strategie /
Christian Sturz, Eva Horvath
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
40

CORPORATE DESIGN

Sponsored by Essence Mediengestaltungsges.m.b.H.

A CORPORATE DESIGN

LOGO



Großes Potenzial wird hier anschaulich und insgesamt stimmig sichtbar gemacht. Gewagt ist die Verbindung von Text und Raster. Great potential is made visible here in a most impressive and consistent manner. The combination between text and grid pattern is daring.



Der Name »Infnitive Factory« (IF) steht für maßgeschneiderte Drucksorten höchster Qualität, die im Letterpress-Verfahren hergestellt werden. Die Druckerei ist bekannt dafür, dass sie an die Grenzen des Machbaren geht und mit technischen Möglichkeiten experimentiert, um verblüffende Effekte zu erzielen. Das Corporate Design ist von der Herstellung und Einrichtung der Druckplatten angeregt. Die Buchstaben »I« und »F« dienen als Grundgerüst für ein äußerst flexibles und in den Proportionen adaptierbares Erscheinungsbild. Die sich durch Einfachheit und Klarheit auszeichnende Komposition dient als vielfältiger Rahmen für Grafik, Illustration und Typografie. So lassen sich die zahlreichen mit Letterpress möglichen Druck- und Veredelungsverfahren eindrucksvoll in Szene setzen.

The name »Infnitive Factory« (IF) stands for custom-made high-quality printed matter produced using letterpress techniques. The company is known for pushing the limits in this field and experimenting with new ways of creating stunning effects. Its corporate design is inspired by the creation and accommodation of the printing plates. The letters »I« and »F« form the basic skeleton of a highly flexible and proportionally adaptable design system. The simple and clear composition functions as a flexible framework for graphics, illustrations, and typography and thus serves to impressively highlight the countless printing and finishing techniques made possible by letterpress printing.



Client: The I.F.e.U.
infnitivefactory.com
Studio: Bruch – Idee & Form
studiobruch.com
Design: Kurt Glänzer, Josef Heigl
Illustration: Elke Baurer

»The Infnitive Factory«
Letterpress-Druckerei
Letterpress print shop



A CORPORATE DESIGN

S

I

I

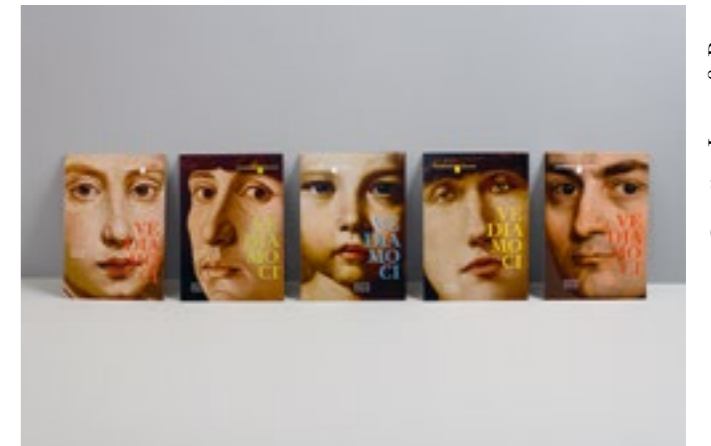


R

Die Accademia Carrara in Bergamo ist für ihre Meisterwerke der Renaissance bekannt. Zur Wiedereröffnung im Jahr 2015 bekam das Museum nach sechs Jahren Renovierung ein neues Erscheinungsbild. Das Signet kommt als eines der Elemente des Logos in unterschiedlichen Farben, Größen und Positionen auf Informationsmaterial zum Einsatz. Als wiedererkennbares Zeichen tritt es auch als Textfläche oder als Musterelement auf Sonderdrucksorten in Erscheinung. Als Hausfarbe wurde ein leuchtendes Rot gewählt; für Ausstellungen und Veranstaltungen finden zusätzlich andere Farben Verwendung. Die Eröffnungskampagne, bei der das Genre Porträt im Zentrum stand, sorgte im öffentlichen Raum für Begegnungen auf »Augenhöhe« zwischen den Dargestellten und Menschen auf der Straße, die mit dem Slogan »Vediamoci« (»Kommen Sie vorbei!«) aufgefordert wurden, das Museum zu besuchen.

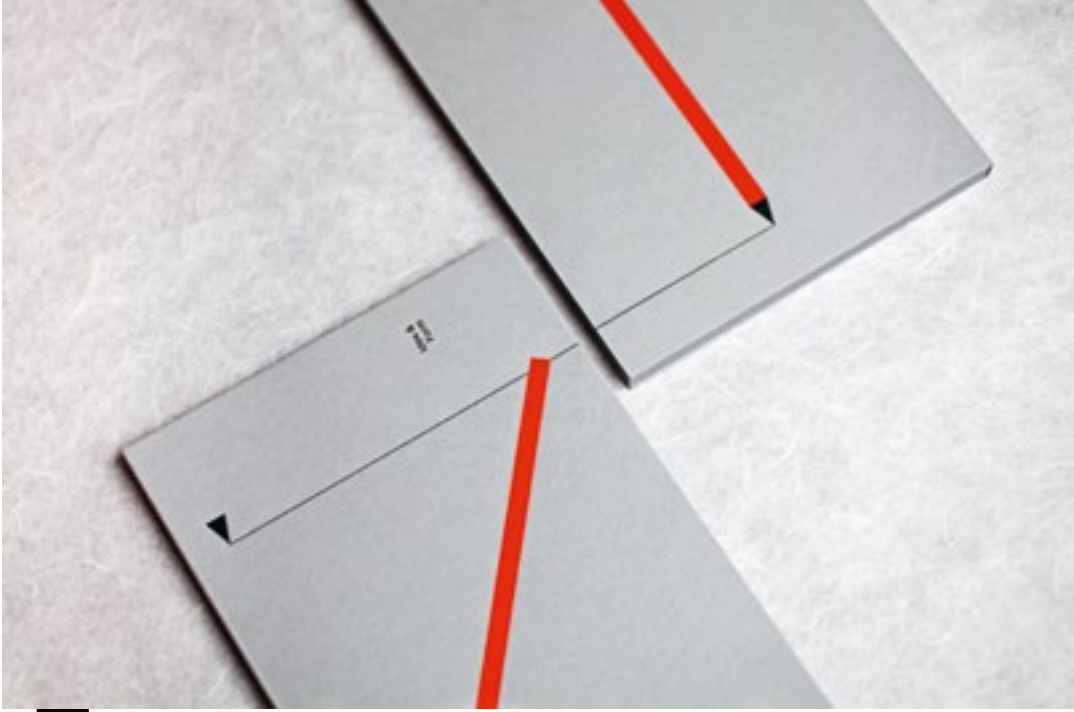


The Accademia Carrara in Bergamo is renowned for its Renaissance masterpieces. When the museum was reopened in 2015 after six years of refurbishment, it also received a new corporate design. The signet as one of the principal modules of the logotype is used on publicity materials in various colours, dimensions, and positions. A catchy and easily recognizable element, it may also contain written information or appear on special printed matter in the form of a pattern. A bright red was chosen as corporate colour, with additional colours used for exhibitions and events. For the opening campaign, the genre of portraiture was chosen as the central theme. Spontaneous »eye-level« encounters with the sitters in public space and the slogan »Vediamoci« (»Come and see us!«) invited the people in the streets to visit the museum.



ORDER

A



Das Erscheinungsbild ist eine Bezugnahme auf den Namen des Studios und dessen Tagline »Idee & Form«. Definierte Formen, Farben und typografische Elemente folgen in ihrer Anordnung einer Idee und kommunizieren dabei den Studionamen »Bruch« auf subtile Art und Weise. Die sich daraus ergebenden prägnanten und in ihrer Gestalt veränderlichen Kompositionen sind ein Hinweis auf die von dem Studio betreuten Kundenprojekte: Jedes ist einzigartig!



The corporate design for »Bruch« (which literally translates as »break«) is a reference to the studio's name and its tagline »Idee & Form« (»idea & form«). Defined shapes, colours, and typographic elements are arranged according to a specific idea and thereby communicate the name in a subtle way. The vivid and variable arrangements resulting from this concept also allude to the different projects of the studio's clients: each is unique in its own way!





Client: Klammhöhe Lintner OG
klammhoehe.at
Collaboration: Michael Wittmann, Christoph Harrer, Baukooperative GmbH, Bernadette Baumann, Daniel Kovacs, Thomas Schnabel



Die Klammhöhe ist ein Gebirgspass im südlichen Niederösterreich. Das gleichnamige Café-Restaurant am Berggipfel bietet neben Gastronomie auch selbstgemachte Produkte wie Pestos, Marmeladen, Salate und Säfte an. Die Gaststätte ist nicht nur geografisch, sondern auch qualitativ auf hohem Niveau angesiedelt, was im Erscheinungsbild und in den Werbemaßnahmen zum Ausdruck kommen soll. Die Lösung: Das »K« von »Klammhöhe« wurde im Uhrzeigersinn um 90 Grad gedreht und ergibt das Signet, das zum einen an einen Berg und zum anderen an einen Tisch erinnert.

The Klammhöhe is a mountain pass in southern Lower Austria. Its name is eponymous for the café and restaurant on the summit, which besides serving food and beverages also sells such homemade take-away products as pesto sauces, jams, salads, and juices. The place stands out for its high level in terms of both altitude and quality, which should be reflected in the restaurant's corporate design and advertising. The solution: the letter »K« in »Klammhöhe«, rotated by 90 degrees in clockwise direction, forms the signet, which evokes the form of a mountain on the one hand and that of a table on the other.



Studio: Demonstrative GmbH
demonstrative.at
Design: Roland Radschopf

»Klammhöhe«
Café-Restaurant
Café & restaurant

ADDITIONAL FUNCTION



Bei der Gestaltung der visuellen Kommunikation für die Imkerin Lieselotte Weber lag das Augenmerk auf den hohen Ansprüchen der Bienenzüchterin einerseits und dem Verhalten des Bienenvolks andererseits: Gemeinsam produzieren sie Honig von höchster Güte. Das variable Logo spiegelt in Verbindung mit dem immer anders aussehenden Bienenschwarm einen natürlichen Prozess und ein Naturprodukt wider, die ständigen Veränderungen unterworfen sind. Der Branton des Papiers suggeriert Ursprünglichkeit und Natürlichkeit und passt zur Farbe des Honigs. Die einzelnen Teile des Erscheinungsbildes lassen sich unkompliziert und ohne zusätzliche Produktionsschritte in der Praxis einsetzen.



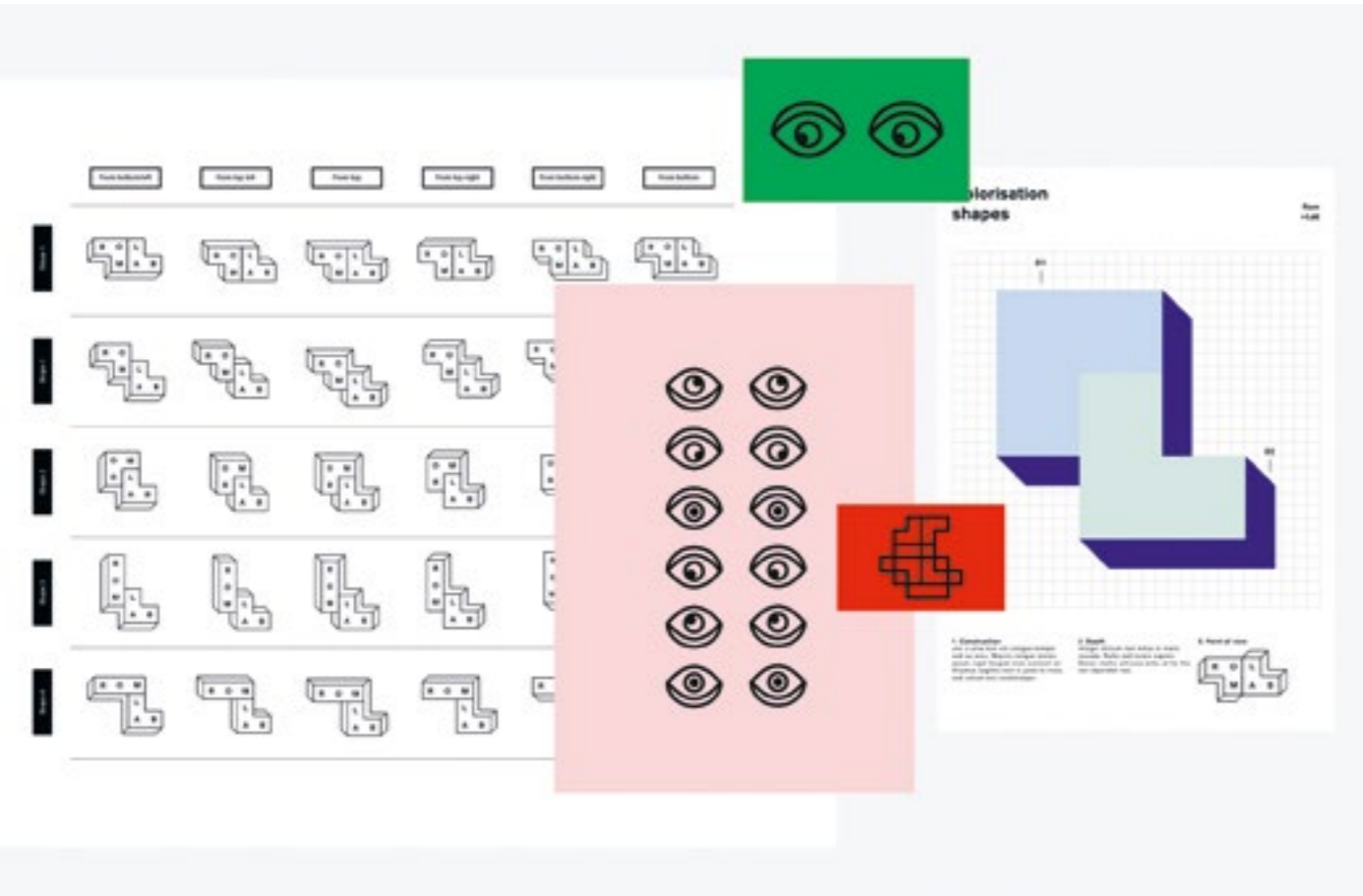
In developing the visual communication for beekeeper Lieselotte Weber (the name of her apiary literally translates as »multiple-colony factory«), the focus was on both her own high ambitions and the insects' behaviour: together, she and the bees produce first-rate honey. In combination with the changeable image of a bee swarm, the variable logotype reflects a natural process and product that are subject to constant change. The brown tone of the paper underscores the native and natural look and harmoniously blends in with the colour of honey. The individual parts of the corporate design are easy to use and combine without complicated production steps.



Client: Lieselotte Weber

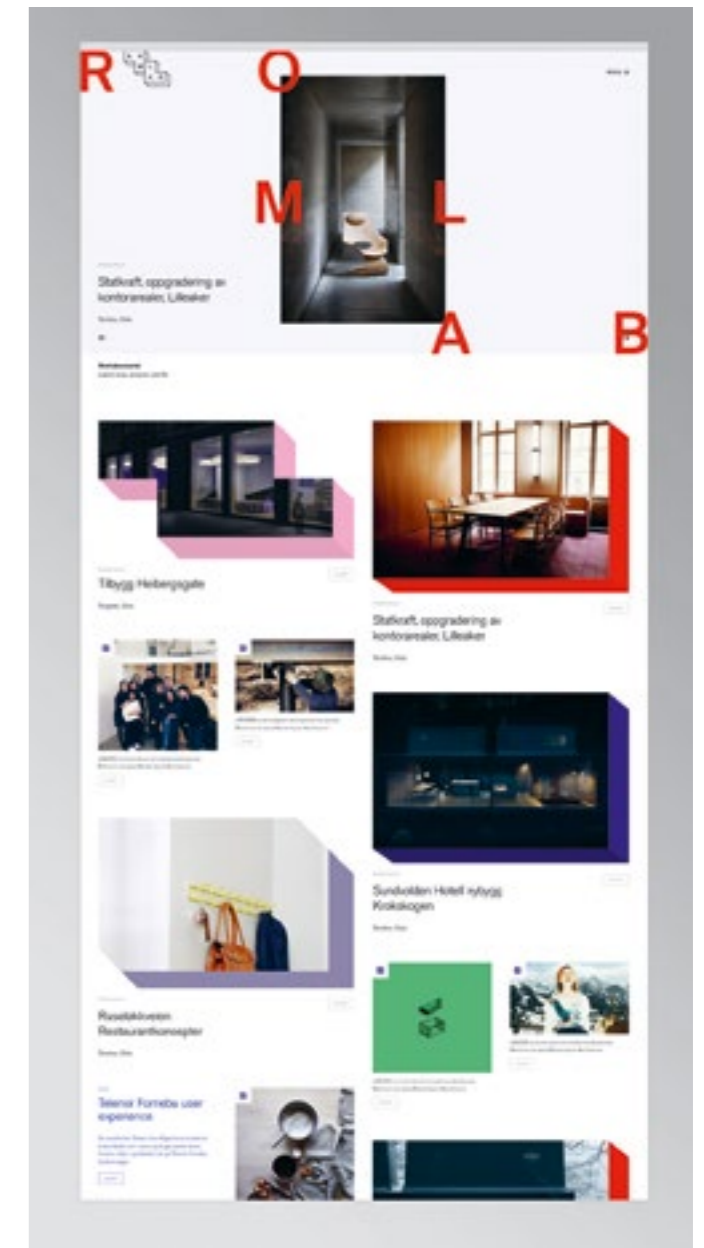
Design: Daniel Kalkhofer, Jana Rack, Anna Reisinger
issuu.com/danielkalkhofer

»Vielvölkerwerk«
Imkerei / Bee yard



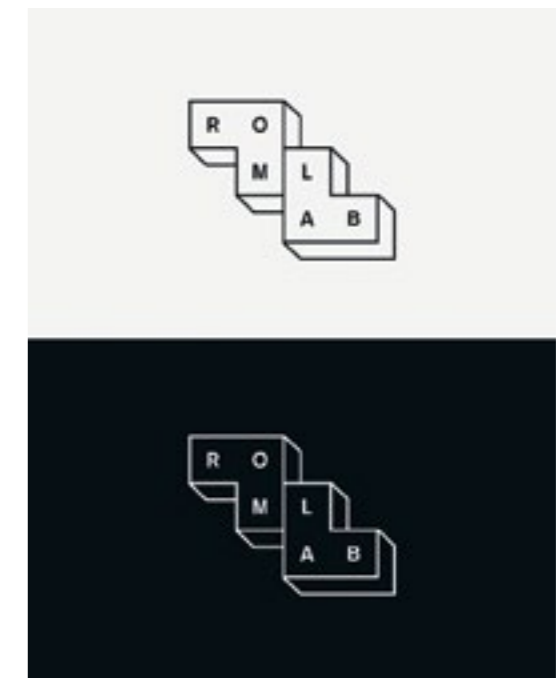
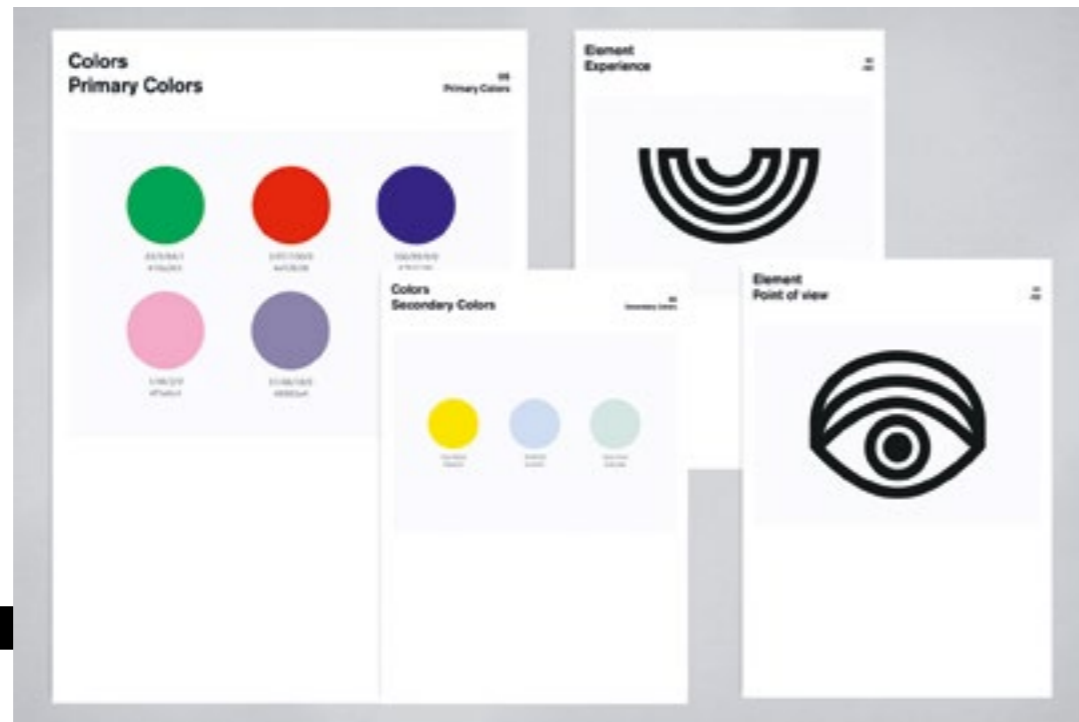
Die Tätigkeit eines Architekten lässt sich sehr gut mit dem Computerspiel Tetris vergleichen, bei dem Steine übereinandergestapelt werden. Das Logo, das mit den beiden Namensteilen »ROM« und »LAB« spielt, basiert auf dieser Analogie. Das Erscheinungsbild arbeitet mit modularen Elementen, die sich wie Bausteine unterschiedlich zusammensetzen lassen. Daraus ergibt sich ein wandelbares System, das für Online-Anwendungen auch animiert wurde. Belebt wird das Schwarz-Weiß der Grundelemente durch Icons wie das Auge und mehrere kräftige Farben. Diesen spielerischen Komponenten antwortet die Visualisierung von Millimeterpapier, die auf die technischen Aspekte von Architektur anspielt.

Being an architect is a lot like playing the computer game Tetris, in which building blocks are stacked on top of one another. The logotype, which derives from experimenting with the two components of the studio's name, »ROM« and »LAB«, is based on this analogy. The corporate design functions with modular elements that can be variably combined like Tetris tiles. This has resulted in an adaptable system that has also been animated for online applications. The black and white of the basic components is enlivened by icons like the eye and a selection of bold colours. These playful elements are contrasted by the visualization of squared graph paper, which alludes to the technical aspects of architecture.



Client: Romlab
romlab.no
Studio: Bleed, bleed.com
Creative Direction: Svein Haakon Lia
Design: Camille Dorival
Programming: Kristoffer Lundberg

»ROMLAB«
Architekturbüro
Architectural office

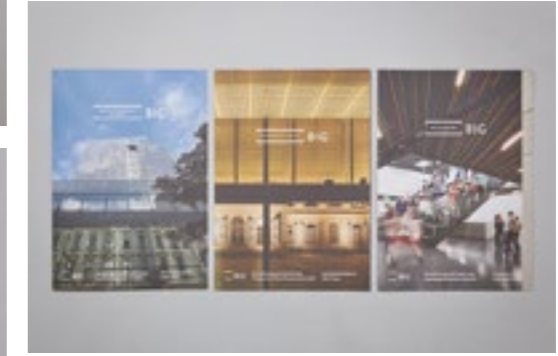
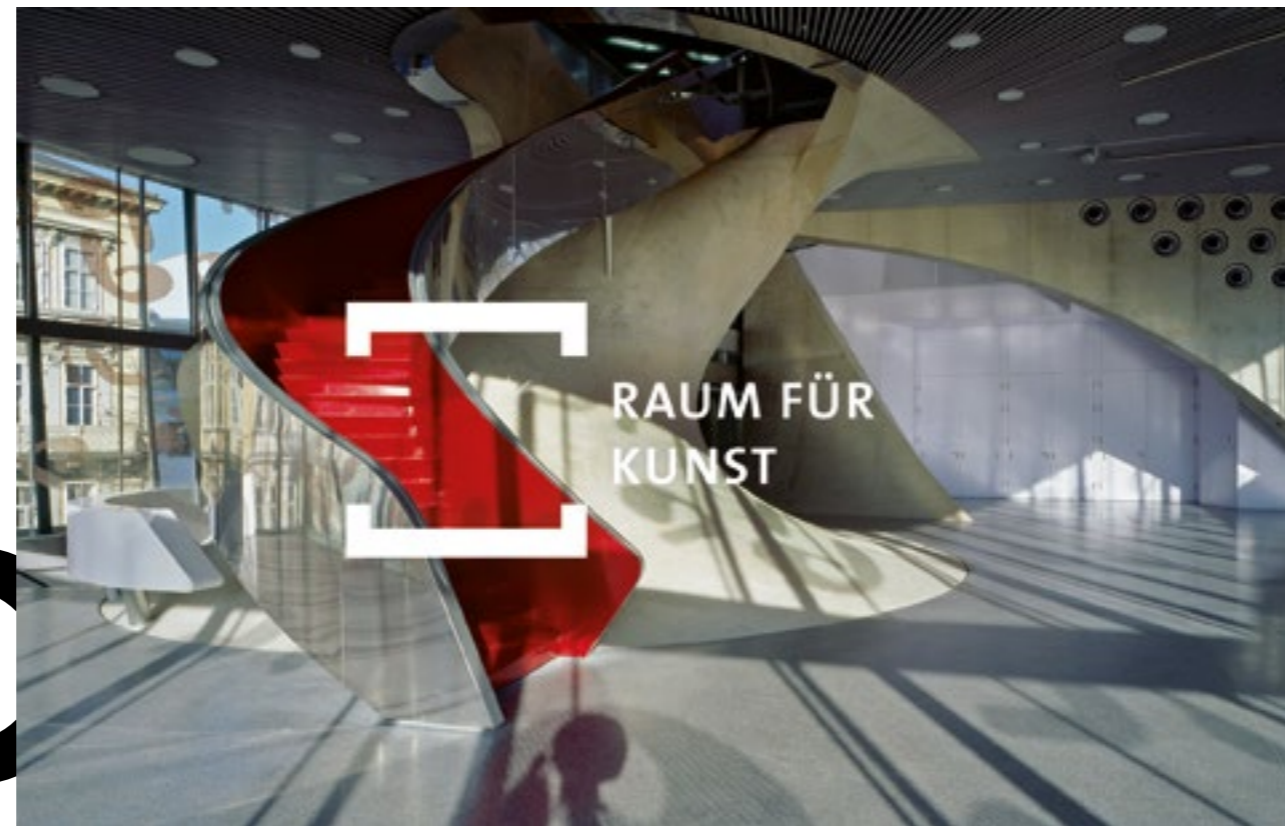


T I N C T I O N

ADISSINCTIC



Als eine der führenden Immobiliengesellschaften Österreichs gehört die BIG-Gruppe wirtschaftlich und von ihrem Serviceangebot her zum »Big Business«. Die Aufgabe bestand darin, das Erscheinungsbild des Unternehmens strategisch zu erweitern und die unterschiedlichen Tätigkeitsbereiche visuell zu definieren und voneinander abzugrenzen. Dafür wurden ein Markenbuch und ein umfassendes CD-Manual entwickelt. Das Logo entspricht der Anforderung an eine Dachmarke, die einzelnen Leistungen und Bereiche dem Unternehmen zuordenbar zu machen. Die charakteristischen Klammern bilden das Kernelement und stehen für das breite Leistungsspektrum des Unternehmens. Gleichzeitig halten sie dessen zahlreiche Projekte und Untermarken zusammen.



In terms of its economic strength and range of services, the BIG Group, one of Austria's leading real estate corporations, is a genuine »big business« player. The task was to strategically expand the company's corporate appearance and visually define and distinguish its various business divisions — a process that involved the compilation of both a brand book and a comprehensive CD manual. The logotype meets the requirement of a parent brand that links the individual services and areas of operations to the company. Forming the core element, the characteristic brackets symbolize the wide performance spectrum of the corporation. At the same time, they keep together its numerous projects and sub-brands.



Kaleido – Büro für
Gestaltung / Silvia Keckeis,
Karoline Mühlburger
→ Austria

**GO
LD
!**
44

jäger & jäger / Regina und
Olaf Jäger
→ Germany

**SI
LV
ER**
46

Anna Berthold, Sophie Löw,
Monika Pufflerova
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
48

cez-et-design /
Heike Czerner
→ Germany

**DIS
TINC
TION**
50

JAC-Gestaltung /
Judith Anna Rüther
→ Germany

**DIS
TINC
TION**
52

Suk Go
→ Korea

**DIS
TINC
TION**
54

COMMUNI- CATION DESIGN

LOGO



Vor allem als Plakat funktioniert die ungewöhnliche und zugleich harmonische Bildsprache perfekt im öffentlichen Raum.
The unusual but nevertheless balanced visual language functions perfectly in public space above all as a poster.

Bei den »Montforter Zwischentönen« handelt es sich um eine Konzert- und Veranstaltungsreihe im Montforthaus im österreichischen Feldkirch, die jedes Jahr zu einem anderen Thema stattfindet. 2015 lautete das Motto: »Streiten – Zum Glück Konflikt«. Dieses galt es eindringlich und klar verständlich visuell umzusetzen. Konflikte erzeugen Resonanz, zwischenmenschliche Klänge. Streit ist ein unsichtbares Bindeglied, das Menschen zu Menschen führt. Er ist eine Chance, Früchte entstehen zu lassen. Im Zentrum der Gestaltung stehen die Idee des Resonanzkörpers und das Bild von Rede und Gegenrede. Grundregeln des konstruktiven Streitens fanden nicht nur Eingang in die Drucksorten, sondern auch Platz auf der Gebäudefassade, sichtbar für Vorübergehende. Die Gestaltung lässt Raum für Entwicklung, Emotionen und – wie könnte es anders sein – Zwischentöne.



Client: Montforthaus Feldkirch GmbH
montforthausfeldkirch.com
Studio: Kaleido – Büro für Gestaltung
kaleido.cc
Design: Silvia Keckeis, Karoline Mühlburger



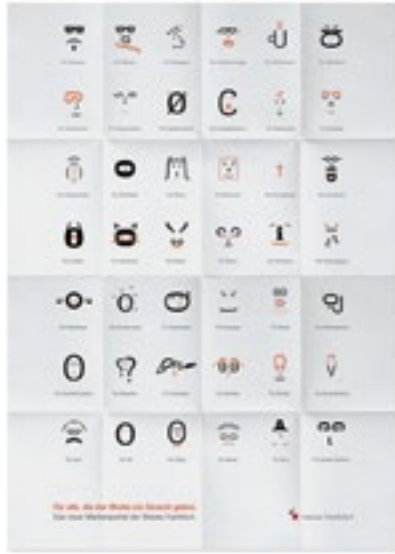
»Montforter Zwischentöne«
Veranstaltungsreihe
Event programme



»Montforter Zwischentöne« is a series of concerts and events held at Montforthaus in Feldkirch, Austria, on a different topic each year. In 2015, the theme dealt with how conflict and argument may lead to happiness. The task was to visually translate this concept into a stunning, comprehensible image. Conflicts provoke feedback and human interaction. Arguments create an invisible bond that brings people together, and there is a chance that they will bear fruitful results. The design concentrates on the idea of a resonating body and on the notion of message and response. Basic rules of how to argue constructively were incorporated into printed materials and also appeared on the façade of the building, where they were visible for passers-by. The approach leaves room for development, emotions, and, of course, overtones and nuances, as the name of the programme suggests.

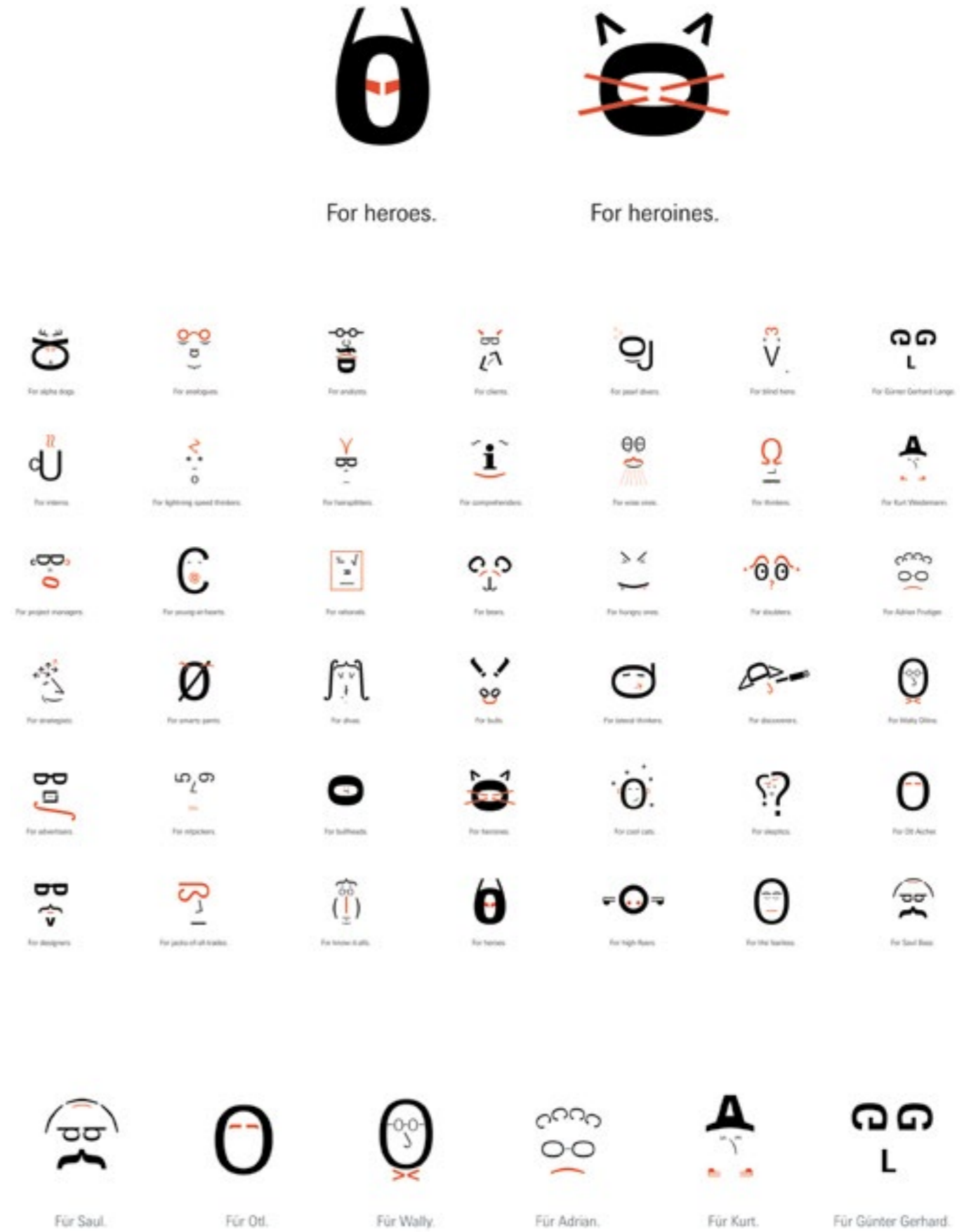
A COMMUNICATION DESIGN

S I L V



Das neue Markenportal der Messe Frankfurt ist nicht nur Wegweiser durch ein komplexes Corporate Design, sondern gibt auch Auskunft über strategische Überlegungen und bietet einen umfassenden und laufend aktualisierten Best-Practice-Bereich, der öffentlich zugänglich ist. Eine mehrstufige Kampagne informiert Stakeholder in Form von E-Cards, Web-Specials, Plakaten und Give-Aways über Launch und Einführungsveranstaltungen. Die Illustrationen leiten sich von der Hausschrift als einem wesentlichen Gestaltungselement des Portals ab. Im Web wurden sie ausgehend von den jeweiligen Buchstaben animiert. »Allerkönnner«, »Erbsezähler« und »Perlentauer« geben der Marke ein Gesicht.

The new brand portal for Messe Frankfurt functions not only as a signpost through a complex corporate design system, but also provides information on strategic considerations and offers a comprehensive and constantly updated best-practice sector that can be accessed by the public. A multi-level campaign comprising e-cards, web specials, posters, and give-aways informs stakeholders about the launch and introductory events. The individual illustrations are based on the corporate font, an essential design element of the portal. On the web they have been animated from the respective letters. »All-rounders«, »nit-pickers«, and »pearl divers« give the brand a face.



Für alle, die der Marke ein Gesicht geben.
Das neue Markenportal der Messe Frankfurt.



COMMUNICATION DESIGN

A COMMUNICATION DESIGN



48

49

»LYSA – Asyl anders gesehen« ist ein gemeinnütziger Verein mit Schwerpunkt auf Wohnraumbeschaffung für Asylwerber. Das Ziel der Werbekampagne ist es, Menschen dazu zu bewegen, Wohnraum für Flüchtlinge zur Verfügung zu stellen. Die Kampagne wird in Form einer kurzen Sequenz im Theater – vor dem Stück – aufgeführt. Ein Asylwerber/eine Asylwerberin kommt auf die Bühne, stellt sich vor und erzählt von seinen/ihren Vorstellungen und Zukunftsplänen. Nach einigen Minuten wendet er/sie sich ans Publikum: »Ist hier irgendwo ein Platz frei?« Er/sie nimmt im Publikum Platz, und die eigentliche Vorstellung beginnt. Ergänzt wird diese Aktion durch klassische Werbemaßnahmen wie Plakate, Printanzeigen, Folder und Fahnen.



LYSA, whose tagline translates as »asylum viewed differently«, is a relief organization concentrating on finding accommodation for asylum seekers. The goal of this campaign is to motivate people to make housing space available for refugees. The campaign is enacted as a short sequence at the theatre, before the actual play begins. An asylum seeker enters the stage and, after introducing him- or herself, tells about his or her ideas and plans for the future. After several minutes, he or she addresses the audience with the phrase: »Is there a free seat somewhere?« Then he or she takes a seat in the auditorium, and the performance starts as planned. The initiative is topped off with traditional advertising media, such as posters, newspaper advertisements, folders, and banners.



»Wir haben Platz. Sie auch?«
»We've got room. What about you?« Flüchtlingskampagne
Refugee relief campaign

Design: Anna Berthold, Sophie Löw,
Monika Pufflerova
Höhere Graphische Bundes-Lehr- und
Versuchsanstalt, graphische.net

Client: Lysa-Klosterneuburg hilft
klosterneuburg-hilft.at

FUNCTION

DESIGN

A COMMUNICATION DESIGN



Six historical barn buildings of what used to be a fortress church have been sensitively restored and transformed into a space for culture, art, and wine. The architectural design concentrates on the separation between old and new. Primarily metal was used to create a contrast to the extant materials of wood, stone, plaster, and clay. This architectural approach is accompanied by and formally continued in an exhibition scenography and visual communication media comprising traditional printed matter, an animated 3D model of the village, and diverse multimedia presentations. The people, the wine, and the place and its special location always remain tangible.



Sechs historische Scheunengebäude (Gaden) einer ehemaligen Kirchenburganlage wurden denkmalgerecht saniert und zu einem Raum für Kultur, Kunst und Wein umgestaltet. Beim architektonischen Entwurf stehen die Abgrenzung von Alt und Neu im Zentrum. Als Kontrast zu den vorhandenen Materialien Holz, Naturstein, Putz und Lehm kam vorwiegend Metall zum Einsatz. Das Ausstellungs- und Kommunikationsdesign begleitet die Architektur und führt sie in klassische Printmedien, einem animierten 3D-Modell des Ortes und diversen Multimedia-Präsentationen formal weiter. Dabei bleiben der Mensch, der Wein und der Ort mit seiner besonderen Lage stets spürbar.



»WeinKulturGaden Thüngersheim«
Ausstellung und visuelle Kommunikation / Exhibition and visual communication

Studio: cezet-design
cezet-design.de
Design: Heike Czerner
Illustration: Dieter Braun

3D-Modelling: Sebastian Gläser
Photography: Florian Hammerich
Architecture: Plan-Z Architekten,
Geller-Bornschlögl GbR

Client: Gemeinde Thüngersheim
Markus Höfling
weinkulturgaden.de

D
I
S



Client: Zukunftsakademie NRW
zaknrvw.de



Studio: JAC-Gestaltung
jac-gestaltung.de
Design: Judith Anna Rütter

In autumn 2014, North Rhine-Westphalia's Academy of the Future, a place for art and encounter, opened its new location in Bochum and seized the inauguration of its premises as an opportunity to present its principal goals and upcoming events. The design of the visual communication is based on the idea of »inter-spacing« and experiments with the space between letters. Core information is contained in stylized »spaces«. A central element of the opening brochure, a clearly structured floor plan provides an overview of the programme highlights and assigns them to the respective rooms. A series of yellow cards announces future projects. Each card is a self-contained »space of information«, while together they form the institution's collective identity.

Die Zukunftsakademie des Landes Nordrhein-Westfalen, ein Ort der Kunst und Begegnung, eröffnete im Herbst 2014 ihren neuen Standort in Bochum und nutzte die Gelegenheit, um über ihre wesentlichen Ziele und bevorstehenden Veranstaltungen zu informieren. Die Gestaltung der visuellen Kommunikation basiert auf der Idee des »Zwischen-Raums« und arbeitet mit dem Raum zwischen den Buchstaben. Kerninformationen sind in stilisierten »Räumen« untergebracht. Zentrales Element der Eröffnungsbroschüre ist der übersichtlich gestaltete Lageplan, der einen Überblick über die Programmhöhepunkte bietet und sie den dazugehörigen Örtlichkeiten zuordnet. Die gelben Karten geben Auskunft über kommende Projekte. Jede ist ein »Informationsraum« für sich, zusammen ergeben sie die gemeinsame Identität der Institution.



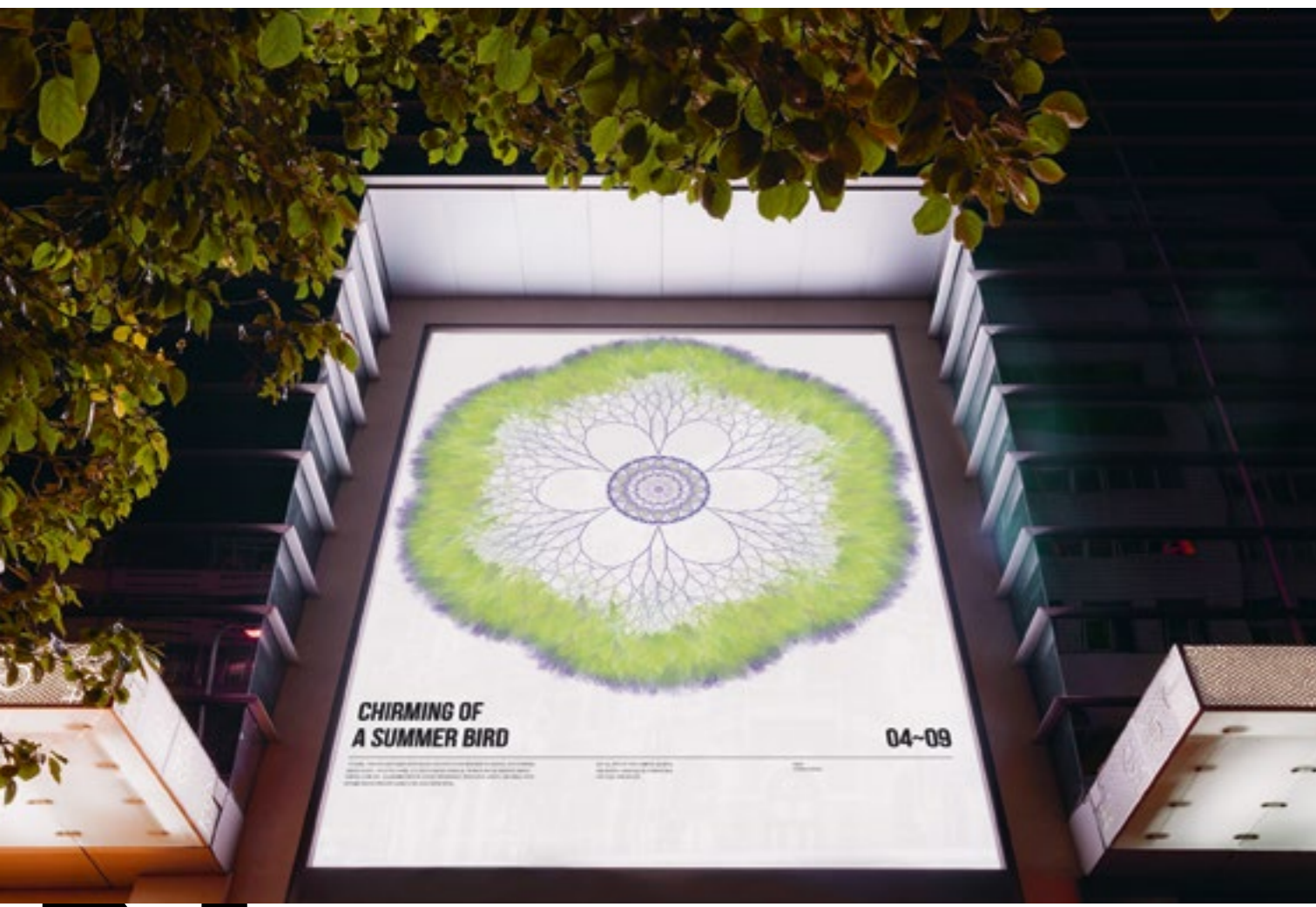
C
T
I
O
N



»Inzwischen #1«
Eröffnungskampagne
Opening campaign

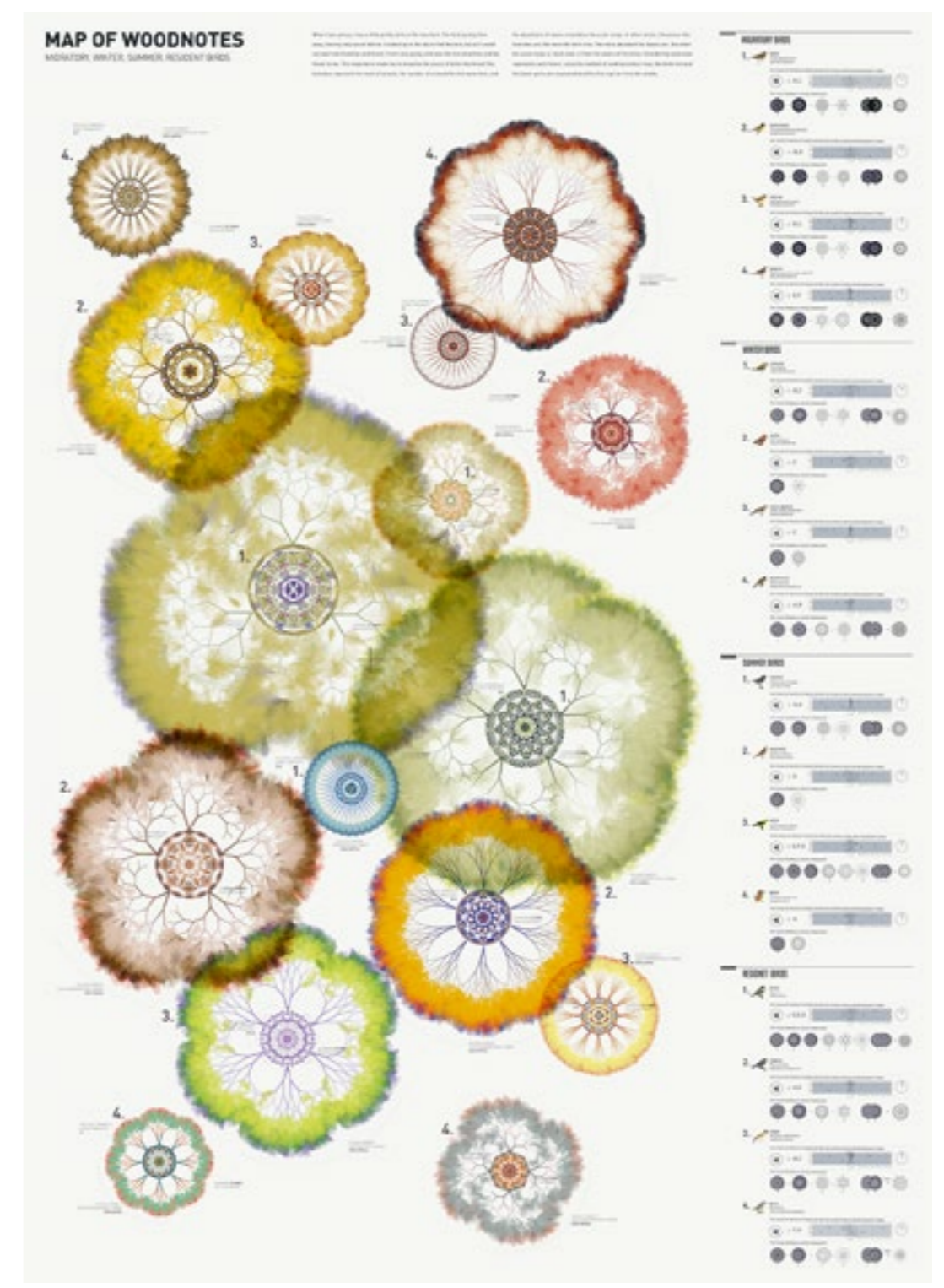
A COMMUNIC
DESIGN

D
I



N
CTION

These poster designs were motivated by the experience of hearing a little bird sing in the mountains. The images visualize the special type of birdsong that, thanks to its peculiar beauty, relaxes both mind and body. Elaborating on this idea, the designer chose to translate the sound into mandalas, which for their part encourage healing and meditation. Based on the technology of »cymascope«, the direct transformation of sound into images, these mandalas give shape to the different frequencies of birdsong.



Design: Suk Go
behance.net/kosook

»Chirring«
Plakatserie / Poster series

Ausgangspunkt für diese Plakatserie war das Hörerlebnis mit einem singenden kleinen Vogel in den Bergen. Hier wird jener besondere Vogelgesang visualisiert, der aufgrund der ihm eigenen Schönheit Körper und Geist in einen Zustand der Entspannung versetzt. Die Idee wurde durch die Umsetzung in Form von Mandalas weitergeführt, die wiederum der Heilung und Meditation zuträglich sind. Basierend auf der Technologie des »Cymascope«, der direkten Umwandlung von Ton in Bilder, bringen die Mandalas die unterschiedlichen Frequenzen des Vogelgesangs zum Ausdruck.

Blank Studio / Jakub Cikała,
Aleksandra Krupa,
Bartłomiej Witański
→ Poland

Sägenvier DesignKommuni-
kation / Thomas Mühlberger,
Sigi Ramoser,
Lena Seeberger
→ Austria

KOKONEO / Tea Virolainen,
Tina Guthauser
→ Switzerland

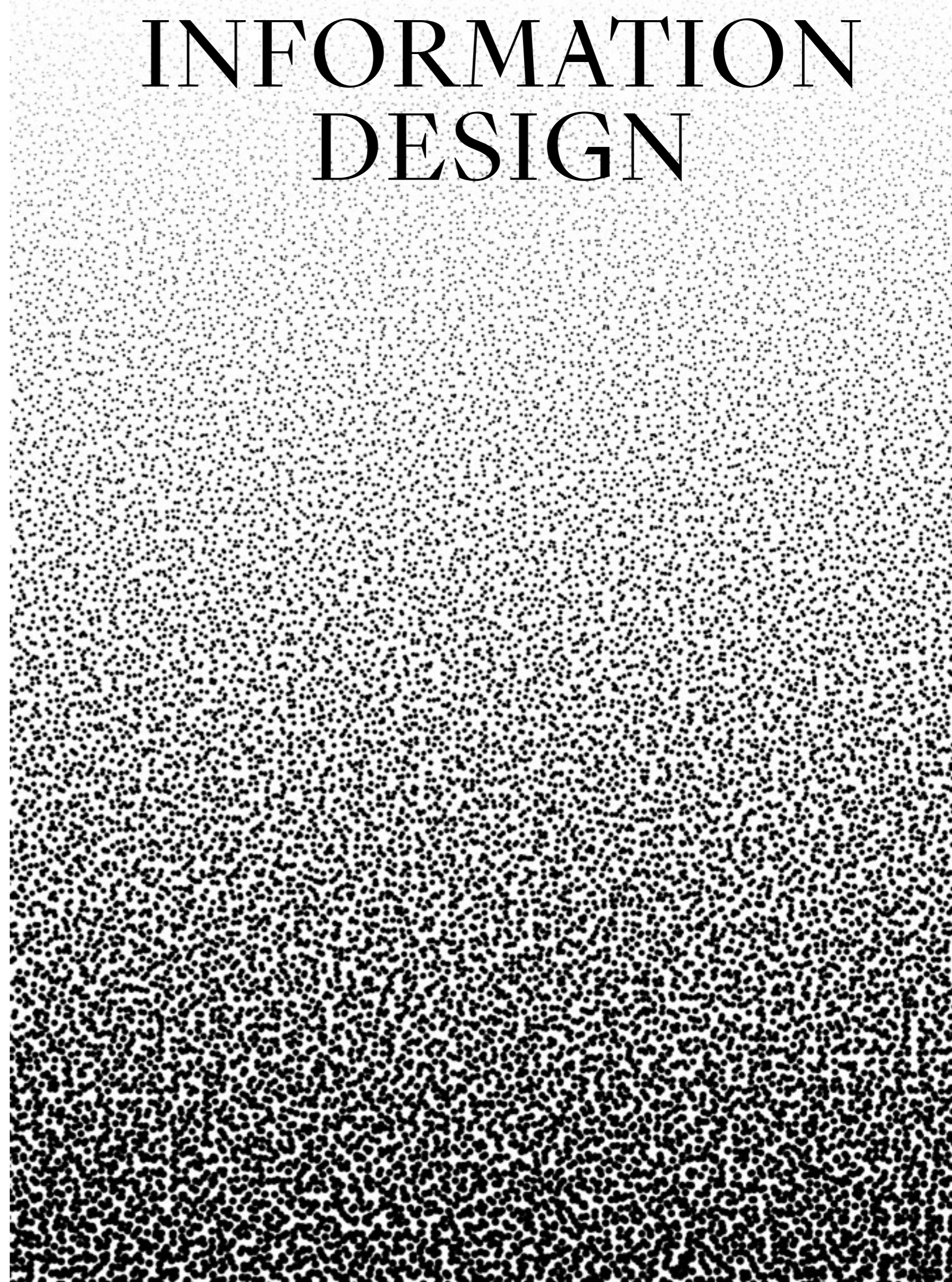
**SI
LV
ER
58**

**DIS
TINC
TION
60**

**DIS
TINC
TION
62**

INFORMATION DESIGN

Sponsored by KONICA MINOLTA
Business Solutions Austria GmbH





The new Silesian Museum is located on the premises of a former coal mine in Katowice in Poland. Four floors of the seven-storey main building are below ground level. This complex architectural layout made it necessary to conceive a truly sophisticated signage system. All of the specially developed pictograms incorporate the silhouettes of human figures, which are used in combination with other distinctive symbols. The design process encompassed the development of all graphic elements and the interior decoration for public and administrative facilities, as well as the orientation system for pathways and surrounding park areas. The colour scheme is limited to dark-grey, white, and green, with characteristic curves running throughout the formal vocabulary.

Client: ADP Service
muzeumslaskie.pl

Collaboration: Aneta Witańska,
Filip Witański

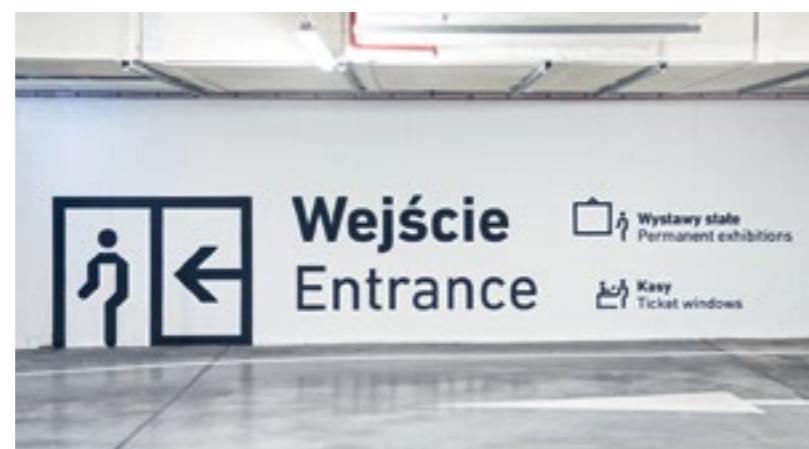


Das Schlesische Museum hat seinen neuen Standort auf dem Gelände eines ehemaligen Kohlebergwerks im polnischen Katowice. Vier Geschosse des siebenstöckigen Hauptgebäudes befinden sich unter dem Erdboden. Diese komplexe Gebäudestruktur erforderte ein ausgeklügeltes Leitsystem. Die eigens entwickelten Piktogramme beziehen stets die Silhouette der menschlichen Gestalt mit ein, die in Verbindung mit anderen aussagekräftigen Symbolen zum Einsatz kommt. Der Gestaltungsprozess umfasste alle grafischen Elemente und die Innenraumgestaltung für die Besucher- und Verwaltungsbereiche ebenso wie die Orientierungselemente der Zugangsbereiche und umliegenden Parks. Die Farben sind auf Dunkelgrau, Weiß und Grün beschränkt; charakteristische Kurven ziehen sich durch die gesamte Formensprache.



Studio: Blank Studio
studioblank.pl
Design: Jakub Cikala, Aleksandra Krupa, Bartłomiej Witański

»Schlesisches Museum«
»Silesian Museum«
Leitsystem / Signage system





Client: Stadt Feldkirch
feldkirch.at
montforthausfeldkirch.com

S T I N C T I O N



Design: Thomas Mühlberger,
Sigi Ramoser, Lena Seeberger
saegenvic.at

Das Montforthaus ist ein multifunktionales Kultur- und Tagungszentrum in Feldkirch, das ein breites Spektrum an Veranstaltungen bietet. Die runden Formen des Gebäudes kehren in der eigens überarbeiteten Typografie wieder, deren Unzialstil zu einer starken Identität beiträgt. Die Kennzeichnungen für Räume und Anlagen sind aus geräuchertem Birnenholz geschnitten und direkt an den Wänden angebracht. Das Leitsystem, das ruhig durch das sich durch fließende Linien auszeichnende Bauwerk führt, wird aufgrund der ständig wechselnden Gebäudenutzung temporär durch mobile Monitore erweitert. Baustellenlärm, Orchesterkonzerte, Vorträge und Umgebungsgerausche dienen als Ausgangsmaterial für computergenerierte Klangvisualisierungen. Während der Bauzeit machte eine Wand mit Gucklöchern und Informationstexten neugierig auf das künftige Gebäude.

Studio: Sägenvic
Designkommunikation
saegenvic.at

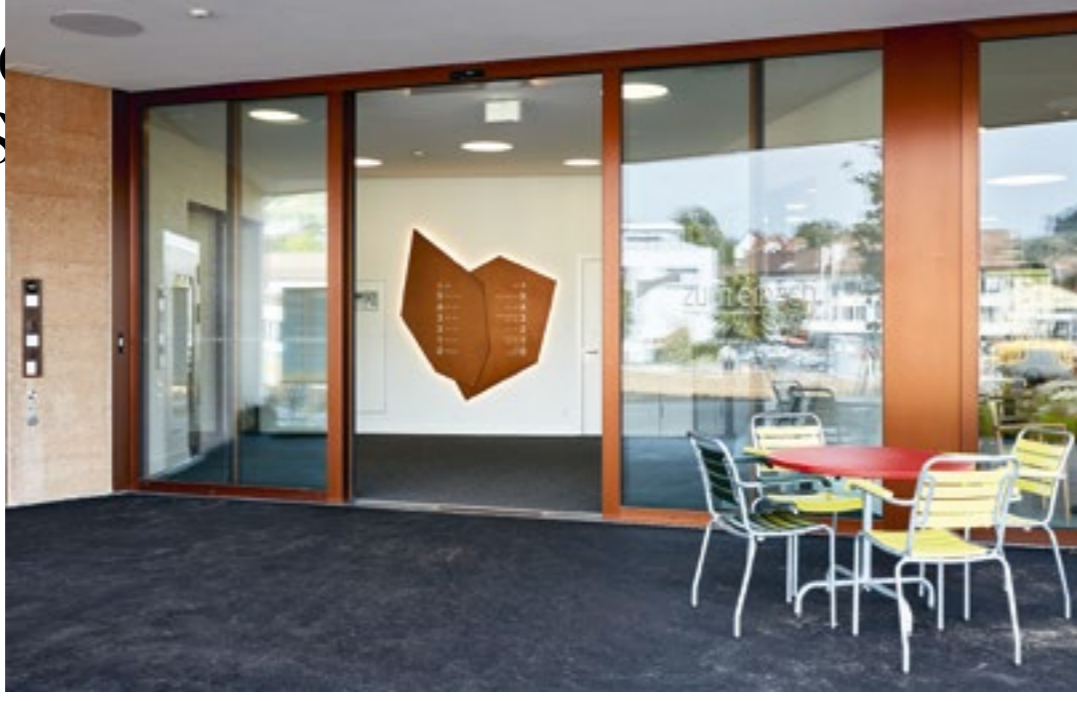


»Montforthaus Feldkirch«
Leitsystem / Signage system

The Montforthaus in the Austrian town of Feldkirch is a multifunctional cultural and convention centre that hosts a wide variety of events. The rounded shapes of the building recur in the specially revised typography, which due to its uncial style contributes to a strong identity. The signs and markings of the rooms and facilities are cut from smoked pear wood and applied directly to the walls. Leading quietly through the flowing lines and spaces of the building, the wayfinding system is temporarily extended with mobile monitors, due to the frequent changes in use. Construction site noise, orchestral concerts, lectures, and ambient noise serve as raw material for computer-generated sound visualizations. With its portholes and informative texts, a wall that formerly enclosed the construction site was intended to pique the curiosity of passers-by.

FUNCTIONAL DESIGN

INFO
DESIGN



Das Leitsystem dieses Alters- und Pflegeheims nimmt sowohl auf die Architektur als auch auf die Bedürfnisse seiner Bewohnerinnen und Bewohner Bezug. Der sechseckige Grundriss des Lichthofs dient als vereinheitlichendes und identitätsstiftendes Gestaltungselement. Das Farbkonzept beruht auf der Farbigkeit der Innenräume (Weiß, Schilfgrün und Sand) und der Materialität der vorherrschenden Architekturelemente (eloxiertes Aluminium und braun eingefärbter Beton). Die Zugänge zu Ost- und Westflügel über Lift und Treppenhaus sind in unterschiedlichen Farben ausgezeichnet, um die Orientierung zu erleichtern. Markant geformte Stockwerkskennzeichnungen tragen dazu bei, dass man sich intuitiv zurechtfindet. Die Schrift und ihre Anbringungshöhe wurden im Hinblick auf sehgeschwache Menschen gewählt.



62

The signage system for this retirement and nursing home both makes reference to its architecture and takes into account the needs of its residents. The hexagonal floor plan of the atrium serves as a unifying visual and identity-building element. The colour scheme makes use of the colours of interior spaces (white, reed green, and sand) and the materiality of the prevailing architectural elements (anodized aluminium and brown-pigmented concrete). In order to facilitate orientation, different colours were used to mark the access options to the east and west wings via lifts and staircases. Special floor markings in the form of conspicuous shapes ensure that people will find their way intuitively. The typography and the height at which information is displayed were chosen to accommodate visually impaired residents.



»Alters- und Pflegeheim
Gelterkinden« / »Gelterkinden
Retirement and Nursing Home«
Leitsystem / Signage system

Studio: KOKONEO GmbH
Büro für visuelle Kommunikation
kokonco.ch
Design: Tea Virolainen, Tina Gutthausen

Architects: Lehner + Tomaselli AG
lehner@tomaselli.ch

Client: Alters- und
Pflegeheim Gelterkinden
zumeibach.ch

63

Davis&Miller/Jan Buchtela
→ Czechia

**GO
LD
!
66**

Dots&Stripes Type/
Thomas Gabriel
→ Austria

**SI
LV
ER
68**

Binnenland /Mika Mischler,
Nik Thoenen
→ Switzerland

**BR
ON
ZE
70**

Willerstorfer Font
Foundry/
Stefan Willerstorfer
→ Austria

**DIS
TINC
TION
72**

Christine Pressl
→ Austria

**DIS
TINC
TION
74**

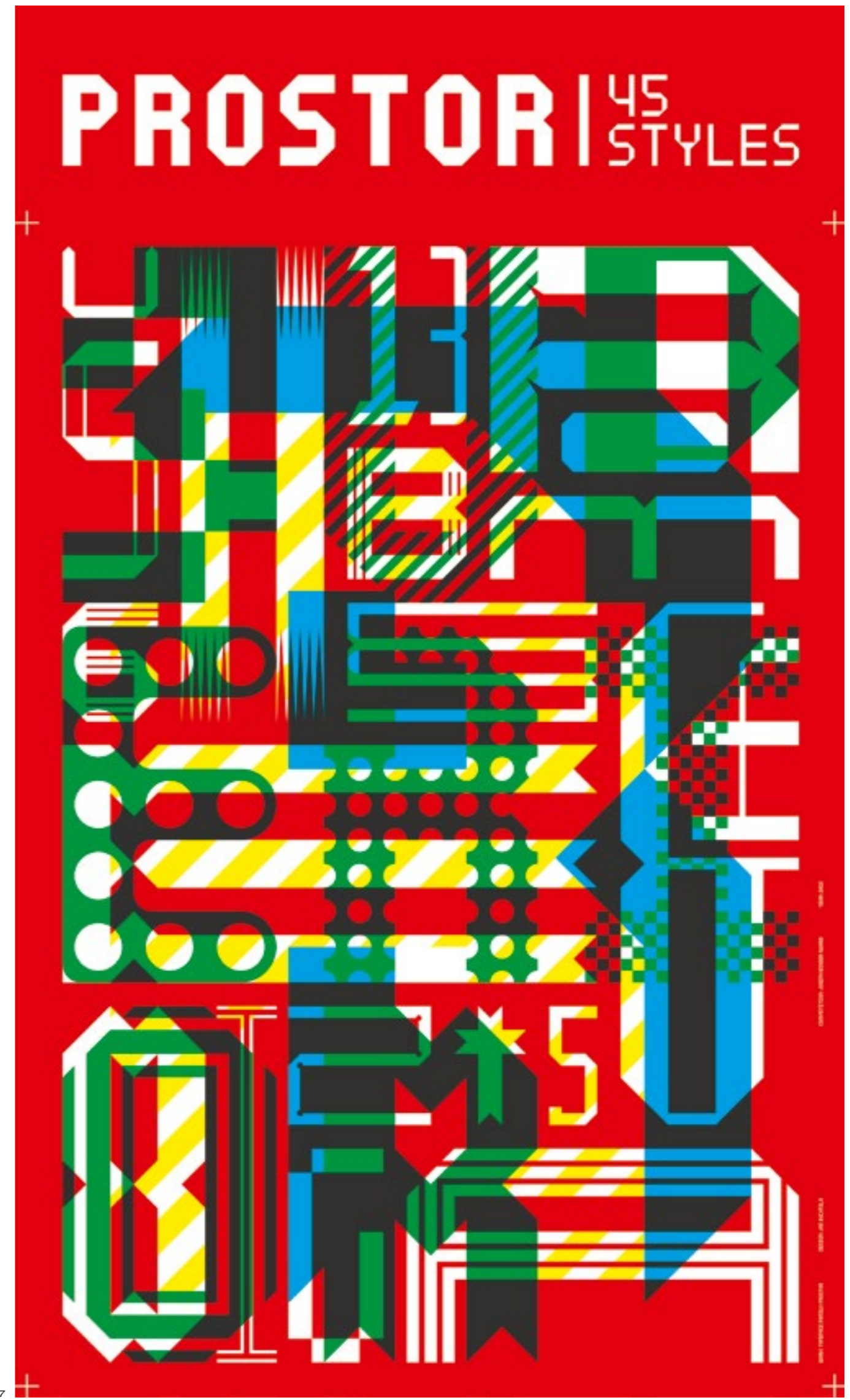
TGG Hafen Senn
Stieger/
Roland Stieger
→ Switzerland

**DIS
TINC
TION
76**

TYPE DESIGN

GOOD L D

Eine echte Innovation mit großem Anwendungspotenzial: Hier hat ein experimenteller Zugang zu einem klar strukturierten Ergebnis geführt.
 A true innovation with great potential in terms of application: an experimental approach that has led to a clearly structured result.



Die Auszeichnungsschrift »Prostor« basiert auf dem Entwurf von »Prostor Sans« und zeichnet sich durch hohe Präzision aus. Sie ist in 45 Schnitten verfügbar, von denen jeder 264 Zeichen umfasst. Sie besteht ausschließlich aus Majuskeln sowie den darüber hinaus erforderlichen Sonderzeichen und Glyphen. Damit steht sie für User um den Erdball bereit, die mit dem lateinischen Alphabet arbeiten. Entstanden ist sie als Reaktion auf den derzeitigen Mangel an erschwinglichen qualitativ hochwertigen Display Fonts. Dank ihrer großen Bandbreite an Schnitten ist sie ein vielseitiges Tool für Anwendungen im Groß- und Kleinformat: für Plakate, Bücher und Überschriften ebenso wie für Großflächenwerbung, Schilder und Leuchtreklame. Die Schrift lässt sich ähnlich wie ein Vektorobjekt sehr kreativ einsetzen und erlaubt vertikale und horizontale Verzerrungen. Zudem können unterschiedliche Schnitte übereinander gedruckt werden, woraus sich zahllose neue Varianten ergeben.
 The »Prostor« display font, which stands out for its precision, consists of 45 styles based on the design of »Prostor Sans«. The complete set comprises 264 characters. Containing only capital letters and all the necessary features and glyphs, it is applicable around the world for users working with the Latin alphabet. The typeface was made in response to the current lack of affordable high-quality display fonts. Given the amount of styles, »Prostor« is a comprehensive tool working in small- and large-scale applications, such as in posters, books, headlines, etc., as well as on billboards, signboards, and in illuminated advertising. This typeface can be creatively employed similar to vector objects, as it allows disproportioned extension into vertical and horizontal directions. Furthermore, different font styles can be printed on top of one another, which makes it possible to generate dozens of new variants.

S
I
L
V
E
R

»Vito« ist eine markante und überaus elegante serifenlose Schriftfamilie, die 60 Schnitte umfasst. Das große Spektrum an Gewichten und Laufweiten ermöglicht eine ungeheure typografische Vielfalt. Die Idee geht auf analoge Chronografen zurück, die sich durch unglaubliche Präzision, große Detailverliebtheit und prägnante Ziffern auszeichnen, die zwar extravagant, aber ungeachtet ihrer geringen Größe gut lesbar sind: Meisterwerke technischer und ästhetischer Kompetenz. Ziel war es, diese optischen Merkmale maskuliner Kraft und Eleganz in eine Schrift zu gießen. Bei »Vito« befinden sich Schriftzeichen und typografische Anforderungen in einem perfekten Gleichgewicht. Die Schrift bietet in allen Schnitten sowohl Freiheit als auch Beständigkeit.

A strong and elegant sans-serif family, »Vito« comes in 60 styles. A wide range of weights and widths offers tremendous typographic flexibility. The initial idea goes back to analogue chronographs, with their incredible precision, love of detail, and powerful numerals, extravagant and readable at the same time in spite of their small sizes: masterpieces of technical and aesthetic excellence. The main goal was to mould these visual features of masculine strength and elegance into a type family. »Vito« should be nothing less than a perfect balance between characters and typographic expectations. It offers both freedom and consistency throughout its weights and widths.

An Original Family by Thomas Gabriel

VITO FAMILY

A FEATURE RICH FONT FAMILY FOR THE MODERN DESIGNER

DETOX 140 POINT
VITO WIDE BLACK FEAT. ALL SMALL CAPS

SPORTS Co. 84 POINT
VITO EXTENDED BLACK ITALIC FEAT. SMALL CAPS

Wimbledon Club 67 POINT
VITO REGULAR

ROSÉ CHAMPAGNE 72 POINT
VITO CONDENSED BOLD ITALIC FEAT. SMALL CAPS

Céline Parisian Boutique VI. 65 POINT
VITO COMPRESSED MEDIUM FEAT. ROMAN FIGURES

ROYAL YACHTING ASSOCIATIONS 55 POINT
VITO COMPRESSED MEDIUM ITALIC FEAT. ALL CAPS

Pacific Sail Brokers Inc. 51 POINT
VITO LIGHT ITALIC

JAMESON WHISKEY N°7 42 POINT
VITO EXTENDED LIGHT FEAT. SMALL CAPS

The Mechanic History of Swiss Chronometers 40 POINT
VITO COMPRESSED LIGHT ITALIC

BROOKLYN'S 5th VINTAGE COLLECTION 30 POINT
VITO EXTRA LIGHT FEAT. ALL SMALL CAPS & ORDINAL

THE VITO FAMILY IS CAREFULLY CRAFTED INTO FIVE COLLECTIONS FROM COMPRESSED TO WIDE AND EXTRA LIGHT TO BLACK. INSPIRED BY OLD-FASHIONED ANALOG TIMEPIECES AND THEIR METICULOUSLY-DESIGNED FIGURES. MOLDING THAT COMBINATION OF STRENGTH AND ELEGANCE INTO A TYPEFACE SHAPED VITO'S UNIQUE LOOK. **DESIGNED AND CRAFTED BY THOMAS GABRIEL.**

©MMXXVI Dots & Stripes Type Foundry → www.dotsstripes.com

BEZORNEN

»Korpus Grotesk« ist die Übersetzung des typografischen Vokabulars der Serifenschrift »Korpus« in eine serifenlose Schriftfamilie. Als formale Interpretation und Weiterentwicklung der Serifenschrift behält sie deren Proportionen und Rhythmus bei. Während »Korpus« für den Bleisatz konzipiert wurde, zielt die Groteskvariante auf Reproduktionseigenarten im Fotosatz ab. Die Schrift ist für den Mengensatz konzipiert, überzeugt aber ebenso in großen Punktgrößen. Sie ist in vier Gewichten und den dazugehörigen Kursiven erhältlich und umfasst alle lateinischen Zeichen für zentral- und osteuropäische Sprachen. Der Zeichensatz ist um Kapitälchen, stilistische Alternativen und einige OpenType-Features erweitert.

»Korpus Grotesk« is a translation of the typographic vocabulary of the serif typeface »Korpus« into a sans-serif font family. Both an interpretation and a development of the latter's shape, it retains its proportions and rhythm. While »Korpus« refers to features of hot metal typesetting, »Korpus Grotesk« reflects the technical characteristics of photo typesetting. The typeface has been conceived for both text setting and use in large point sizes and is available in four weights and their italics. The family's Latin Extended encoding covers Central and Eastern European languages. The character set comes with small caps, a stylistic set, and several additional features.

Korpus Grotesk B — 24pt

ABCDEFGHIJKLMNPO
 QRSTUVWXYZ
 0123456789
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ag
 0123456789
 @:.,?!—

Korpus — Korpus Grotesk

AA

The Development

The serif font Korpus, designed between 2009 and 2011, forms the basis for the development of the sans serif. The 'Korpus Grotesk' is a continuation and translation of the typographic vocabulary of the serif 'Korpus' into

a sans-serif font family. It is based on the same transfer philosophy. While the 'Korpus' reflects features of hot metal typesetting, the 'Grotesk' draws on the technical characteristics of phototypesetting.

Samples set in Korpus Grotesk B

gießen œdème
 størstiðagá
 dešťů rażówka

ø ß

(fgs2q) N4hb²¹
 C5³Nnⁿ

&# §[®]™ Π→* ' £ € » + 9°

Korpus Grotesk A

AEGNR-abegfsny.2467

Korpus Grotesk B

AEGNR-abegfsny.2467

Korpus Grotesk C

AEGNR-abegfsny.2467

Korpus Grotesk D

AEGNR-abegfsny.2467

Korpus Grotesk AB

AEGNR-abegfsny.2467

Korpus Grotesk BB

AEGNR-abegfsny.2467

Korpus Grotesk CB

AEGNR-abegfsny.2467

Korpus Grotesk B — 9pt / 10,5pt Stylistic Set 1

Word shape is no longer a viable model of word recognition. The bulk of scientific evidence says that we recognize a word's component letters, then use that visual information to recognize a word. In addition to perceptual information, we also use contextual information to help recognize words during ordinary reading, but that has no bearing on the word shape versus parallel letter recognition debate. It is hopefully clear that the readability and legibility of a typeface should not be evaluated on its ability to generate a good bouma shape. (KEVIN LARSON)

Korpus Grotesk Language Support

Afrikaans, Albanian, Azerbaijani, Basque, Bosnian, Breton, Catalan, Chamorro, Croatian, Czech, Danish, Dutch, English, Estonian, Faroese, Finnish, French, Frisian, Galician, German, Hungarian, Icelandic, Indonesian, Irish, Gaelic, Italian, Latvian, Lithuanian, Maltese, Maori, Norwegian, Polish, Portuguese, Rhaeto-Romanic, Romanian, Sami, Scots Gaelic, Slovak, Slovene, Spanish, Swedish, Turkish

Korpus Grotesk Glyphs

Latin, Latin Extended A, Punctuation, Currency, Mathematical, Proportional / Tabular Lining Figures, Stashed Zero, Proportional Old Style Numerals, Superscript / Superior, Subscript / Inferior, Fractions, All Small Caps, Standard Ligatures, Stylistic Alternates

DISCIPLINATION

»Sindelar« reagiert als leistungsfähige, zeitgemäße Textschrift auf heutige Designanforderungen. Ihre große x-Höhe, ihr geringer Kontrast und ihre robusten Serifen garantieren hervorragende Lesbarkeit in kleinen Größen. Die ausgewogenen Proportionen machen sie ökonomisch, ohne sie zu schmal erscheinen zu lassen. Diese Qualitäten machen sie zur idealen Wahl für den umfangreichen Einsatz in Zeitungen und Magazinen, sowohl auf dem Papier als auch auf dem Bildschirm. Benannt nach dem österreichischen Fußballer Matthias Sindelar (1903–1939), einem der besten Spieler seiner Zeit, hat die Schrift mit ihrem Namensgeber zwei wesentliche Eigenschaften gemeinsam: technische Finesse und die Fähigkeit, bis ins kleinste Detail ästhetisch zu agieren. Obwohl die Schrift für kleine Größen optimiert wurde, punktet sie auch in großen Größen mit starkem Ausdruck und unverwechselbarer Erscheinung. »Sindelar« ist in 18 Schnitten verfügbar – jeweils neun in Roman und Italic. Jeder Schnitt verfügt über einen Zeichensatz von über 980 Glyphen und zahlreiche OpenType-Features.

A capable contemporary text face, »Sindelar« addresses today’s design requirements. Its large x-height, low contrast, and robust serifs guarantee high legibility in small sizes. Balanced proportions make the typeface economic without giving it too narrow an appearance. These characteristics make it an ideal choice for extensive texts in newspapers and magazines — on both paper and screen. Named after the famous Austrian soccer player Matthias Sindelar (1903–1939), one of the best players of his time, the typeface shares two major qualities with its namesake: its technical brilliance and its way of performing aesthetically down to the last detail. Although optimized for small sizes, its low contrast and robust serifs also give the typeface a strong impact and an unmistakable personality in larger sizes. »Sindelar« comes in 18 styles — nine weights in Roman and Italic each. Each font is equipped with a huge character set of more than 980 glyphs and various OpenType features.

Sindelar Bold, set in 72 pt ▶

▼ Sindelar Regular A, set in 134 pt

a

3 Regulars

A, B, and C

3 Regular Italics

A, B, and C

Medium

Medium Italic

Semibold

Semibold Italic

Bold

Bold Italic

Extrabold

Extrabold Italic

Black

Black Italic

Extrablack

Extrablack Italic

→ www.willerstorfer.com

Willerstorfer
FONT FOUNDRY

Sindelar

▼ various weights of Sindelar

Foco, determinação e motivação

Wunderteam

Happels Trainerkarriere begann in den Niederlanden bei ADO Den Haag

første landslagsmål

c'est ce qu'a déclaré le Premier Ministre

raccogliere

Polacy rozpoczynają walkę o potrójną koronę

FAVORITEN

technically outstanding

la superluna ha iniziato a farsi vedere nel Pacifico, in Nuova Zelanda e Australia

Maradona

WIEN – Ogris ist kein Mann großer Worte. Erst recht nicht, wenn es um die eigene Vergangenheit geht. Will man heute mit ihm über seinen fulminanten WM-Treffer gegen die USA sprechen, ist er perplex: »Nicht Ihr Ernst, oder?« Doch, doch. Wie könnte man nur vergessen. Energieanfall, dein Name am 19. Juni 1990 war Andi Ogris. In der 49. Minute trat Tab Ramos einen Corner für die USA, der Ball wird am kurzen Eck aus der Gefahrenzone geköpft und von Gerhard Rodax präzise in den

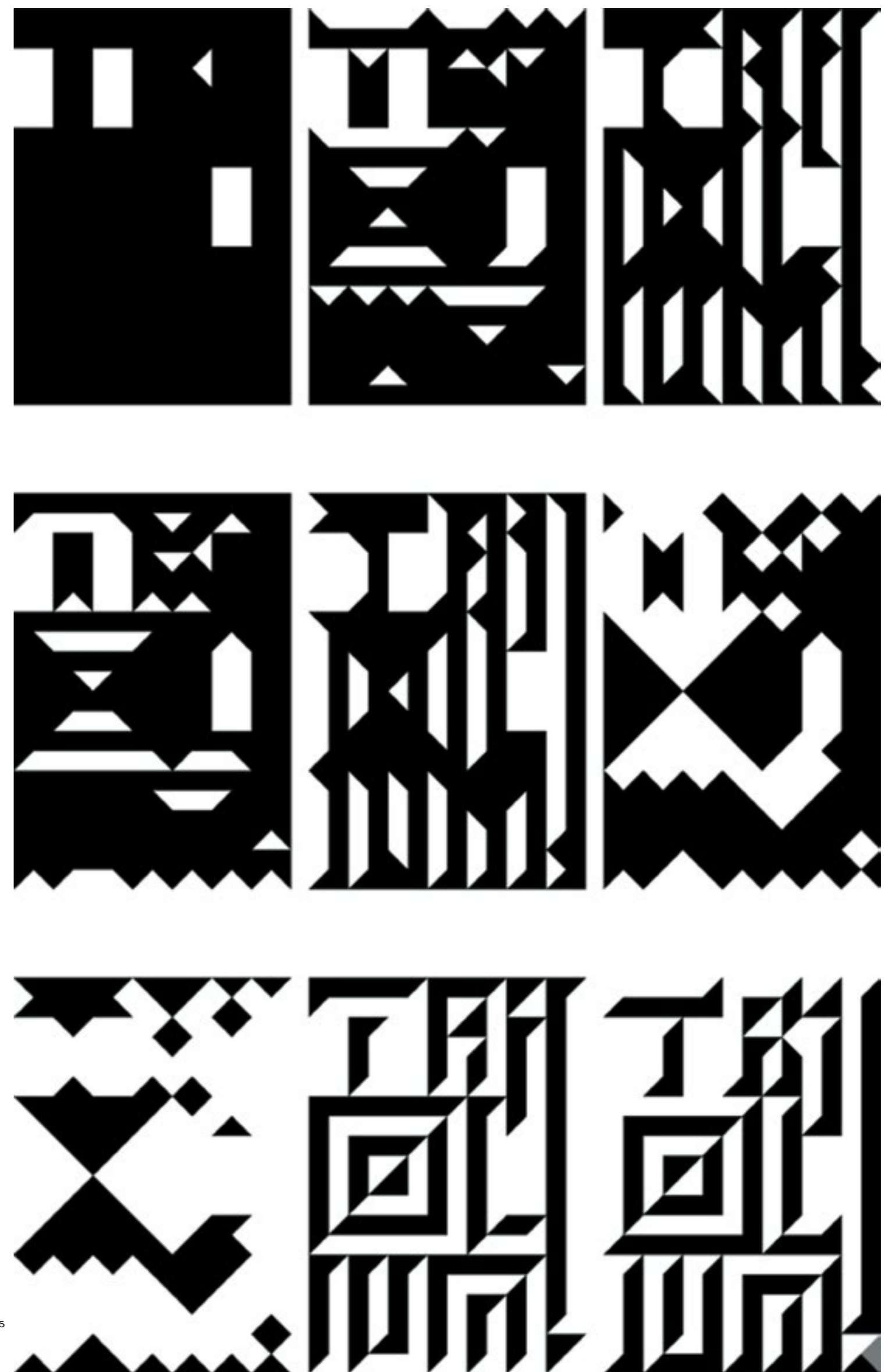
Lauf der mit hellseherischen Fähigkeiten ausgestatteten roten Rakete verlängert. Der Rest spielt sich im sommerlichen Florenz in Zeitraffer ab, die Gegner in Zeitlupe. Drei US-Spieler werden gnadenlos überlaufen, zu Hydranten degradiert. Und so brutal er diesen Konter lief, so gefühlvoll schloss er ihn ab, mit einem Lupfer ins lange Eck. Ogris hat für das Solo eine simple Erklärung. [...]

10/13 Reg. A | Der Standard, Vienna, 7 Oct. 2014

»Triolium« ist eine dreidimensional konzipierte, aus geometrischen Körpern konstruierte Schrift. Die einfachste Glyphe – der Punkt – entspricht einer Pyramide. Daraus resultiert ein quadratischer Raster, auf dem alle weiteren Glyphen aufbauen. Durch das Verschieben der Licht- und Schattenflächen ergibt sich eine Vielzahl an Schriftschnitten, die mehr oder weniger abstrakt beziehungsweise lesbar sind. Somit erzeugt geschriebener Text immer unterschiedliche Formen.

»Triolium« is designed as a three-dimensional typeface constructed from geometric shapes. The most basic glyph — the point — has the shape of a pyramid. This results in a square grid on which all other glyphs are built. Shifting the light and shadow areas has resulted in the creation of a multitude of fonts that are more or less abstract or readable. Written text therefore always generates different forms.

D
I
S
T
I
N
C
T
I
O
N



**D
I
S
T
I
N
C
T
I
O
N**

Ausgangspunkt für die serifenlose Schrift »Alena« war ein 1980 veröffentlichter Holzschnitt von Jost Hochuli. Die Großbuchstaben basieren auf den Proportionen der römischen Monumentalschrift des ersten und zweiten Jahrhunderts und wurden um die Buchstaben »J«, »U« und »W« ergänzt. Die Kleinbuchstaben beruhen auf einer späten Form der humanistischen Minuskel. Im Gegensatz zur Vorlage sind die Strichstärken optisch gleichbleibend, was die Schrift ruhig und unaufdringlich macht. Sie ist auch in kleinen Graden gut lesbar. Die Kursive hat einen schmalen Duktus, wie das auch bei den ersten kursiven, bewusst platzsparend gezeichneten Druckschriften der Fall war. Durch ihre geringe Neigung fügt sie sich gut in den Lauftext ein. Ursprünglich waren nur vier Schriftschnitte – Regular und Bold sowie deren Kursive – geplant. Mittlerweile wurde die Schrift ausgebaut und kam bereits in Büchern ebenso wie für Websites zum Einsatz.

»Alena«, a sans-serif font family, was inspired by a woodcut published by Jost Hochuli in 1980. The capital letters hark back to the proportions of Roman inscriptional capitals of the first and second centuries, to which the letters »J«, »U«, and »W« have been added. The lowercase letters are based on a late form of humanist minuscule. Different from these models, the thickness of the strokes appears to remain constant, which lends the typeface a calm and unobtrusive appeal so that is also easily legible in small sizes. The italic variants are characterized by a narrow flow, as was also the case with early italic typefaces, deliberately designed to save space. Thanks to their modest slant, they easily blend in with the rest of the text. Originally, »Alena« was planned in four styles — regular and bold, plus their italics. In the meantime, the family has been extended and been used for both books and websites.

A typeface is looking for love in ...

London

Wien

New York

Sankt Gallen

Munich

aaaaaaaaaaaaaaaaaaaa

Alena · abclitera.ch

Client: Roland Stieger
abclitera.ch

Studio: TGG Hafen Senn Stieger
tgg.ch
Design: Roland Stieger

»Alena«
Schriftfamilie / Type family

Hesign International/
Jianping He
→ China

**GO
LD
!**
80

atelier blvdr/Silvia Francia
→ Switzerland

**SI
LV
ER**
82

Hesign International/
Jianping He
→ China

**BR
ON
ZE**
84

3007/Eva Dranz
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
86

hazemeter/Yoonjae Lee
→ Korea

**DIS
TINC
TION**
88

KOKONEO/Tina Guthauser,
Tea Virolainen
→ Switzerland

**DIS
TINC
TION**
90

Linie 3/
Gerhard Andraschko-Sorgo
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
92

Atelier Bundi/
Stephan Bundi
→ Switzerland

**DIS
TINC
TION**
94

POSTER DESIGN

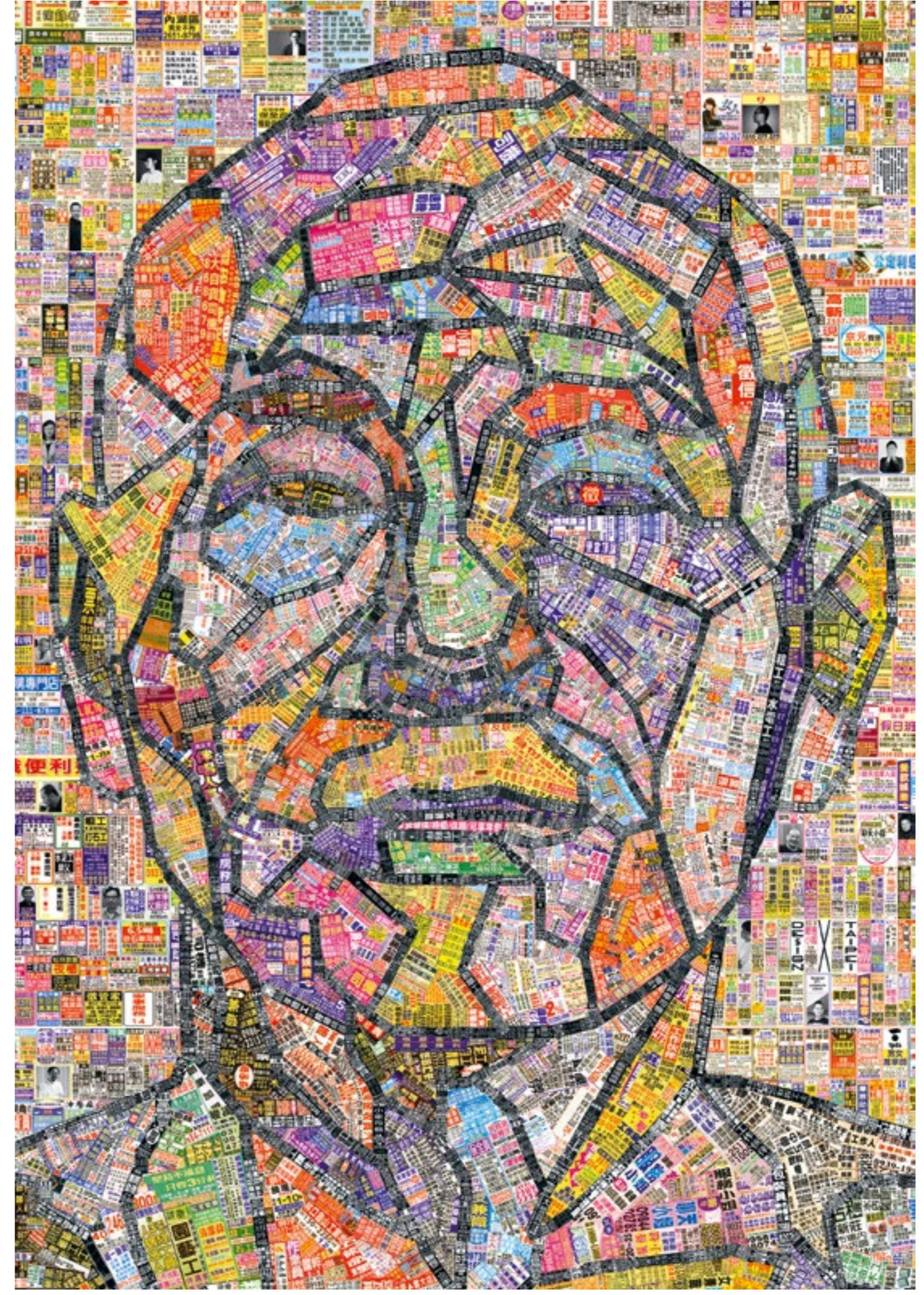
DEVELOG

A POSTER DESIGN

Die vereinnahmende grafische Collage ist technisch beeindruckend, dominiert den Raum und ist voll und bunt wie Asien. Crowded and colourful like Asia, this captivating graphic collage is technically impressive and dominates its surroundings.

This poster was commissioned by the Taiwan Poster Design Association on the occasion of its 25th anniversary and the exhibition that accompanied the event. Basically, the shape of a city depends more on its ideological and political atmosphere than on the work of its designers. Accordingly, Chiang Kai-shek might be called the designer of Taipei. In Taiwan, one always finds copies of the morning papers at the hotels. It is their classified ads sections that are most striking. With their cloyingly dense and vividly frenetic colours, they resemble the cells of the city and represent the material to which urbanity itself gives rise. The individual approaches employed by designers lie concealed in but a fraction of these advertisements: they express a collective visual language whose impact is huge.

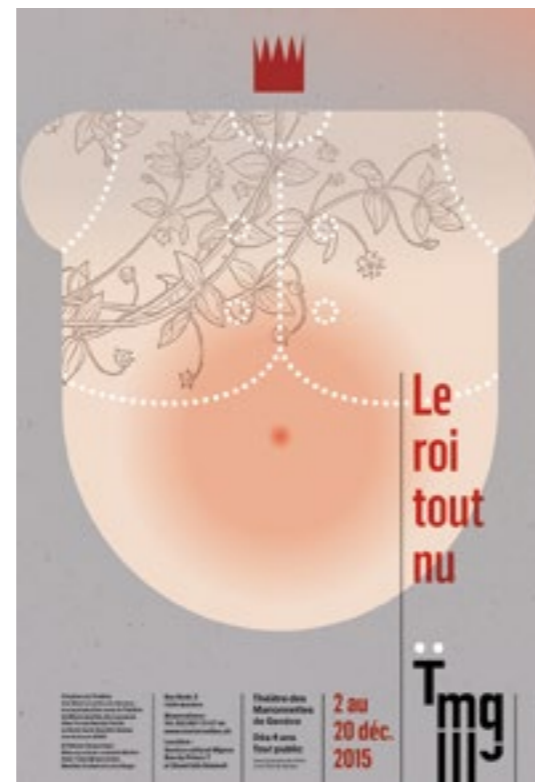
Das Plakat entstand aus Anlass des 25-jährigen Bestehens der Taiwan Poster Design Association und der das Jubiläum begleitenden Ausstellung. Im Grunde prägt die politische und ideologische Atmosphäre eine Stadt mehr als ihre Gestaltung durch Designerinnen und Designer. Chiang Kai-shek könnte demnach als Designer Taipehs gelten. In den Hotels in Taiwan liegen stets die Morgenzeitungen auf. Am meisten stören einen deren Kleinanzeigen ins Auge. Mit ihrer stöcklich-dichten, lebendigen und ungebremsten Farbbigkeit gleichen sie den Zellen der Stadt und stehen für das, was Urbanität bedingt. Dabei macht die individuelle Herangehensweise der Gestalterinnen und Gestalter nur einen Bruchteil des Gesamtbildes aus. Zum Ausdruck kommt eine kollektive visuelle Sprache von großer Wirkkraft.



»Design x Taipei«
Ausstellungsplakat / Exhibition poster, National Taiwan Normal University

Studio: Hesign International
hesign.com
Design: Jianning He

Client: Taiwan Poster Design Association



Der Direktionswechsel im Marionettentheater von Genf geht mit einer neuen grafischen Gestaltungslinie einher, die neben den elf Motiven umfassenden Plakaten zur Bewerbung der einzelnen Stücke auch Logo, Geschäftsausstattung, Signaletik und Drucksorten wie Programme und Flyer beinhaltet.

The new management of Geneva's puppet theatre has launched a new graphic design line, which in addition to eleven different motifs for posters advertising the individual plays also comprises a logotype, office stationery, a wayfinding system, and such printed materials as programmes and flyers.



Cliant: Théâtre des marionnettes de Genève, Isabelle Matter marionnettes.ch

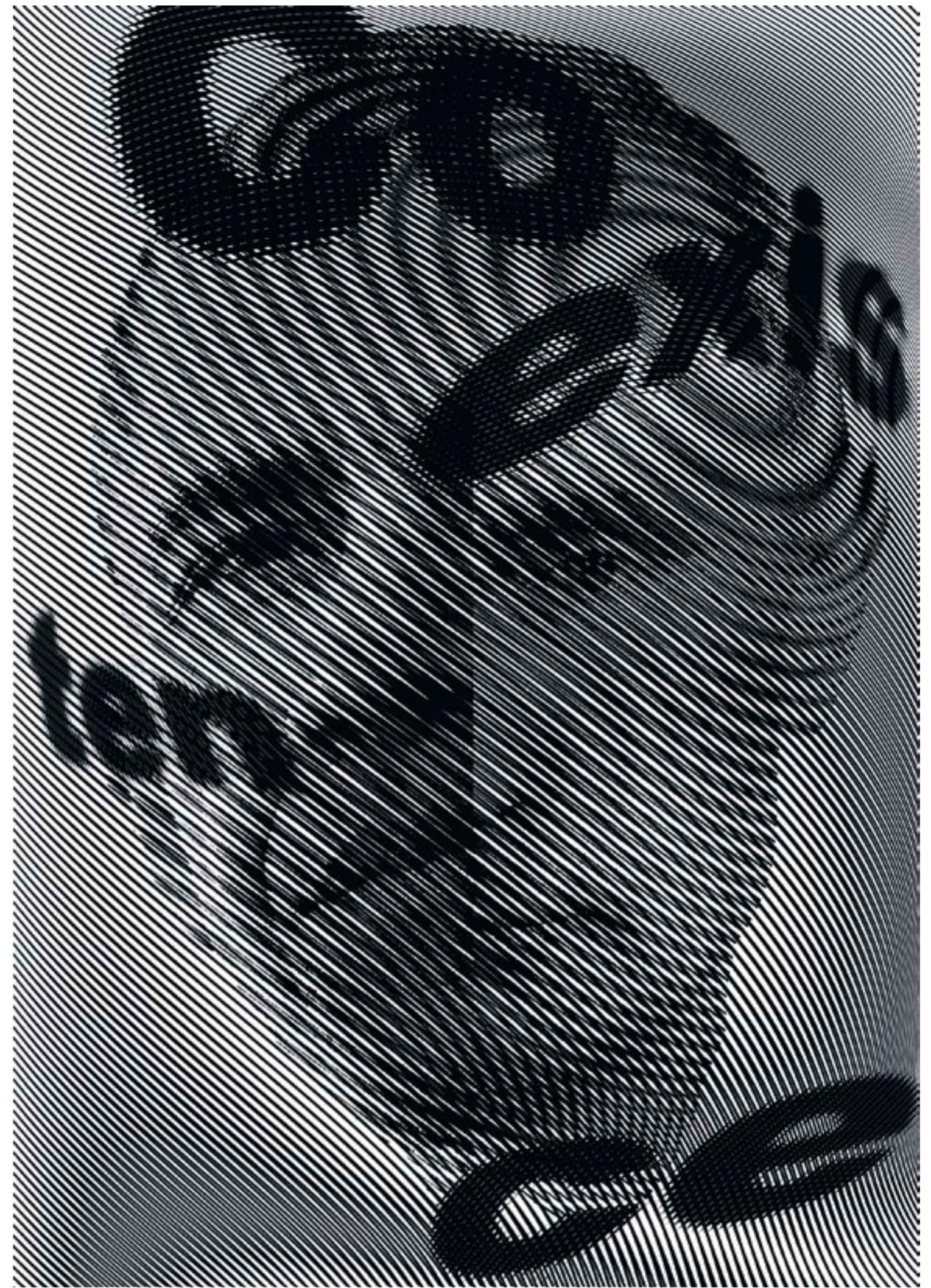
Studio: atelier bldr bldr.ch
Design: Silvia Francia

»Théâtre des Marionnettes de Genève« Plakatserie für die Saison 2015+16 / Poster series for the 2015+16 season

BRONN

Das offizielle Plakat zur Freiluftausstellung anlässlich der AGI-Konferenz in Biel 2015: 140 internationale Designerinnen und Designer waren eingeladen, jeweils eine Arbeit zum Thema Koexistenz zu präsentieren. Die Aufgabe bestand darin, Schriftzeichen aus den jeweiligen Ländern einzusetzen. Hier werden ideologische Differenzen als das größte Hindernis für ein friedvolles Miteinander dargestellt. Gäbe es mehr Eintracht auf der Welt, wenn Barack Obama und Vladimir Putin ihre Konflikte beilegen könnten?

The official poster for the outdoor exhibition held on the occasion of AGI's 2015 conference in Biel: 140 international designers were invited to present one poster each on their personal views of the subject of coexistence using characters from their respective native countries. Here ideological differences have been identified as the major barrier for a peaceful life together. Would the world be more harmonious if Barack Obama and Vladimir Putin managed to settle their conflicts?



»Coexistence«
Ausstellungsplakat
Exhibition poster
AGI Open 2015

Studio: Hesign International
hesign.com
Design: Jianping He

Client: AGI-Biel 2015
2015.agi-open.com

DISINUNCTION

Einblicke in den kurdischen Widerstand in der Türkei: Über eine Million Kurdmänner und -Kurdinnen leben in Europa im Exil, viele als politische Flüchtlinge, die nicht zurückkehren können, weil sie inhaftiert würden. Der Dokumentarfilm porträtiert einige von ihnen und sucht die Orte in Kurdistan auf, die heute für diese Menschen unerreichbar sind. Das Plakat basiert auf einem Filmausschnitt, der in seiner abstrahierten Form mit dem weißen Raum und Kontrasten spielt. Die Figuren werden vom Weiß verschluckt, bilden aber auch das Fundament für die Sichtbarmachung des Filmtitels. Das Chaos der Typografie steht symbolisch für die Vielschichtigkeit der kurdischen Geschichte.

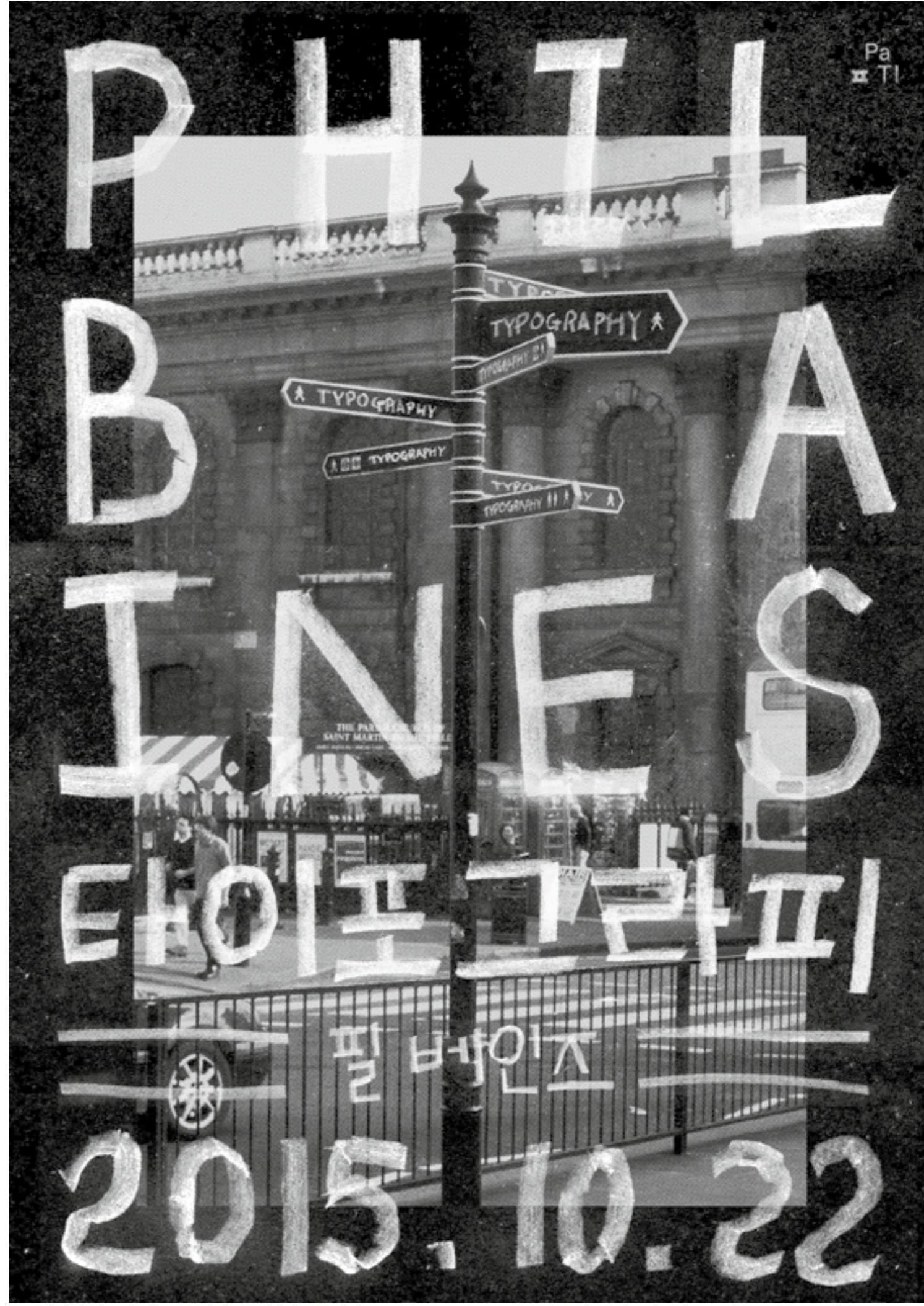
The film, whose title translates as »Only the Dead Return Home«, offers insights into Kurdish resistance in Turkey: more than a million Kurds are forced to live in exile in Europe, many of them as political refugees who are not able to go back because of the threat of imprisonment. The documentary portrays some of them and also visits the villages in Kurdistan that have become out of reach for these people. The poster design is based on an abstracted film still that plays with white space and contrasts. Although absorbed by the white expanse, the figures ensure the visibility of the film title, while the typographic chaos is meant to mirror the complexity of Kurdish history.



AN INTRODUCTION TO POSTER DESIGN

Auf der Website des britischen Grafikdesigners und Typografen Phil Baines finden sich zahlreiche Fotos von Londoner Geschäfts- und Straßenschildern. Eines davon – ein Wegweiser – diente als sinnbildliche Grundlage für dieses Plakat zur Ankündigung eines von Baines in Südkorea geleiteten Seminars. Die Pfeile versprechen, sicher durch den Irrgarten der Typografie zu führen. Auf jedem von ihnen wurde der Begriff handschriftlich in das Bild eingefügt: als Element des persönlichen Ausdrucks der Gestalterin.

On the website of the British designer and typographer Phil Baines one can find numerous photographs of London shop and street signs. One of these pictures – that of a signpost – was chosen as the emblematic foundation for this poster announcing a seminar held by Baines in South Korea. The arrows hold the promise of safely leading the way through the maze of typography. The term was added to each of them in handwriting as an element of the designer's personal expression.



»For Phil Baines«
Seminarplakat
Seminar poster

Studio: hazemeter
hazemeter.kr
Design: Yoonjae Lee

Photography: Phil Baines
publiclettering.org.uk

Client: Paju Typography Institute
pati.kr

A POSTER DESIGN

Die Schau »Aussichten« war eine Kunstausstellung im offenen Gelände, die über ein ganzes Jahr bestehen blieb. Künstlerinnen und Künstler zeigten in die Landschaft eingebettete Werke, die eigens dafür konzipiert und produziert wurden. Die unterschiedlichen Farbstimmungen der Plakate spiegeln die jahreszeitlich bedingten Veränderungen der Ausstellung wider. Abgebildet sind die mittels Punktraster abstrahierte Landschaft mit der markanten Linde und die typografischen Fragmente des Ausstellungstitels, die sich über die Landschaft legen. Der skulpturale Aspekt wird durch den 3D-Effekt der Buchstaben verstärkt. Die Plakate sind das Ergebnis einer künstlerisch-experimentellen Auseinandersetzung mit der Landschaft und dem Ausstellungsthema.

D



T

I

N

C

»Aussichten« (which translates as »vistas«) was an outdoor art exhibition that stayed in place for an entire year. Artists presented works embedded in the landscape that were specifically conceived and produced for this show. The different colour moods of the posters are meant to evoke the seasonal changes and how they impacted on the exhibition. The motif consists of a prominent lime tree in a landscape depicted using an abstract dot screen and of the typographic fragments of the exhibition title, which overlap with the picture. The sculptural aspect is augmented by the three-dimensional effect the letters produce. The posters are the result of an artistic and experimental approach to both the landscape and the exhibition theme.



Informationen unter www.aussichten-sissach.ch

Aussichten

Vernissage
Freitag, 8. Mai 2015, 18 Uhr
auf der Wintersingerhöhe

Konzert
Freitag, 12. Juni 2015
18.30 Uhr, Sissacherfluh
gershwin piano quartet
Reg. Musikschule Sissach
Mirka Chvalik, André Papanich,
Benjamin Cypri, Stefan Wirth
www.gershwinquartet.com

Kunst im Gelände Sissacherfluh

8. Mai 2015 – 1. Mai 2016

Künstlerinnen / Künstler

Markus Böhmer, Birmahlen
Sylvia Deschamps, Zurich
Susanne Fankhauser, Basel
Christoph A. Fickiger, Birmahlen
Muriel Frey, Basel
Bridget Gilbert, London
Ludwig Rüdiger, Sissach
Martin Huberwald, Fachhochschule
Kamran Kär, Olten
Philipp Kappeler, Basel
Malcoert, Reinach
Wincent Mahler, Basel
Gwida Mieser, Basel
Roman Müller, Basel
Ferdinand Müller, Zollikon
Günther Pfister, Koblitzberg
Abdo Prozi / Vera Roth, Basel
Christa Schmidt, Thunten
Lisa Stauder-Kohler, Sissach
Heide Torgas, Sissach
Urs Trödel, Sissach
Robert Trödel, Sissach
Kathryn Vogt-Hörschinger, Sissach
Marco Wölfel, Sissach
Samuel Weiss, Birmahlen
Linda Wunderlin, Zollikon
Alexandra von Bütt, Olten

Organisation
Kitty Schaertlin, Kärntlen, Sissach
Peter Thommen, Birmahlen, Lachen
Christian Fessler, Birmahlen, Grenchen

Organisation
Kulturelles.bj SWESTOS
Basel-Landschaftliche Kantonalbank
OLINSALATA
Rotaryclub Sissach-Oberbaselbiet
SCHM AG, Olten
STÜDLER PRESS
KOKONEO

Organisation
Erschwingungsgemeinschaft und Bürgergemeinde Sissach
RONDA
SISSACHERFLUH.CH
BÄNGLÄNDLICH-ZEITUNG
TRISTON AG
DICAD Print- und Lettershop
HECONA

Client: Kitty Schaertlin, Peter Thommen, Christian Kessler, kittyschaertlin.ch
Photography: Barbara Jung
Studio: KOKONEO GmbH
Büro für visuelle Kommunikation
kokoneo.ch
Design: Tina Gutthausen, Tea Virolainen

»Aussichten«
Ausstellungsplakate für eine
Freilichtausstellung / Posters
for an outdoor exhibition

DISINTEGRATION



Die Plakate für die Präsentation des Buches von Heiner Mühlmann sind im schwarzen Inversdruck auf dickem Neonpapier hergestellt. Der Allquantor – ein auf den Kopf gestelltes »A« – ist nicht nur Mittelpunkt des theoretischen Konzepts, sondern auch grafisches Herzstück. Der hier praktizierte typografische Minimalismus hebt das Zeichen hervor und ermöglicht dessen eindringliche und differenzierte Wahrnehmung gegenüber einer überfüllten Umgebung.



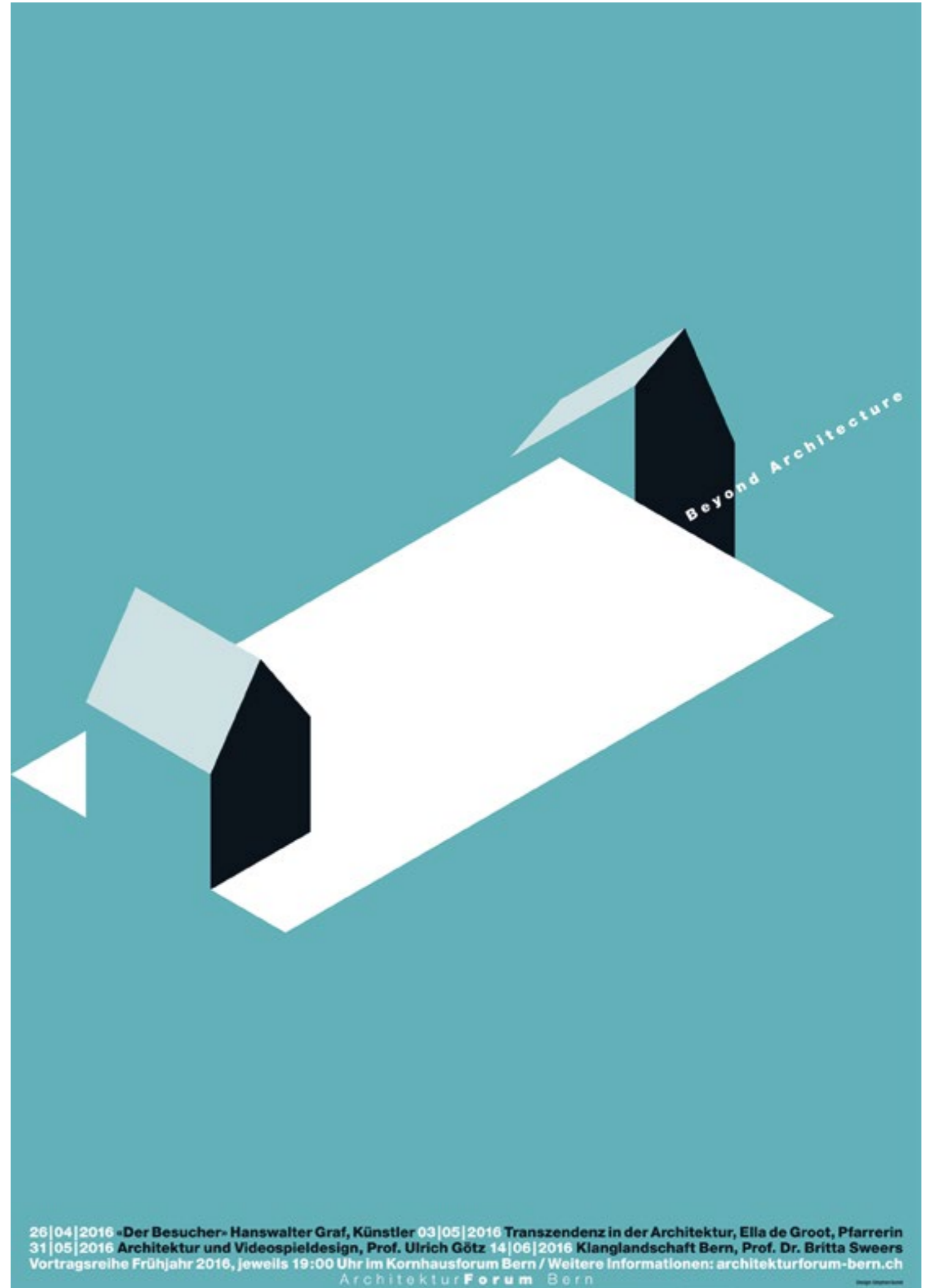
The posters for the presentation of the book by Heiner Mühlmann, whose title translates as »The Art War«, were produced with inverse printing in black on thick neon paper. The universal quantifier – the letter »A« rotated by 180 degrees – not only represents the quintessence of the theoretical concept, but is also the central graphic design element. The sign is additionally highlighted thanks to the typographic minimalism employed and therefore perceived even more distinctly against the backdrop of crowded environments.



Dimensional Perception

The lecture series addressed such questions as: What lends a space its atmosphere? What makes it a place where to feel at ease or a place of social encounter? What semantic qualities and levels of perception are behind it? Playing with colour contrasts, planes, flatness, and volume, this poster visualizes the more immediate and related aspects of architecture. As the typography retreats almost entirely, perception is exclusively brought about by the reduced quality of the pictorial elements.

Die Vortragsreihe befasste sich mit Fragen wie: Was verleiht einem Raum Stimmung? Was macht ihn zum Wohlfühlort, zum sozialen Erlebnis? Welche Semantik und welche Wahrnehmungsebenen stecken dahinter? Das Plakat visualisiert das Diesseits und das Jenseits von Architektur und spielt dabei mit Farbkontrasten, Flächen und Dreidimensionalität. Die Typografie tritt beinahe vollkommen in den Hintergrund, so dass die Wahrnehmung ausschließlich über die reduzierte Qualität der Bildelemente stattfindet.



Eremenko Visual
Communication/
Konstantin Eremenko
→ Switzerland

**GO
LD
!**
98

Marc Damm
→ Austria

**BR
ON
ZE**
104

Karin und Bertram Schmidt-
Friderichs, Peter von
Freyhold, Carolin Wanitzek
→ Germany

**DIS
TINC
TION**
110

Designstudio Sandra Praun/
Sandra Praun,
Aleksandra Stratimirovic
→ Sweden

**SI
LV
ER**
100

Victoria Kozich
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
106

100und1/
Julia Schäfer, Lukas Fliszar
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
112

Yo Studio / Marcin Markowski
→ Poland

**BR
ON
ZE**
102

Lead82 / Zolán Péter Salát,
Dániel L. Németh
→ Hungary

**DIS
TINC
TION**
108

EDITORIAL DESIGN BOOKS

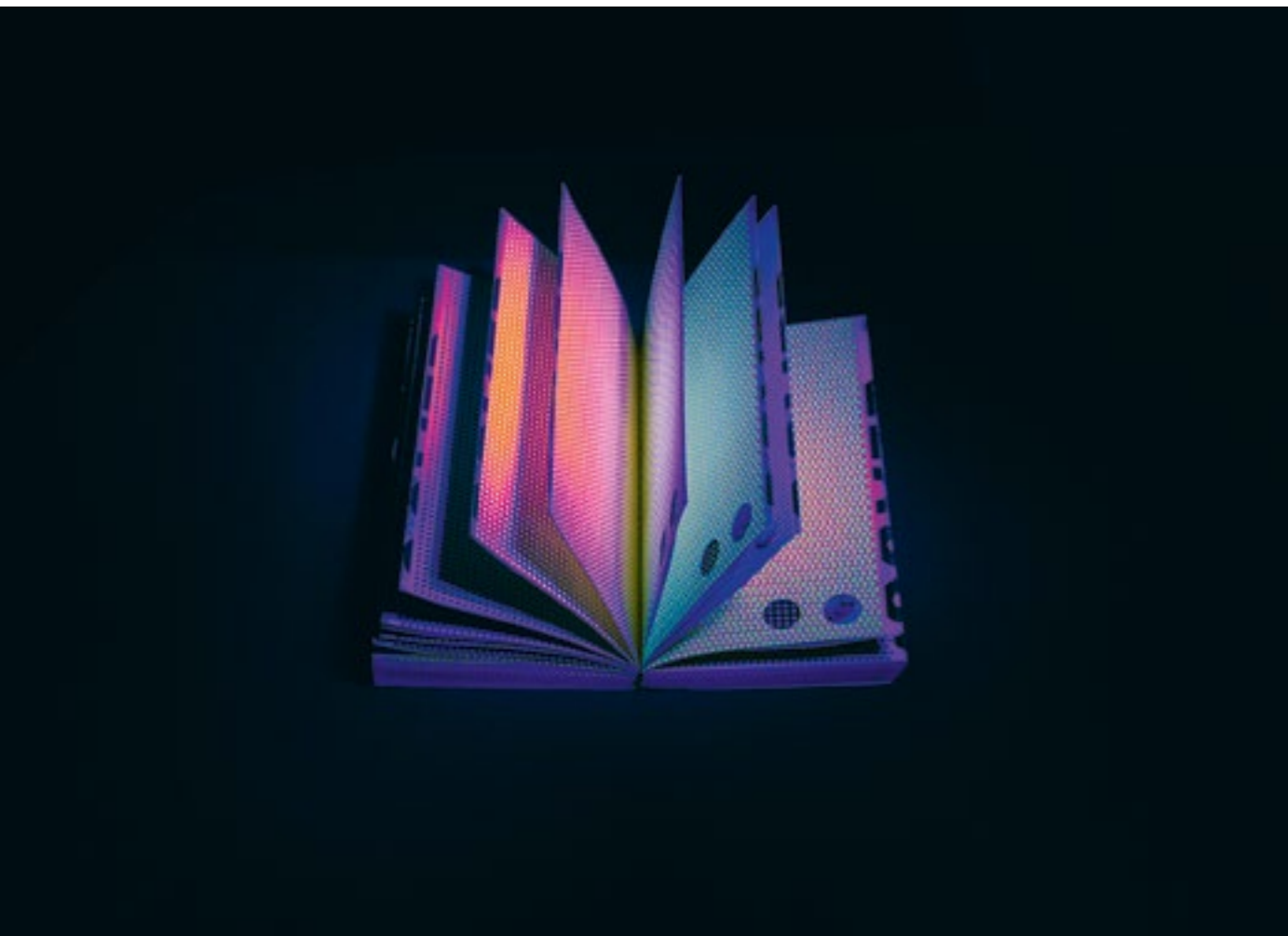
A EDITORIAL DESIGN BOOKS



Client: FHNW HGK Visual
Communication Institute,
The Basel School of Design
fhnw.ch

Studio:
Eremenko Visual Communication
eremenko-vis.com
Design: Konstantin Eremenko

GO



Die unglaublich interessante grafische Umsetzung eines schwierigen Themas und die ansprechende Haptik des Objekts laden in der Tat zum Entdecken ein. The incredibly fascinating visual translation of a difficult subject and the object's appealing tactility indeed invite interesting discoveries.



»Rediscovering«
Buchprojekt
Book project



Bei diesem Buch handelt es sich um eine visuelle Interpretation des Periodensystems der chemischen Elemente und der periodischen Gesetzmäßigkeiten. Die Idee dahinter war, Wissen gestalterisch von einem System in ein anderes zu übertragen – von einer Tabelle in ein Buch. Die Abfolge der einzelnen Elemente ist chronologisch, abhängig vom Zeitpunkt ihrer Entdeckung. Die Farben lassen sich bestimmten Elementgruppen zuordnen und sind (bis auf Schwarz) im Siebdruckverfahren reproduziert. This book is a visual interpretation of the periodic table of chemical elements and of periodic law. The idea behind the project was to create a visual transfer of knowledge from one system to another, from table to book. The individual elements appear in chronological order, depending on the time of their discovery. The colours can be assigned to specific element groups and are screen-printed (except for black).

ARTESELVA



Diese Sammlung von 109 ausgesprochen poetischen Texten bekannter Persönlichkeiten aus den Bereichen Kunst, Architektur, Design, Literatur, Film, Theater und Fotografie kommt einer Studie über Licht und Dunkelheit gleich. Jeder Text wurde grafisch individuell umgesetzt. Ohne ein einziges Bild bietet das Buch ein eindrucksvolles Seherlebnis, wobei die Wörter auf den Seiten durch die Wahl der Gestaltungselemente, der Typografie und des Papiers sowie durch unterschiedliche Druck- und Bindetechniken zum Leben erweckt werden. Das Buchprojekt wurde von L-RO, dem offiziellen Partner der UNESCO im Internationalen Jahr des Lichts und der lichtbasierten Technologien, unterstützt. Unter den Beitragenden sind Alberto Alessi, Roy Andersson, Tadao Ando, Uta Barth, Christian Boltanski, Didi Bruckmayr, Chris Burden, Philip-Lorca diCorcia, Monica Förster, Steven Holl, Klaus Kada, Josef Kleindienst, Kram/Weisshaar, Mischa Kuball, Kaoru Mende, Jean Nouvel, Pipilotti Rist, Valentin Ruhry, Snøhetta und Ulay.



This collection of 109 utterly poetic texts written by prominent personalities from the fields of art, architecture, design, literature, film, theatre, and photography amounts to a study of light and dark. Each of the texts has been interpreted individually in the language of graphic design. Without a single image, the book offers an impressive visual experience, with the words on a page brought to life through the choice of design elements, typography, and paper, as well as a variety of printing and bookbinding techniques. The book project was supported by L-RO, the official partner of UNESCO's International Year of Light and Light-Based Technologies. Among the contributors are Alberto Alessi, Roy Andersson, Tadao Ando, Uta Barth, Christian Boltanski, Didi Bruckmayr, Chris Burden, Philip-Lorca diCorcia, Monica Förster, Steven Holl, Klaus Kada, Josef Kleindienst, Kram/Weisshaar, Mischa Kuball, Kaoru Mende, Jean Nouvel, Pipilotti Rist, Valentin Ruhry, Snøhetta, and Ulay.



A EDITORIAL DESIGN BOOKS

B



Cliet: Polish Theatre, Poznan
teatr-polski.pl

Photography: Marek Zakrzewski

C

N

Z

Dieses Büchlein wurde als Theaterprogramm für das Stück von Bert Brecht konzipiert. Die Aufgabe bestand darin, dem Inhalt des Stücks – der Welt der Bettler und des Verbrechens – Genüge zu tun und dabei zu berücksichtigen, dass die Handlung vom Regisseur aus dem viktorianischen London ins Nachkriegsberlin verlegt wurde. Typografie und Druckgrafik aus dem Berlin der Zeit um 1945 dienten als Inspirationsquelle. Rosafarbenes Papier und erotische Fotos wurden »Tatwerkzeugen« gegenübergestellt, um dem Lebensstil und der abenteuerlichen Geschichte des Stücks Ausdruck zu verleihen. Der beschnittene und zerknüllte Umschlag aus bereits verwendetem Papier ist eine Anspielung auf die eingeschränkten Produktionsbedingungen und den Materialmangel im Berlin der Nachkriegszeit.



Studio: Yo Studio
marcinmarkowski.pl
Design: Marcin Markowski

»Die Dreigroschenoper«
»The Threepenny Opera«
Theatreprogramm

This booklet was conceived as a theatre programme for the play by Bert Brecht. The task was to respect the content of the play — the world of beggars and criminals — and acknowledge that the director had transferred its action from Victorian London to post-war Berlin. Typography and prints from 1945 Berlin served as a source of inspiration. Pink paper and erotic photographs were juxtaposed with »instruments of crime« expressing the lifestyle and adventurous plot of the play. The trimmed and wrinkled cover made of previously used paper alludes to the limited production facilities and lack of material in Berlin after the war.

BRONZ



Das Buch ist aus einer Diplomarbeit hervorgegangen. In zehn Gesprächen berichten Absolventinnen und Absolventen der Universität für angewandte Kunst Wien – darunter Carlos Toledo, Eva Dertschei, Martha Stutteregger, Stefan Sagmeister und Anita Kern – von ihren persönlichen Erfahrungen mit Aufträgen und Klientel und geben Einblick in ihre persönlichen Arbeitsmethoden. Die aufwendige Gestaltung und die Umsetzung des Buches stehen ganz im Zeichen des nie wirklich abgeschlossenen Designprozesses: Ein beinahe unfertig wirkender Buchkörper mit offener Fadenheftung kontrastiert mit produktionsspezifischen Raffinessen: Sonderfarben, wechselnden Papiersorten und Prägeveredelungen. Mit zusätzlichen Textbeiträgen von Erik Spiekermann, Erwin K. Bauer und Christian Reder.



This book is the result of a master's thesis. In ten conversations, graduates of the Vienna University of Applied Arts, including Carlos Toledo, Eva Dertschei, Martha Stutteregger, Stefan Sagmeister, and Anita Kern, give accounts of their personal experiences with assignments and clients and offer insight into their individual approaches. The sophisticated design and its realization are intended to mirror the fact that a design process is never really complete: a thread-stitched book block that appears to be unfinished contrasts with such production-related refinements as non-standard spot colours, various types of paper, and a wealth of finishing techniques. With additional contributions by Erik Spiekermann, Erwin K. Bauer, and Christian Reder.

Client: Universität für angewandte Kunst Wien
dieangewandte.at

Publisher: Birkhäuser Verlag
degruyter.com

»Gestaltet im Auftrag von...«
»Designed in Commission of...«
Buchprojekt / Book project
Design: Marc Damm
marcdamm.com

FUNCTIONS



Das Buch befasst sich mit den Auswirkungen von hormonellen Kontrazeptiva auf den weiblichen Körper. Die Pille ist in unserer Gesellschaft eines der bekanntesten und selbstverständlichsten Medikamente, dessen Nebenwirkungen aber in der Regel nicht ausreichend beleuchtet werden. Die vorliegende Publikation stellt die Idealisierung der Antibabypille infrage. Die Gegensätze zwischen Weiblichkeit und einem ernstesten medizinischen Thema finden sich in der Gestaltung wieder: Liebliche Elemente wie die Farbe Rosa und die feminine Slab-Serif im Fließtext stehen im Kontrast zur harten serifenlosen Schrift der Headlines und zu einem klinisch-grünen Farbton. Die Bildwelt soll vertrauen erweckend wirken und das alltägliche Leben der Frau widerspiegeln.



This book, whose title translates as »The Downside of the Birth Control Pill«, deals with the impact of hormonal contraceptives on the female body. In our society, the pill is one of the most popular and most easily prescribed medications, whose side effects have nevertheless not yet been examined sufficiently. The present publication questions the idealization of the birth control pill. The antagonism between female sexuality and a serious medical subject is echoed by the design: such mellow elements as the colour pink and the feminine slab-serif typeface used for the running text are in contrast to the austere sans-serif of the headlines and a clinically green tone. The imagery is meant to inspire confidence and reflect women's everyday reality.

CENTRO-DESIGN

A EDITORIAL DESIGN BOOKS



108

109

Am 14. November 2014 wurde im Trefort-Garten am Campus der geisteswissenschaftlichen Fakultät der Eötvös-Loránd-Universität in Budapest ein Denkmal enthüllt, das der dem Holocaust und dem Zweiten Weltkrieg zum Opfer gefallenen Mitarbeiter und Studierenden gedenkt. Dieser Doppelband wurde ein Jahr darauf, im November 2015, vorgestellt. Der weiße Band präsentiert die zum Denkmalwettbewerb eingereichten Entwürfe, während der schwarze Band Vorträge enthält, die anlässlich einer zur Enthüllung veranstalteten Konferenz gehalten wurden. Das puritanische Erscheinungsbild steht für die Demut der Wissenschaft, die Kraft der Konzentration und die Stille des Denkens. Es kamen nur eine Schrift und eine Schriftgröße zum Einsatz. Die homogene Typografie ist auch eine Metapher für die Zerstörung von Vielfalt und Individualität und für den daraus resultierenden Verlust. Die Fußnoten wurden nicht vom Mengentext separiert, sondern in bronze-farbener Schrift integriert. Über eine Doppelseite laufende Zeilen und die sichtbare Fadenbindung ergeben typografische Bilder.



On 14 November 2014, a monument commemorating former staff members and students who had fallen victim to the Holocaust and World War II was inaugurated in Trefort Gardens on the campus of Eötvös Loránd University's Faculty of Humanities in Budapest. The present double volume was presented one year later, in November 2015. The white volume features the designs submitted to the monument contest, while the black volume contains the lectures delivered at a conference held in the context of the monument's inauguration. The puritan appearance symbolizes the humbleness of science, the force of concentration, and the silence of thought. A single font and font size were used. The homogeneous typography is also a metaphor for the destruction of diversity and individuality and for the loss resulting from it. The footnotes have not been separated from the body text, but have been inserted in bronze-coloured letters. Lines extending across double-page spreads and the visible thread binding create typographic images.

»Carved Names«
Buchprojekt
Book project

Studio: Lead82
behance.net/lead82
Design: Zsolt Péter Salát,
Dániel L. Németh

Client: Eötvös Loránd University,
Faculty of Humanities, Budapest
elre.hu

D

I

N

CTIC



Das Buch blickt in eine rosige Zukunft. Mit diesem Grundsatz im Hinterkopf produziert der Verlag seit nunmehr über zwanzig Jahren erlesene Bücher über Typografie, Grafikdesign und visuelle Kommunikation. Alle verfügbaren Titel werden in diesem schönen Katalog präsentiert. Ein ausgeklügeltes Text- und Fotokonzept stellt die wunderbaren Druckwerke und die Arbeit von Karin und Bertram Schmidt-Friderichs ins Rampenlicht und macht dieses Büchlein zu einem begehrten Sammelobjekt. »Ein schönes Buch ist mehr als die Summe seiner Seiten.«



The future of the book is bright. With this maxim in mind, the publishing house has produced exquisite books on typography, graphic design, and visual communication for more than twenty years now. All of its available titles are presented in this beautiful catalogue. A sophisticated textual and photographic concept showcasing these gorgeous volumes and the work of Karin and Bertram Schmidt-Friderichs makes this booklet a coveted collectable. »A beautiful book is more than the sum of its pages.«

D I S T



Wie lassen sich zehn Jahre Festivalgeschichte komprimieren, ohne bereits Bekanntes zu strapazieren? Diese Frage führte zur Idee einer analogen Intervention mit dem Layout auf der Druckplatte. Die Gestaltung legt den Fokus auf die Schnittstelle digitaler und analoger Druckverfahren und verbindet modernste Technologie mit »Handarbeit« und Know-how. Eine Druckplatte ist ein Speichermedium für Text und Bild. Nachdem die Information auf eine beschichtete Aluminiumplatte übertragen worden ist, kommt diese in der Regel direkt ins Belichtungsbad. Hier wurde der herkömmliche Druckvorgang unterbrochen. Die Designer taten genau das, was man eigentlich nicht tun sollte: Sie »beschädigten« die Platte, indem sie sie zerkratzten. Damit sprachen sie die Unwägbarkeiten an, die bei der Organisation eines Festivals unvermeidbar sind. Die Grafik ist bewusst zurückhaltend, damit die Intervention zur Geltung kommen kann. Die Manipulation der Offsetplatte spielt mit dem Zufall. Das Ergebnis fällt immer anders aus, abhängig von Werkzeug, Druckformat, Handbewegung, Farbsättigung usw.



D N



How to put ten years of festival history in a nutshell without harking back to familiar approaches? This question led to the idea of an analogue intervention into the layout of the printing plate. The design places the focus on digital and analogue printing processes and combines state-of-the-art technology with manual work and know-how. A printing plate is a storage medium for text and images. After the information is exposed on a coated aluminium plate, the plate is usually placed directly into a developing tray. At this point, the traditional printing process was interrupted. The designers did precisely what one should not do: they »damaged« — i.e., scratched — the printing plate, thereby addressing the organically evolving and haphazard aspects the organization of a festival inevitably entails. The graphic design had deliberately been kept subtle so that the intervention would come into its own. Manipulating the offset plate plays with coincidence. The results vary, depending on the tools, printing format, gestures, toner levels, etc.



Yo Studio / Marcin Markowski
→ Poland

Lupo & Burtscher /
Angelika Burtscher,
CH Studio /
Christian Hoffelner
→ Austria & Italy

Tim Lindacher
→ Germany

**GO
LD
!**
116

**BR
ON
ZE**
118

**DIS
TINC
TION**
120

Kristina Bartošová
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
122

EDITORIAL DESIGN PERIODICALS

A EDITORIAL DESIGN PERIODICALS



Die herausragende Typografie, die abwechslungsreiche Systematik und feinsinnige Details werden zum Statement für das Medium an sich. The combination of outstanding typography, systematic diversity, and subtle detail has resulted in a statement for the medium as such.



Client: Cultural Institutions of Poznan
zamek.poznan.pl, teatr-polski.pl

Studio: Yo Studio
marcinmarkowski.pl
Design: Marcin Markowski



»Festivalzeitschrift der Kulturinstitutionen der Stadt Poznan« / »Poznan Festival Newspaper«



Das Kulturzentrum im Schloss und das Polnische Theater gehören zu den führenden Kulturinstitutionen der Stadt. Als Organisatoren eines abwechslungsreichen Festivalprogramms war es ihnen ein Anliegen, ihren Aktivitäten einen passenden grafischen Rahmen zu geben. Das Layout der die Veranstaltungen bewerbenden Zeitung ist äußerst flexibel und passt sich an die jeweiligen Anforderungen an. Obwohl jede Ausgabe etwas anders aussieht, bleiben Format und Gestaltungskonzept unverändert und garantieren somit gute Wiedererkennbarkeit.

The Cultural Centre at the Castle and the Polish Theatre number among the city's leading cultural institutions. Organizing a variegated festival programme, they wished to give their activities a proper graphic framework. The layout of the newspaper advertising their events is extremely flexible so that it can be adapted to what is needed. Although each issue looks slightly different, the format and the design approach remain the same and thus guarantee easy recognizability.

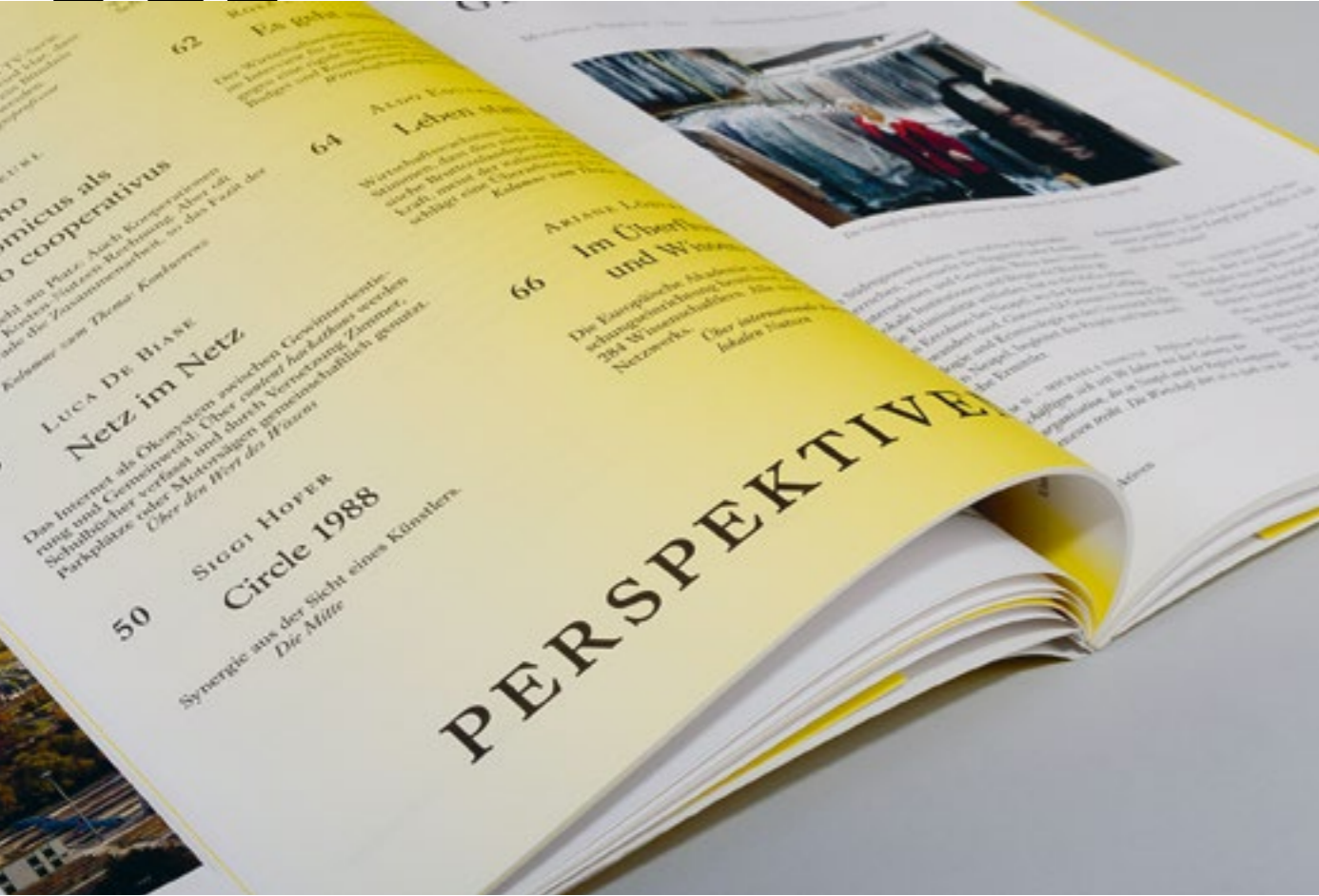


A EDITORIAL DESIGN PERIODICALS

EROMNI



»Nord & Süd« ist ein unabhängiges Wirtschaftsmagazin, das die Vielfalt und Dynamik Südtirols widerspiegelt. Unter Berücksichtigung der Ziele und Bedürfnisse der Standortagentur des Landes Südtirol (BLS) geht es darum, auf das Wirtschaftsleben der Region aufmerksam zu machen. Autoren-, Redaktions- und Gestaltungsteams arbeiten interdisziplinär zusammen. Aus diesem Miteinander entsteht einmal im Jahr ein in einem Schwerpunktthema gewidmetes Magazin, dessen Erscheinungsbild sich entsprechend verändert. Aufbauend auf einem grafischen Raster mit wiedererkennbaren Elementen werden Typografie, Bildkonzept und Farbgestaltung jeder Ausgabe angepasst.



»Nord & Süd« (i.e. »North & South«) is an independent business magazine that seeks to reflect the diversity and dynamics of South Tyrol. Taking into account the goals and needs of South Tyrol's business location development agency BLS, the publication aims to direct attention to the region's economic activities. Interdisciplinary teams of authors, journalists, editors, and designers collaborate in the release of one issue per year, each of which is devoted to a specific subject. The design of the magazine is adapted accordingly. While the basic grid and a number of elements remain unchanged, the typography, image concept, and colour scheme are modified.



»Nord & Süd — Leben, Arbeit und Wirtschaft in Südtirol«
Wirtschaftsmagazin / Business magazine

Studio: Lupo & Burtscher
lupoburtscher.it
CH Studio, ch-studio.net

Design: Angelika Burtscher, Christian Hoffelner
Idea & Concept: Angelika Burtscher, Christian Hoffelner, Thomas Hanifl &

Thomas Käger (exlibris.bz.it)
Publisher: Edition Raetia
raetia.com

Client: Business Location Südtirol
Ulrich Stofner, Birgit Mayr
issuu.com/blsfilm
idm-suedtirol.com

A EDITORIAL DESIGN PERIODICALS

D I S T

Die Globalisierung verbindet Menschen und Ideen über Grenzen hinweg. Internationalität ist und bleibt ein aktuelles Thema. Daher beschloss das Herausgeberteam des Studentenmagazins, mit der 16. Ausgabe in internationale Gefilde vorzudringen. Arbeiten und Interviews aus unterschiedlichen Ländern verbinden sich zu einer bunten Vielfalt. Das Layout wurde an die mehrsprachigen Texte angepasst, die entweder ins Englische übersetzt oder in der jeweiligen Muttersprache des Autors/der Autorin belassen wurden. Diese Offenheit spiegelt sich im offenen Rücken wider, der gleichzeitig auf die Verletzbarkeit internationaler Beziehungen anspielt. Im Gegensatz dazu stellt der robuste zellophanierte Einband sicher, dass das Magazin seine Reise um die Welt beruhigt antreten kann.

Editorial	Six Little Pieces	Excursions	Glory and Honor
Karin-Schmidt Friderichs	Creative Writing	Wet Plate	Perspectives
Koichi Sato	yamio	Omid Nemalhabib	Moscow-Petushki
Oded Ezer	Letters and Typography	Peter Bankov	The Almanac
Eps51	Jun Oson	Art of Dance	Grueling Job
Aloton de Mororoa	Poster Class	Mnp	
Keiichi Tanaami	Fire-storm	Saki Mafundikwa	The Old Man and the Sea
	Ken-Tsai Lee	Monoment	Imprint



Client: Hochschule Mannheim, Fakultät für Gestaltung, gestaltung.hs-mannheim.de

Design: Tim Lindacher, Francesco Furrerer, Laura-Jil Heim, Alina Grolms, Volker Henze, Steffen Hotel, Diana Truong

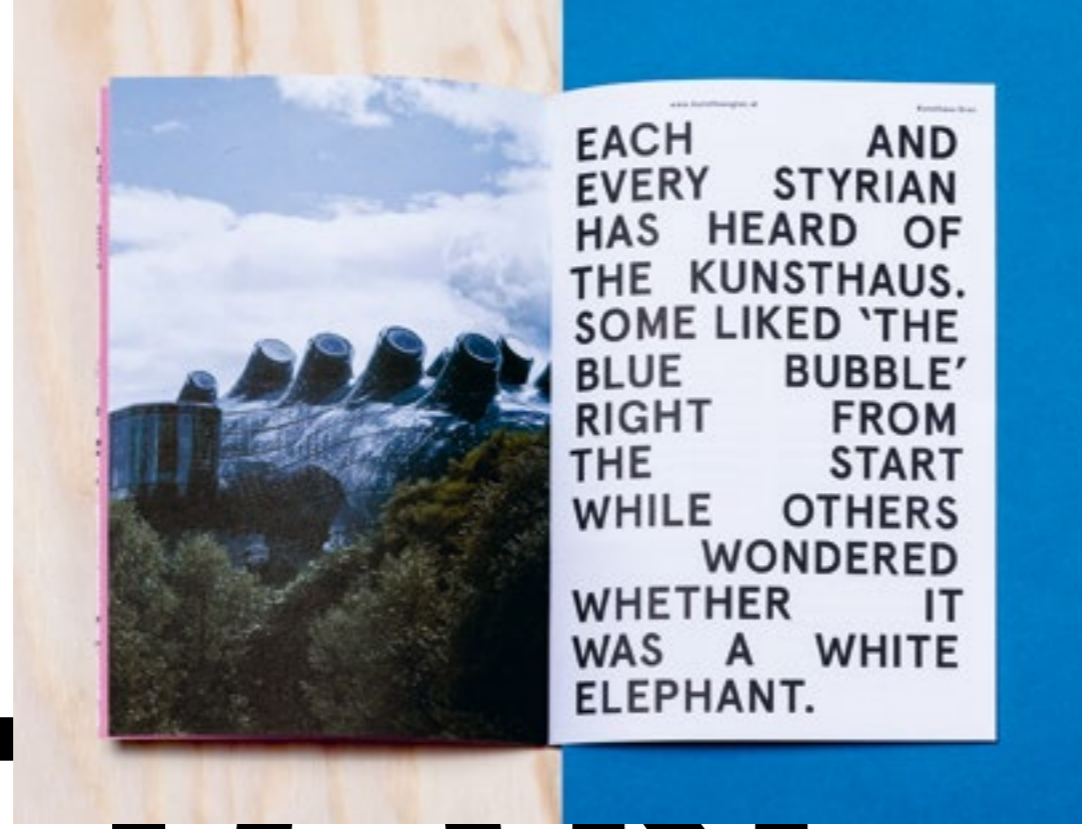
»komma 16, Internationales Issue« / Studentenmagazin Student magazine

Globalization links people and ideas across borders. Internationality is an ever-current topic. Therefore, the editors of this student magazine decided to finally go international with their 16th issue. Artworks and interviews from different countries amalgamate into a colourful variety. The layout was adapted to accommodate multilingual texts, which were either translated into English or kept in the authors' respective native languages. This open-mindedness is mirrored by the open spine, which simultaneously alludes to the vulnerability of international relations. By contrast, the robust cellophane wrap of the cover ensures that the magazine can safely start its voyage around the world.

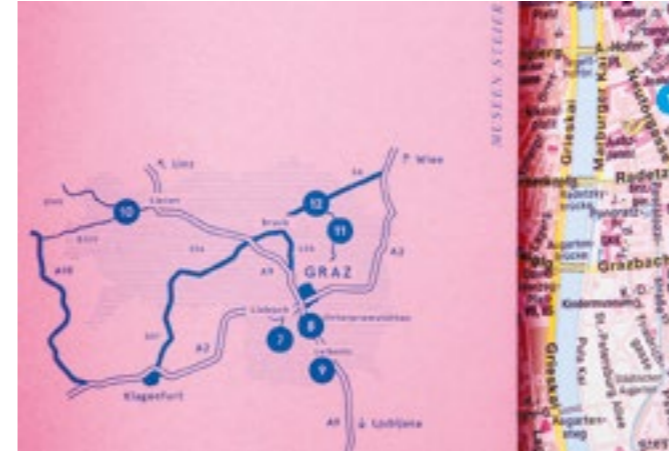


CONCEPTION

EDITORIAL DESIGN PERIODICALS



Das Universalmuseum Joanneum ist eines der ältesten und größten Museen Mitteleuropas; seine zwölf Standorte sind über die ganze Steiermark verteilt. Bei einer so großen Institution braucht es einen Überblick. Daher bringt das Museum jedes Jahr ein Magazin über sämtliche Ausstellungen und das Programm heraus. In diesem Jahr arbeitete man erstmals mit dem Reisebuchautoren-Duo Eat Write Live zusammen. Die beiden Autorinnen haben sich auf eine Reise durch alle Ablade des Museums begeben und es durch die Augen von Besucherinnen betrachtet. Die Neugierde von jemandem, der all diese Exponate zum ersten Mal sieht, wurde eindringlich und leicht zugänglich in Text und Design umgesetzt.



Its twelve venues scattered across Styria, Universalmuseum Joanneum is one of the oldest and largest museums in Central Europe. For such a large institution it is indispensable to provide an overview. The museum therefore publishes an annual magazine presenting all of its exhibitions and its programme. This year's collaboration with the travel writers of Eat Write Live was a premiere. The two authors went on a journey through all of the museum's branches, viewing the exhibits through the eyes of visitors. The text and design convey the curiosity of someone seeing this abundance for the first time in a vivid and comprehensible manner.



»Das Museums-Magazin«
»The Museum Magazine«
Jahrespublikation
Annual publication

Design & Illustration: Kristina Bartošová, kristinabartosova.com
Photography: Katharina M. Zimmermann, Universalmuseum Joanneum

Idea, Concept & Text:
Vera Bachernegg, Katharina M. Zimmermann, eatwritelive.com

Client: Universalmuseum Joanneum
museum-joanneum.at

Ching Wei Liu
→ Taiwan

jäger & jäger / Regina und
Olaf Jäger
→ Germany

Zimmermann Pupp Werbe-
agentur / Charlie Zimmer-
mann, Johannes Schlegel,
Nadja Reifer, Delil Atzinger
→ Austria

PACKAGING DESIGN

**GO
LD
!**

**BR
ON
ZE**

**DIS
TINC
TION**

125

127

129

Nelly Todorova
→ Bulgaria

Linie 3/
Gerhard Andraschko-Sorgo
→ Austria

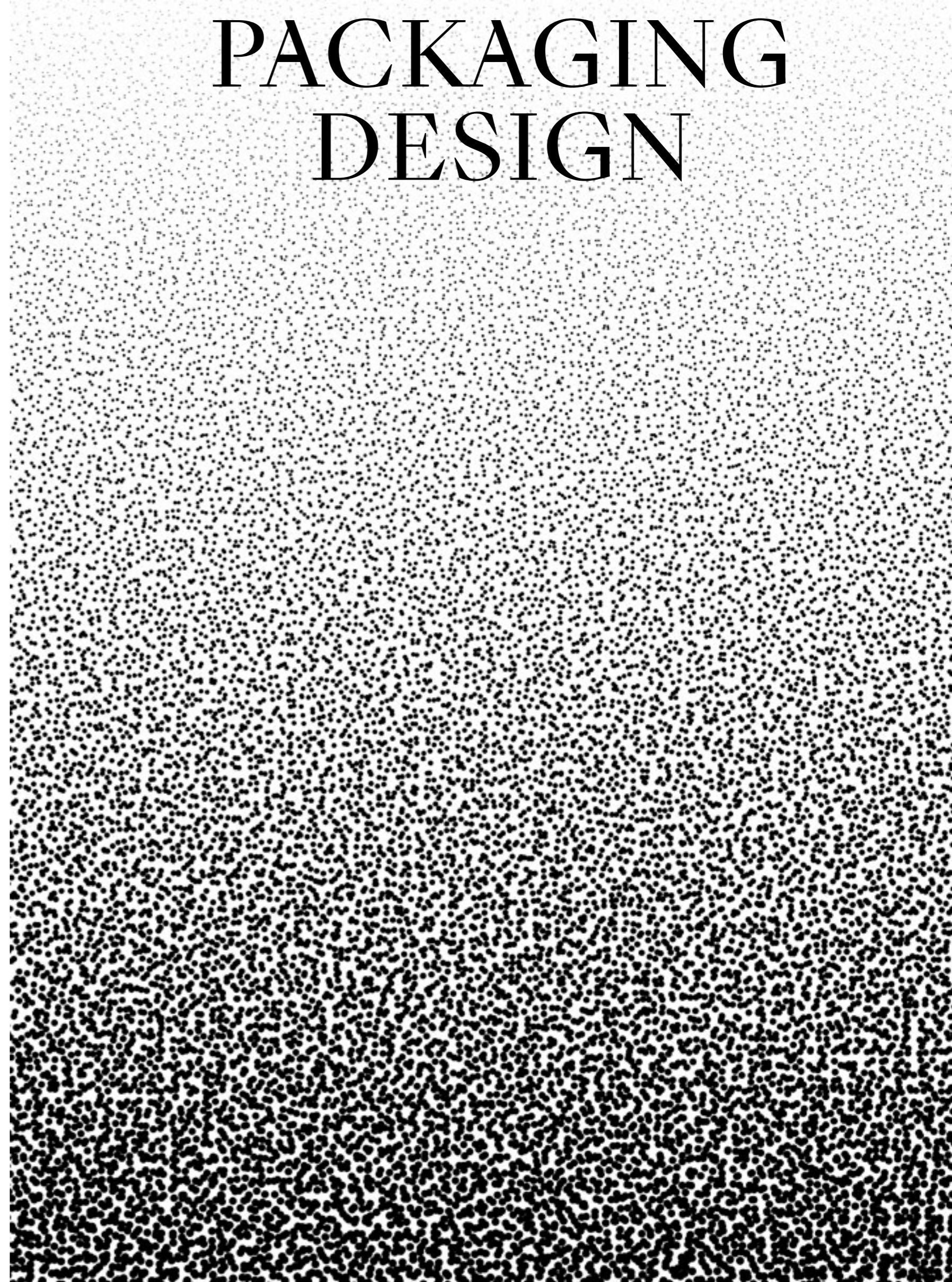
**DIS
TINC
TION**

**DIS
TINC
TION**

131

131

Sponsored by Offsetdruckerei Schwarzach



A PACKAGING DESIGN

LOGO



Diese Verpackungslösung kommt rotzig und frech und doch ästhetisch und damit sehr lebendig daher. This packaging solution pretends to be brash and perky but is aesthetically pleasing and thus full of vitality.



Mullet fish roe is a true delicacy. The colour lack dominates in this premium packaging design — an allusion to the fact that this fish is known for its black back. In addition, the colour scheme seeks to allude to the special atmosphere during the fishing season, when the coastal fishing villages are bathed in the golden light of mullet fish roe that has been laid out to dry. This is why it is also referred to as the »black gold of the sea«. The environmentally friendly packaging is completely recyclable. When removing the box from the net and opening it to take the roe out, the consumer will experience a feeling of joy that must be similar to that of the fisherman who has caught a mullet and rips its belly open to obtain the roe.

Der Rogen der Meeräsche ist eine wahre Delikatesse. Bei der Gestaltung dieser Premium-Verpackung stand die Farbe Schwarz im Vordergrund – als Hinweis auf den schwarzen Rücken, an dem man den Fisch erkennt. Das Farbkonzept spielt zudem auf die besondere Stimmung während der Fangzeit an. Die Fischerdörfer an der Küste baden dann im goldenen Licht des zum Trocknen ausgelegten Meeräsche-Rogens, der auch »schwarzes Gold des Meeres« genannt wird. Die umweltfreundliche Verpackung ist zur Gänze recycelbar. Der Verbraucher, der die Schachtel aus dem Netz nimmt und sie öffnet, um den Rogen herauszuholen, empfindet wohl ein ähnliches Glücksgefühl wie der Fischer, wenn er eine Meeräsche gefangen und ihr den Bauch aufschlitzt hat, um an den Rogen zu gelangen.



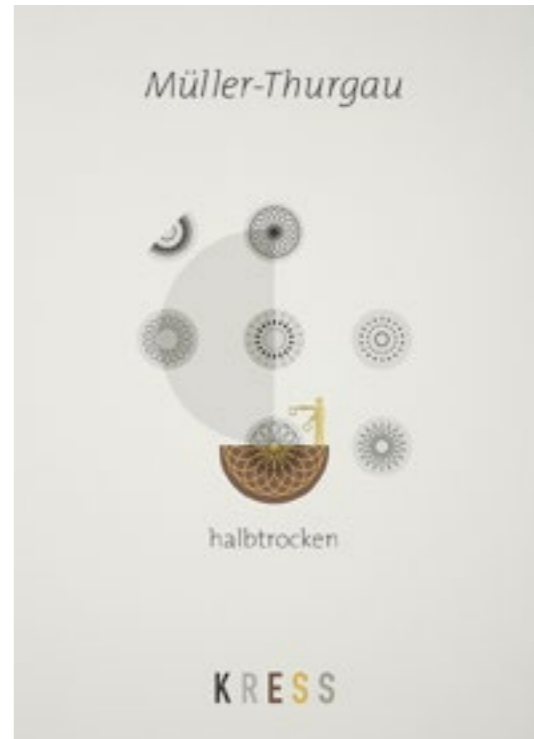
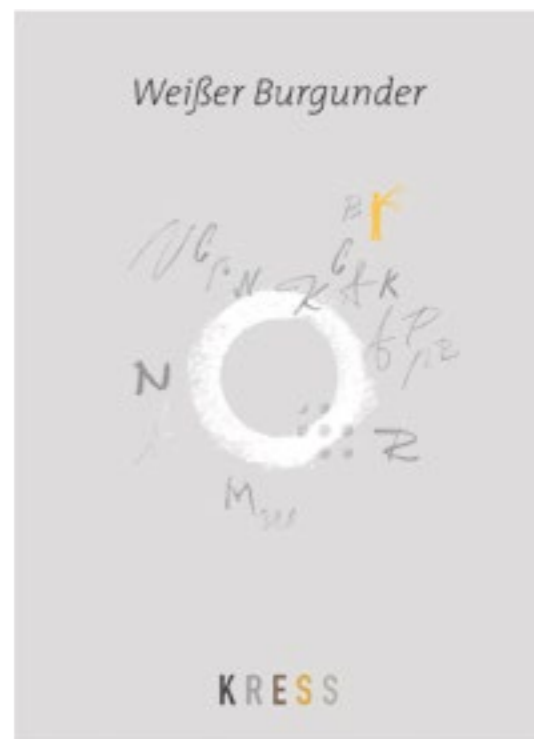
BRUNNEN

A PACKAGING DESIGN



Im Jahr 2015 übernahm Kress zusätzlich zum Seegut in Hagnau am Bodensee das Spitalweingut in Überlingen. Dafür sollte ein Erscheinungsbild geschaffen werden, das sowohl die neue Marke etabliert als auch die beiden Weingüter miteinbezieht. Das historische Zeichen des Spitalweinguts wird als eines von zwei Key Visuals definiert: Die ursprüngliche Form des Doppelkreuzes wird mit sechs Kreisen und einem Halbkreis neu interpretiert. Als zweites Bildelement kommt ein Fahnenwinker hinzu, der jeweils einen Buchstaben aus dem Winkeralphabet zeigt. Entsprechend dem sich permanent verändernden Produkt ist das gesamte Erscheinungsbild variabel aufgebaut: Die Etiketten der einzelnen Weine basieren auf einem Wechselspiel der beiden Key Visuals.

In 2015, the Kress wine-growing estate at Hagnau on Lake Constance also purchased the Spital vineyard at Überlingen. This takeover called for a visual identity that would establish the new brand and accommodate both these vineyards. The historical sign of the Spital estate has been defined as one of two key visuals: the original form of the double cross has been reinterpreted as an arrangement of six circles and one semi-circle. A signalman representing a particular semaphore character with his flags has been introduced as a second element. This highly variable corporate design reflects a product that undergoes permanent change: the labels assigned to the individual wines are based on ever-new variations of these two key visuals.



Client: Weingüter Kress
weingut-kress.de

Studio: jäger & jäger
jaegerundjaeger.de
Design: Regina und Olaf Jäger
Collaboration: Nico Nolle

»Weingüter Kress«
Flaschenetiketten
Wine bottle labels

A PACKAGING DESIGN



Pures Brot, ohne künstliche Zusatzstoffe, ohne Farbstoffe, ohne Emulgatoren. Die neue Kampagne für die Bäckerei zelebriert diesen Purismus: ohne Getreideähren, ohne Klischeebilder, ohne Schmickschmack. Reduziertes Design und Wording prägen auch die Verpackung. Schwarz, Weiß und ein Stück frisch gebackene Natur unterstreichen die Kernbotschaft. Appetite Appeal entsteht nicht aus werblich überhöhten Fotos, sondern aus authentisch präsentierten Produkten. Produkt- und Designphilosophie verschmelzen zu einer Einheit: Der neue Auftritt zeigt sich so pur wie das Brot.



Client: Bäckerei Therese Molk
therese-moelk.at

Design: Johannes Schlegel,
Nadja Reifer, Delil Atzinger
Collaboration: Jürgen Hecl,
Stefanie Raucheegger

Studio: Zimmermann Pupp Werbe-
agentur, zimmermann-pupp.com
Creative Director:
Charlie Zimmermann



Pure bread. This is bread without artificial additives, colouring agents, and emulsifiers. Devoid of ears of grain, stereotype images, and frills, the bakery's new campaign celebrates this purism: reduced design and wording fittingly characterize the packaging. Black and white and a piece of freshly baked nature consistently underscore the core message. Appetite appeal is not created by exaggerated commercial photography, but by authentically presented products. The philosophy of the products and that of the design merge into one: the new campaign is as pure as the bakery's bread.



»Bäckerei Therese Molk«
Verpackungsprogramm
Packaging programme

FUNCTION



Hinter dieser Produktlinie steckt der Wunsch, ausrangiertes Obst und Gemüse einer sinnvollen Nutzung zuzuführen. Etwa ein Drittel aller Früchte weltweit landen einfach deshalb auf dem Müll, weil sie unförmig aussehen. Hier werden Marmeladen und Säfte aus Ernteerträgen erzeugt, die nicht in den Verkauf gelangen würden. Das Konzept möchte die Wahrnehmung der Gesellschaft verändern: Aus »Hässlichem« kann Schönes entstehen. Dabei kommt es nicht auf das Äußere an, sondern auf nicht sichtbare Qualitäten wie Geschmack und Nährstoffe. Dieser Ansatz spiegelt sich auch im Markennamen wider: Im scheinbar Unvollkommenen verbirgt sich etwas Einzigartiges und damit Vollkommenes.

Design: Nelly Todorova
nellytodorovadesign.com

»I'MPERFECT Fruit«
Verpackungskonzept
Packaging concept



This product line was motivated by the wish to bring leftover fruit and vegetables to a new and meaningful life. About one third of the planet's fruit and vegetables go to waste simply because they are misshapen. Here jams and juices are produced from crops that would normally end up in the garbage dump. The concept aims to change society's perception: something beautiful can be created from what is regarded as »ugly«. Yet it is not the outer appearance that matters, but such invisible qualities as tastefulness and nutrients. This approach is also reflected in the brand name: something unique and therefore perfect is hidden behind what seems to be imperfect.



N

CONCEPTS



»Federn« heißt das neue Album des österreichischen Liedermachers Hubert von Goisern. Das Cover-Artwork ist inspiriert von Assoziationen mit windzerzaustem Haar, Frühlingswolken und mittels eines Federkiels zu Papier gebrachter Kalligrafie. Traum (Illustration) trifft auf Wirklichkeit (Fotografie), Magenta wird zu Cyan. Das alles findet auf unbehandeltem Karton statt.



Client: Hubert von Goisern
hubertvongoisern.com

Illustration: Ulrike Andraschko,
Anke Braatz

FUNCTION



The title of Austrian singer-songwriter Hubert von Goisern's new album translates as »Feathers«. The cover artwork is inspired by such associations as wind-blown, feathery hair, the wispy clouds of spring, and calligraphy committed to paper with a quill. Dream (illustration) meets reality (photograph), magenta turns into cyan. All of this takes place on natural cardboard.



Studio: Liniic 3 GmbH
liniic3.com
Design: Gerhard Andraschko-Sorgo

»Hubert von Goisern, Federn«
Plattencover / Record cover

hw.design /
Dirk Habenschaden,
Carlos Hoyos
→ Germany

**GO
LD
!**
138

Michael Holzer
→ Austria

**SI
LV
ER**
140

styleflasher /
Andreas Langreiter
→ Austria

**BR
ON
ZE**
142

Akkurat Identity /
Matthias Jungwirth
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
144

**DIGITAL
MEDIA**



Hier wurde Komplexität auf überzeugende, stringente Weise umgesetzt – gut strukturiert und technisch innovativ. Complexity has been implemented here convincingly and consistently – in a clearly structured and technologically highly innovative fashion.



ProSiebenSat.1 Media SE hat sich in den letzten Jahren von einem klassischen TV-Konzern zu einem Broadcasting-, Digital-Entertainment- und Commerce-Powerhouse entwickelt. Dieses Selbstverständnis spiegelt sich in der neu konzipierten Corporate Website wider. Überarbeitet wurden die gesamte Inhaltsstruktur und die technischen Grundlagen. Das Gestaltungskonzept setzt den Aspekt der Dynamik im Umgang mit Typografie und in der Bildsprache multimedialer Details um. Weich verlaufende, unifarbene Bildhintergründe und harte Schatten sorgen für einen spannenden Kontrast zwischen den Polen »menschlich-authentisch« und »inszeniert«. Inhaltlich wird – ganz im Stil eines Medienhauses – mit großflächigen Bild- und Videoelementen gearbeitet.

Client: ProSiebenSat.1 Media SE
prosiebensat1.com

Collaboration: Marco Schüller

Over the past few years, ProSiebenSat.1 Media SE has undergone transformation from a traditional TV company to a broadcasting, digital entertainment, and commerce powerhouse. This self-image is convincingly mirrored by the new corporate website. The redesign process included a complete reworking of the content structure and technical foundation. The design concept aimed to inject a sense of dynamism into the typography and imagery of the multimedia details. Soft, unicolor image backgrounds and sharp shadows create an exciting contrast between such opposing ideas as »human and authentic« and »stage-managed«. With an emphasis on large images and video content, the style of the website is a direct reflection of the media corporation.

Studio: hw.design gmbh
hwdesign.de
Design: Dirk Habenschaden,
Carlos Hoyos



»ProSieben Sat.1«
Website
prosiebensat1.com

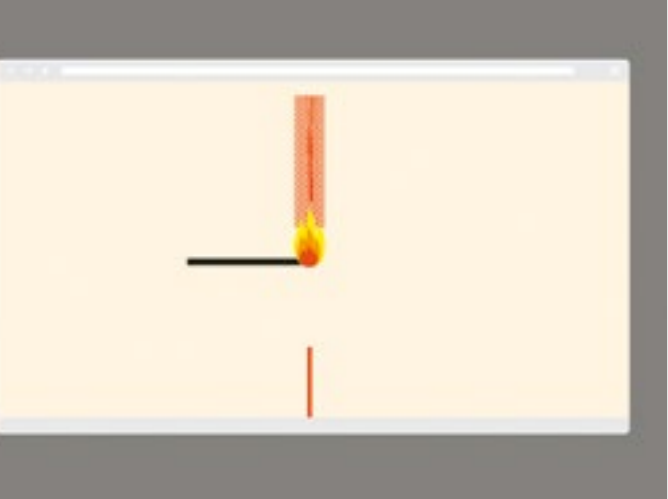
REFRESHERS DIGITAL MEDIA



Das neue Magazin der Tabakfabrik Linz rückt Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des denkmalgeschützten Gebäudes ins Rampenlicht. Geboten wird inhaltlicher Zündstoff mit Einblicken in die Institution, in die Aktivitäten der dort angesiedelten Protagonisten und Protagonistinnen der österreichischen Kreativwirtschaft und in die Zukunft der Arbeitswelt. Neben der Printausgabe wurde auch eine interaktive Webversion umgesetzt – von Kreativen für Kreative. Durch Scrollen steuern sich User durch die einzelnen Kapitel des Magazins und können selbst bestimmen, welche Inhalte sie im Detail ansehen wollen. Eine brennende Zündschnur führt sie dabei durch die Seite.



The new magazine of Tabakfabrik Linz, once the seat of the former tobacco monopoly administration, highlights the past, present, and future of what is now a protected monument. The periodical offers »explosive« insights (hence its name, an adaptation of the German word »Zündstoff«) into the institution, the activities of its protagonists, key players of the Austrian creative industries, and working environments of the future. In addition to the print edition, an interactive online version has been launched — by creatives, for creatives. Using the scroll function, users can navigate through the individual chapters of the magazine guided by a lit fuse and decide for themselves on which themes to linger.

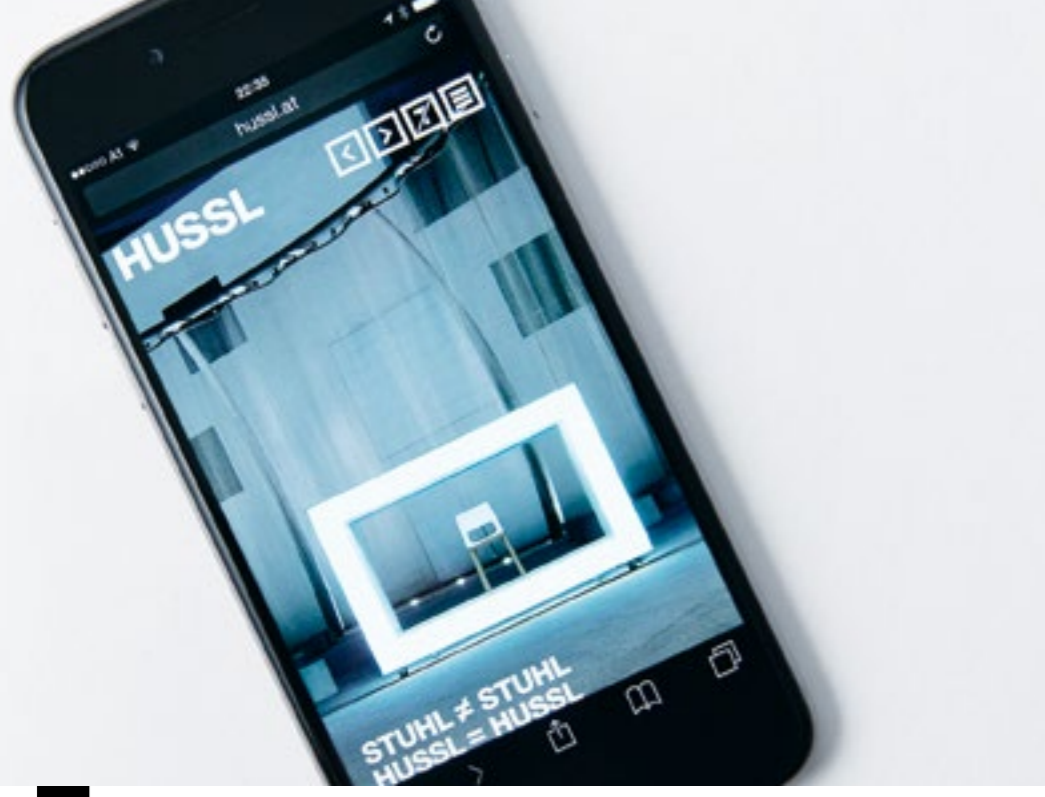


»ZYNDSTOFF« Online-Magazin / Online magazine
 zyndstoff.org

Design: Michael Holzer
 michaelholzer.at
 Collaboration: Benedikt Reiter,
 Thomas Driesenreiter, Wojciech Czaja

Client: Tabakfabrik Linz Entwicklungs- und Betriebsgesellschaft
 tabakfabrik-linz.at

R



HUSSL gibt es seit 1976, mittlerweile in der zweiten Generation. Schon seit jeher liegt der Schwerpunkt des Unternehmens auf der Erzeugung von Sitzmöbeln und Tischens aus Holz. Vertrieben werden die Produkte inzwischen weltweit, und trotzdem ist HUSSL ein mittelständisches Unternehmen geblieben – ein Paradebeispiel für Tiroler Handwerk und Gewerbe. Aus der langjährigen Erfahrung im Umgang mit Vollholz und der Zusammenarbeit mit ausgesuchten Designerinnen und Designern entstehen ebenso zeitgemäße wie nachhaltige Produkte für qualitätsbewusste Bauherren und Konsumenten. Im Fokus der Website steht der von einem Rahmen umschlossene Stuhl, der durch Ausblenden der Navigation auf Knopfdruck die Bühne ganz für sich hat. Stuhl ist eben nicht gleich Stuhl.

ENZ



HUSSL was founded in 1976 and is now run by the second generation. The focus of the company has always been on manufacturing wooden seats and tables. Although its products are meanwhile marketed around the globe, HUSSL has remained a medium-sized enterprise – a prime example of Tyrolean craftsmanship and trade. Building on many years of experience in working with solid wood and collaborating with selected designers, the company creates modern and sustainable products for quality-conscious contractors and end users. The key visual on the company's website is a chair enclosed by a frame. The navigation menu will disappear at the click of a button so that the product can take the stage all by itself. For a chair is not simply a chair.



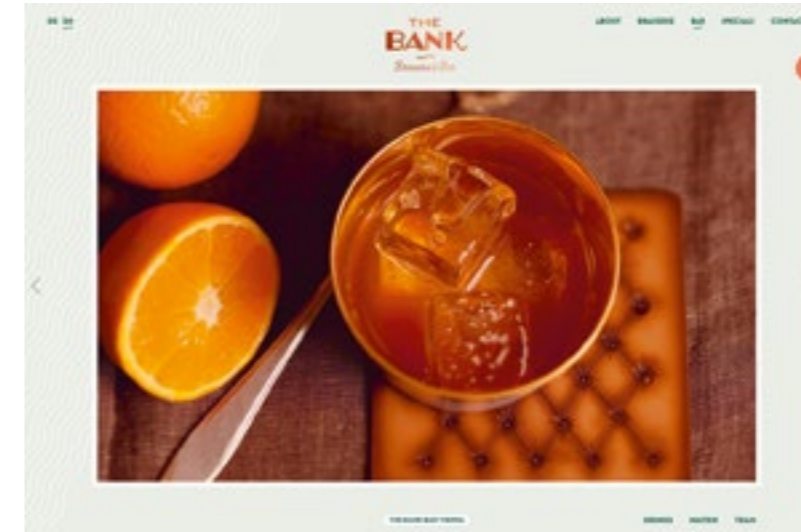
»Stuhl ≠ Stuhl
HUSSL« Website
hussl.at

Studio: styleflasher GmbH
styleflasher.at
Design: Andreas Langreiter

Collaboration: Markus Gwiggner
Photography: Gregor Sailer

Client: HUSSL
hussl.at

AR IN CONTEXT

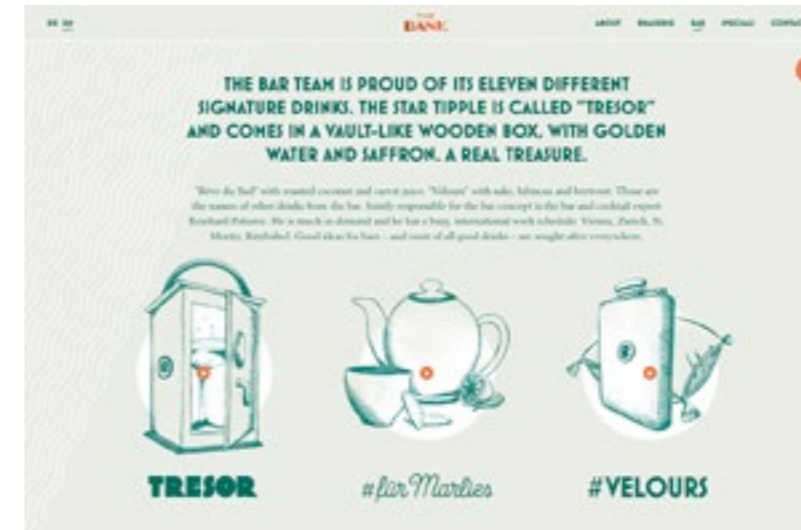


Mit französisch angehauchten Klassikern und außergewöhnlichen Drinks ist The Bank Brasserie & Bar in der historischen Kassenhalle des ehemaligen Bankgebäudes Am Hof in Wien der ideale Platz für kosmopolitische Gäste. Die Website glänzt mit handgemachten Illustrationen, überraschenden Cinemagrammen und einer interaktiven Cocktailmatrix. Sie führt Besucherinnen und Besucher auf eine Reise durch Delikatessen, kreative Cocktails und beeindruckende Architektur.

With its French-style classics and extravagant cocktails in the historical hall of the former Am Hof bank, the Bank Brasserie & Bar is the place to go for Vienna's cosmopolitans. The website stands out for its handmade illustrations, animated cinemagraphs, and an interactive cocktail matrix that takes visitors on a tour of delicacies, creative cocktails, and stunning architecture.

Client: The Bank Brasserie & Bar
restaurant-thebank.at

Collaboration: Otto Horzy,
Robert Kropf (Insider Publishing)
Illustration: Doris Wimmer
Logo: Typejockeys



Studio: Akkurat Identity
akkurat.com
Design: Matthias Jungwirth



»The Bank«
Website
restaurant-thebank.at

Christian Gralingen
→ Germany

**GO
LD
!**
148

Yeye Weller
→ Germany

**GO
LD
!**
150

Ching Wei Liu
→ Taiwan

**BR
ON
ZE**
152

studio ANNABEL/
Annabel Keijzer
→ The Netherlands

**BR
ON
ZE**
154

Richard Klippfeld
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
156

Manfred Terler
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
158

BOOK ILLUSTRATION

B BOOK ILLUSTRATION

LOGO



Die stilistische Vielfalt ist beeindruckend, und trotzdem passt alles zusammen. Die Illustrationen sind authentisch, alles ist zur Gänze von Hand gemacht. Everything fits together, despite a stunning stylistic diversity. The illustrations are authentic, and the whole thing is handmade down to the last detail.



Das Buch vereint faustische Motive mit Frankenstein's Monster, parodiert Neumensch-Ideen und persifliert den Fortschrittsglauben. Der Erzählstil ist dramatisch, urkomisch und gruselig zugleich. Die detaillierten und durch starke Ornamentik geprägten Collagen tragen Züge technischer Konstruktionszeichnungen und erinnern an russische Avantgardisten der frühen 1920er-Jahre.

The book »The Canine Heart« combines Faustian motifs with Frankenstein's monster, parodies the concept of a New Man, and satirizes the belief in progress. The narrative is dramatic, utterly comic, and creepy at the same time. The detailed and vigorously ornamented collages resemble technical construction drawings and are reminiscent of works by Russian avant-gardists from the early 1920s.



Client & Publisher:
Büchergilde Gutenberg
buechergilde.de

Illustration: Christian Gralings
gralings.de
Production: Cosima Schneider

»Das hündische Herz«
Geschichtenband
Story volume

B BOOK ILLUSTRATION



Es handelt es sich hier um ein Kinderbuch für Erwachsene – oder besser gesagt, um ein Buch über die Kindheit für Menschen im besten Alter. Es ist ein Gegenentwurf zum klassischen Kinderbuch mit seinen mutigen Helden, einsamen Prinzessinnen und sprechenden Bären. Vielmehr zeigt es, wie die Kindheit wirklich war: voller Träume und Ängste, voller Langeweile und schlechter Gags. Das Buch verzichtet bewusst auf Moral, Happy Ends und den berühmten Zeigefinger. Es geht um Alltäglichkeiten: eine Hommage an die Blauäugigkeit, die Belanglosigkeit und den Humor. Prägend sind zwei unterschiedliche Illustrationsstile von zwei Pseudonymen: ein grafisch reduzierter Stil von Yeye Weller und ein zeichnerisch verspielter von Lumen von Borsody.



Publisher: Verlag Kettler
verlag-kettler.de

Design & Illustration: Yeye Weller
yeyeweller.de

D



This is a children's book for grown-ups — or, more accurately, a book about childhood for people in their prime. An alternative proposal to the traditional children's book, with its brave heroes, lonely princesses, and talking bears, it rather shows what childhood was really like: full of dreams and fears, full of boredom and bad gags. The book, whose title translates as »The Fingers on My Feet«, deliberately avoids moral judgement, happy endings, and the notorious wagging finger. Being about everyday life, it celebrates naiveté, irrelevance, and humour. Two distinctive illustration styles by two pseudonyms run through the book: a graphically reduced one by Yeye Weller and a more playfully drawn one by Lumen von Borsody.



»Die Finger an den Füßen«
Buchprojekt / Book project



Illustration: Ching Wei Liu
behance.net/robomb-devours

»the little bag«
Bildgeschichte
Picture story



Diese Illustrationen erzählen von der Reise einer Tasche, die allein unterwegs ist. Mit der Zeit macht sich ein Gefühl der Unvollkommenheit in ihr breit, sodass sie sich in ihrer Verzweiflung mit anderen herrenlosen Taschen zusammenschließt. Ziel der Geschichte ist es zu zeigen, dass jeder Mensch für sich steht und stets etwas Vollkommenes darstellt. Die bunten Bilder zeichnen sich durch Detailreichtum aus. Nicht unbedingt steht die Tasche immer im Mittelpunkt; zuweilen tritt sie nur unauffällig am Rande in Erscheinung. Die von Hand gefertigten Bleistiftzeichnungen wurden mit Kreide und Acrylfarbe koloriert und erst danach eingescannt. Die farbige Lavierung wurde mittels Computersoftware ausgeführt.



These illustrations tell the story of the journey of a bag. Travelling alone, it feels increasingly incomplete and desperate, so that it finally teams up with other abandoned bags. The aim of the story is to remind us that every human being is a separate entity and always complete. The colourful images display a wealth of detail. The bag does not necessarily always take centre stage and frequently just blends in with the scene unobtrusively. The handmade pencil drawings were coloured with crayon and acrylic paint and then scanned into digital files. The colour washes were applied using computer software.



B BOOK ILLUSTRATION

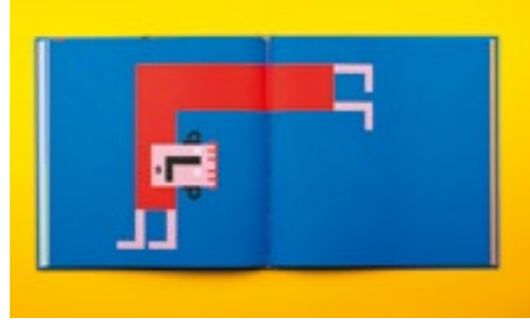
MINOR



Jahre des Skizzierens, Experimentierens und Optimierens sind diesem Erstlingswerk – einem Buch über Grafikdesign – vorausgegangen. Die Autorin entschloss sich, es im Eigenverlag herauszubringen, um beim gesamten Produktionsprozess, von der Farb- abstimmung über die Papierwahl bis hin zur Vermarktung, mitreden zu können. Das Buch zeigt ihre Liebe zur Typografie, zur Illustration und zur Farbe. Ein Buch voller Buchstaben ist nichts Außergewöhnliches. Aber kann man mit Buchstaben Freund- schaft schließen? Hier treten zahlreiche Buchstabenfreunde in Erscheinung: aben- teuerlustige, unverfrorene, ehrgeizige, virtuose, streitlustige, ausgeglichene. Alle fünfzehn Freunde haben einen Charakterzug, der sie lebenswert macht. Dies ist ein Entdeckungsbuch für Kinder und Designliebhaber, das zeigt, dass man auch ohne Worte eine Geschichte erzählen kann. Besonders augenfällig ist die Intensität der Farben.



Years of sketching, experimenting and optimizing preceded this debut of a graphic design book. The author decided to self-publish it so that she could stay involved throughout the production process, from colour proofs to paper choice to distribution. The book showcases her love of typography, illustration, and colour. A book full of letters is not unusual. But can one also become friends with letters? This book presents many letter friends: adventurous, shameless, driven, virtuous, combative, and harmonious ones. All of the fifteen friends have a characteristic trait that makes them loveable. This is a discovery book for children and design lovers showing that it is possible to tell a story without using text. The colours are extra intense.



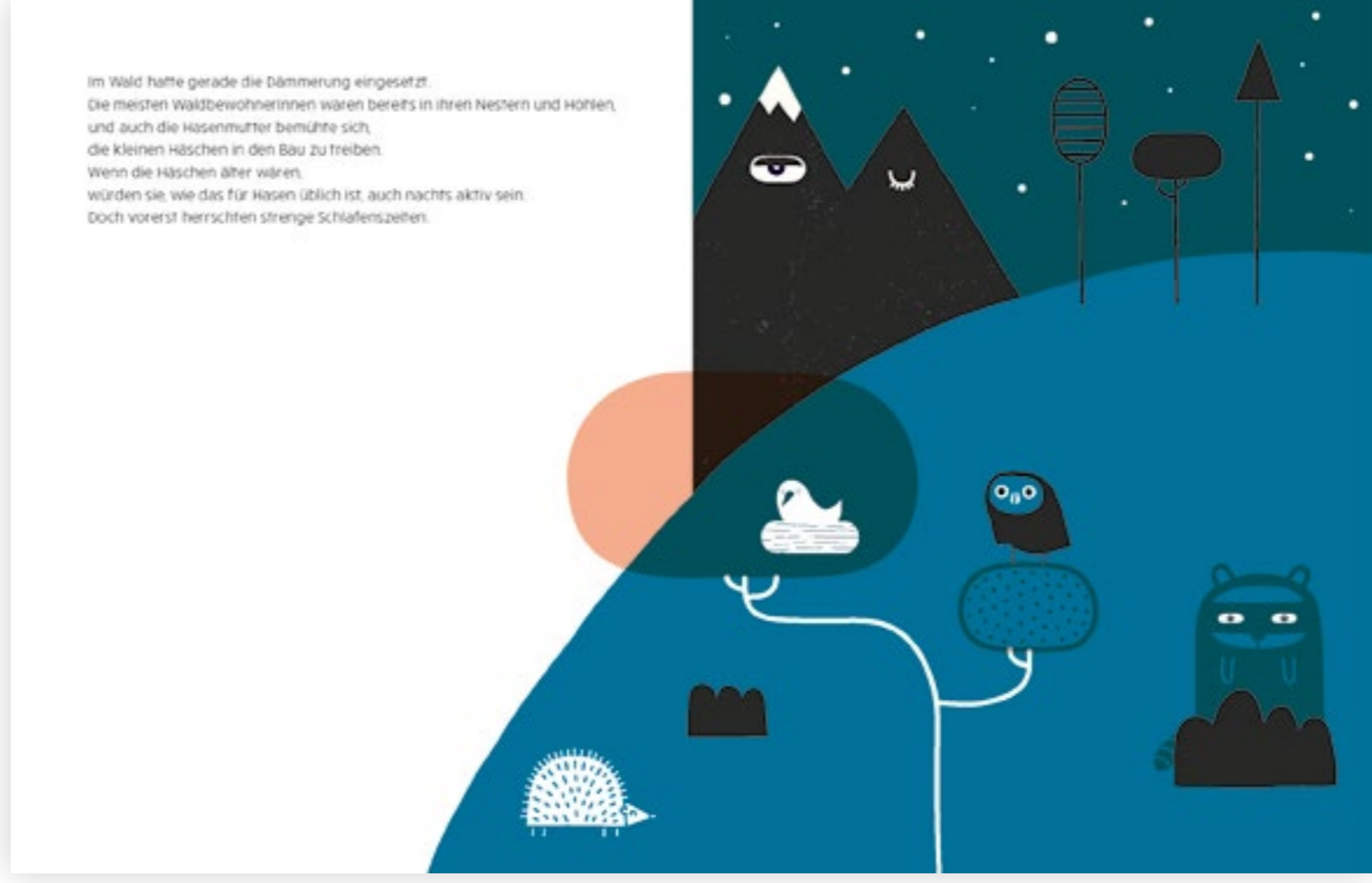
B BOOK ILLUSTRATION

D I S



N CTION

Die Illustrationen in diesem Kinderbuch sind von Drucktechniken – vor allem Siebdruck und Linoschnitt – inspiriert. Jede der beiden Geschichten – über ein Chamäleon, das sich nicht anpassen will, und über ein Häschen, das die Autorität seiner Mutter infrage stellt – ist (neben Schwarz und Naturweiß) mit nur zwei Hauptfarben und ihrer jeweiligen Mischfarbe illustriert, um den Fokus auf die Komposition der Elemente zu lenken. Der serifenlose Font »Rucksack« von Jeff Schreiber basiert auf geometrischen Formen, die es Kindern einfach machen, die einzelnen Buchstaben voneinander zu unterscheiden. Das selbstständige Lesen wird damit erheblich erleichtert.



The illustrations in this children's book, whose title translates as »Different, and Not Like That«, are inspired by printing techniques, primarily silk-screen and linocut. Each of the two stories – about a chameleon who does not readily adapt to its environment and about a little rabbit who questions his mother's authority – is illustrated using only two principal colours and their respective mixtures (in addition to black and off-white) so as to direct the focus to the composition of the individual elements. The sans-serif font »Rucksack« by Jeff Schreiber is based on geometric shapes, which make it easier for children to distinguish between the individual letters. This considerably facilitates their independent reading.



»Anders, und nicht so«
 Kinderbuch / Children's book

Illustration: Richard Klippfeld
 richardklippfeld.com
 Collaboration: Judith Hurra

Publisher: Luftschacht Verlag
 luftschacht.com

B D I S T I N C T



158

Inspirationsquelle sind Kinderbilderbücher aus den vergangenen Jahrzehnten, vor allem aus der Mitte des 20. Jahrhunderts. Der typische Look ist hier am Computer simuliert, um einen Vintage-Effekt zu erzielen. Farbüberlagerungen und grobe Raster lassen die Anmutung von Siebdruck entstehen. Die Farben – Rot und Blau – und Formen sind stark reduziert und vereinfacht und erinnern an den schlichten Flächenstil der 1950er- und 1960er-Jahre.



159



This book, called »Courage, Little Rabbit«, was inspired by children's picture books from past decades, above all from the mid-twentieth century. In order to achieve a vintage effect, their typical look was simulated on the computer. Colour overlays and coarsely dotted screens give the impression of half-tone prints. Having been considerably reduced and simplified, the colours — red and blue — and forms recall the plain and planar modernist styles of the 1950s and 1960s.



Client: Ingrid Terler

Collaboration: Ingrid Terler (text)
Publisher: Blurb, blurb.de

Illustration: Manfred Terler
manfredterler.com

»Nur Mut, kleiner Hase«
Kinderbuch / Children's book

Joseph Carlson
→ Germany

**BR
ON
ZE**
162

Gregory Gilbert-Lodge
→ Germany

**BR
ON
ZE**
164

Lisa Frühbeis
→ Germany

**DIS
TINC
TION**
166

BooBoo Tannenbaum
→ Austria & Germany

**DIS
TINC
TION**
168

Florine Glück, Thomas
Piribauer, Marie-Pascale
Gafinen, Anna Wacholder,
Christina Hosiner
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
170

Birgit Schössow
→ Germany

**DIS
TINC
TION**
172

MEDIA ILLUSTRATION

B
R
O
N
Z
E



Der Beitrag entspricht einer grafischen Studie des in Deutschland 2015 abgehaltenen G7-Gipfels. Hier hat man die Grenzen des Fotojournalismus herausgefordert, indem der Höhepunkt der Konferenz in Form von Standfotografien der von den Staatschefs geleisteten Unterschriften eingefangen wurde, die durchaus als eigenständige Artworks gelten können. Die Botschaft ist klar: Der Akt des Unterzeichnens gibt mehr preis als jedes Foto, jede Nahaufnahme, jedes Gruppenbild. Alle Aufnahmen wurden gemacht, noch bevor der/die Unterzeichnende den Namenszug vollendet hatte. Der Fokus liegt auf dem Augenblick und auf der Individualität der Handschrift, die wiederum Ausdruck der langfristigen Auswirkung der Handlung als solcher sind.

The article »Signatures of the Powerful«, which appeared in the newspaper's Sunday edition, is a graphic study on the G7 summit held in Germany in 2015. Here, the limits of photographic journalism were challenged by capturing the climax of the conference in the form of stills of the signatures affixed by the heads of states, which may well be regarded as artworks in their own right. The message is clear: the act of signing reveals more than any photograph, close-up, or group shot might. All of the pictures were taken before the person finished signing. The focus is on the moment and on the individuality of the handwriting, which, on the other hand, are tantamount to the long-term impact of the act as such.



Client: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung faz.net

Illustration: Joseph Carlson josephcarlson.eu

»Signatures der Mächtigen« Zeitungsillustration Newspaper illustration



Immer wieder werden bei »mare« Illustratorinnen und Illustratoren für die bildnerische Umsetzung von Themen herangezogen, bei denen die Fotografie an ihre Grenzen stößt. In dieser Ausgabe wurde ein Text über die kalifornische Kleinstadt Crescent City, die innerhalb weniger Jahrzehnte von fast vierzig Tsunamis heimgesucht wurde, um Illustrationen erweitert. Ausgangspunkt für den Illustrator war dokumentarisches Recherchematerial. Als Stilmittel wurden Zitat und Inszenierung eingesetzt; durch Hinzufügen und Weglassen verdichtet sich die Realität. So dokumentiert Illustration nicht einfach historische Tatsachen, sondern zeigt die aktuelle, konzentrierte Interpretation eines Geschehens.

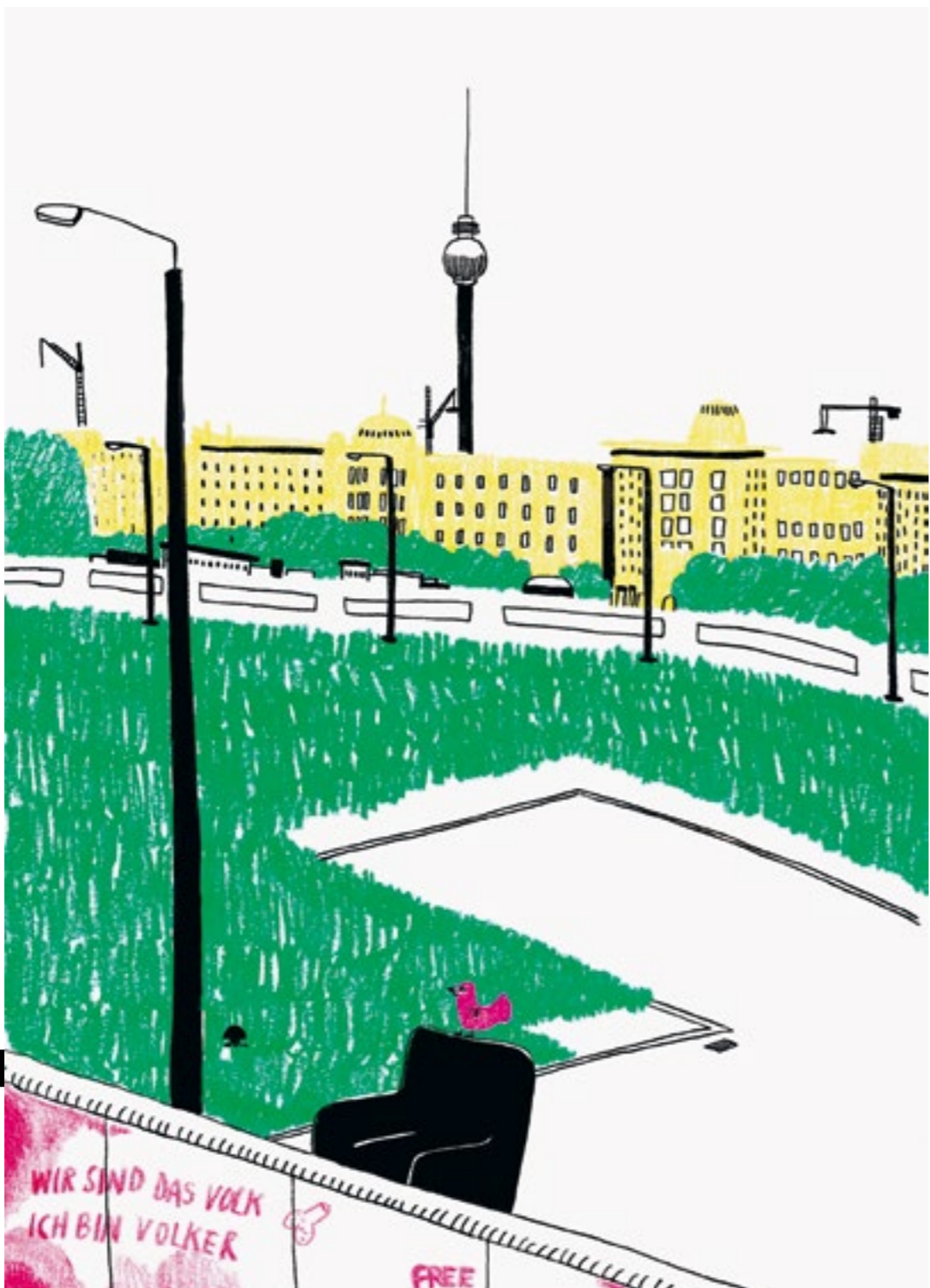
Time and again, »mare« resorts to illustrators for the visual interpretation of themes where photography arrives at its limits. In the present issue, an article entitled »Ten Minutes till the Wave Comes« about Crescent City, a small town in California which within only a few decades was hit by nearly forty tsunamis, was enhanced by illustrations. Starting out from documentary research material, the illustrator employed such stylistic devices as quotation and dramatization. Reality is condensed by leaving things out or adding them. In this way, illustration does not simply document historical facts, but offers a momentary and concentrated interpretation of what happened.



B MEDIA ILLUSTRATION

D I S I N C

Diese Ausgabe von Deutschlands ältester Studentenzeitung war der »Mitte« gewidmet. Der Illustratorin standen zwei Seiten zur Verfügung, um ihre Sicht des Themas zu interpretieren. Gewählt wurde ein Sujet aus dem Bezirk »Berlin-Mitte«. Als Deutschland geteilt war, verlief die Berliner Mauer durch »Mitte« und verwandelte das ehemalige Stadtzentrum in verödetes Grenzland. In den letzten 25 Jahren ist das Areal wieder zu einem schicken und betriebsamen Viertel geworden. Am besten zeigt sich dieser visuelle Wandel am Potsdamer Platz. Auf dem Cover ist er so dargestellt, wie er vor vierzig Jahren aussah. Abgesehen von dem Stuhl, einer Bezugnahme auf Wim Wenders' »Der Himmel über Berlin«, ist »Mitte« leer. Auf dem zweiten Bild ist der Platz heute zu sehen. Ein Mauerrest ist sichtbar geblieben. Der Fernsehturm am Alexanderplatz wird vom Sony Center verdeckt. Doch der alte Mann aus Wenders' Film streift noch immer umher, auf der Suche nach dem Potsdamer Platz.



The topic of this issue of Germany's oldest student magazine was »Mitte«, meaning »middle«, »centre«, or »medium«. The illustrator had two pages on which to interpret her approach to the theme. Here »Berlin-Mitte«, one of the city's districts, was chosen as a motif. When Germany was divided, the Berlin Wall ran through »Mitte«, transforming the former city centre into a deserted borderland. Over the last 25 years, the area has again become a chic and bustling quarter. Potsdamer Platz best represents this visual change. The cover shows it forty years ago. Apart from the chair, a reference to »Wings of Desire« by Wim Wenders, »Mitte« is empty. The second image shows the square as it looks today. A fragment of the Wall is still visible. The TV Tower on Alexanderplatz is hidden behind Sony Centre. But the old man from Wenders' film still wanders about in search of Potsdamer Platz.

Client: »UnAufgefordert« – Studentenzeitschrift der Humboldt-Universität zu Berlin, unauf.de

Illustration: Lisa Frühbeis
lisafruehbeis.de

»Mitte« Cover- und Innenillustration Studentenzeitschrift Cover and interior illustrations for a student magazine



Die Linzer Digitalagentur Netural ist bestrebt, Technologie mit emotionalem Mehrwert und Alltagsrelevanz zu versehen. Ziel war es, einen unverwechselbaren visuellen Stil zu schaffen, um aus der täglichen Flut an digitalen und analogen Informationen hervorstechen. In enger Zusammenarbeit mit der Illustratorin wurden Schlüsselthemen für die unternehmenseigene Kommunikation festgelegt und auf emotional funktionierende Begriffe reduziert, beispielsweise »Immersion«, »Happiness« oder »Agilität«. Auf Basis dieses minimalistischen Briefings entstand ein eigenständiger Collagestil – für Online-Auftritte, verschiedene digitale Anwendungen und diverse Drucksorten.

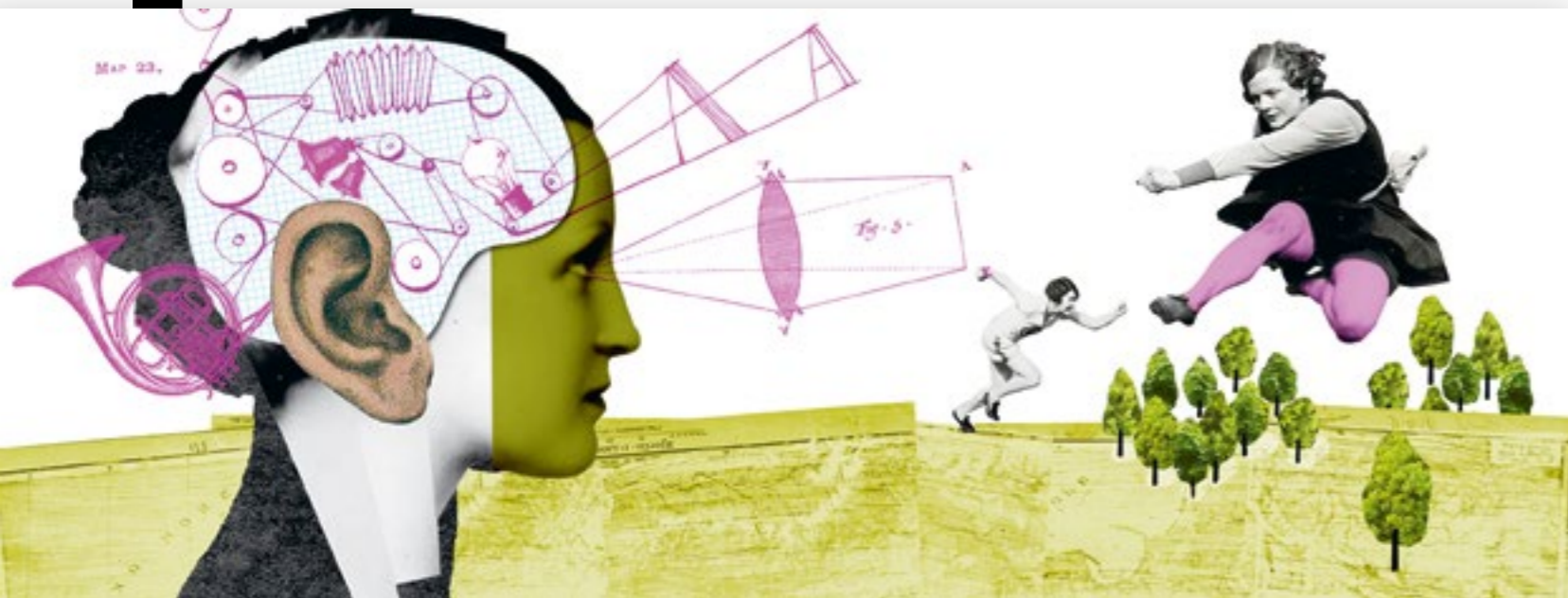
Netural, a digital agency based in Linz, seeks to add emotional value and everyday relevance to technology. The goal was to create a distinctly recognizable visual style so as to rise above the daily flood of digital and analogue information. Key themes for the company's communication were defined in close cooperation with the illustrator and reduced to such emotionally functioning notions as »Immersion«, »Happiness«, or »Agility«. Working from these minimalist briefings, the illustrator developed a distinctive collage style, the results of which are used for online presentations, various digital applications, and diverse printed matter.



Client: Netural GmbH
netural.com

Illustration: BooBoo Tannenbaum
behance.net/booboo_tannenbaum

»Netural Agency Visuals«
Digitale Agentur-Visuals
Digital agency visuals



D
I
S
T
I
N
C
T
I
O
N

D
I
S
T
I
N
C
T
I
O
N

»CreativeMornings« ist eine monatlich erscheinende Publikation zur gleichnamigen Vortragsreihe, die weltweit in über 130 Städten veranstaltet wird – seit Mai 2014 auch in Wien. Zu jedem Event erscheint ein kostenloses Magazin in Form eines gefalteten Posters, in dem Personen aus der kreativen Community vorgestellt werden. In einem kurzen Essay erzählen sie über sich und ihre Arbeit. Visuell wird das Heft durch die Porträts zusammengehalten, die von unterschiedlichen Illustratoren und Illustratorinnen gestaltet werden. Jede Ausgabe ist in einem anderen Stil gestaltet, in einer zum Monatsthema passenden Technik. In den ersten zwei Jahren hat das Magazin fast sechzig Kreative und Studios aus Wien vorgestellt.

»CreativeMornings« is a monthly periodical documenting the eponymous lecture series held in more than 130 cities around the globe. Vienna has hosted the event since May 2014. Each lecture is accompanied by a free magazine in the form of a folded poster that introduces members of the creative community. In a short essay, they tell about themselves and their work. Portraits by various illustrators function as a visual bracket. Each issue features a different style and technique, depending on the monthly topic. During its first two years, the magazine has presented almost sixty creatives and studios based in Vienna.



D S - N Z I O N

»Das Meererauschen« ist der Titel einer in jedem Heft wiederkehrenden Rubrik, die seit vielen Jahren die letzte Seite der Zeitschrift ziert. Eine Illustratorin oder ein Illustrator sucht sich ein Lied aus, das mit dem Meer zu tun hat, und lässt sich davon zu einer freien bildlichen Interpretation inspirieren. Hier entschied sich die aus Hamburg stammende Illustratorin für »Song of the Fishermen« aus der Oper »Peter Grimes« von Benjamin Britten – eine Hommage an all die Männer und Frauen, die ihren Lebensunterhalt dem Meer abtrotzen. Passend zum Thema sind ein Matrose, ein Secungheuer und viel Wasser zu sehen.



»The Sound of the Sea« is a regular column that always appears on the final page of the magazine. An illustrator is invited to pick a song about the sea and use it as an inspiration for a free visual interpretation of the theme. Here the choice of the illustrator came down to »Song of the Fishermen« from the opera »Peter Grimes« by Benjamin Britten — a tribute to all men and women wrestling their living from the sea. The theme is aptly illustrated showing a sailor, a sea monster, and lots of water.

Stephan Walter
→ Switzerland

Dasuno Werbeagentur/
Stefanie Fink, Nora Sri Jascha,
Victoria Kozich
→ Austria

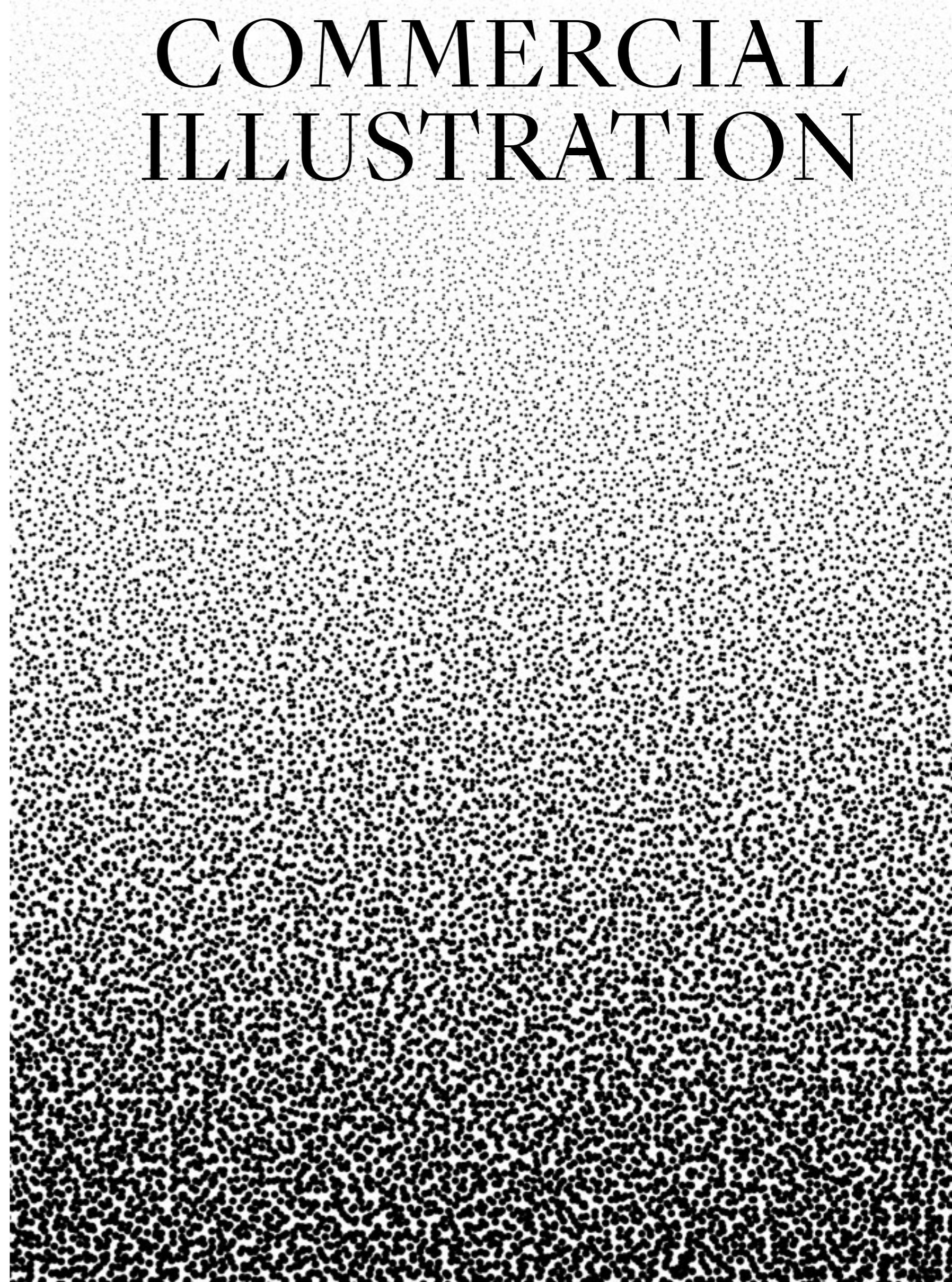
sensomatic / Florian Koch
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
176

**DIS
TINC
TION**
178

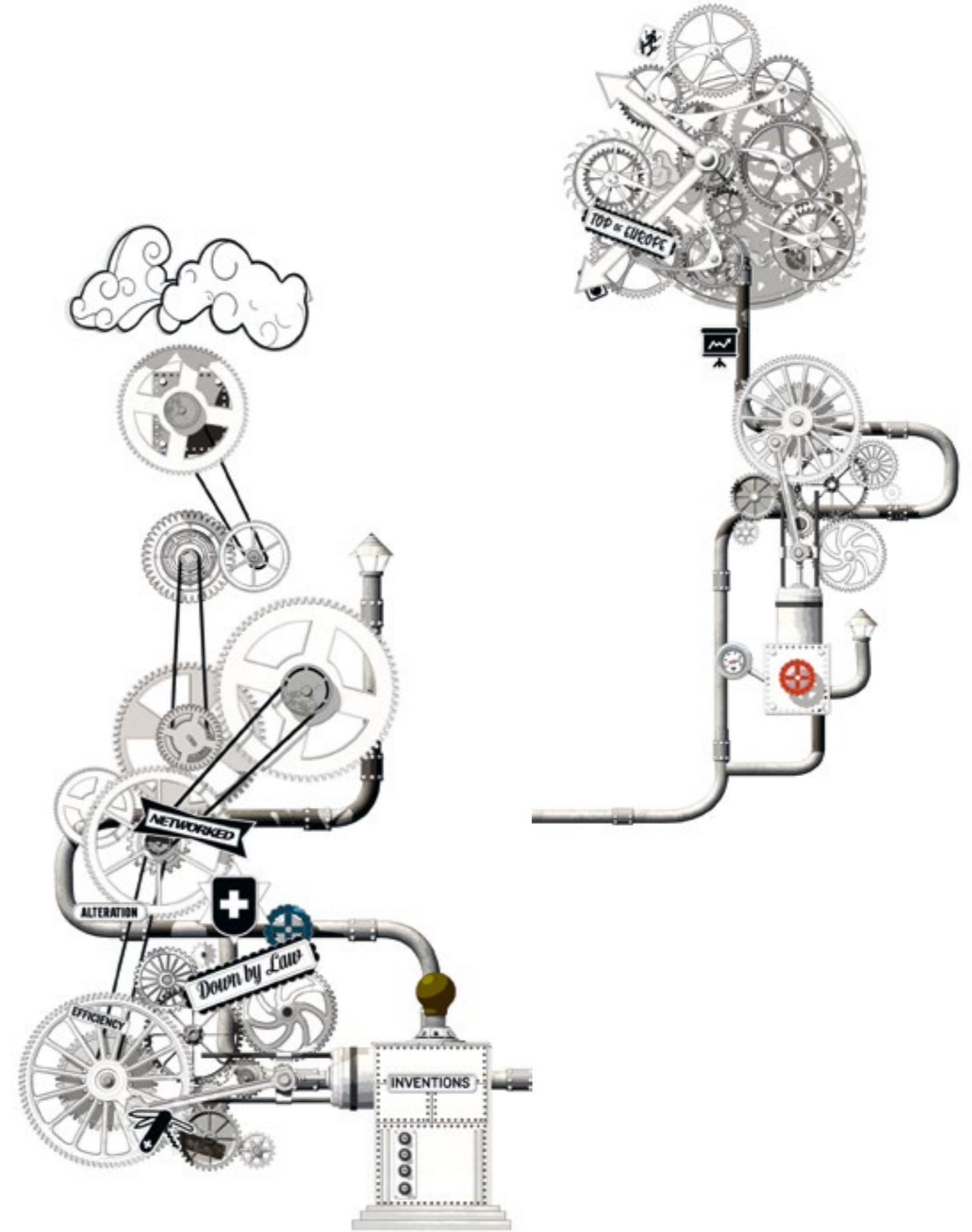
**DIS
TINC
TION**
180

COMMERCIAL ILLUSTRATION



B COMMERCIAL ILLUSTRATION

Im Zuge des länderübergreifenden Projekts »StadtTalente« lancierte Sony Mobile – nach Japan (Tokio), Deutschland (Berlin), Österreich (Wien) und Polen (Warschau) – eine Schweizer Sonderedition des Smartphones »Xperia Z3+«. Die Seilbahn steht als Symbol für die Schweiz und ist ein Stereotyp, das viele positive Assoziationen weckt: das Überwinden von Grenzen, technische Errungenschaften, Reisen und Entdecken, Modernität und Fortschritt, Nostalgie und Romantik, Effizienz und Zielstrebigkeit, Gemütlichkeit und Komfort, Wagemut und Extreme. Dasselbe gilt für die Schweiz. Following Japan (Tokyo), Germany (Berlin), Austria (Vienna), and Poland (Warsaw), Sony Mobile launched a Swiss special edition of its smartphone »Xperia Z3+« within the framework of a cross-border project entitled »CityTalents«. A symbol of Switzerland, the cable car is a stereotype that elicits numerous positive associations: the overcoming of limits, technological achievements, travelling and expeditions, modernity and progress, nostalgia and romanticism, efficiency and purpose, cosiness and comfort, daring and extremes. The same holds true for Switzerland.



HIS

B



As always, the themed motifs on exclusive gift wrapping paper tell their own version of Christmas! This year, the focus is on the 10th anniversary of the collaboration between the illustrators' collective and the traditional Vienna-based stationery shop. The decennial is being celebrated exuberantly in gold — with a tribute to the Baroque and a beautiful life in abundance. The wrapping paper and tag combination tells the story of the mishap of Little Pug, who manages to start a flaming fire in a lady's wig. A special spraying event was held to produce a series of originals in gold.



Client: Huber & Lerner
huber-lerner.at

Collaboration: Susanne Safer,
Helmut Stekl
Illustration: Nora Sri Jascha,
Janina Kepczynski

Studio: Dasuno Werbeagentur
dasuno.com
Design: Stefanie Fink,
Nora Sri Jascha, Victoria Kozich

»The Final Edition«
Geschenkpapier
Gift wrapping paper

CTION

Wie immer erzählen die Motive auf exklusivem Geschenkpapier ihre eigene Version von Weihnachten! Heuer steht das 10-jährige Jubiläum der Zusammenarbeit zwischen den Illustratorinnen und der Wiener Traditionspapeterie im Mittelpunkt und wird mit einem überschwänglichen Fest in Gold gefeiert – mit einer Hommage an den Barock und das schöne Leben im Überfluss. Papier und Anhänger erzählen vom Missgeschick des kleinen Mopses, der ein lodrendes Feuer in der Perücke einer Dame entfacht. In einer Sprayaktion wurde eine Serie von Originalen in Gold produziert.

D
S
I
T



Das Bauunternehmen suchte für seine Baustellen ergänzend zur klassischen Firmenidentität ein Gestaltungselement, das grafisch intelligent ist, die visuelle Abgrenzung zu Mitbewerbern verstärkt und Aufmerksamkeit erregt. Als Lösung werden individuelle monochrome Illustrationen direkt auf die Planken der Baustelleneinrichtung aufgemalt oder gezeichnet. Die Illustrationen beziehen sich auf das Thema »oben« und gehen im Ganzen oder in Details auf die Umgebung, die Platzierung und Besonderheiten des Gebäudes (zum Beispiel einen Kindergarten, einen Spielplatz oder eine Polizeistation) ein.



D
N



The building company was looking for a design element to complement its classical corporate identity. The solution should be graphically intelligent, distinguish the company visually from its competitors, and attract attention. Individual monochrome illustrations are painted or drawn directly onto the boards of the site equipment. The illustrations refer to the theme of »on top« (in allusion to the company's name) and, as a whole or in detail, make reference to the environment, the location, or special features of the building (such as a kindergarten, playground, or police station).



Francesco Ciccolella
→ Austria

**BR
ON
ZE**
184

Stefanie Hilgarth
→ Austria

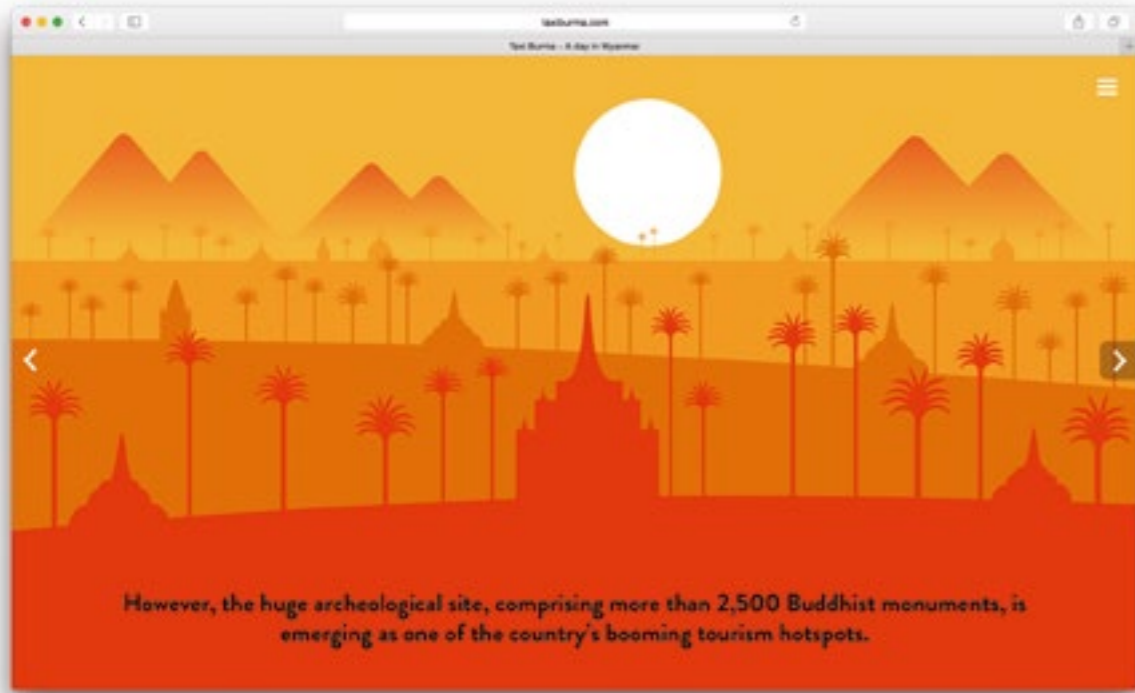
**DIS
TINC
TION**
186

DIGITAL ILLUSTRATION

B DIGITAL ILLUSTRATION

B

In einer Welt außerhalb westlicher Zivilisationsstrukturen macht ein Ich-Erzähler Erfahrungen, die zu fiktional für einen Bericht und zu dokumentarisch für eine Erzählung scheinen. Und so entscheidet er sich für einen animierten Reiseessay, bestimmt zur Veröffentlichung in Online-Medien. Durch die Augen eines Touristen eröffnet dieser Essay, der sich über 70 Frames erstreckt und – in unterschiedlichen Kombinationen – Text, Illustration, Animation und Sound zum Einsatz bringt, einen audiovisuellen Einblick in ein Land im Wandel: Myanmar.



Far from Western civilization, a first-person narrator experiences a world that seems too fictional for a documentary and too real for a conventional story. And so he decides for an animated travel essay devised for publication in online media. Through a tourist's eyes, this essay, consisting of 70 frames and employing text, illustration, animation, and sound in a variety of combinations, offers an audio-visual glimpse of a nation in change: Myanmar.

N

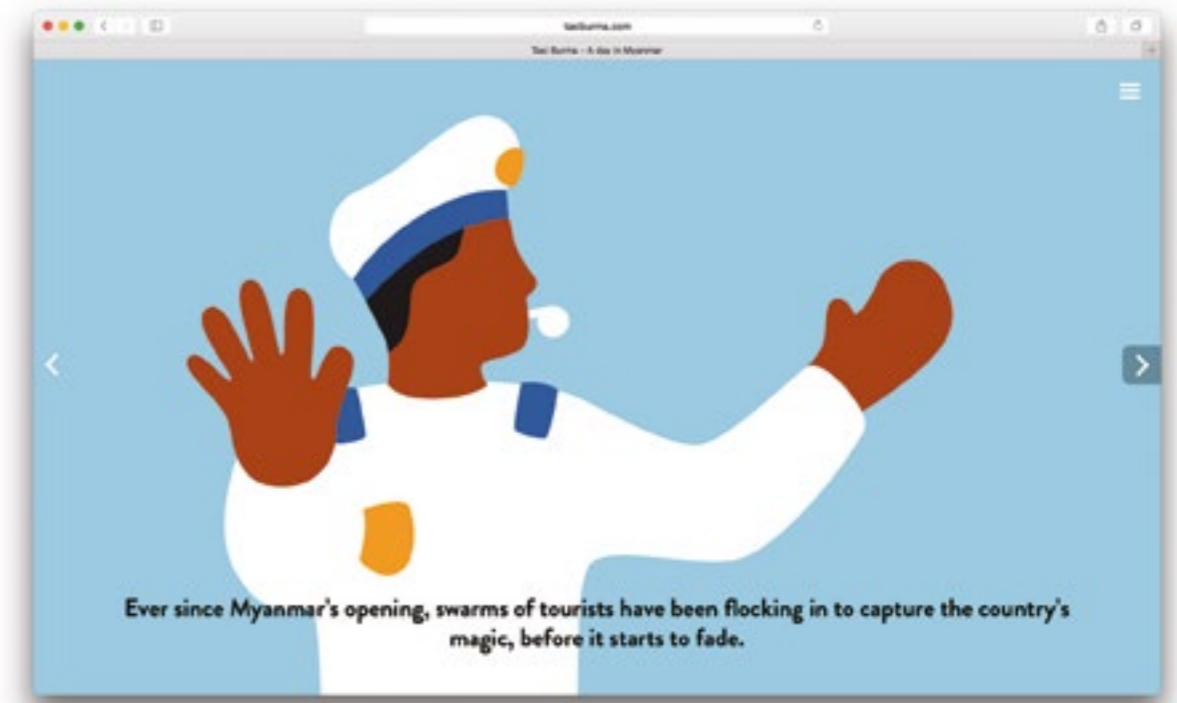


Illustration: Francesco Ciccolella
francescociccolella.com

» Taxi Burma «
Interactive Reiseessay
taxiburma.com

Client: Universität für angewandte
Kunst Wien, Klasse für Grafikdesign
Prof. Oliver Kartak
klassekartak.com

D

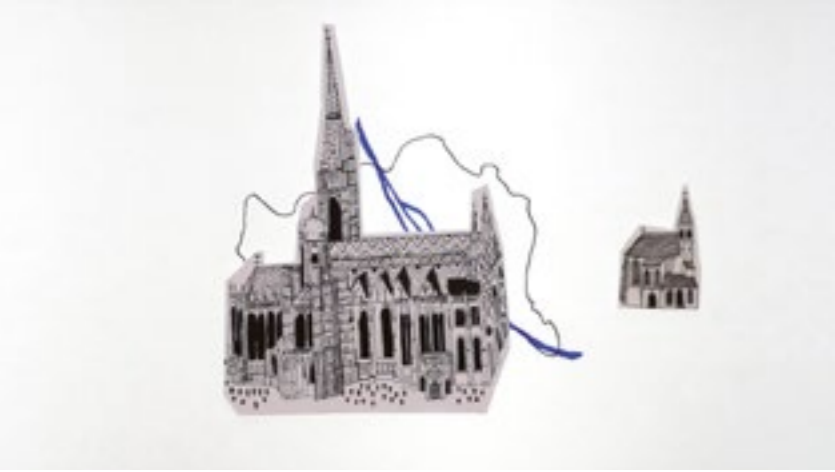
S

T

N

C

TION



Direkt neben dem Stephansdom liegt die unterirdische frühgotische Virgilkapelle. Sie ist heute Teil des Wien Museums und wurde nach langen Restaurierungsarbeiten im Dezember 2015 wieder für die Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Zur Unterstützung einer Crowdfunding-Aktion für eine wissenschaftliche Publikation entstand ein größtenteils analog produzierter Infotainment-Clip. Aufgabe dabei war es, aus einem komplexen wissenschaftlichen Thema einen einfachen, für ein breites Publikum verständlichen Film zu gestalten. Das Schlüsselbild, das auch als Poster ausgearbeitet wurde, zeigt das Leben auf dem Stephansplatz in unterschiedlichen Epochen.



The underground Saint Virgil's Chapel, a vault from the early Gothic period that is now part of Wien Museum, is located right next to Saint Stephen's Cathedral in the heart of Vienna. Following extensive restoration, the chapel was reopened to the public in December 2015. In order to support a crowdfunding campaign launched to finance a scientific publication about the chapel, a mostly analogue infotainment clip was produced. It intends to make a complex scientific subject comprehensible for a broader audience in filmic form. The key visual, which also appeared as a poster, illustrates life in Saint Stephen's Square during various epochs.

»Die Virgilkapelle«
Infotainment Clip

Illustration: Stefanie Hilgarth
illuqueen.com

Concept: Wien Museum,
Stefanie Hilgarth, Wolfgang Haas
Narrator: Robert Reinagl

Client: Wien Museum
wienmuseum.at
Production: Cast Your Art
castyourart.com

Simon Lemmerer,
Stefan Leitner
→ Austria

**SI
LV
ER**
190

Nebulabor/
Katharina Seiler
→ Austria

**BR
ON
ZE**
192

buero bauer/Erwin Bauer,
Dasha Zaichanka
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
194

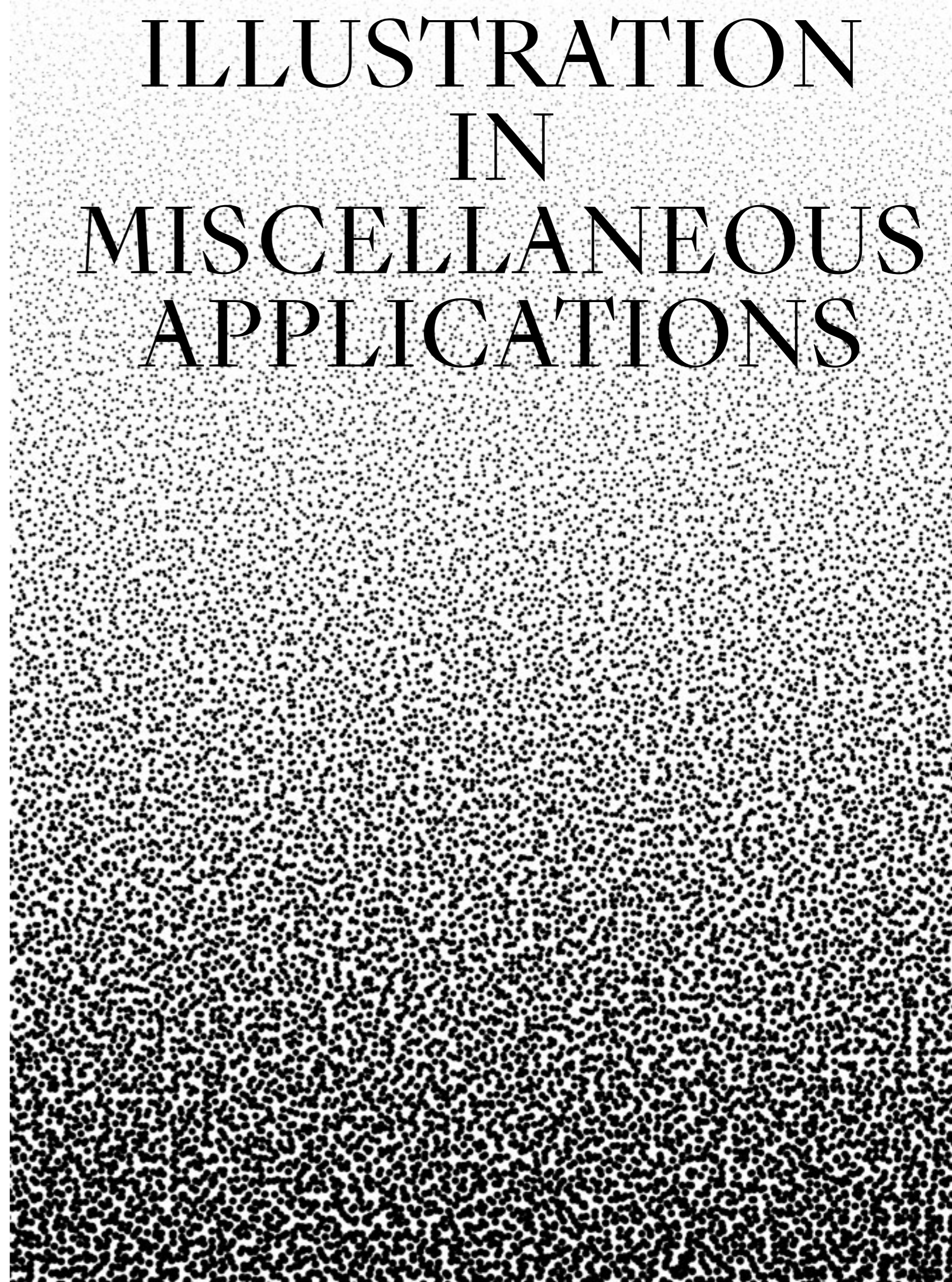
Sägenvier DesignKommuni-
kation/ Sigi Ramoser,
Tina Rhomberg
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
196

Augenhaptik/Ulla Klopff
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
198

**ILLUSTRATION
IN
MISCELLANEOUS
APPLICATIONS**



B ILLUSTRATION IN MISCELLANEOUS APPLICATIONS

S

BAM und Mr. Dero waren auf der Suche nach einem innovativen visuellen Konzept für ihre nächste Veröffentlichung: die beiden EPs »THIS« und »THAT«, die zum Album »THIS & THAT« zusammengefasst wurden. Die Idee: eine anamorphe Installation. Alte Musikinstrumente und andere mit Musik verbundene Gegenstände vom Schrottplatz wurden farbig angemalt, mit Nylonschnüren an die Decke gehängt, verspannt und so im Raum positioniert, dass sich die Form von Glyphen ergab: die zwei Anfangsbuchstaben von »this« und »that« samt kaufmännischem Und.



BAM and Mr. Dero were looking for an innovative visual concept for their forthcoming release: for the two EPs »THIS« and »THAT«, which were combined to form the album »THIS & THAT«. The idea was to create an anamorphic installation. Discarded musical instruments and other music-related objects from the junkyard were coated in different colours, suspended from the ceiling with nylon threads, and positioned in the room in such a way that they would take on the shapes of glyphs: of the initial letters of »this« and »that«, plus an ampersand.

R



»BAM & Mr. Dero«
Typografisches Artwork
Typographic artwork

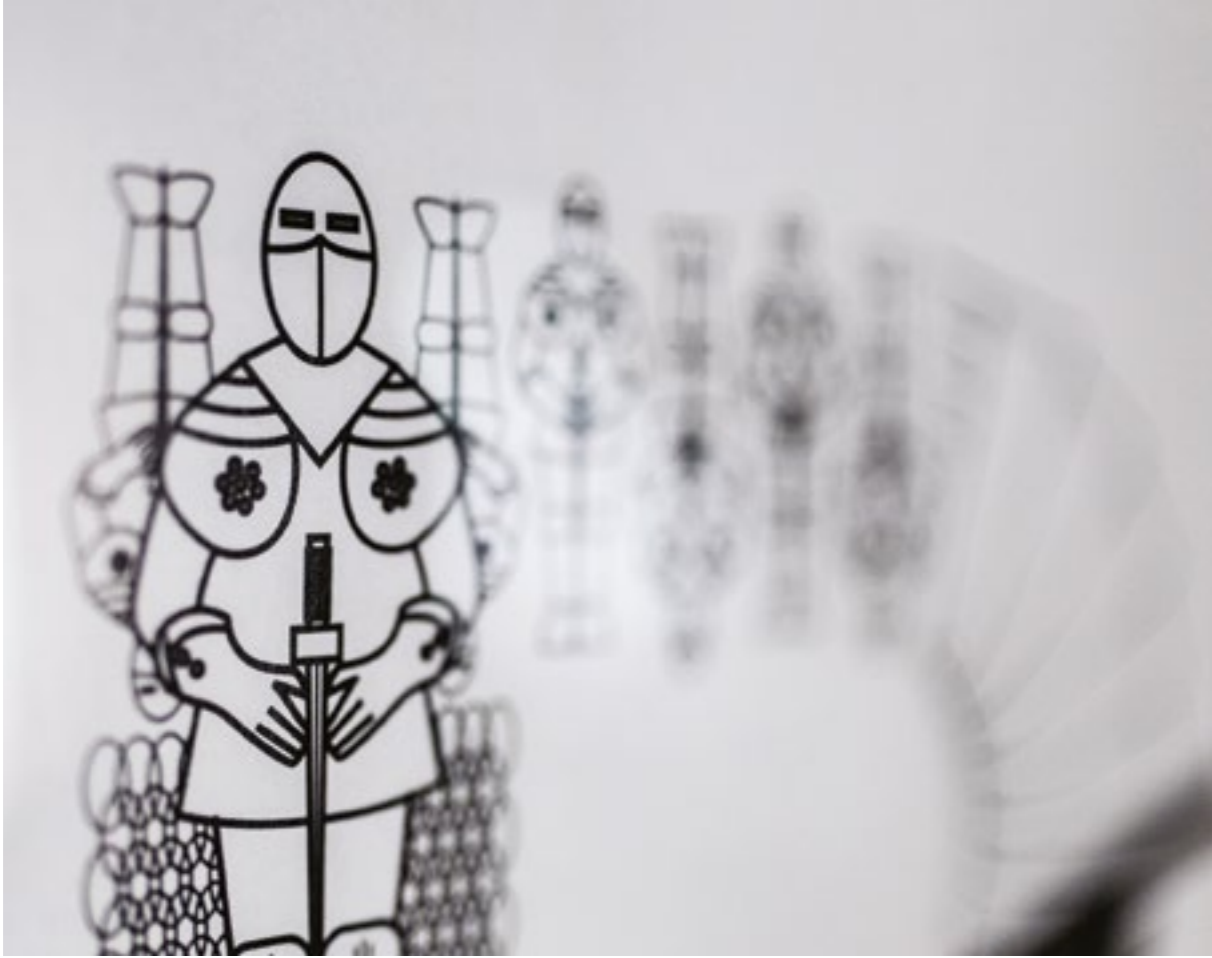
Creative Direction & Concept:
Simon Lemmerer, simonlemmerer.com
Stefan Leitner, stefanleitner.com
Collaboration: Martin Reicht,

Mario Hainzl (videography)
Martin Reicht, Christoph
Kammerlander, Stefan Koller,
Helmut Rebernegg, Xaver Kettele,

Christoph Kiesel (set design &
construction)
Photography: Stefan Leitner

Client: tiefparterre records
tiefparterrerecords.com

B B R O N Z



»DU BIST SO GRAZ« lautet der Slogan des Café Mitte im Zentrum der Stadt. Er steht für das Schöne und die Vielseitigkeit der Stadt und ihrer Menschen. Auf Stickern, Buttons und Bildtafeln wurde der Spruch in zwölf Illustrationen verarbeitet, in denen jeder Buchstabe eine besonders schöne Seite von Graz zeigt:

- D – das »X« steht für das Café Mitte
- U – die Weikhard-Uhr, ein beliebter Treffpunkt
- B – die Trachtenmode von Lena Hoschek
- I – die Rolltreppen von Kastner & Öhler
- S – Arnie, die steirische Eiche
- T – das Interieur von Café Mitte
- S – der Stadtpark im Sommer
- O – das Traditionsunternehmen J. Hornig
- G – der Uhrturm mit Herbersteingarten
- R – das Landzeughaus
- A – Schloss Eggenberg mit seinen Pfauen
- Z – die Hauptbrücke mit Liebesschlössern



»DU BIST SO GRAZ« (»YOU ARE SO GRAZ«) is the slogan of Café Mitte in the city centre. The wording is meant to describe the beauty and multifaceted aspects of the town and its people. The phrase was translated into twelve illustrations appearing on stickers, buttons, and panels, with each letter displaying a very special side of Graz:

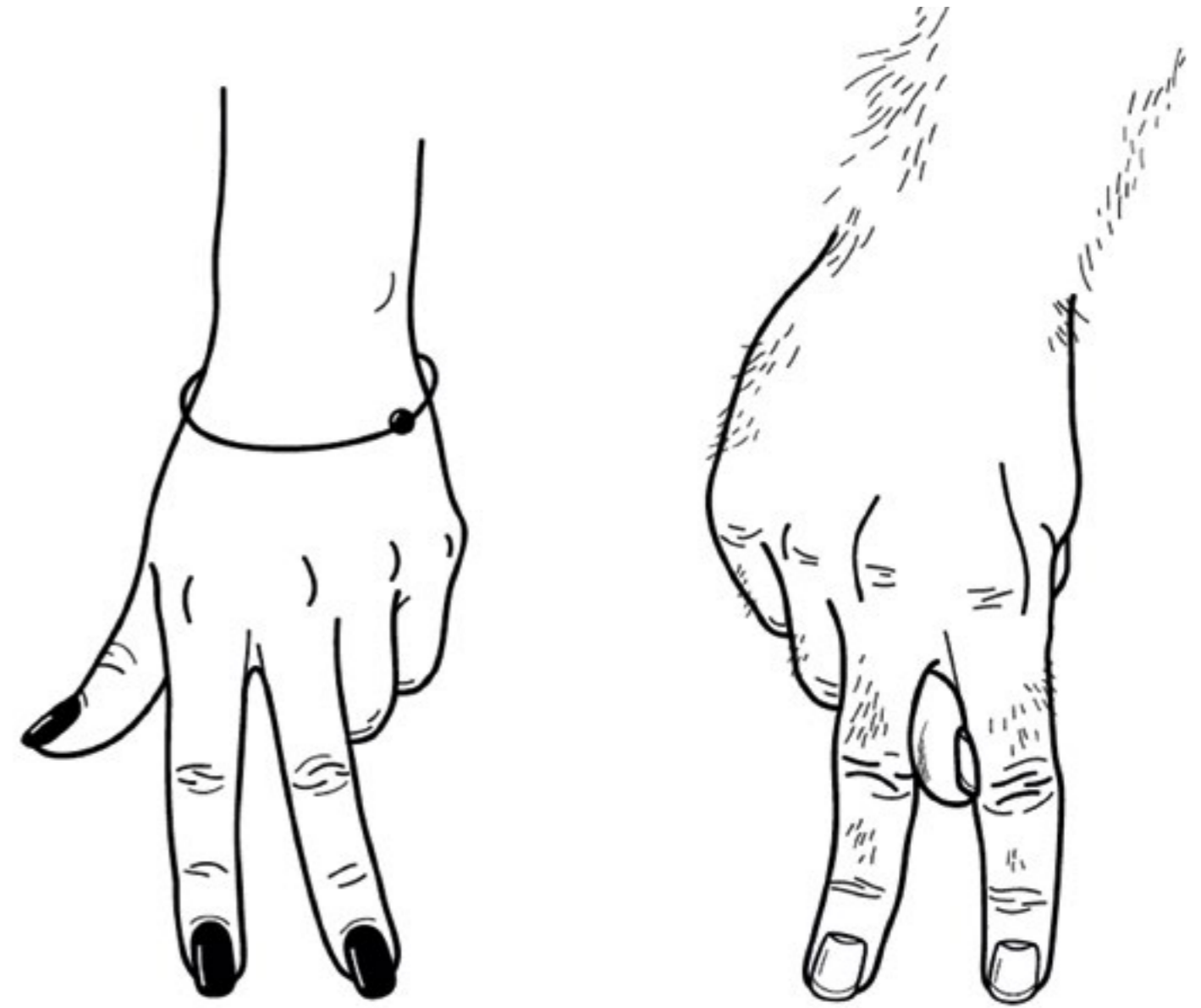
- D – the »X« represents Café Mitte
- U – the Weikhard Clock, a popular meeting point
- B – the traditional fashion design by Lena Hoschek
- I – the escalators of the Kastner & Öhler department store
- S – »Arnie« Arnold Schwarzenegger, the »Styrian oak«
- T – the interior of Café Mitte
- S – the City Park in the summertime
- O – J. Hornig's traditional coffee brewery
- G – the Clock Tower and Herberstein Gardens
- R – the Armoury
- A – Eggenberg Palace with its peacocks
- Z – the Main Bridge with its love locks



B ILLUSTRATION IN MISCELLANEOUS APPLICATIONS

D I

Recently, architect Alexander Diem and his team moved into generously spaced quarters in an old building. When the redecorating and furnishing of the office rooms had been completed — in a functional, inviting, and modern style reflecting the studio's ambitions — at some point an entirely banal question arose: how to differentiate between the two toilet doors? The result is a solution with a certain twist that gave people plenty to talk about.



Kürzlich ist Architekt Alexander Diem mit seinem Team in ein großzügiges Altbau-büro eingezogen. Nach der Durchgestaltung und Ausstattung der Büroräume – funktional, einladend, modern, den gestalterischen Anspruch des Unternehmens widerspiegelnd – ging es irgendwann auch um eine ganz banale Frage: Wie macht man die beiden WC-Türen unterscheidbar? Das Ergebnis ist eine Lösung mit Pepp, die gleich für Gesprächsstoff sorgte.

N CTION

Client: Alexander Diem
alexdiem.com

Illustration: Erwin Bauer,
Dasha Zaichanka

Studio: buero bauer, Gesellschaft für
Orientierung und Identität GmbH
buerobauer.com

»WC-Beschriftung«
»Toilet Signs« Architekturbüro
Architectural office
Alexander Diem

B ILLUSTRATION IN MISCELLANEOUS APPLICATIONS

Hier wurde der Lüftungsschacht der Filiale einer Supermarktkette in Feldkirch mit Illustrationen gestaltet, zwecks Belebung des umliegenden Platzes, der zu einer Zone der Begegnung werden sollte. Wer sich auf den Bänken rund um den Lüftungsschacht niederlässt, ist schon mittendrin in einer Geschichte: Da wird man von einer Kuh abgeschleckt oder von einem Fisch verschluckt. Und unter einem Regenschirm findet ein verliebtes Pärchen genug Platz...

The ventilation shaft belonging to the store of a supermarket chain in Feldkirch was to be covered with illustrations in order to enliven the surrounding square and develop it into a place of encounter. People taking a seat on one of the benches around the ventilation shaft will immediately become involved in a story: they may be licked by a cow or swallowed by a fish. And a loving couple will find shelter under an umbrella...



Client: Interspar interspar.at

Concept & Illustration: Sigi Ramoser, Tina Rhombberg



Studio: Sägenvier DesignKommunikation saegenvier.at

»Leonhardsplatz«
Grafische Intervention im öffentlichen Raum / Graphic intervention in public space



D
I
S
T
I
N
C
T
I
O
N

B ILLUSTRATION IN MISCELLANEOUS APPLICATIONS

198



Die mit Witz und Verve gestaltete Kollektion umfasst 48 Anlass- und Statement-Grußkarten mit »queerem« Kontext. Für die LGBTIQ+-Community (Lesbian/Gay/Bi/Trans/Intersex/Queer+) etwas Positives zu bewirken, wurde zur Herzensangelegenheit des Designteams. Als Sujets wählte man alte – meist viktorianische – Illustrationen, die koloriert und neu arrangiert wurden. Ein kurzer Text und eine Grafik auf der Rückseite ergänzen das Kartenthema auf geistreiche Art und Weise. Für beste Wiedergabe der Originalillustrationen, die ursprünglich zumeist als Holzschnitte umgesetzt worden waren, kam ein spezielles frequenzmoduliertes Rasterverfahren zum Einsatz. Bei der Produktion wurde auf Qualität und Nachhaltigkeit Wert gelegt.



Client: Pabuku – The Queer Paperie
queer-pabuku.com

Studio: Augenhaptrik
Design & Illustration: Ulla Klopff
ulla.at
Collaboration: Ute Baurecker

»Pabuku« Grußkarten
Greeting cards



This wittily and enthusiastically designed collection comprises 48 statement and greeting cards featuring queer content. It was the design team's heartfelt wish to bring about something positive for the LGBTIQ+ community (Lesbian/Gay/Bi/Trans/Intersex/Queer+). For the motifs, old – mostly Victorian – illustrations were chosen, which were then coloured and rearranged. A short text and a visual on the reverse side complement the theme of each card in a clever and humorous way. In order to ensure optimal reproduction of the original illustrations, most of which had been realized as woodcuts, a special frequency-modulated screening process was employed. The collection was produced with quality and sustainability in mind.

199

T I N C T I O N

Evi Ille
→ Italy & Germany

Lena Windisch
→ Germany

Pia Bublies, Lynn Dohrmann,
Laura von Husen, Christoph
Kleinstück, Ute Lederer,
Patrick Mariathan
→ Germany

DESIGN FICTION

**ico-D Excellence
Award**

**GO
LD
!**
202

**GO
LD
!**
204

**BR
ON
ZE**
206

Max Löffler
→ Germany

Lisa Maria Matzi
→ Austria

Melanie Kraxner,
Simon Lemmerer
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
208

**DIS
TINC
TION**
210

**DIS
TINC
TION**
212

Laura Herbst
→ Germany

Paul Brauchart, Sandro Jäger,
Katharina Mauthner
→ Austria

**DIS
TINC
TION**
214

**DIS
TINC
TION**
216

Sponsored by Mayr-Melnhof Packaging Austria GmbH



Es ist niemals genug da. Genug Zeit. Genug Geld. Genug Möglichkeiten. Den grenzenlosen Anforderungen stehen jedoch begrenzte Ressourcen gegenüber. Wir sind so auf Wachstum und Beschleunigung programmiert, dass wir es verlernt haben, einfach einmal nichts zu tun, die Ruhe zu genießen und aufzutanken. In diesem Wettlauf werden Aufmerksamkeit und Zeit zu einem knappen Gut. Das zehrt an uns und unserer Schaffenskraft. Diese Arbeit handelt von Zeitdruck, von Grenzen und von Kreativität. Können wir durch das Ziehen von Grenzen – durch die Beschränkung unserer Möglichkeiten, durch das Abstecken eines Spielraums und die Fokussierung unserer Aufmerksamkeit – zu mehr Kreativität, zur Muße finden?

There is never enough: enough time, enough money, enough possibilities. Confronted with unlimited demands, we are faced with limited resources. Programmed for growth and acceleration, we have forgotten how to do nothing for a change, how to enjoy and relax and replenish our energies. In this everlasting race, time and awareness have become scarce commodities, which saps us of our creativity. The present study, whose title translates as »Measure and Leisure. On the Creativity of Limitation«, is about time pressure, limits, and creativity. Would limiting our possibilities, defining our scope, and focusing our awareness help us to become more creative and live a more leisurely life?



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

The in-depth exploration of the subject ensures profoundness and intensity. The design immediately reveals itself, as does the clear typography. This work is compelling in all regards and on a meta-level.



Design: Evi Ille
eville.it



»Maß und Muße«
Masterarbeit
Master's thesis

C DESIGN FICTION

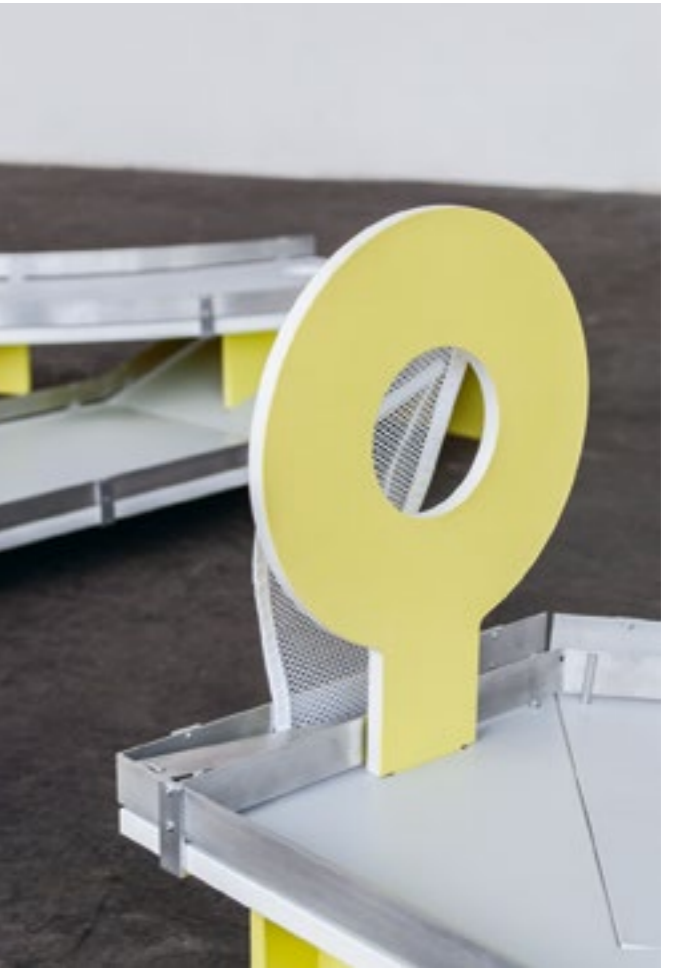
G O L F

Typografie wird spielerisch erlebbar gemacht. Faszinierend sind deren Verschmelzung mit Szenografie und Modellbau und die perfekte Umsetzung der Idee. Ein Projekt mit großem Potenzial!
 What a playful mise-en-scène of typography! Its amalgamation with scenography and model making is fascinating, as is the perfect translation of the idea. This project has great potential!



Als Inspiration dienten klassische Minigolfbahnen, die häufig mit einem eigenwilligen Charme bestechen. Ihre formalen Qualitäten wurden hier in einen neuen Kontext gesetzt und auf die Typografie übertragen. Ziel war es, gewohnte Vorstellungen von Schriftgestaltung zu überwinden und spannende dreidimensionale Objekte zu erzeugen. Die typografischen Minigolfbahnen sind interaktive Designobjekte, die zur Teilnahme auffordern. Auf diese Weise kann die Struktur der Ziffern aktiv erfahren werden. Diese Form von Typografie im Raum ist als humorvoller und spielerischer Kommentar zur konventionellen Schriftgestaltung zu verstehen.

This project was inspired by traditional miniature golf courses, which often radiate a peculiar charm. Here their formal qualities have been put into a new context and translated into typography. The goal was to overcome habitual ideas of type design and create exciting three-dimensional objects. The typographic miniature golf courses are interactive design objects that invite people to participate and actively experience the structure of the numbers. This form of spatial typography is intended as a humorous and playful commentary on conventional type design.



ico-D Excellence Award

Design: Lena Windisch
 School: Burg Giebichenstein Kunst-
 hochschule Halle, burg-halle.de

»123«
 Typografie-Projekt
 Typographic project

NO BORD C DES FIC



Das jährlich erscheinende Magazin präsentiert Arbeiten Studierender der Fachrichtung Design an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg. Bei der dritten Ausgabe dreht sich alles – nicht nur die Illustrationen, sondern das gesamte Designkonzept – um das Thema Tabu. Der Titel auf dem in Schwarz auf Schwarz gedruckten Cover offenbart sich allein durch UV-Lack und partielle Lasergravur. Im Innenteil sind die Illustrationen hinter den geschlossenen schwarzen Seiten der japanischen Broschur versteckt. Die Leseerfahrung wird zu einem dreidimensionalen und gleichzeitig intimen Erlebnis: Man ist gezwungen, die Seiten aufzureißen, um an den Inhalt zu gelangen.



This annual magazine showcases the works of students of the Design Department of Hamburg University of Applied Sciences. The third issue revolves around the subject of taboo — not only as far as the illustrations are concerned, but also in terms of the overall design concept. On the cover, printed in black on black, the title is only revealed through UV coating and partial laser engraving. The interior features Japanese binding, with the illustrations hidden behind the closed black pages. In this way, reading becomes a three-dimensional and simultaneously intimate experience: the pages have to be ripped open in order to access their content.



»LUKS No. 3 — Tabu«
Studentenmagazin
HAW Hamburg

Design: Pia Bublics,
Lynn Dohrmann, Laura von Husen,
Christoph Kleinstück, Ute Lederer,
Patrick Mariathasan, luksmagazin.de

C D I S

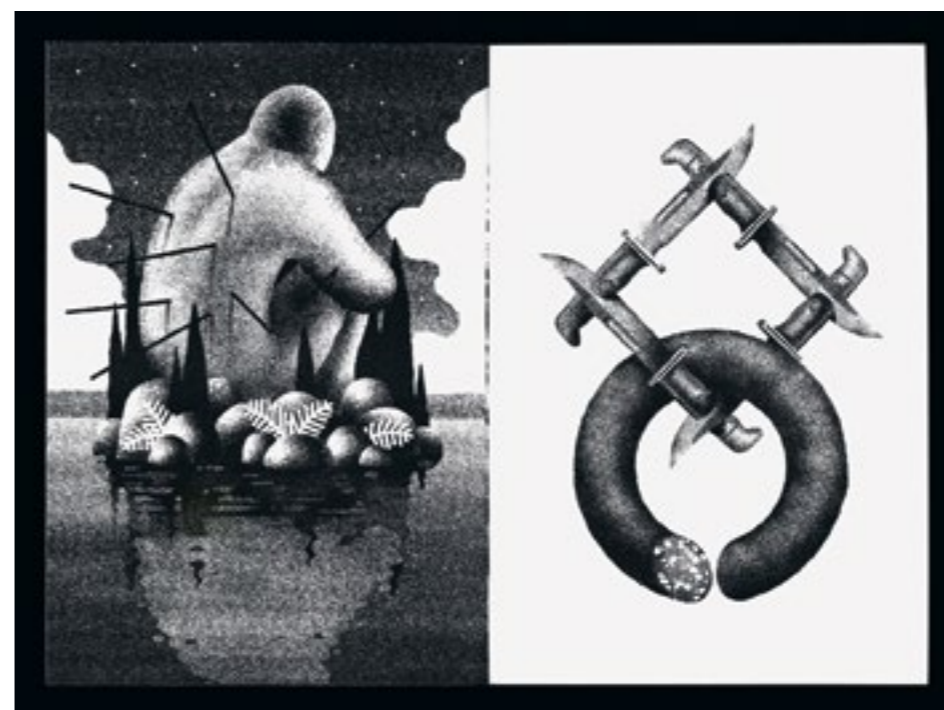


In dem Buch wird untersucht, wie wir Lebensepisoden unbewusst verarbeiten und wie sich dieser Vorgang visuell übersetzen lässt. Entstanden sind Illustrationen, die in scheinbar ungeordneter Form Bewusstseinsströme wiedergeben, welche schließlich im »Psychic Vault«, in einer Art seelischer Wunderkammer, verstaut werden. Der Band wurde eigenhändig am Risografen in einer Auflage von 50 Stück gedruckt. Der Umschlag und das beiliegende Poster wurden im Siebdruck realisiert.



This book explores how the subconscious mind digests particular episodes of our lives and how this process can be translated visually. The illustrations depict streams of consciousness that have eventually been stored away in the »psychic vault«, a kind of »mental chamber of curiosities«, in a seemingly haphazard fashion. The volume was printed manually in two colours on a Risograph in an edition of fifty. The book jacket and the enclosed poster were screen-printed.

C T I O N

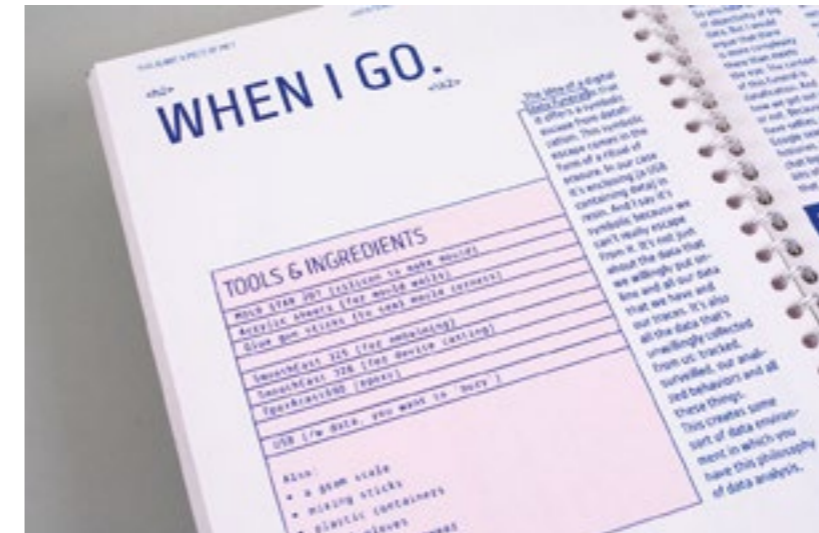


C DESIGN FICTION

THIS IS



Das Projekt handelt von tiefgreifendem Datenmissbrauch und der Monetisierung digitaler Identitäten. Diese Gedanken wurden in den analogen Kontext eines Daten-Shops übertragen, um sie greifbarer und verständlicher zu machen. Die Publikation, die Informationen und Interviews zum Thema Datensammlung sowie Auszüge aus dem digitalen Ich der Autorin enthält, konnte gegen die Bekanntgabe persönlicher Informationen (zum Beispiel einer E-Mail-Adresse) erworben werden und war innerhalb von zwei Stunden nach ihrer Präsentation »ausverkauft«. Sie wurde zweifärbig am Risografen gedruckt. Der durchsichtige Plexiglasumschlag steht für unsere durchscheinenden digitalen Existenzen.



This projects deals with today's radical data abuse and monetization of our digital selves — ideas that have been transferred into the analogue context of a data shop to make them more tangible and comprehensible. The publication, which contains information and interviews on data collection and excerpts from the author's digital self, could be bought against the disclosure of personal information (e.g. an e-mail address) and was »sold out« within two hours after its presentation in the context of a degree show. It was printed on a Risograph in two colours and is bound with a clear Perspex cover that mirrors our translucent digital identities.





Das als Blickfang und spielerisch angelegte und zugleich umfassende Designkonzept spiegelt die Vielfalt der im Theater aufgeführten Stücke wider. Aus gestalterisch-strategischen Gründen wurde der lange Name des Theaters zu einem Akronym verkürzt. Dieses fügt sich gut in das Gesamtkonzept ein und bildet gleichzeitig das Key Visual. Als zusätzliche Bildkomponente fungiert der Lichtkegel als wichtiges Element der Bühnenkunst. Durch die Verbindung des Logos mit der darauf abgestimmten Typografie und der reduzierten, doch nichtsdestotrotz lebendigen Farbigkeit ergibt sich ein zeitgemäßes und anpassungsfähiges Erscheinungsbild mit hohem Wiedererkennungswert.



This eye-catching, playful, and simultaneously holistic design concept mirrors the broad spectrum of plays performed at the theatre. For conceptual and strategic reasons, the long name of the theatre was shortened to an acronym that blends in well with the overall concept and at the same time provides the key visual. The light cone, an essential component of stagecraft, has been introduced as an additional visual element. The logotype is combined with matching typography and a reduced, yet nevertheless vigorous colour scheme to create a contemporary and variable visual identity that is easily recognizable.



»Landestheater NÖ«
Corporate-Identity-Konzept
Corporate identity concept

Art Direction & Design:
Melanie Kraxner, melaniekraxner.com
Simon Lemmerer, simonlemmerer.com
Illustration: Melanie Kraxner

Collaboration: Markus Jausovec
Photography: Marion Luttenberger,
Melanie Kraxner, Lupispuma
Screen Design: Roberto Funke

Client: Landestheater
Niederösterreich
landestheater.net

DESIGN FICTION

C DESIGN FICTION

D

I

S



Hier geht es um das Wichtigste, das wir haben – um unser Gedächtnis und unsere Erinnerungen. Ziel ist es, den Zusammenhang von Gedächtnis und visuellem Erleben gestalterisch umzusetzen. Experimentelle Typografie und Gestaltungsstrategien wie Überlagerung, Collage oder Helligkeitsverlauf werden auf unterschiedliche Textsorten und Bildmaterial aus diversen Quellen abgestimmt. Durch den Verzicht auf Farbe wird eine harmonische Buchgestaltung erreicht, in der Fotografien aus den Jahren von 1915 bis 2015 – Familienfotos, eigene Aufnahmen und Bilder, die Teil des kollektiven Gedächtnisses sind – kombiniert werden, ohne dass das Ergebnis chaotisch oder zu laut geraten ist.

This book project, whose title translates as »Nothing Is as It Will Have Been«, deals with the most important things we have: our memories and remembrances. The goal was to translate the connection between memory and visual experience into the language of graphic design. Experimental typography and such design strategies as overlapping, collage, and brightness gradation have been adapted to various genres of texts and images from diverse sources. The decision to do without colour has resulted in a harmonious book design in which photographs from the period 1915-2015 – family pictures, personal snapshots, and images that are part of collective memory – have been combined to create a product that is neither chaotic nor overly loud.

School: Hochschule München,
Fakultät für Design, design.hm.edu
Supervision: Prof. Xuyen Dam

Design: Laura Herbst
lauraherbst.de

»Nichts ist so, wie es
gewesen sein wird«
Buchprojekt / Book project



DESIGN FICTION

DESIGN FICTION

Diese Ausstellung, deren Titel von einem zweisprachigen Anagramm gebildet wird, möchte ein Gefühl von Heimat vermitteln. Neben der Realisierung banaler Alltagsgegenstände in überdimensionaler Größe basiert die visuelle Konzeptionierung auf Empfindungen, die Menschen mit ihrer Heimat assoziieren. Gepflogenheiten, Traditionen und Sitten werden künstlerisch in Szene gesetzt. Die Ausstellung ist räumlich wie eine Wohnung in Vorraum, Küche, Wohnzimmer, Schlafzimmer und Kinderzimmer unterteilt. Die Besucherinnen und Besucher gehen von Raum zu Raum und fühlen sich im Verlauf ihres Rundgangs mehr und mehr »zu Hause«.



This exhibition, whose title is composed of a bilingual anagram, seeks to convey a sense of home and belonging. In addition to presenting banal objects of everyday life in oversized dimensions, the visual conception is based on feelings commonly associated with one's home (country). An artistic mise-en-scène of customs, traditions, and habits, the exhibition is laid out like an apartment divided into hallway, kitchen, living room, bedroom, and children's room. In the course of their tour, visitors strolling from room to room will increasingly feel »at home«.



»HE I'M AT HOME«
Ausstellungskonzept
Exhibition concept

Design: Paul Brauchart
vagabund-moto.at
Sandro Jäger
ueberbelichtret.com

Katharina Mauthner
katharinamauthner.at
Illustration: Daniel Stuhlpfarrer
ueberbelichtret.com

ACKNOWLEDGEMENTS & CREDITS

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 produced by Harry Schmidt, Vienna.

DANKE! THANK YOU!

Wir danken den folgenden Organisationen und Unternehmen für Ihre Unterstützung / We thank the following organizations and companies for their support:

ico-D endorsed 2016 **BEDA** The Bureau of European Design Associations BUNDESKANZLERAMT ÖSTERREICH **designaustria**

In Kooperation mit / In cooperation with

ILLUSTRATOREN ORGANISATION E.V. **Dd** Design Denmark **CZECH UNION OF GRAPHIC DESIGN** alliance française des designers

aiap Associazione Italiana Design **BDG** Attitude Knowledge Network **STGU** ASSOCIATION OF POLISH GRAPHIC DESIGNERS **PLAKAT**

HDD hradska dizajnerska asociacija **SGD+** **L|G|D|A** **ACD** **DESIGN | LUXEMBOURG**

Hauptsponsor / General Sponsor

FEDRIGONI AUSTRIA

Papiersponsor / Paper Sponsor

antalis

Kategoriesponsoren / Category Sponsors

Offsetdruckerei Schwarzach **ARCHIV** **PROFLEX WIPACEL** **PROSTODIJE** **Julius Mebel**

E Bildrecht **essence** **SPAL-EL** **Monotype** **pro:Holz** **MM** VERLAG

Design paper **PERGRAPHICA** by **mondial** **INFOSCREEN**

Medienpartner / Media Partners

FLIT **4C** **novum**

Partnerhotel / Hotel Partner

Ruby 1898

Unterstützt durch / Supported by:

FARNENT-FABRIK **M** **Abmühle** **INSULITE** **apetito** **MITTERPÖLLER**

HERAUSGEBER UND VERLEGER EDITOR AND PUBLISHER

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

designaustria, founded in 1927, is the knowledge centre and interest organization for design in Austria and committed to Austria as a design nation. designaustria is a member of the International Council of Design (ico-D), the International Council of Societies of Industrial Design (ICSID), and the Bureau of European Design Associations (BEDA).

VORSTAND / BOARD

Monika Fauler, Benno Flotzinger, Martin Fölsleitner, Anna Maislinger, Jürgen Schremser

GESCHÄFTSSTELLE / HEAD OFFICE

designaustria im designforum Wien
MQ, Museumsplatz 1, 1070 Wien,
T (01) 524 49 49, F (01) 524 49 49-4
E service@designaustria.at, designaustria.at

Severin Filek (Managing Director), Birgit Gartner (Members & Finance), Tamara König (EU Projects & Social Media), Christina Pinkl (Press & Public Relations), Heidi Resch (Project Management), Sibel Sermet (Web Management), Bettina Steindl (Head of designforum Wien), Judith Weiß (Project Management), Brigitte Willinger (Managing Editor)

PROJEKTLEITUNG / PROJECT MANAGEMENT

Heidi Resch, Wien

MITARBEIT / COLLABORATION

Severin Filek, Birgit Gartner, Christina Pinkl, Judith Weiß, Brigitte Willinger

REDAKTION / EDITING

Heidi Resch, Brigitte Willinger, Wien

DESIGN & LAYOUT

100und1, Wien, 100und1.com

SCHRIFTEN / FONTS

SangBleu King
Sporting Grotesque

SPECIAL THANKS TO THE DESIGNERS OF QUAIN'T FOR THE AMAZING RENDERINGS!

Quaint, Zürich
Sandro Lochau & Alessandro Holler
quaint.ch

ÜBERSETZUNG / TRANSLATION

Brigitte Willinger, Wien

LEKTORAT / COPY TEXT EDITING

Rachel King, Edinburgh, Ulrike Ritter, Salzburg, Brigitte Willinger, Wien

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: Rocco Fidanza, Sara Luraschi, Malthe Wöhler (Lupo & Burtscher/Accademia Carrara); Michael Fritschi (KOKONEO/Alters- und Pflegeheim Gelterkinden); Christof Lackner (Zimmermann Pupp Werbeagentur/Bäckerei Therese Mölk); LippZahnschirm, (Kristina Bartošová /Das Museums-Magazin); Stefan Lind (Nebulabor/Du bist so Graz); Walter Oczlon (Linie 3 GmbH/Hubert von Goisern); Hannes Woidich (JAC-Gestaltung/Inzwischen #1); Darko Todorovic (Sägenvier/Leonhardsplatz); Petra Rainer, Darko Todorovic (Sägenvier/Montforthaus Feldkirch); Ana Radulovic (Augenhaptik/Pabuku – The Queer Paperie); Sonia Świeżawska (Blank Studio/Schlesisches Museum)

PAPIER / PAPER

Umschlag / Cover: Curious Matter Goya White, 270 g/m²
Kern / Interior: Olin Regular Absolute White, 120 g/m², zur Verfügung gestellt von / sponsored by Antalis Austria GmbH, Wien, antalis.at

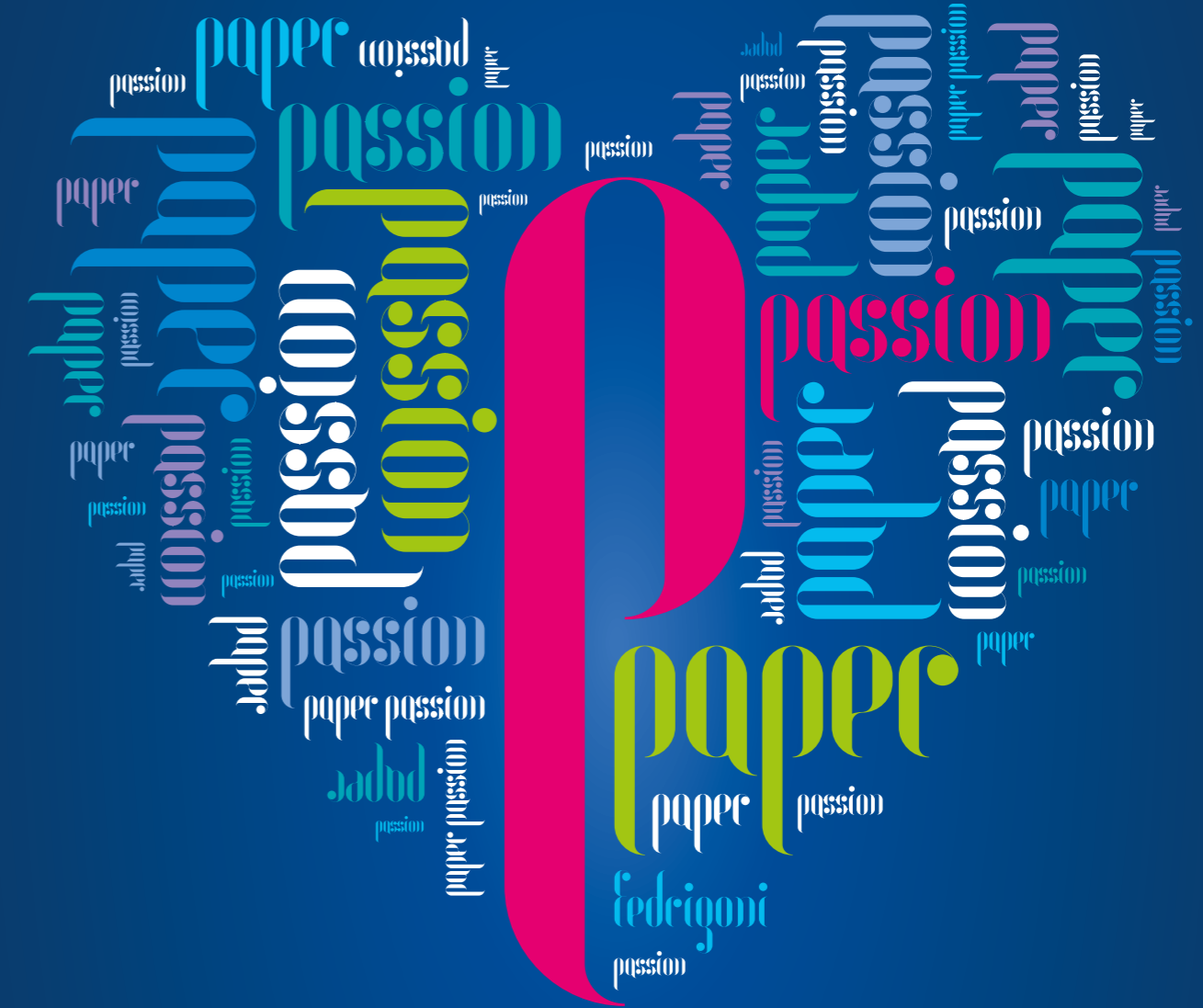
DRUCK UND ENDFERTIGUNG / PRODUCED AND PRINTED BY
Grasl Druck & Neue Medien GmbH, Bad Vöslau, grasl.eu

FEDRIGONI AUSTRIA HAUPTSPONSOR DES JOSEPH BINDER AWARD 2016

220

Die Leidenschaft für das Besondere und das Streben nach Exklusivität haben FEDRIGONI immer wieder motiviert, Außergewöhnliches zu bieten: Feinstpapiere auf höchstem Niveau. Als Hauptsponsor des Joseph Binder Award 2016 stehen wir für die optimale Verbindung zwischen Design und Papier und möchten Designer, Illustratoren sowie Studierende aus aller Welt in ihrer Kreativität unterstützen.

FEDRIGONI – Papiermachertradition seit 1717, Feinstpapiermanufaktur seit 1888. Heute Italiens größter Feinstpapierhersteller mit eigenen Tochtergesellschaften in Deutschland, Österreich, England, Frankreich, Spanien, Benelux und Asien sowie mit Vertriebspartnern in über 80 Ländern der Welt. – www.fedrigoni.at



PAPERPASSION MIT FEDRIGONI DESIGNPAPIEREN

Veredeln Sie Ihre Designs durch die außergewöhnlichen Strukturen, einzigartigen Haptiken und brillanten Farben der FEDRIGONI Feinstpapiere. Das kreative Papiersortiment umfasst mehr als 20 Kollektionen und über 3.000 Papiervarianten und gibt Ihnen die Möglichkeit, jede Arbeit mit dem dazu passenden Papier zu unterstreichen. So nehmen Emotionen Gestalt an!

Lassen Sie sich von unserer Passion mitreißen und von unseren Feinstpapieren inspirieren. Unsere Kundenberater unterstützen Sie gerne bei der Suche nach IHREM Papier. Vereinbaren Sie dazu einfach einen exklusiven und persönlichen Beratungstermin in einem unserer Showrooms in Wien, München, Düsseldorf, Berlin, Hamburg, Nürnberg oder Prag unter passion@fedrigoni.at.

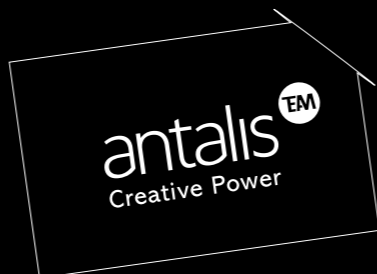
www.fedrigoni.at



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



WHITE OR NOT?



OLIN
ALL YOU NEED IS IN

Olin Smooth, Regular und Rough
das Premium-Naturpapier,
das Ihnen alles bietet.

5 Weißtöne
3 Oberflächen
(Smooth, Regular, Rough)
Flächengewichte von 50-400 gm²
Passende Briefumschläge
Offset- und Preprintqualität
Sehr gute Bedruckbarkeit
Kräftige Farbwiedergabe
FSC-zertifiziert

Olin ist als ideales CI-Papier für Ihre
gesamten Unternehmenspublikationen
geeignet. Überzeugen Sie sich selbst.



www.antalıs.at



UND JETZT
WIRD
GEFEIERT!

NOW LET'S
CELEBRATE!