

READER
JOSEPH BINDER SYMPOSIUM 2016

JÜRGEN SCHREMSENER

VORWORT

Zum vierten Mal fand am 11. November 2016 das Joseph Binder Symposium im designforum Wien statt. Unter dem Titel »Starkes Bild. Was kann Illustration?« thematisierte das JBS Illustrationen als schöpferische Kommunikationsmittel und erörterte ihr perzeptives und assoziatives Potenzial in Interaktion mit Zeitgeist und Publikum. Konzeptionell bestimmend war der Eindruck einer Gesellschaft, in der Wissen, Erinnerung und kulturelle Orientierung von Illustrationen begleitet und geleitet werden, von der visuellen Sozialisation durch Kinderbücher über populäre Bild-Erzählungen bis zur bildgestützten Ausschilderung des öffentlichen Raums. Mit den vergegenständlichenden und personifizierenden Weisen des Denkens sind Bilder und figurative Darstellungen seit Beginn der menschlichen Kulturen aufs engste verwoben: um uns von einer Sache eine Vorstellung zu machen, greifen wir bis heute auf Abbildungen zurück. Andererseits eignet der Illustration als Formgebung ihrerseits ein abstrahierendes Moment, sie wirkt als ein Extrakt aus einer Überfülle phänomenaler Vielfalt.

Das JBS soll IllustratorInnen einen Raum bieten, solche Befunde vor einem interessierten Publikum anhand eigener Werke und Arbeitsprozesse zu reflektieren. Zwei renommierte Keynote Speaker aus den USA, Art Director SooJin Buzelli und Illustrator Chris Buzelli, und zwölf internationale IllustratorInnen und Illustrations-AnwenderInnen untersuchten 2016 die Frage nach der kognitiven und emotionalen Wirkung von illustrativen Darstellungen mit Einblicken in die eigene Arbeit.

Die Werkschau war thematisch und stilistisch von beeindruckender Vielfalt: von der Porträt-Serie als Teil eines community building (CreativeMornings Magazin) bis zum visuell komprimierten Geschichtsunterricht (datillum), von der provokanten Bildsprache aus dem »Laboratory of Social Propaganda« (Jarek Bujny »the emotional design«) bis zu heiteren Wandzeichnungen im Leitsystem eines Spitals für Kinder und Mütter (Ander Pecher für Perndl + Co.), von der spielerischen Neubearbeitung

traditioneller Mythen- und Märchenfiguren (Christoph Esca) bis zur illustrativ entworfenen und skulptural umgesetzten Bildvorlage eines Musik-Covers (Joseph Binder Award-Preisträger Stefan Leitner und Simon Lemmerer).

Illustrationen – das wurde in der Breite der vorgestellten Anwendungen deutlich – sind nicht nur medienübergreifend in jedem kulturellen Setting wirksam, sie verleihen der jeweils angestrebten Kommunikation eine visuelle Verankerung, eine eigene Stimmung und eine gestalterisch reiche Projektionsfläche. Dafür war die ästhetische Verwandlung von vermeintlich trockenen Finanzmagazinen durch SooJin Buzelli ein eindrückliches Beispiel. Der Verzicht auf eine gängige Symbolik (Dollarzeichen) zugunsten einer an Magritte gemahnenden surrealen Bildsprache bringt die spekulativen und irrationalen Momente des vermeintlich trockenen Anlagegeschäfts zur Geltung.

Das 2010 ins Leben gerufene Joseph Binder Symposium (JBS) hat sich mittlerweile als Präsentations- und Diskussionsplattform für Illustration und IllustratorInnen etabliert. Noch nie war der Publikumszuspruch so groß. Dass das JBS eine ausgezeichnete Adresse für kreativen Gedankenaustausch im Zeichen der Illustration geworden ist, findet auch in der erstmals für 2016 illustrativ umgesetzten Buchstabenfolge JBS einen adäquaten Ausdruck. Bilder, Gespräche, Begegnungen und Präsentationen wirken nach; im vorliegenden Reader ist ein Nachhall des JBS 16 in Dokumenten, Statements und Publikationsempfehlungen versammelt.

Jürgen Schremser
Konzept und Moderation JBS 16

STARKES BILD. WAS KANN ILLUSTRATION?

Das Joseph Binder Symposium 2016 (JBS16) beleuchtet Illustrationen als schöpferische Kommunikationsprodukte und Ausdruck »visueller Intelligenz« in Interaktion mit Publikum und Zeitgeist.

Illustrationen binden nicht nur Aufmerksamkeit, sie leiten sie auch. Der Blickfang ist auch ein Augenöffner, der zeigt, was unter wortreichen Erklärungen schwer greifbar ist: eine Essenz als einprägsame Gestalt, eine gezeichnete Pointe, ein suggestives Bild mit Wiedererkennungswert, an das weitere Kommunikation und (wörtliche wie visuelle) Zitierung anknüpfen können: Joseph Binders Meinl-Mohr-Silhouette, Ungerers lüsterne Frösche, die Ente im Matrosenanzug, Uncle Sam und die französische Marianne, der rotwangige Santa Claus und frech karikierte Religionsstifter. Ein Stelldichein von Satire und Propaganda, Kult und Konsum, High und Low. In der alltäglichen Wahrnehmung, im »unconscious scanning« des Publikums und im millionenfachen Scanning des Internet überlagern sich Illustrationen, zirkuliert Weltwissen als Bildwissen.

Das JBS 16 knüpft an die Erfolgsgeschichte effektvoller Illustrationen an und thematisiert die kommunikativen und wissensbezogenen Dimensionen der illustrativen Veranschaulichung. Das Zusammenspiel von Bildfunktion, -gestaltung und -wirkung berührt ein mehrdimensionales Kommunikationsfeld, das vom Briefing des Auftraggebers bis zum (Miss-)Verständnis des Publikums intellektuelle Ansprüche an die kunstfertige Bildschöp-

fung stellt. Was zeichnet Illustrationen als eigenständiges Kommunikationsangebot aus und welche Kompetenzen machen IllustratorInnen zu AutorInnen mit eigenem Vokabular? Wieviel Text muss die Schöpferin einer Illustration schon verarbeitet haben, um ohne Worte verständlich zu sein? Was muss das Publikum schon gesehen haben, um von einer Zeichnung bewegt zu werden?

Illustratorinnen und Illustratoren sind beim JBS16 eingeladen, diese Fragen anhand der eigenen Werke und Arbeitszugänge aufzugreifen, Erfahrungen auszutauschen und Standpunkte zur Diskussion zu stellen.

PROGRAMM

ABLAUF

11:00 Begrüßung & Moderation

Jürgen Schremser

Illustrator, Historiker und
Vorstandsmitglied designaustria

11:15 Keynote

SooJin & Chris Buzelli

»Once upon a Time,
There was an Art Director and an Illustrator«

Creative Director & Illustrator

12:00 Kurzpräsentationen

Marie Pascale-Gafinen

»Durchs Herz zur Hand:
Illustration in der Nachhaltigkeitskommunikation«

Martin Fössleitner

»liID – Illustration in Information Design«

Simon Lemmerer & Stefan Leitner

»Making of This & That – Herangehensweise und
Gestaltung einer analogen, anamorphen Installation«

13:00 Pause

13:45 Kurzpräsentationen

Christoph Esca

»Illustration & Geschichten –
im Fokus Märchen, Mythologie und Sagen«

Jarek Bujny

»The emotional design: how illustration in relationship
with caption can create a strong message«

Judith Kroisleitner & Kathrin Heimesl

»Datillum. Wie Zahlen erzählen«

14:30 Pause

14:45 Kurzpräsentationen

Regula Widmer & Claudia Dzenzel

»Illustration im Raum«

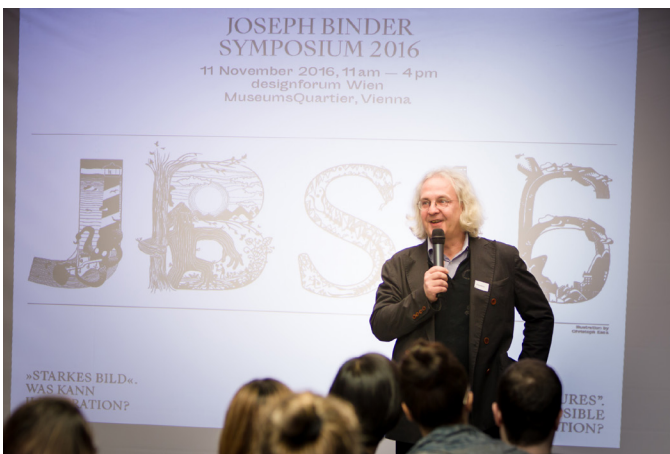
Florine Glück & Marie-Pascale Gafinen

»Portraitillustrationen für das
CreativeMornings Magazin«

Ching Wei Liu

»Illustration & Packaging«

15:30 Diskussion



SOOJIN & CHRIS BUZELLI

ONCE UPON A TIME, THERE WAS AN ART DIRECTOR AND AN ILLUSTRATOR

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 hinzusehen. Als Kreativdirektorin suche ich stets nach neuen, anderen Möglichkeiten, um Probleme zu lösen.
(Soojin Buzelli)

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 Einreicher als auch als Juror. Es ist immer erfrischend, viele unterschiedlicher Kulturen und neue Perspektiven in der Bandbreite der Arbeiten vertreten zu sehen. Als Illustrator weiß ich, wie schwer es ist, ein überzeugendes Bild zu kreieren, das von sich aus mit dem Betrachter/der Betrachterin kommuniziert.
(Chris Buzelli)



MARIE-PASCALE GAFINEN

DURCHS HERZ ZUR HAND

Illustrationen in der Nachhaltigkeitskommunikation

»Ich heiße Marie-Pascale Gafinen, bin Illustratorin mit Schwerpunkt auf Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen und gestalte hauptsächlich illustrierte Infografiken. Ich habe sowohl Grafikdesign als auch Umwelt- und Bioressourcenmanagement an der BOKU studiert. Wenn ich das sage, dann steht den Leuten meistens erst einmal ein großes Fragezeichen im Gesicht: »Umwelt und Illustration – wie geht das denn zusammen?« Macht diese Kombination irgendeinen Sinn?

In der Nachhaltigkeits-Kommunikation steht man für gewöhnlich vor folgendem Problem: der Knowledge-Action-Gap. Information darüber, wie nachhaltiges Verhalten aussieht, ist im Überfluss vorhanden aber kaum jemand setzt es um. Und das bringt uns zur Frage »Was kann Illustration?«

Im Detail hat der Weg von der Information zum Handeln 5 Schritte.

Der erste Schritt heißt: »Davon erfahren«

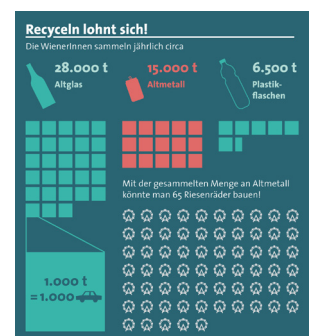
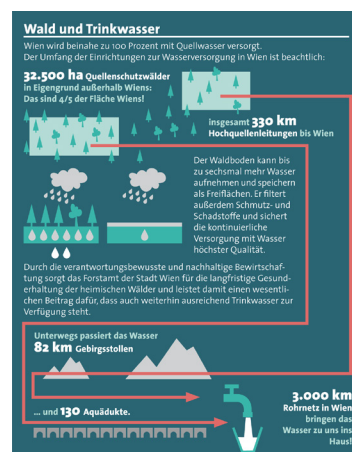
Wie erfahre ich z.B. warum ich meine PET-Flasche recyceln soll? Diese Information ist zwar vorhanden, doch in der täglichen Informationsflut konkurriert sie mit unzhlichen anderen. Was kann Illustration? Illustration kann helfen, Aufmerksamkeit zu wecken. Sie kann dazu beitragen Informationen schnell zu übermitteln und das ist entscheidend aufgrund der sehr kurzen Aufmerksamkeitsspanne.

Wenn die Information den Adressaten erreicht hat, muss sie von ihm verarbeitet werden, damit sie zu Wissen wird. Dafür ist es notwendig, dass die Information verstanden wird. Was kann Illustration? Natürlich braucht man nicht unbedingt Illustrationen, um etwas zu erklären. Aber Illustration kann dazu beitragen, dass auch komplexe Zusammenhänge leicht verständlich werden. Bilder werden in unserem Gehirn schneller verarbeitet als Worte, sie erleichtern also den Übergang zum Wissen.

Wenn ich nun etwas über Nachhaltigkeitsthemen weiß – zum Beispiel, dass Plastikflaschen aus Erdöl gemacht werden, einem knappen Rohstoff bei dessen Verbrennung CO2 freigesetzt wird, was wiederum zum Klimawandel beiträgt – wie kann ich dieses Wissen dann in meinen Alltag sinnvoll einbauen? Nun, zunächst einmal muss ich einen Zusammenhang herstellen zwischen der Information und meinem Alltag. Das heißt, ich muss



in meiner Umwelt Anknüpfungspunkte zu diesem Wissen erkennen. Was kann Illustration? Illustration kann bei der Vermittlung von Informationen ganz konkrete Beispiele abbilden, zum Beispiel eine PET-Flasche. Vielleicht denken sie sich jetzt: »Ja, das kann ein Foto aber auch!« Stimmt! Nur hat eine Illustration den Vorteil, dass sie das Bild auf da Notwendigste reduzieren kann. Sehe ich nun die PET-Flasche in meiner Kche, erinnere ich mich an die Infografik über Recycling, die ich kürzlich gesehen habe. Und dann erinnere ich mich hoffentlich auch an die Gründe, WARUM ich das Ding recyceln soll. Was kann Illustration? Sie hilft beim Erinnern. Eine Studie hat belegt, dass Informationen aus illustrativen Infografiken besser erinnert werden als solche aus ganz schlichten Grafiken.

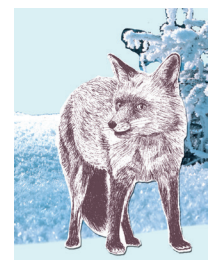




So, jetzt stehe ich da, ich habe mich erinnert, warum ich die Flasche recyceln soll. Aber tue ich es auch? Und hier wird es jetzt sehr interessant: Denn neuere Studien zeigen, dass es ein Schlüsselement zwischen Wissen und Handeln gibt, dem bisher nicht genügend Aufmerksamkeit geschenkt wurde: Die Emotion! Ich muss mich selbst betroffen fühlen. Ich muss das Thema verknüpfen mit etwas, dass mir wichtig ist oder emphatisch mitfühlen mit anderen, die betroffen sind. Und jetzt raten Sie mal, womit man diese Emotion am besten erreicht? Eben – Illustration! Beim Thema Klimawandel könnte man zum Beispiel Kinder abbilden und somit auf die Gerechtigkeit zwischen den Generationen anspielen. Gerade bei einer Zielgruppe, die schon eigene Kinder oder Enkelkinder hat, wird das Emotionen auslösen. So sprechen wir den Adressaten nicht nur intellektuell sondern ganzheitlich an. Das muss nicht dramatisierend sein! Hilfreicher als Horrorszenerarien ist es sogar, positive Auswirkungen des »richtigen« Handelns zu zeigen. Wenn der Adressat sich betroffen fühlt, wird das Thema relevant. Und dann kann der letzte Schritt erfolgen:

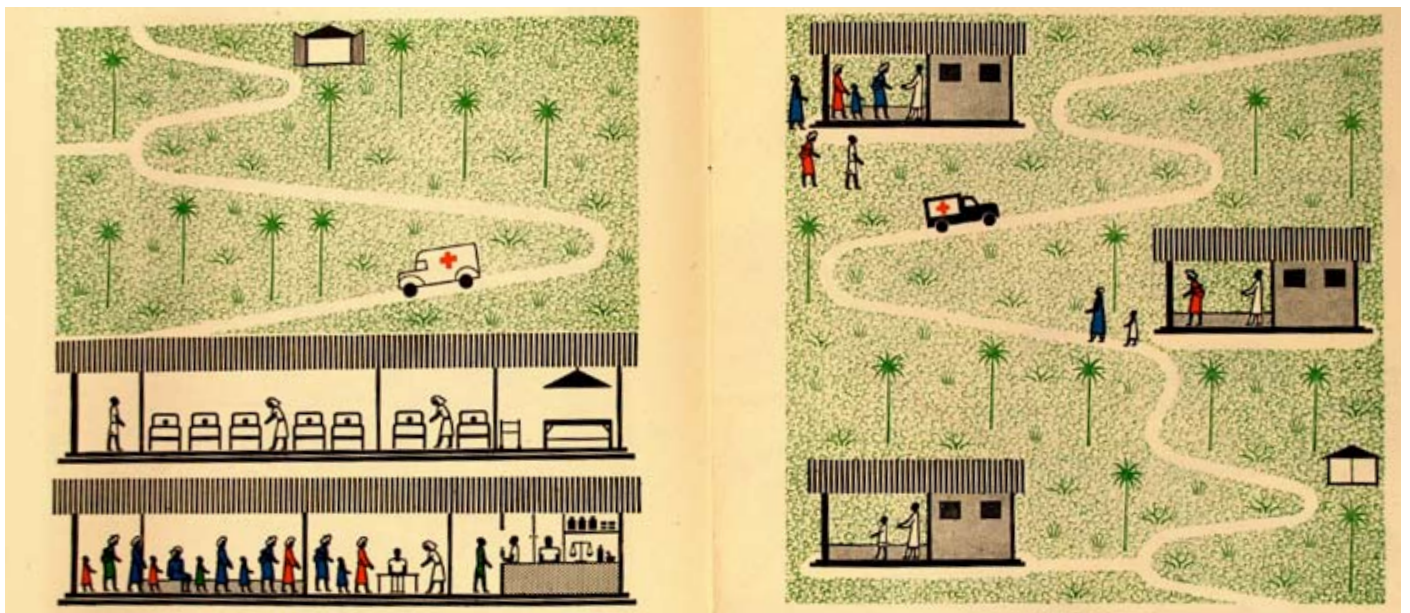
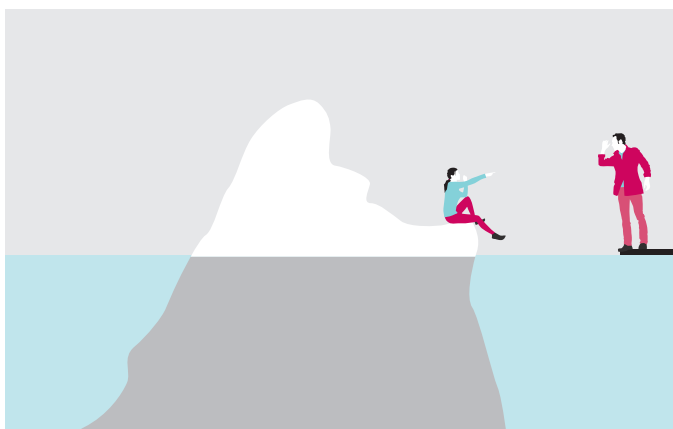
Handeln. Noch ein letztes Mal: Was kann Illustration? Anleiten zum Beispiel. Konkrete Handlungsoptionen zeigen. Oder motivieren. Gerade die Abbildung einer positiven Vision, die sich dann im Kopf festsetzt, kann sehr motivierend sein.

Meine beiden Felder Illustration und Nachhaltigkeit haben also mehr miteinander zu tun als es zunächst scheint. In der Praxis arbeite ich mit Changemakern aus verschiedenen Bereichen zusammen, die einen positiven Wandel der Gesellschaft vorantreiben. Ich helfe ihnen, ihre Botschaft zu vermitteln indem ich sie in Visualisierungen umsetze. Klassische Projekte waren zum Beispiel eine Broschüre über die Umweltleistungen der Stadt Wien, der Jahreskalender der Österreichische Bundesforste 2016 oder ein Graphic Recording beim Bio-Wissensmarkt #2 des FiBL Österreich.



MARTIN FÖSSLEITNER

IIID – ILLUSTRATION IN INFORMATION DESIGN



SIMON LEMMERER & STEFAN LEITNER

MAKING OF »THIS & THAT«

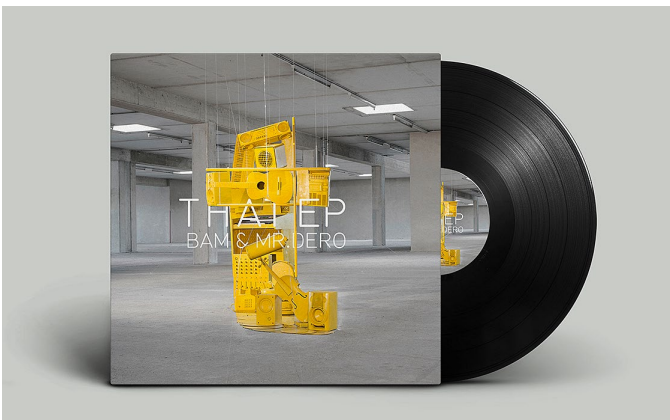
Herangehensweise und Gestaltung einer analogen, anamorphen Installation

BAM und Mr. Dero brauchten ein innovatives visuelles Konzept für ihre kommende Doppel EP/LP. Die Titel der beiden EPs sind »THIS« und »THAT«; das Album besteht dann aus beiden EPs mit dem Namen »THIS&THAT«.

Die ursprüngliche Idee war eine anamorphe Installation der Wörter mithilfe von Farben und geplotteten Buchstaben. Wir haben schnell erkannt, dass es viel zu aufwendig wäre, ein ganzes Wort zu installieren, deshalb einigten wir uns auf die jeweiligen Anfangsbuchstaben der beiden Wörter und das kaufmännische »Und«. Des Weiteren wurde das Konzept adaptiert – es wurden alte Instrumente und musikkaffine Gegenstände aus

dem Müll und Schrott besorgt bzw. nicht mehr reparierbare Instrumente von Bastlern und Musikhändlern abgeholt. Mit diesen angemalten Gegenständen haben wir in weiterer Folge die einzelnen Glyphen konstruiert und die jeweiligen Gegenstände im Raum platziert. Für jedes einzelne Fotoset, sprich Cover, wurde eine Farbe gewählt. Die meisten Gegenstände wurden mit Nylonschnüren an die Decke gehängt und abgespannt. Die Zeichen selbst wurden auf Transparentpapier gedruckt und vor die Kamera gehängt. Wir konnten live am Kamera-Bildschirm die einzelnen Gegenstände positionieren und dann im Raum fixieren.

So konnten wir in einigen Arbeitsstunden eine sehr aufwendige und gelungene Installation gestalten, mit deren Ergebnis wir alle sehr zufrieden sind.



CHRISTOPH ESCA

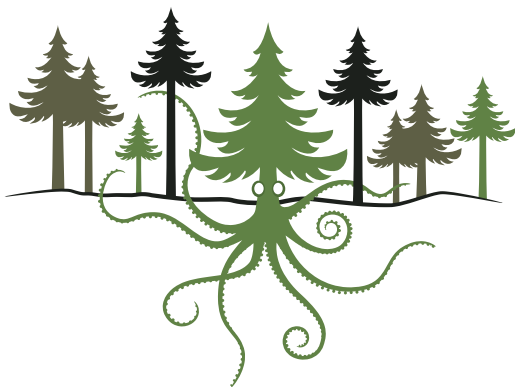
ILLUSTRATION & GESCHICHTEN

Illustration von Märchen, Mythen und Sagen.

Schafft das Wort das Wesen oder verhält es sich umgekehrt? Wird in weiterer Folge die Erzählung erst durch eine bildliche Darstellung tiefer in uns verankert? Geschichten mit märchenhaftem Charakter werden weltweit auf ähnliche Art und Weise erzählt. Die einleitende Phrase »Es war einmal ...« gibt es so sinngemäß in vielen anderen Sprachen (Once upon a Time, Il était une fois, C'era una volta, ...). Da diese drei Wörter so stark mit diesen Erzählungen verknüpft sind, lösen sie beim Hören und Lesen sofort Assoziationen aus. Diese Bilder, die im Kopf entstehen, sind gespeist durch Kindheitserinnerungen, Bücher, Film und Fernsehen. Somit kann das bloße Betrachten dieser Worte Bilder entstehen lassen, aber es verhält sich natürlich auch umgekehrt – das richtige Bild aktiviert die bereits gelernte Geschichte.

Die meisten Märchen und Sagen reichen oft Jahrhunderte zurück. Somit hat sich auch im Laufe der Zeit die Art der Überlieferung gewandelt und der Wechsel von einem Medium ins andere hat die Figuren in den Geschichten wiederum beeinflusst. Geschichten wurden zunächst erzählt wodurch sich ein jeder seine eigene Bilderwelt im Geiste erschaffen hat. Später wurden Erzählungen niedergeschrieben und – da viele Menschen nicht lesen konnten – zusätzlich mit Bildern unterstützt.

Im Laufe der Zeit haben manche Charaktere und Archetypen durch die Übertragung von einem Medium in ein anderes, einen Wandel erfahren – wodurch auch die Wesenszüge beeinflusst und teilweise komplett neue Figuren erschaffen wurden. Ein Beispiel hierfür ist die Gottheit Baal, die als Statue dargestellt und auch in diversen Religionen schriftlich erfasst wurde. Im Zuge der Christianisierung wurde aus dem Gott, der Dämon



Baal, wovon sich das Wort Belzebul ableiten lässt. Dieser Dämon hat sich wiederum zu den diversen Teufeln in die Hierarchie der Hölle eingereiht. Die bekannten Charakteristika des Teufels (Hörner, Bocksfuss, Fell, Schweif, ...) haben hierzulande wiederum das Aussehen der Perchten und des Krampus beeinflusst.

Somit ist es auch wichtig, sich bei der Illustration von bekannten Märchenfiguren mit der Geschichte ihrer Darstellungsweise auseinander zu setzen. Die bildliche Umsetzung wurde im Laufe der Zeit oft verändert. Durch eine veraltete Formgebung kann das Gezeigte eventuell nicht mehr richtig gedeutet werden. Ein Beispiel hierfür ist die Art wie Drachen im alten Babylon abgebildet wurden und wie diese Fabeltiere heutzutage bevorzugt dargestellt werden.

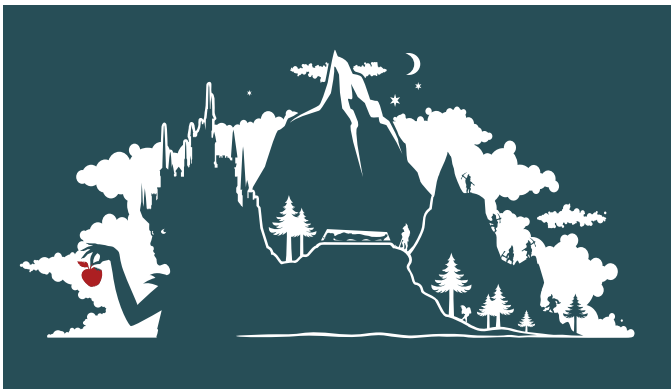
Was sind die Vorteile von Bild und Text? Wie beeinflusst uns Text und wie das Bild, wie wirken beide miteinander und aufeinander ein? Das Bild ist konkret – das Wort ist abstrakt. Ein Bild wirkt meist emotionaler und effektiver als ein Wort. Bilder erleichtern gewöhnlich das Verständnis der Gesamtbotschaft des Textes und sorgen dafür, dass er glaubhafter erscheint. Bei Märchen haben sie eine unterstützende Aufgabe.

Der Text dagegen begrenzt das Bild und steuert somit die Bildbetrachtung. Text und Bild stützen sich dabei gegenseitig, machen die Handlung verständlicher und erleichtern die Interpretation. Das Bild fängt somit die Essenz der Erzählung ein. Es prägt und vertieft den Text, beeinflusst aber auch, wie man sich in Zukunft die Protagonisten der Darstellung vorstellt. Die Art der Illustration



tion prägt aber auch die Erwartungshaltung an die Geschichte selbst (humorvoll, unheimlich, etc.). Sie kann ohne Hintergrundwissen über den Inhalt den Leser in die Irre führen oder überraschen. Als Beispiel hierfür zwei unterschiedliche Illustrationen zum Märchen »Blaubart«. Um die Illustrationen zu Märchen für den Betrachter möglichst eindeutig zu gestalten, sollte man sich vorher folgende Fragen stellen:

- Wie genau und detailreich muss der Text den Charakter beschreiben um ein konkretes Bild zu ermöglichen?
- Entstehen durch mehr Geschichten über einen bestimmten Charakter auch unterschiedliche Bilder im Bezug auf das Wesen dieser Figur?
- Was muss der Betrachter bereits wissen um das Gesehene zu verstehen und in den richtigen Zusammenhang setzen zu können?



Dazu ein paar Beispiele von bekannten Charakteren die in fünf Kategorien gegliedert sind:

- allseits bekannte und detailreich beschriebene Charaktere
- ähnliche, leicht verwechselbare Charaktere
- wenig bzw. nur oberflächlich beschriebene Charaktere
- wenig bekannte, vergessene Charaktere
- neue erschaffene Charaktere

Damit die Illustration für den Betrachter leichter verständlich ist, muss man die Charaktere oft mit den richtigen Attributen versehen. Im Märchen sind diese Attribute meist Gegenstände oder Farben. Fehlen die Attribute bzw. wird das Bild in eine ungewohnte Farbwelt gesetzt, wird das Gezeigte womöglich gar nicht als das erkannt, was es darstellen soll. Das Bild zu einem Märchen, ohne den dazugehörigen Text, kann die Geschichte beim Betrachter im Geiste wieder zum Leben erwecken. Ein

Grundwissen über die Handlung muss allerdings vorhanden sein, da der Betrachter das Bild sonst nicht in den gewünschten Kontext setzen kann. Märchen- & Fabelwesen standen auch im Zentrum bei der illustratorischen Umsetzung des Logos für das diesjährige Symposium JBS16. Es gibt zwar bei den Buchstaben und Zahlen keinen inhaltlichen Zusammenhang zu den gezeigten Bildern, allerdings wirken Märchenfiguren & Monster auf die meisten Menschen anziehend und laden zum Betrachten ein. Durch die erhöhte Aufmerksamkeit soll sich das Logo noch mehr im Gedächtnis der Betrachter verankern.

Bildbeispiel JBS16

Das Grundthema der einzelnen Illustrationen ist die beseelte Umwelt, die sich, verkörpert durch die diversen Fantasiewesen, gegen den Menschen wendet.

Das J zeigt einen Oktopus, der einem Fischerboot seinen Fang streitig macht. Dabei eingeflossen sind die Geschichten über Riesenkalmarer und andere Seeungeheuer. Man kann die Illustration auch als Kritik an der Überfischung interpretieren.

Das B führt den Betrachter in den lebendig gewordenen Wald. Beeinflusst durch Geschichten von Waldgeistern wie Rübezahl, den griechischen Dryaden und den Ents aus dem Tolkienuniversum, stellt sich das Baumwesen gegen die Abholzung durch den Menschen.

Beim S wird auf die Sagen vom Lindwurm und anderen Drachenmythen Bezug genommen. Anders als erwartet, nimmt statt eines schlangenartigen Fabelwesens der Tausendfüßler den Platz des Wächters ein und vertreibt den Bergarbeiter aus den Stollen.

Hintergrund zur Gestaltung der Zahl 1, ist der moderne Glaube an Aliens. Gleichsam wie Feen und Elfen in den alten Geschichten, sind Außerirdische nicht eindeutig gut oder böse. Sie entführen den Menschen in ihre Welt wobei die Entführten bei ihrer Rückkehr meist verändert sind.

Die Nummer 6 zeigt einen Drachen, der im Begriff ist eine Stadt anzugreifen. Das Monster wird dabei eingesetzt wie im Godzillamythos und zeigt dabei den Einfluss der mehrköpfigen Drachendarstellungen des Mittelalters und der Hydra aus der griechischen Antike.

JAREK BUJNY

THE EMOTIONAL DESIGN

How illustration in relationship with caption can create a strong message

The Laboratory of Social Propaganda (LoSP) is a studio devoted to designing posters and communication addressing the hot topics of the present age. In and around the Laboratory, designers create works on socially relevant themes, many of which are touching and deal with delicate problems. Work designed in the studio is characterized by great freedom of expression and visual accuracy and in certain cases may even depict shocking messages. All of these works radiate a great deal of emotional power so as to increase the sensitivity of viewers in the streets. Competing with an overabundance of visual stimuli, they seek to attract attention. Pictures, illustrations, typography, and diverse graphic solutions play together. The totality of these elements and the way in which they relate to one another eventually contribute to the powerfully emotional message of the picture as a whole.

Image and words as a coherent message

Illustration is the main communicator. It conveys the major part of the information, yet captions provide the context and underscore the emotions aroused by a picture; at times the words may even contradict the meaning of an image, but they always ensure a coherent whole. We appreciate hand-painted text applied with a brush or pencil, drawn easily and expressing emotion. What is most important, however, is that the typography should match the style of the illustration. We also like to exper-



iment with various media to produce text, from hand-painted letters to characters created with the aid of computer tools. Existing computer fonts may be distorted to produce the desired effect. We believe that a crucial aspect of the work is to arouse the viewers' emotions. Our posters are put to the test in reality – in the streets of our native city, in exhibitions, and other places, such as in a street exhibition that presented posters about freedom and peace in Ukraine, a country shaken by civil war. In our workshops we deal with such cross-cultural issues as solidarity with Ukraine, the liberation of Tibet, etc. Students are asked to prepare posters, and they often resort to illustration as an effective means of expression.

LoSP is one of the laboratories of the Graphic Design Department at the Academy of Fine Arts in Gdansk, headed by Prof Jacek Staniszewski (assistants: Edyta Majewska and Jarek Bujny).

My presentation is about the relationship between illustration and text that delivers the most powerful visual effect in a variety of situations, such as:

1. Picture and caption: The picture is the crucial element of the poster and typography functions as a mere caption. Most of the communication is contained in the image. Typography provides a context and a link to the image in the poster; it contrasts the image or enriches its meaning.
2. Typography as a complement of the picture: Typography plays a role as part of the illustration.
3. Typography as an element of the picture: The caption functions as one of the graphic elements.
4. Typo-illustration: Functioning as a caption/slogan, typography dominates and becomes a homogeneous visual mark.



JUDITH KROISLEITNER & KATHRIN HEIMEL

DATILLUM. WIE ZAHLEN ERZÄHLEN

Im Zuge unserer Diplomarbeit an der Universität für Angewandte Kunst, sind wir der Frage nachgegangen: »Kann Illustration dazu beitragen, dass man sich Zahlen besser merkt?« Unsere Idee war die Entwicklung einer Gestaltungsmethode, die Jahreszahlen in Bilder integriert. Jahreszahl + Bild = Datillum. Ausgangspunkt bildet dabei immer eine Jahreszahl und das Ereignis dazu. Die Zahl wird in das Bild integriert – und fertig ist das Datillum.

Zu Beginn haben wir uns viele Gedanken darüber gemacht, was es braucht, damit ein Datillum funktioniert und uns selbst Kriterien festgelegt.

Das erste und grundlegendste Kriterium thematisiert die Typografie. Hier wurde ein Zahlenfont entwickelt, der mit Alternates ausgestattet ist. Diese bieten uns als Gestalterinnen viele Möglichkeiten, trotzdem folgen die Ziffern einem einheitlichen Schriftbild.

Ein inhaltliches Kriterium ist, dass immer nur ein Ereignis in einem Datillum dargestellt wird und nicht mehrere – dafür darf es aber durchaus mehrere Datillums für eine Jahreszahl geben.

Ein optisches Kriterium ist die Einheit von Zahl und Bild. Wir denken, dass beide Elemente gleichwertig wahrgenommen werden sollen, damit man sich die Zahl als Bestandteil des Bildes merkt. Es war ein langer Prozess, um herauszufinden, wie viel Illustration braucht es und andererseits wie komplex darf diese sein, damit die Zahl nicht darin untergeht. Bei früheren Entwürfen haben wir die Illustration so stark abstrahiert, dass man das

Motiv als solches nur mehr mit einem gewissen Maß an Vorstellungskraft erkennen konnte. Erst später kam die Feststellung, dass die Illustration durchaus detailreich sein darf und dennoch eine gute Symbiose mit der Zahl eingeht.

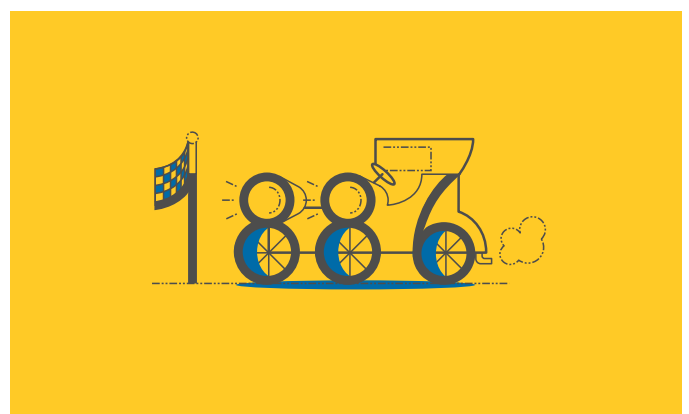
Ein weiteres Kriterium ist die Zahl als formgebendes Element. Das bedeutet, dass sich Zahl in das Bild integrieren soll und sich Strichführungen mit ihm teilen.

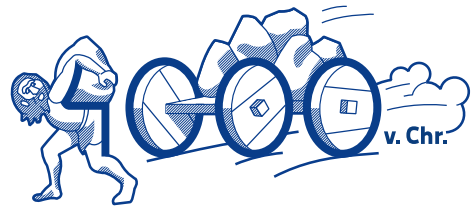
Das nächste Kriterium ist manchmal stärker und manchmal schwächer ausgeprägt. Wir mögen es aber sehr, wenn ein Datillum eine ganze kleine Geschichte erzählt. Außerdem kann nicht nur ein einzelnes Datillum eine Geschichte erzählen – in animierter Form können die illustrierten Daten eine ganze Zeitspanne abdecken.

Das nächste Kriterium ist der Vorzug des Klischeebilds gegenüber tatsächlichen, möglicherweise komplizierten Darstellungen. Klischee-Bilder und Symbole manifestieren sich meist besser im Gedächtnis.

Das letzte Kriterium ist eine spannende Komposition, die manchmal schlechter und manchmal besser gelingt. Eine Möglichkeit ist dabei der Einsatz von starken Perspektiven, um von einer 2-dimensionalen Darstellung wegzugehen und Tiefe zu erzeugen.

Nachdem wir alle diese Kriterien aufgestellt und erste Datillums gestaltet haben, war es uns ein Anliegen, zu überprüfen – zumindest im Rahmen unserer Möglichkeiten – ob all unsere Be-



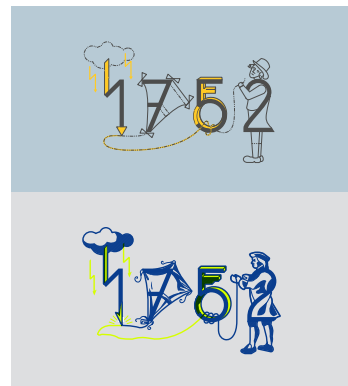


Erfindung des Rades

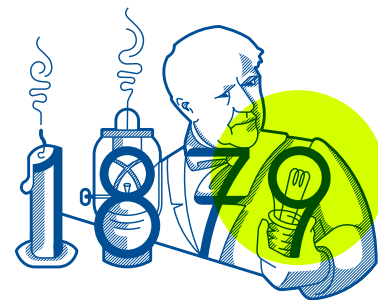
mühungen überhaupt zielführend sind. Wir haben einen Text gemacht mit zwei Schulklassen an zwei Tagen und sind der Frage nachgegangen: Merkt man sich Datillums besser als bloße Jahreszahlen. Dabei wurden jeweils sechs Datillums und sechs Jahreszahlen im Rahmen eines kurzen Vortrages gezeigt und die Daten anschließend mit Fragebögen abgefragt. Am nächsten Tag wurden die gleichen Fragebögen noch einmal ausgeteilt. Das Ergebnis: Am 2. Tag wurden doppelt so viele Datillums erinnert wie Jahreszahlen.

Wir sind sehr stolz darauf, dass das Datillum, zumindest teilweise, im Schulunterricht Einzug gefunden hat. In einer Grundschule in Erlangen zum Beispiel wurden die Datillums in Form einer Timeline an der Wand in das Klassenzimmer integriert. Die Schulkinder haben sowohl Referate zu unseren Datillums und den behandelten Themen abgehalten, als auch eigene Datillums entworfen.

Angedacht ist eine Reihe kleiner Geschichtsbücher zu verschiedenen Themen. In Kooperation mit dem WIEN MUSEUM und dem Metroverlag ist das Buch über die Geschichte Wiens bereits erschienen. Im Zuge dieser Zusammenarbeit gab es auch einen Workshop, wo wir mit den Teilnehmenden gemeinsam Datillums entwickelt haben. Solche Aktivitäten sind reich an Erkenntnissen, machen Spaß und lassen immer wieder neue Ideen entstehen.



Franklins Entdeckung der Elektrizität



Erste praxistaugliche elektrische Eisenbahn

Edison erfindet die Glühlampe



Der „Anschluss“ Österreichs

REGULA WIDMER & CLAUDIA DZENDEL

ILLUSTRATION IM RAUM

Der Anfang

Illustrationen sind im Grunde die ersten Begegnungen mit der großen Welt (Kinderbücher). Kinder zeichnen bevor sie schreiben können.

Illustrationen ...

... kennt man hauptsächlich im Zusammenhang mit zweidimensionalen Medien: Plakat, Anzeige, Print, Trickfilm. Natürlich auch in digitalen Medien. Aber auch da ist der Bildschirm zweidimensional und ein Raum höchstens virtuell.

Raum ...

... ist immer verbunden mit Erlebnis. Man fühlt sich verloren oder geborgen, er ist das Fremde oder das Eigene, öffentlich oder privat, angenehm oder unangenehm. Raum ist immer auch Bewegung im Raum, Verhältnis zum Raum.

Jenseits der Sprache

Wo die Sprache nicht mehr wirkt, da wirkt noch immer das Bild. Illustrationen in der Stadt. Sie erzählen Geschichten, schaffen Atmosphäre und bleiben in Erinnerung. Sind legal aber auch illegal.

Der Weg der Illustration in das Leitsystem

Barrierefreiheit ist heute eine zentrale Anforderung an Leitsysteme. Also muss man sich an jenen orientieren, die sich am schwersten mit der Orientierung tun. In diesem Fall Kinder und jene, die der Sprache nicht mächtig sind. Zuordnung der Fachrichtungen: z.B. Endoskopie übersetzt als Fernglas und Fotoapparat.



Piktogramme und Farben

Zunächst wurden die Anforderungen mit den klassischen Mitteln aufgegriffen. Farben, Übersetzungen in Piktogramme, Typografie.

Architektur

Die Architektur schafft den Rahmen innerhalb dessen das Leitsystem funktionieren muss. Es ist integraler Bestandteil der Architektur und muss die Balance schaffen, zwischen auffällig genug, ohne penetrant zu sein (mitläufig/gegenläufig).

Entscheidend ist natürlich auch die Platzierung im Raum

- Blickachsen,
- Augenhöhe, Kinder, Erwachsene
- Bezugspunkte
- Größe

Art und Stil

Von schneller Hand gezeichnet, mit einem liebevollen Humor Atmosphäre schaffen.

- Kein dezidiert -künstlerischer Zugang
- kein dezidiert kindlicher Zugang

Illustrationen erzählen Geschichten und Geschichten kann man sich leicht merken.

Illustrationen ...

... kommunizieren in allen Sprachen und über alle Kultur- und Altersgrenzen hinweg. Auch das ist barrierefrei.

FLORINE GLÜCK & MARIE-PASCALE GAFINEN

PORTRAITILLUSTRATIONEN FÜR DAS CREATIVEMORNINGS MAGAZIN

CreativeMornings ist eine Frühstücks-Vortragsreihe, die seit 2014 in Wien und in über 150 anderen Städten weltweit stattfindet. Die Events finden einmal im Monat an einem Freitagmorgen statt und bieten gratis Frühstück für alle sowie einen inspirierenden Vortrag. Das Magazin liegt bei jedem Event für alle Besucher kostenlos auf, eine Besonderheit, die es bisher nur in Wien gibt!

Das Magazin ergänzt die monatlichen Vorträge mit zusätzlichen Aspekten der CreativeMornings Idee: Vernetzung und Inspiration. Jede Ausgabe stellt Menschen der Wiener kreativen Community vor. In einem kurzen Essay erzählen sie über sich selbst und ihre Arbeit.

Das Magazin hat einen Illustrationsschwerpunkt und lädt jeden Monat eine GastillustratorIn ein. Unsere Motivation war, die vielen IllustratorInnen, die in Wien arbeiten, sichtbar zu machen. Wir konnten so auch den IllustratorInnen eine Plattform geben, die noch nicht so etabliert sind. Die Illustration orientiert sich jeweils am Monatsthema. Illustration ist hier also ein visuelles Statement und zeigt einen subjektiven Blick. Die Monatsillustration ist doppelseitig im Magazin abgebildet und fungiert außerdem als Cover-Motiv. Das CreativeMornings Magazin bietet den IllustratorInnen eine Plattform zum Experimentieren.

Alle im Heft vorgestellten Personen wurden jeweils mit einer Portraitillustration abgebildet. Das ist die zweite Schiene, wie Illustration im Magazin eingesetzt wird. Diese handgezeichneten Illustrationen wurden jeweils von einer Illustratorin aus dem Team umgesetzt. Ein großer Vorteil davon ist, dass wir uns nicht

mit lauter unterschiedlichen Fotostilen rumschlagen mussten. Illustration dient hier also zur Vereinheitlichung. Die Portraits bilden den visuellen roten Faden durch das Heft und wurden auch zum Erkennungsmerkmal.

Auch bei den Illustrationen haben wir Neues ausprobiert und den Stil jeweils an das Monatsthema angelehnt. Zum Thema »Failure« wurde zum Beispiel alles mit der linken Hand gezeichnet. Für »Simple« sind die Portraits ganz minimalistisch gezeichnet. Beim Thema »Heritage« hatten wir eine Sprecherin aus dem Naturhistorischen Museum – daher wurde eine Punkttechnik verwendet, die in der Wissenschaftsillustration zur Abbildung von Exponaten verwendet wird. Und zum Thema »Klima« hatten alle Portraitierten winterliche Accessoires an.

Bei den Events haben diese Features beim Vernetzen geholfen, weil man eben nicht nur den Namen und den Beruf von jemand gehört hat, sondern auch weiß, wie er oder sie aussieht.

Bis heute hat das Magazin über 60 unterschiedliche Kreative, Studios, DesignerInnen und KünstlerInnen aus Wien vorgestellt. Das entspricht über 60 Porträts in mehr als 20 verschiedenen Stilen.

Dieses Jahr wurde das Magazin einem Redesign unterzogen und erscheint nun in Form eines gefalteten Posters: ein Sammelobjekt für die interessierte Kreativszene!

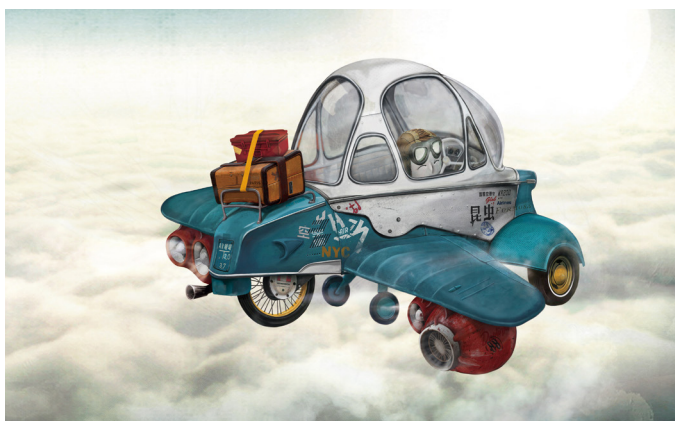


CHING WEI LIU

ILLUSTRATION & PACKAGING

»the little bag« Bildgeschichte

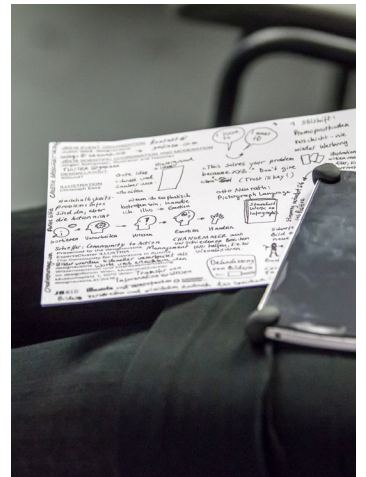
Diese Illustrationen erzählen von der Reise einer Tasche, die allein unterwegs ist. Mit der Zeit macht sich ein Gefühl der Unvollkommenheit in ihr breit, sodass sie sich in ihrer Verzweiflung mit anderen herrenlosen Taschen zusammentut. Ziel der Geschichte ist es zu zeigen, dass jeder Mensch für sich 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.



»Wild Mullet Catch« Fischrogen-Verpackung

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 aufgeschlitzt hat, um an den Rogen zu gelangen.





3 FRAGEN

WO LIEGT DIE SPEZIELLE QUALITÄT/ DIE STÄRKE DER ILLUSTRATION (IM VERGLEICH ZU ANDEREN GESTALTUNGSDISZIPLINEN)?

Illustrationen sind selbsterklärend und sie sind emotional. Neben abstrakten- werden Informationen und Inhalte auch auf der emotionalen Ebene unterstützt. (Storytelling)

(Regula Widmer)

Sie kann darstellen, was für das Auge unsichtbar ist und dabei alles Irrelevante weglassen.

(Marie-Pascale Gafinen)

The author of an illustration is able to create an emotional and informative image while having full control over its expression. Illustration is required when images are needed that are not as dazzling as and less direct than photographs – images operating as a metaphor and communicating information that impacts on the subconscious mind. In a way, illustration creates the world, and it reflects the richness of an artist's imagination.

(Jarek Bujny)

Neben dem Vorteil, dass Illustration ohne Worte dekodierbar ist, ist es wissenschaftlich erwiesen, dass Bilder länger im Gedächtnis bleiben als abstrakte Begriffe und Zahlen. Dies bildete auch die Grundlage des Gestaltungsprinzips »Datillum«.

(Judith Kroisleitner, Kathrin Heimel)

Illustrationen können Bildelemente freier kombinieren als zB. in der Fotografie – so können andere Botschaften übermittelt werden. In unserer von Fotografie dominierten (Print-) Umwelt sind Illustrationen erfrischend auffallend!

(Florine Glück)

Die Illustration ist das Gestaltungselement, das Atmosphäre gibt und zukünftige Perspektiven abbilden kann. Und steht natürlich für Tonalität und Persönlichkeit/Identität/Stil einer Sache oder eines Projektes.

(Martin Fössleitner)

In ihrer inhaltlichen und formalen Offenheit bei hoher Präzision in der Ausführung. Die Illustration hat als Kind des »disegno«, der zeichnerischen Ideen-Skizze, etwas Luftiges; ein Schmetterling, der sich auf unterschiedlichen Blüten niederlässt. Gleichzeitig lassen sich die Linien, die Farb- und Grautöne in alle möglichen Verdeutlichungsgrade, in Formen der Überzeichnung oder Reduktion führen, um den jeweiligen Gegenstand figurativ einzufangen: So kann eine Karikatur ebenso treffend abbilden wie eine technisch normierte wissenschaftliche Zeichnung.

(Jürgen Schremser)

3 FRAGEN

IN WELCHEN BEREICHEN KÖNNTE/ SOLLTE ILLUSTRATION VERMEHRT EINGESETZT WERDEN?

Illustration should be used whenever content or information is difficult to communicate, for example for posters and other materials in political and social communication and particularly for educational materials aimed at children.

(Jarek Bujny)

Zur Wissensvermittlung und Darstellung komplexer Sachverhalte in der Schule/Bildungsbereich.

(Judith Kroisleitner, Kathrin Heimel)

Werbung, Magazine, Bücher, Cover, Kommunikation, Animation, Wallpaper usw.

(Florine Glück)

Nachhaltigkeitskommunikation!

(Marie-Pascale Gafinen)

In der Wissenschaft und Forschung, als ein Instrument des Informationsdesign.

(Martin Fössleitner)

Zum Beispiel dort wo es darum geht Sprachbarrieren zu überwinden.

(Regula Widmer)

Schwer zu sagen. Ich habe gerade nach dem JBS 16 den Eindruck, dass Illustration in den meisten Bereichen menschlicher Beziehungen präsent ist und zunehmend auch als Bildelement in den Medien. Eventuell könnte sie in der Jurisprudenz und Sozialreportage zum Einsatz kommen, z.B. Storyboards zur Verdeutlichung von Situationen, Milieus und Handlungsabfolgen.

(Jürgen Schremser)

3 FRAGEN

WELCHE STARKE ILLUSTRATION AUS EURER KINDHEIT/EUREM AUFWACHSEN IST EUCH IM GEDÄCHTNIS GEBLIEBEN?

Schön illustrierte Kinderbücher überdauern Generationen. Bücher, die mich als Kind beeindruckt haben, schaue ich jetzt mit meinen Kindern an. Phantasievolle Geschichten mit einprägsamen Bildern bestehen gegen die platten, schnellen Bilder von heute.

(Florine Glück)

Der Zauberlehrling von Tomi Ungerer
(Marie-Pascale Gafinen)

The illustrations of Hans Christian Andersen's fairy tales by Janusz Stanny from 1985 (pstrobazar.blogspot.com/2011/02/i-wreszcie-stanny-trzy-tomy-andersena.html) and the illustrations for the book »In Desert and Wilderness« (»W pustyni i w puszczy«) by Szymon Kobylnski.
(Jarek Bujny)

Die böse Fee aus Disney's »Sleeping Beauty«.
(Jürgen Schremser)

Die altbekannten illustrierten Notrufnummern – 122 mit verknoteten Feuerwehrschräuchen, 133 mit Handschellen, 144 mit dem Roten Kreuz.

(Judith Kroisleitner, Kathrin Heimel)

Tomi Ungerer
(Regula Widmer)

»Wuff fährt in die Stadt« von Elizabeth und Gerald Rose und vieles von Mira Lobe: weil es der Sehnsucht nach der großen weiten Welt und Stadt, (als Kind vom Land) so sehr entsprochen hat.

(Martin Fössleitner)



BIBLIOGRAFIE

PUBLIKATIONEN

GEDRUCKT & ONLINE

gedruckt

designaustria (Hg.), *Joseph Binder Award 2016*, Wien 2016.

Garland, Ken, *First Things First 1964 a manifesto*, 1964.

Kern, Anita, *Joseph Binder. Art director in the USA*
(design|er|leben #8.2) Vienna 2016.

Radelfinger, Peter, »Die denkende Hand des Zeichners«. *Das Vorgehen beim Einfangen von Kräften*. In: Glasmeier, Michael (Hg.), *Strategien der Zeichnung. Kunst der Illustration*, Hamburg 2014, S.85-110.

Voormann, Klaus, *Birth of an Icon: Revolver 50*, 2016.

online

Asset International
www.assetinternational.com

Ching Wei Liu
www.graphis.com/portfolio-slideshow/ching-wei-liu/design/

Chris Buzelli
www.chrisbuzelli.com

Christoph Esca
www.esca.at

Claudia Dzengel
www.claudia-dzengel.com

Creative Mornings Magazin
<http://creativemornings.com/cities/vie>
www.creativemornings.com

Datillum. Zahlen erzählen
www.datillum.com

designaustria
www.designaustria.at

Florine Glück
www.florineglueck.com

Jarek Bujny
www.bujny.com

Joseph Binder Symposium 2016
www.designaustria.at/jbs16

Judith Kroisleitner, Glückskind Design
www.glueckskinddesign.com

Kathrin Heimesl
www.behance.net/kathrinheimesl

Martin Fössleitner, high-performance vienna
www.hi-pe.at

Marie-Pascale Gafinen
www.gafinen.com

Planadviser Magazine
www.planadviser.com

Plansponsor Magazine
www.plansponsor.com

Regula Widmer, Perndl + Co
www.perndl.at

Simon Lemmerer
www.simonlemmerer.com

SooJin Buzelli
www.sbuzzelli.tumblr.com

Stefan Leitner
www.stefanleitner.com

IMPRESSUM

designaustria

Wissenszentrum und Interessenvertretung
im designforum Wien, MuseumsQuartier
Museumplatz 1, 1070 Wien

Judith Weiß

Organisation JBS16

Jürgen Schremser

Fachliche Koordination und Moderation JBS16

Heidi Resch

Layout Reader

Fotocredits: Jana Madzigon, www.artista.at