

20

20

**DESIGNPREIS  
RHEINLAND-PFALZ  
2020**

## INHALT

### GRUSSWORTE

- 06 Dr. Volker Wissing  
Ministerium für Wirtschaft,  
Verkehr, Landwirtschaft  
und Weinbau Rheinland-Pfalz
- 08 Silke Philipps-Deters  
Designforum Rheinland-Pfalz
- 11 Thilo von Debschitz  
Vorsitzender der Jury

### DESIGNPREISE

- 14 Corporate Design  
für das Weingut Luff
- 18 Generative Gestaltung –  
Creative Coding im Web
- 22 Kompass Europa: Nordlichter  
Kultursommer 2020
- 26 Markenrelaunch  
Weingut Eppelmann
- 30 Moholy-Nagy und die Neue  
Typografie / Moholy-Nagy  
and the New Typography
- 34 KYIV TYPE  
Graphic Design & Typography  
Visual Treasures from Kyiv
- 38 Through the Dunes –  
Das Trauma der Corona-  
Pandemie

### AUSZEICHNUNGEN

- 44 Altes Postlager
- 48 Club Design 1. FSV Mainz 05
- 52 Multitalent Gouache:  
Klassische Technik –  
neu entdeckt
- 56 Pixel, Patch und Pattern –  
Typeknitting
- 60 Die Verwaltung des Internets
- 64 Call for Creatives – Eine  
Onlineplattform für Abschluss-  
arbeiten aus dem Fachbereich  
Gestaltung
- 68 Monomythos
- 72 PIONEER
- 76 Play Type – ein interaktiver  
Typo-Montagetisch
- 80 tempus fugit
- 84 The Poem Lab: A Machine  
Made of Books.
- 88 typester – Mikrotypografie.  
Klick. Fertig.
- 92 Wabi Sabi – Wabi sehen.  
Wabi verstehen. Wabi leben.

## ERFOLG DURCH AGILITÄT UND KREATIVITÄT

Die Corona-Krise hat weite Bereiche der Wirtschaft vor enorme Herausforderungen gestellt. Es sind Zeiten der Unsicherheit mit seinen Belastungen, die hohe Agilität und Kreativität erfordern.

Die Herausforderungen betreffen insbesondere die Sicherung des Fortbestandes der Unternehmen, nicht nur finanziell, sondern auch in Form der Anpassung von Geschäftsmodellen und/oder Innovationen – sei es technischer oder prozessualer Natur. Das Ganze begleitet durch eine fortschreitende Digitalisierung, die aktuell einen nachhaltigen Schub erhalten hat.

Unser Wohlstand wird zukünftig davon abhängen, wie gut wir unsere Kernkompetenzen auch im digitalen Raum verstehen und zu nutzen wissen. Krisen wie die Corona-Pandemie erfordern vielfältige Anpassungen und Innovationen, auch im gesellschaftlichen und kulturellen Bereich.

Die Kreativwirtschaft hilft, Mut und Veränderung zu unterstützen und zu begleiten. Gerade der Wettbewerbs- und Innovationsfaktor Design leistet wertvolle Impulse.

Der Erhalt und die Unterstützung einer Gründerkultur im Lande ist mir dabei besonders wichtig. Alle Gründenden stehen vor der Herausforderung, mit Hilfe eines professionellen Erscheinungsbildes und einer klaren Kommunikation die Identität und die Werte der eigenen Unternehmung zu vermitteln.

Daher ist es ein Anliegen der Landesregierung, mit der Unterstützung von Maßnahmen wie dem Designpreis Rheinland-Pfalz den Wert und die Kompetenz der Designerinnen und Designer sichtbar zu machen. Dies ist auch verbunden mit einer Nachwuchsförderung in Form der Kategorie Design Talents.

Ich freue mich deshalb umso mehr, dass der Designpreis Rheinland-Pfalz 2020 für Kommunikationsdesign mit 289 Bewerbungen quasi eine Verdoppelung seiner bisherigen Einreichungszahl verzeichnen kann. Dies ist ein Bekenntnis zum Designstandort und ein Zeichen in der Corona-Zeit.



Dr. Volker Wissing  
Stellvertretender Ministerpräsident  
und Minister für Wirtschaft, Verkehr,  
Landwirtschaft und Weinbau des  
Landes Rheinland-Pfalz

Die Jury wählte aus allen Einreichungen insgesamt 20 herausragende Arbeiten aus. Ihr gebührt ein großer Dank für diese enorme Leistung der Entscheidungsfindung, die dieses Jahr im virtuellen Raum stattgefunden hat.

Ein großer Dank geht ebenso an das Designforum Rheinland-Pfalz, das auch dieses Jahr wieder erfolgreich und professionell das Wettbewerbsverfahren, flexibel angepasst an die Corona-bedingten Rahmenbedingungen, durchgeführt hat.

**ICH GRATULIERE DEN AUSGEZEICHNETEN  
SOWIE DEN GEWINNERINNEN UND  
GEWINNERN DES DESIGNPREISES 2020  
RECHT HERZLICH UND WÜNSCHE IHNEN  
VIEL ERFOLG, INSPIRIERENDE PROJEKTE  
UND GENERELL ALLES GUTE IN DER  
BEVORSTEHENDEN ZEIT!**

## ALLES ANDERS MIT GRUND ZUR FREUDE

Das Jahr 2020 startete eigentlich hervorragend. Meine Kollegin Carolin Dürrenberg und ich hatten uns schon länger vorgenommen, bereits zu Silvester entspannt auf ein gut durchstrukturiertes Jahr vorausblicken zu können. Die vor uns liegenden Monate schienen bestens gefüllt mit Seminaren, Weiterbildungen und Studiobesuchen, den Mainzer Designgesprächen sowie als Highlight dem Designpreis Rheinland-Pfalz. Doch dann kam die Corona-Pandemie.

Wir standen plötzlich mit unseren Planungen wieder am Anfang. Dennoch haben wir die Herausforderung angenommen, manches zwar fallengelassen, aber vieles ins Digitale übersetzt. Dabei gab es auch Raum für Neues wie die neue Webseite **designindex-rlp.de**, auf der rheinland-pfälzische Kreativschaffende jetzt kostenfrei ihre Leistungen anbieten können.

**Silke Philipps-Deters**  
Projektleitung  
Designforum Rheinland-Pfalz



Die Pandemie war (und ist) eine Zeit der Unsicherheit. Und so wussten auch wir zunächst nicht, welche Formate wie machbar und sinnvoll sind. In einer Sache waren wir uns aber von Anfang an einig: Am Designpreis Rheinland-Pfalz geht kein Weg vorbei!

Dennoch war in diesem Jahr fast alles anders. Da wir uns, wie viele andere auch, im Homeoffice befanden, war schon die Einreichung nur digital möglich. Wir sahen uns also um das heißgeliebte Auspacken der Päckchen gebracht. Dennoch gab es Grund zur Freude: Mit 289 eingereichten Arbeiten konnten wir einen neuen Rekord aufstellen.

Auch die Jurysitzung musste umgestaltet werden. Und ja, wir hatten Zweifel: Würde in einer Videokonferenz dieselbe kooperative Atmosphäre entstehen können, die die Sache sonst so angenehm machte? Wir waren uns jedenfalls sicher, dass wir die inspirierenden Mittagessen vermissen würden. Aber wagt mut: Am Ende hat die Jury zwei Tage konzentriert, konstruktiv und wertschätzend getagt, und wir sind zu der (durchaus neuen) Erkenntnis gekommen, dass es auch im digitalen Raum möglich ist, sich näher zu kommen.

Unser Dank für die hervorragende Juryarbeit gilt **Bettina Schulz, Franca Neuburg, Daniela Spinelli, Thilo von Debschitz, Yijing Lu, David Brüll** und **Arne Dechow**.

Und so werden wir am Ende auch in diesem Jahr 20 hervorragende Arbeiten prämiieren, die stellvertretend für die hohe Qualität von Designprodukten aus Rheinland-Pfalz stehen. Besonders freuen würde ich mich, wenn auf diesem Wege auch deutlich wird, dass Design weit mehr kann als Dinge „schön zu machen“. Gerade im Zuge der Digitalisierung leisten Designerinnen und Designer einen wertvollen Innovationsbeitrag. An agilen Arbeitsweisen, Design Thinking und Methoden aus dem UX Design etwa kommen Wirtschaft und Politik schon längst nicht mehr vorbei.

Deshalb mein Aufruf, liebe Gestalterinnen und Gestalter: Werdet Euch Eurer bemerkenswerten Skills bewusst und macht sie auch für andere sichtbar!

Die letzten Worte gelten natürlich den Preisträgerinnen und Preisträger:

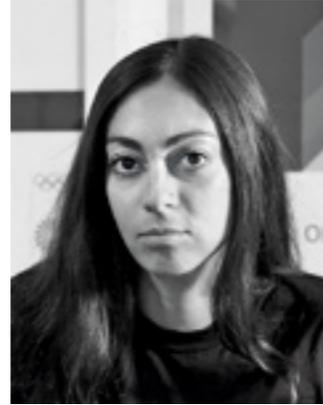
**WELL DONE!  
HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH! GENIESST  
UND FEIERT EUREN ERFOLG, IHR HABT  
IHN EUCH VERDIENT!**



**Arne Dechow**  
Involve  
Wiesbaden



**Bettina Schulz**  
freiberufliche Texterin  
und Journalistin  
München



**Daniela Spinelli**  
freiberufliche Grafikdesignerin  
und Dozentin  
Saarbrücken



**Franca Neuburg**  
freiberufliche Illustratorin  
Köln



**David Brüll**  
Studio Brüll  
Berlin



**Yijing Lu**  
Atelier Brückner  
Stuttgart

## GRUSSWORT DER JURY

Auch die Arbeit einer Designpreis-Jury steht bei virusbedingten Versammlungseinschränkungen vor besonderen Herausforderungen. Wie bewertet man beispielsweise Drucksachen oder Verpackungen, die nur als Ansichtsdarstellung zur Verfügung stehen? Wie lässt sich eine leidenschaftliche Diskussion zu möglichen Preisträgerinnen und Preisträgern entfachen, wenn man sich im Videochat nicht einmal richtig ins Wort fallen kann? Einzig Fotos und Erläuterungen der Einsenderinnen und Einsender bildeten die Beurteilungsgrundlage in diesem Jahr.

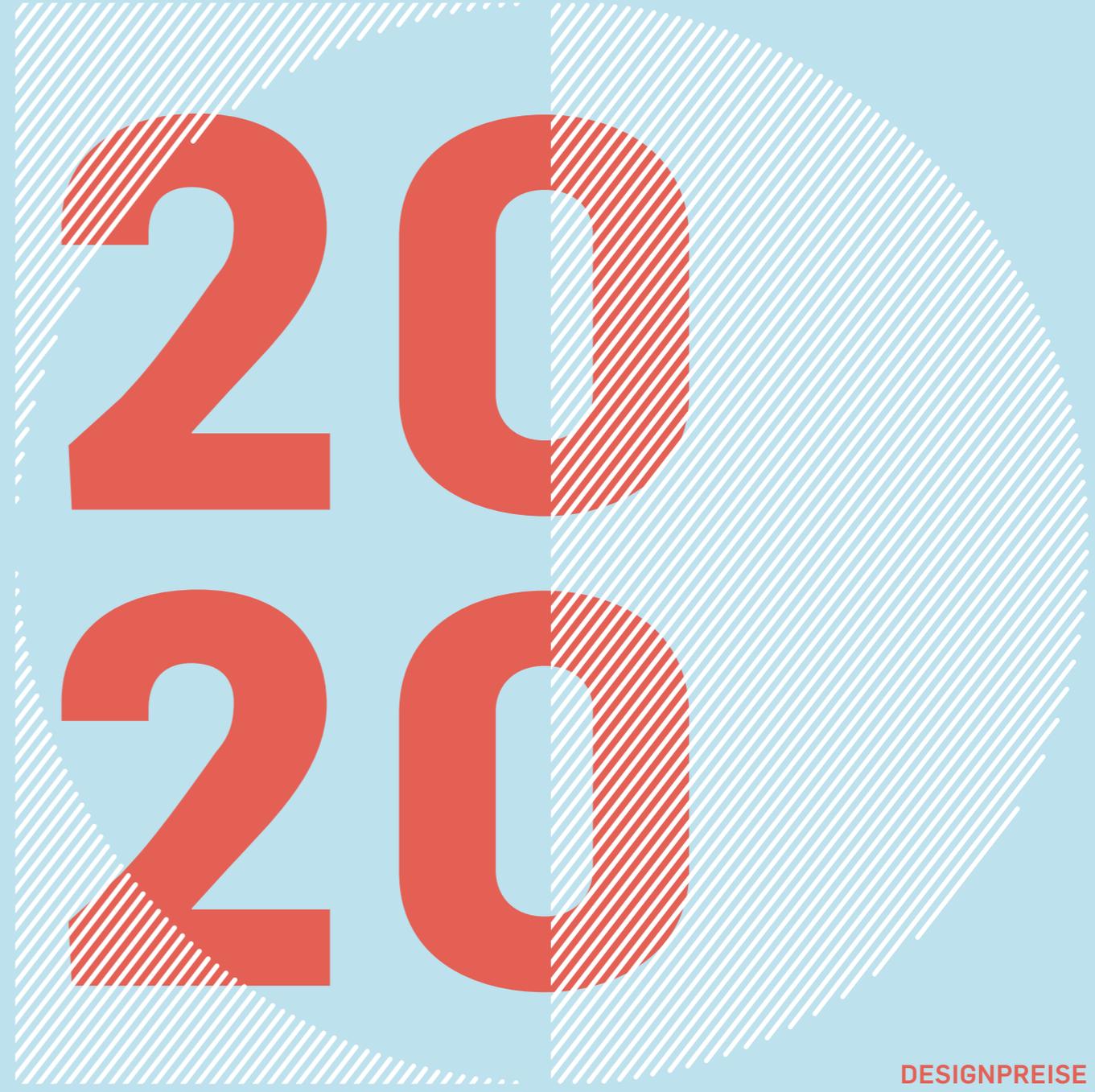
Hinzu kam, dass für den Designpreis 2020 so viele Projekte eingeschickt wurden wie nie zuvor. Eine echte Herkulesaufgabe!

Gelöst haben wir die, indem wir uns viel mehr Zeit für die Jurierung genommen haben als ursprünglich geplant. Mit einem scharfen Blick für Bilddetails, dem genauen Studium der übermittelten Textinformationen, einem langen Austausch innerhalb der Jury über jede einzelne Arbeit und auch nach vielen Stunden unverändert hohem Respekt gegenüber dem Werk unserer kreativen Kolleginnen und Kollegen. Am Ende eines jeden Tages setzte große Erschöpfung ein. Doch was nach purer Anstrengung klingt, war in den meisten Fällen ein echtes Vergnügen: Über die Qualität der Einsendungen (vor allem im Nachwuchsbereich) haben wir uns sehr gefreut, waren von zahlreichen Gestaltungskonzepten regelrecht beglückt und schlossen die Bewertungsrunden stets um viele Inspirationen bereichert ab.

**BEI DEN ORGANISATOREN, VOR ALLEM JEDOCH BEI DEN TEILNEHMENDEN AM DESIGNPREIS RHEINLAND-PFALZ, BEDANKE ICH MICH IM NAMEN DER JURY GANZ HERZLICH FÜR DIESE POSITIVE ERFAHRUNG!**



**Thilo von Debschitz**  
– Sprecher der Jury –  
Q Kreativgesellschaft mbH  
Wiesbaden



DESIGNPREISE

Auftragnehmer

**alma – Agentur für Design  
und digitale Kommunikation**  
Alice Schaffner, Marie Dowling  
agentur-alma.de  
Mainz

Auftraggeber

**Weingut Luff**  
Alexander Luff  
luffwein.de  
Jugenheim

## CORPORATE DESIGN FÜR DAS WEINGUT LUFF

„Perfektion ist nicht dann erreicht, wenn es nichts mehr hinzuzufügen gibt, sondern wenn man nichts mehr weglassen kann.“

**Antoine Saint Exupery**

Zeitlos, klar und direkt. Das gilt nicht nur für Alexander Luff und seine Weine. Auch der neue Markenauftritt von Weingut Luff besticht durch Geradlinigkeit gepaart mit Eleganz und Finesse, ganz zu schweigen von dem kleinen aber feinen Oho-Effekt!

Luff zum Quadrat: Um das Sortiment von Weingut Luff in seinem ganzen Variantenreichtum gestalterisch abzubilden, haben wir ein flexibles Rastersystem entwickelt, das jedem einzelnen Weinetikett zugrunde liegt. Dabei wurde ganz bewusst auf gängige gestalterische Mittel zur Unterscheidung der Weinklassen Guts-, Orts- oder Lagenwein verzichtet. Wir haben stattdessen die ganze Form des Etikettes geändert. So bekommt jeder Wein ein auf ihn und seine Eigenschaften zugeschnittenes Format.

Das neue Corporate Design spiegelt indes nicht nur den hohen Qualitätsanspruch und die ehrliche Arbeit des Weinguts Luff wider. Auch ermöglicht uns die Flexibilität der Grundform das Design kanalübergreifend und auf das jeweilige Medium zugeschnitten aufzubereiten, so dass die Marke über alle Kanäle hinweg gleichermaßen erfahrbar wird.

Designpreis

Professional

Corporate Design





## GENERATIVE GESTALTUNG – CREATIVE CODING IM WEB

Auftragnehmer

**Gold & Wirtschaftswunder**  
Julia Kühne, Christian Schiller  
gww-design.de  
Stuttgart

**Designer:** Steffen Knöll, Christian  
Nicolaus, Maximilian Semmler

Auftraggeber

**Verlag Hermann Schmidt**  
GmbH & Co. KG  
Karin + Bertram Schmidt-Friderichs  
typografie.de  
Mainz

Projektpartner

**Benedikt Groß, Hartmut Bohnacker,**  
Julia Laub, Claudius Lazzeroni  
(Konzept)

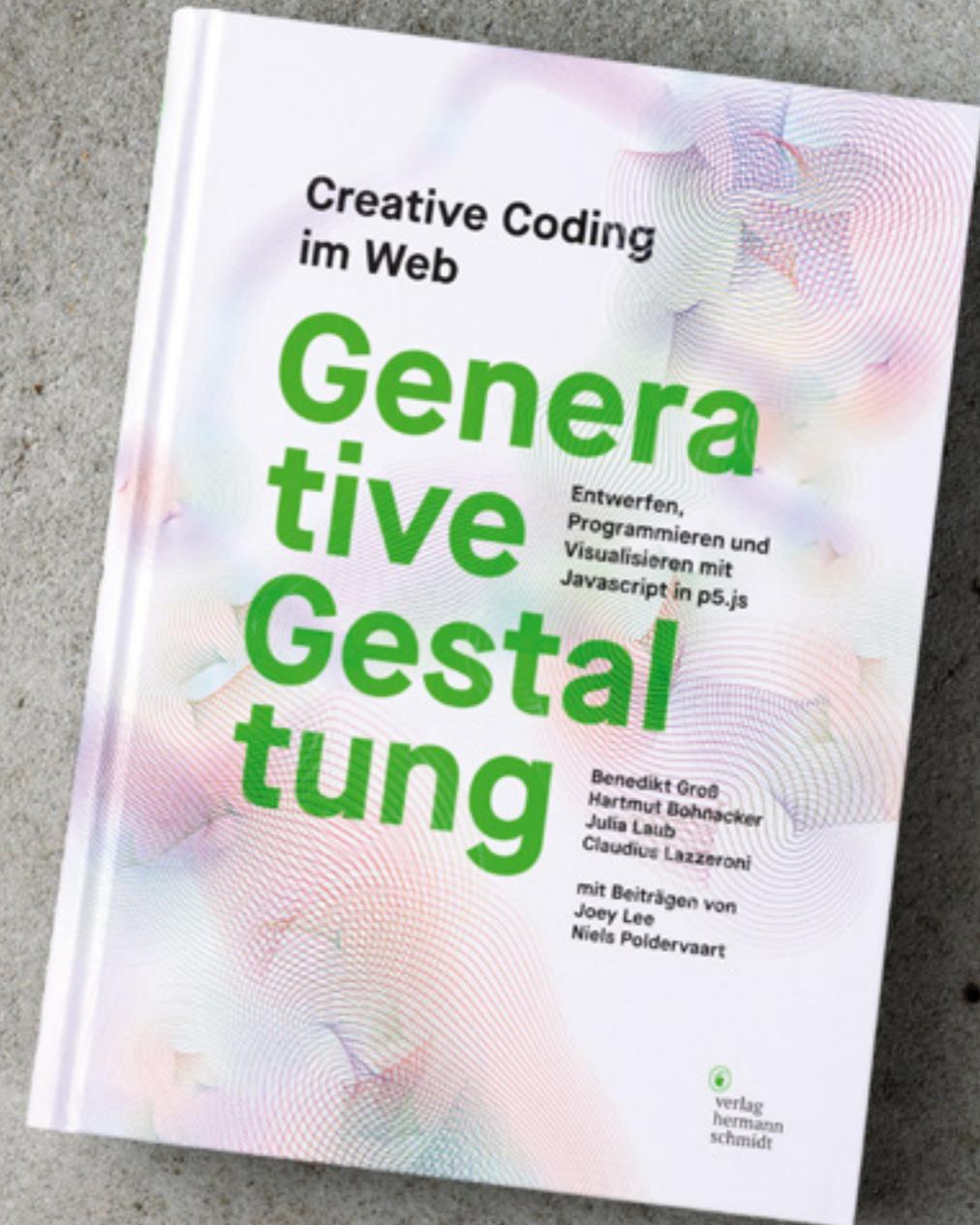
**Hartmut Bohnacker, Benedikt Groß,**  
Claudius Lazzeroni  
(Text)

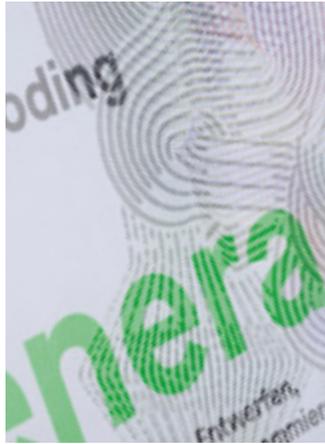
**Benedikt Groß, Hartmut Bohnacker,**  
Niels Poldervaart, Joey Lee  
(Programmierung)

Generative Gestaltung ist schon lange kein Geheimtipp mehr. Von Infografik bis zur Visualisierung von Sound, von freier Kunst bis zur Architektur und bei der Kommunikation im Raum hat sie sich einen festen Platz in Studium und gestalterischem Alltag erobert – und stellt dennoch für den einen oder anderen noch eine Hürde oder gar einen Angstgegner dar. Die Autorin und Autoren Prof. Benedikt Groß, Prof. Hartmut Bohnacker, Julia Laub und Prof. Claudius Lazzeroni haben die Generative Gestaltung während des eigenen Studiums für sich entdeckt und sich erschlossen. Daraus entwickelten sie die vielfach für ihre Didaktik und Verständlichkeit gelobte erste Ausgabe dieses Buches.

Die zweite Auflage „Generative Gestaltung – Creative Coding im Web“ setzt sowohl inhaltlich als auch gestalterisch neue Akzente. In der überarbeiteten Ausgabe des Buches bauen die Autoren auf die JavaScript-Library p5.js. Erfunden, um die Programmierung von Grafik möglichst einfach zu machen. Zudem ist JavaScript die Programmiersprache, die im Webbrowser läuft und mit der Websites dynamisch und interaktiv gemacht werden.

Gold & Wirtschaftswunder gestaltete für den Verlag Hermann Schmidt dieses Buch, das weit mehr als ein Handbuch ist, sondern vielmehr die Verbindung aus Design und Code als effektives und aktuelles Werkzeug für Gestalter.





## JURYSTAEMENT DAVID BRÜLL

Das Buch „Generative Gestaltung“ widmet sich in seiner zweiten Auflage dem Entwerfen, Programmieren und Visualisieren mit p5.js. Nicht nur das gewählte Programmier-Framework ist wegweisend für angehende Anwenderinnen und Anwender, auch die Gestaltung des Buches ist eine durch und durch gelungene Fortsetzung des Erfolges der ersten Auflage.

Es ist beeindruckend zu sehen, mit welchem tiefgreifenden Verständnis für die Aufbereitung und Vermittlung komplexer Systeme die Gestalterin Julia Kühne und der Gestalter Christian Schiller ans Werk gegangen sind.

In einer gut strukturierten Mischung aus Resultat, Code und Erläuterung finden angehende Gestalterinnen und Gestalter im zweiten Teil des Buches Zugang zur Programmierung. Dabei wurden Typografie, Weißraum, Farbe und die Bildästhetik der resultierenden generativen Grafiken präzise eingesetzt und transportieren so unaufgeregt und faszinierend zugleich die funktionale Welt des Codes.

Die Arbeit ist ein wichtiger Beitrag, Gestalterinnen und Gestalter zu befähigen algorithmische Systeme zu denken, entwerfen und umzusetzen. Ein wichtiges Rüstzeug für die Zukunft. Es bleibt zu hoffen, dass die Leserinnen und Leser die gewonnenen Methoden zur Optimierung gesellschaftlicher Prozesse und zur Lösung politischer Aufgaben einsetzen.



## KOMPASS EUROPA: NORDLICHTER KULTURSOMMER 2020

Auftragnehmer

**Designstudio Mathilda Mutant**

**Martina Miocevic**

mathildamutant.de

Mainz

Auftraggeber

**Kultursommer Rheinland-Pfalz  
der Stiftung Rheinland-Pfalz für Kultur**

**Nike Poulakos**

kultursommer.de

Mainz

Der Kultursommer Rheinland-Pfalz ist eine Initiative des Landes Rheinland-Pfalz, die kulturelle Projekte im gesamten Land unter einem gemeinsamen Dach bündelt und fördert. Das diesjährige Motto „Kompass Europa: Nordlichter“ sollte einen Einblick, in die kulturelle Vielfalt der skandinavischen und baltischen Länder geben: in Form von Festivals, Konzerten, Ausstellungen und vielen weiteren kulturellen Initiativen.

Für die Mottobroschüre konnten acht verschiedene Autorinnen und Autoren gewonnen werden, die mit einzelnen Texten zu den jeweiligen Ländern, Lebensart, Kultur und nationale Besonderheiten von Norwegen, Dänemark, Schweden, Finnland, Island, Estland, Lettland und Litauen beleuchten – oft mit einem Augenzwinkern. Durch Corona musste der größte Teil der Veranstaltungen leider verschoben werden auf nächstes Jahr.

Zentrale Frage für das grafische Konzept war „Was ist die Gemeinsamkeit aller Länder?“. Nach langem Überlegen kam die Idee der traditionellen Trachten und deren farbenfrohen Mustern auf, die sich mittig – wie ein „Rorschachtst“ – spiegeln. Jedes Land erhielt somit eine eigene moderne Interpretation in Form eines eigenen Musters – eine eigene mannigfaltig gestaltete Länderfahne. Eine Kombination von Neon-Pink als Key-Color, bunten Farben und Illustrationen, spielerischer Typografie und drei verschiedenen Cover geben dem diesjährigem Motto eine wiedererkennbare Eigenständigkeit – und trotz Corona eine hoffentlich kleine imaginäre Reise beim Durchblättern der Mottobroschüre in die schönen Länder des Nordens!





## JURYSTAEMENT DANIELA SPINELLI

Superbunt! Das ist die Mottobroschüre des Kultursommer Rheinland-Pfalz. Mit jährlich wechselndem Motiv bietet die diesjährige Ausgabe einen Einblick in die kulturelle Vielfalt der skandinavischen und baltischen Länder.

Die farbenfrohen Muster der traditionellen Trachten als Gemeinsamkeit der Länder bilden die Basis für das Illustrationskonzept, welches sich wie ein roter Faden durch das Heft zieht. Aufgebaut wie ein Rorschachtest, gespiegelt, verschiedenartig, vielschichtig, vielfältig, vielgestaltig ist jede Illustration thematisch auf das jeweilige Land grafisch neu interpretiert. Eine eigene illustrative Länderfahne, mit Neon-Pink als Eyecatcher und einer Farbpalette, die sich sehen lassen kann.

Die Textseiten, schwarz auf einfarbig, stehen im Kontrast zu den seiteneinnehmenden Illustrationen und geben sowohl einen spannenden als auch ruhigen Wechsel in der Text-Bild-Abfolge. Besonderheiten wie die gestützten Seitenzahlen, die unterschiedlichen Cover und eine schöne Schriftmischung bilden ein stimmiges Layout zum Konzept.

Eine Broschüre, die auffällt, die man mitnehmen will, die Lust macht auf Sommer und feiern.



Auftragnehmer

**Fuenfwerken Design AG**  
fuenfwerken.com  
Wiesbaden

**Designer: Carola Bieser,  
Dominic Schmitt**

Auftraggeber

**Weingut Eppelmann GbR**  
**Corinna Eppelmann**  
eppelmann.de  
Stadecken-Elsheim

Projektpartner

**Planet Network (Website)**  
**Kai Felgenhauer**  
Oestrich-Winkel

**Julia Teine (Fotografie)**  
Mainz

**Michael Nesor (Text)**

## MARKENRELAUNCH WEINGUT EPELMANN

Wir sind die Winzerfamilie Eppelmann, ein traditionell rheinhessisches Weingut, das neue Wege geht: Wie und warum jetzt?

Seit dem Einstieg der Geschwister Corinna und Christian in 2018/19 hat sich die Weinstilistik verfeinert und das Weinsortiment grundlegend gestrafft. Der Anbau ist jetzt biologisch und das alles soll bestmöglich kommuniziert werden – auch visuell.

Wir brauchten also einen Markenrelaunch mit neuem Logo und Packaging Design, unterstützt von einer neuen Website und einer informativen Imagebroschüre. Den kompetenten Partner, um dem Projekt Originalität sowie Hochwertigkeit zu verleihen, haben wir mit Fuenfwerken gefunden. Gemeinsam mit Carola Bieser, Dominic Schmitt und Michael Nesor ging es an die Entwicklung der Einzelprojekte – wie Wortmarke, Etikett, Kapsel und Karton bis hin zur Konzeption von Imagebroschüre und Website. Dabei hat das Projekt immer weitere Facetten und mehr Tiefe angenommen.

Das reduzierte Design wird durch viele Details ergänzt, wie dem umgedrehten E in der Wortmarke, was die Zusammenarbeit der drei Winzer symbolisiert und für Vater Timo, Corinna und Christian steht. Natürlichkeit und Respekt im Umgang mit der Natur kommt in der Farbgebung und in Form der verwendeten Materialien zur Geltung. Winzerkunst aus dem Selztal beschreibt unser Tun rund um Boden, Rebe und Wein.

Designpreis

Professional

Corporate Design





#### JURYSTatement DANIELA SPINELLI

Das Corporate Design des Weinguts Eppelmann wird durch seinen sehr markanten und charakterstarken Schriftzug bestimmt, welcher eine sehr hohe Wiedererkennbarkeit mit sich bringt und das Herzstück der Gestaltung ist.

Die Typografie steht für eine Neuinterpretation der Weingutstradition mit kleinen Abwandlungen als persönliche Elemente, wie das umgedrehte E, stellvertretend für die drei Winzer. Die Marke wird dadurch nahbar, bodenständig und ehrlich, was den Anspruch der Winzerfamilie transportiert: zukunftsorientiert und traditionsbewusst. Das Handwerk, der ökologische Prozess und die Nachhaltigkeit stehen im Vordergrund.

Die Silhouette der Scheune des Weinguts, als Lebens- und Arbeitsmittelpunkt des Guts, gibt die Formgebung der Etiketten vor, wird zum Signet und findet sich in weiteren Anwendungen wieder. Zusammen mit dem Schriftzug bilden sie die Hauptgestaltungsmerkmale und den Kern der Gestaltung. Die dezente Farbgebung unterstreicht die Qualität und Herkunft des Produkts.

Natürlich und erdbezogen. FSC-zertifizierte Papiere, der Verzicht auf Klebeband beim Transportkarton, sowie die Umstellung von Schrauber auf Naturkork unterstreichen den Respekt im Umgang mit der Natur.



Auftragnehmer

**Designerin / Konzeption**  
**Prof. Dr. Isabel Naegele / isan design**  
**Institut Designlabor Gutenberg**  
 designlabor-gutenberg.de  
**Mainz**

**Designerin / Projektassistenz**  
**Julia Neller**  
 julianeller.com  
**Berlin**

Auftraggeber

**Institut Designlabor Gutenberg /**  
**Hochschule Mainz**  
**Prof. Dr. Petra Eisele,**  
**Prof. Dr. Isabel Naegele [Hg.]**  
 designlabor-gutenberg.de  
**Mainz**

**Kunstabibliothek /**  
**Staatliche Museen Berlin**  
**Dr. Michael Lailach [Hg.]**  
 smb.museum  
**Berlin**

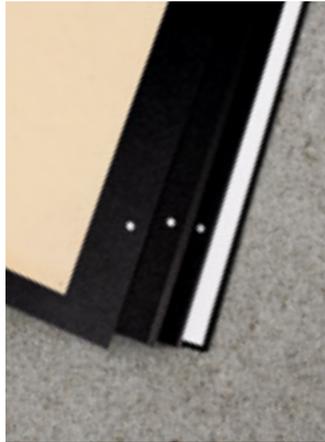
## MOHOLY-NAGY UND DIE NEUE TYPOGRAFIE / MOHOLY-NAGY AND THE NEW TYPOGRAPHY

Die umfangreiche Publikation dokumentiert ein dreijähriges Forschungsprojekt zum Nationalen Bauhausjahr. Es vereint die vor kurzem in der Berliner Kunstbibliothek wiederentdeckten Ausstellungstafeln von László Moholy-Nagy, die anhand eines „Abcdariums“ mit charakteristischen Stichworten von namhaften Autorinnen und Autoren beleuchtet werden – von A wie Akzidentien bis Z wie Zeitungsdesign. Durch assoziierendes Querlesen wird so der typografische Ideenkosmos der Avantgarde der 1920er Jahre wieder erfahrbar.

„Wohin geht die typografische Entwicklung?“ Diese Frage beantwortete der ungarische Avantgarde-Medienkünstler und Bauhaus-Lehrer László Moholy-Nagy 1929 auf seine eigene Weise: Er montierte originale Druckerzeugnisse und Reproduktionen auf große Kartons, die durch einen eigenen Text zur Geschichte und Theorie der Neuen Typografie ergänzt werden.

Die bedeutendste und größte Ausstellung moderner Reklame fand 1929 zum Thema „Neue Typographie“ im ehemaligen Berliner Kunstgewerbemuseum statt (heute Martin-Gropius-Bau). Die Exponate der Ring-Mitglieder, die speziell für diese Ausstellung neu zusammengestellt wurden, sind verschollen. Die Abteilung von László Moholy-Nagy mit seiner Bestandaufnahme und Trendanalyse zur Neuen Typografie ist jedoch vollständig erhalten und bildet die Grundlage für die Publikation. Sie wurde noch nie vollständig gezeigt und ist bis heute unbekannt.





## JURYSTATEMENT BETTINA SCHULZ

Die Dokumentation eines dreijährigen Forschungsprojekts zum Bauhausjahr lädt auf spannende Art und Weise zum Entdecken der inhaltlichen Auseinandersetzung des Künstlers, Gestalters und Regisseurs mit der Neuen Typografie ein. Es vereint die kürzlich in der Berliner Kunstbibliothek wiederentdeckten Ausstellungstafeln von László Moholy-Nagy, die anhand eines „Abcdariums“ mit charakteristischen Stichworten von namhaften Autorinnen und Autoren beleuchtet werden.

Dabei zieht ein verkürztes Cover in Kombination mit einer Registerstanzung die Leserin oder den Leser sofort in einen Bann und die reduzierte Schwarzweiß-Gestaltung lässt den Bauhaus-Gedanken auf den ersten Blick wirken. Die Darstellung der dominanten Arbeiten Moholy-Nagys wird wiederum durch zahlreiche Details sowohl eingerahmt als auch aufgefangen – typografisch starke Akzente bilden hier das wohlthuende Gegengewicht. Verdichtete Seiten folgen auf Flächen sowie großzügige Abbildungen und erzeugen auf diese Weise einen mitreißenden Spannungsbogen. Der fein austarierte Satz und das stimmige Gesamtkonzept ergeben in ihrer Gesamtheit eine so lebendige wie tiefgründige Publikation.



Design Talent

**Sebastian Schubmehl**

smehl.com

Trier

Hochschule

**Hochschule Trier**

**Fachbereich Gestaltung**

**Kommunikationsdesign**

hochschule-trier.de

Trier

**Prof. Andreas Hogan**

## KYIV TYPE GRAPHIC DESIGN & TYPOGRAPHY VISUAL TREASURES FROM KYIV

KYIV TYPE ist eine Bachelor-Thesis, die sich mit der Designszene in Kyiv, der Hauptstadt der Ukraine, befasst. Das Buch bewegt sich auf einem Mittelweg zwischen dem typischen Coffee Table Book – einer emotionalen Betrachtung der Stadt, einschließlich ihrer Bewohnerinnen und Bewohner – und einer fachlichen Design-Publikation.

Zahlreiche typografische Fundstücke werden präsentiert, historischer Kontext zu den verschiedenen Arbeiten wird geboten und auch designfremde Bürgerinnen und Bürger kommen im Rahmen einer emotionalen Betrachtung der Stadt zu Wort. Schriftgestaltende und Designerinnen und Designer präsentieren exklusiv für KYIV TYPE ihre Projekte und Arbeitsweisen. Die Entwicklung kyrillischer Zeichensysteme wird erklärt, lateinischen Alphabeten gegenübergestellt und mit einer eigens für die Publikation gestalteten Schrift leicht verständlich visualisiert.

Alle Inhalte des Buchs sind so aufbereitet worden, dass sie auch für fachfremde Personen gut verständlich sind und kein Vorwissen benötigt wird. Kyiv ist eine weitläufige, grüne und offene Stadt, die auch eine gewisse Schwere in sich trägt. Der offene, bedruckte Buchrücken, das große, beinahe sperrige Format, die Farbgebung und offene Haptik der Papiere tragen dazu bei, dieses Empfinden wiederzugeben. KYIV TYPE ist auf FSC-zertifizierten Papieren klimaneutral gedruckt und so angelegt, dass es digital praktisch verlustfrei und kostengünstig gedruckt werden kann.





**JURYSTATEMENT**  
**THILO VON DEBSCHITZ**

Die kantigen Versalbuchstaben des Titels schlagen einem sprichwörtlich entgegen: KYIV TYPE ist ein kraftvolles Buch! Seine Vitalität bezieht es aus der rhythmisch gelungenen Zusammenstellung zahlreicher anregender Fundstücke, die das gestalterische Leben in der Stadt Kiew widerspiegeln. Poster, Karten, Magazine, Fonts – dank einer klugen Kuratierung durch Sebastian Schubmehl gelingt es, einen Einblick in eine uns bislang unbekannte Designszene zu gewinnen.

Aufmerksamkeitsstarken Bildelementen stellte der Student eher sachlich gesetzte Erläuterungen gegenüber, knallbunte Seitenstrecken werden von zurückhaltenden, informativen Passagen abgelöst, Schubmehl findet stets die richtige Balance. Ein Schwerpunkt Kapitel behandelt Schriftgestaltung und die Entwicklung kyrillischer Zeichensätze. Die Affinität zu Typografie zeigt sich schon beim Blick auf die offene Bindung – ein Aha-Effekt direkt beim Öffnen des Buches.

**GROSSARTIG!**



Design Talent

**Lucie Langston**  
lucielangston.de  
**Mainz**

Hochschule

**Hochschule Mainz**  
**Fachbereich Gestaltung**  
**Kommunikationsdesign**  
hs-mainz.de  
**Mainz**

**Prof. Monika Aichele**

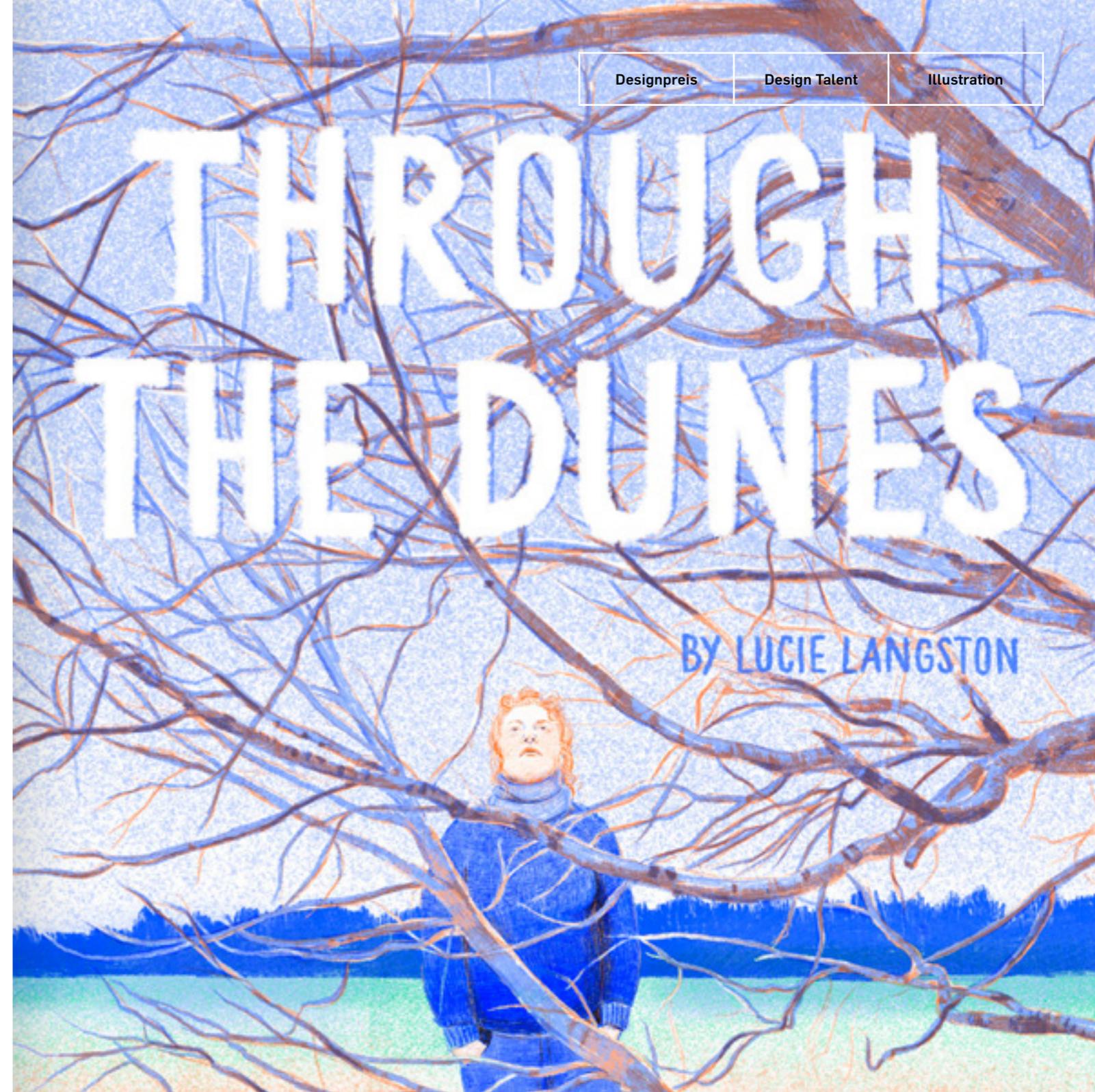
## THROUGH THE DUNES – DAS TRAUMA DER CORONA-PANDEMIE

Im Rahmen eines Illustrationskurses bei Prof. Aichele an der Hochschule Mainz habe ich mich mit meiner psychischen Gesundheit während und unmittelbar nach dem Ausbruch der Corona-Pandemie in einem autobiografischen Comic auseinandergesetzt.

Anfang Januar 2020 reiste ich nach Wales, um an der Cardiff Metropolitan University Illustration zu studieren. Drei Monate später endete mein Erasmus-Semester aufgrund der weltweit ausbrechenden Pandemie. Meine Heimatuniversität empfing mich mit offenen Armen und ich konnte direkt in das beginnende Semester im April einsteigen. Prof. Aichele ergriff die Gelegenheit, ihre Studierenden auf das Onlinetagebuch „Art In Isolation“ der New York Times (NYT) aufmerksam zu machen. Es handelt sich um ein Format, das Illustrationen, Comics und andere künstlerische Arbeiten, welche durch und während Corona entstanden sind, zu zeigen. Der Kurs beschloss, Arbeiten für dieses Format der NYT zu fertigen und gegebenenfalls dort einzureichen. Ich ergriff die Chance sofort und wusste meine eigene intensive persönliche Erfahrung der Isolation im Zusammenhang mit meiner Depression einzufangen und mitzuteilen. Es entstand ein 16-seitiger autobiografischer Comic der am 20. Juli 2020 von der NYT auf der Opinion section veröffentlicht wurde.

Die zahlreichen Spaziergänge im Naturschutzgebiet Mainzer Sand halfen mir begleitend durch die ungewisse Zeit nach der unfreiwilligen Rückkehr aus Wales. Das Naturschutzgebiet Mainzer Sand ist einzigartig und bot mir einen wichtigen Zufluchtsort, Inspiration, einen Ort der Regeneration und Raum mich und meine Umgebung neu zu erleben.

Designpreis — Through the Dunes



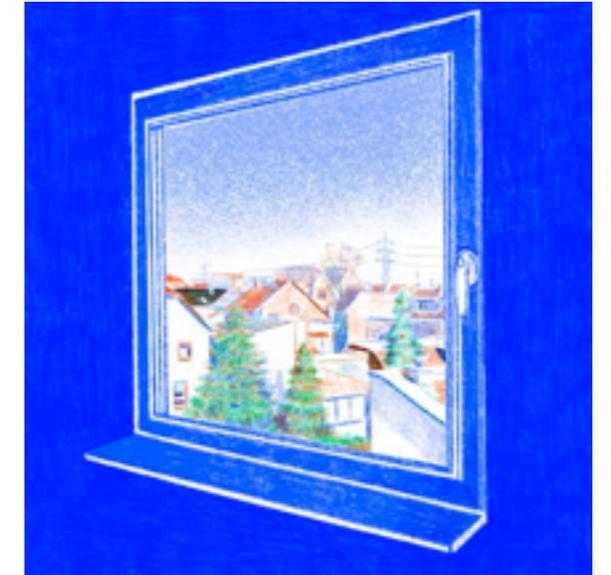
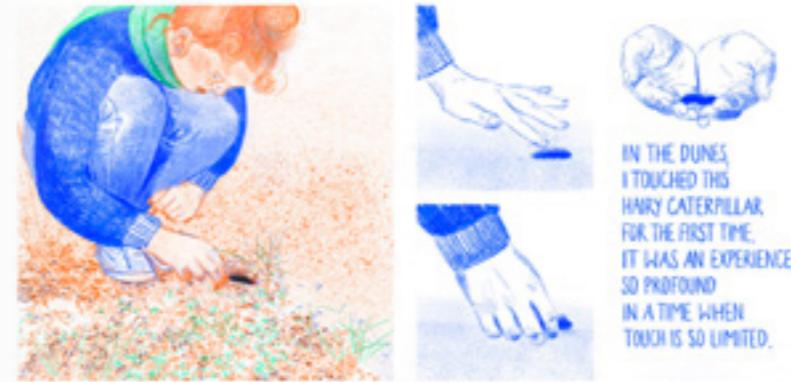


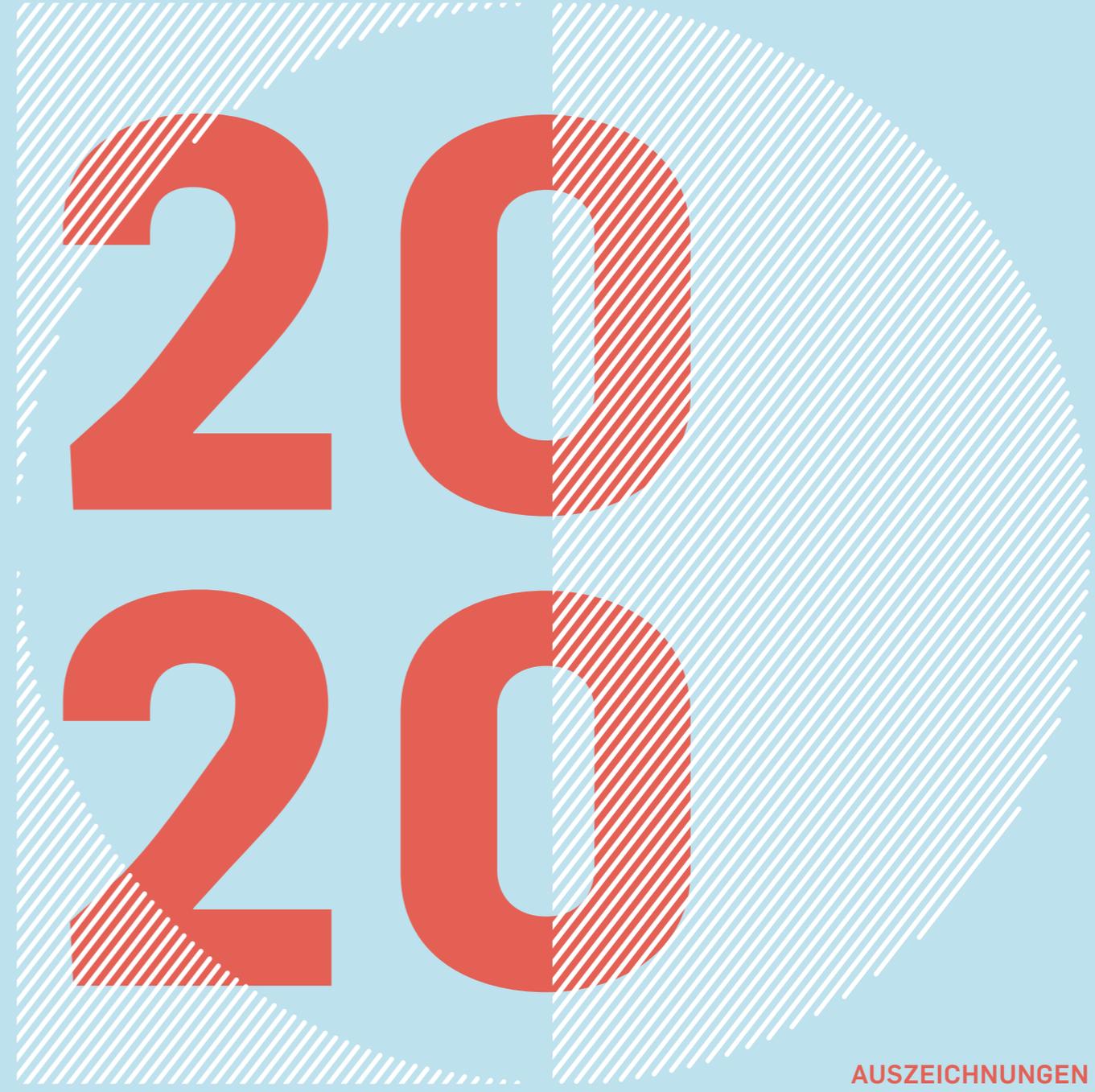
**JURYSTAEMENT**  
**FRANCA NEUBURG**

Lucie Langston ist mit ihrer Semesterarbeit im Fach Illustration an der Fachhochschule Mainz eine außergewöhnliche Arbeit gelungen. Der während des Covid-19-bedingten Lockdowns entstandene autobiografische Comic „Through the Dunes“ besticht durch seine einfühlsame Erzählweise in Wort und Bild. Was mit der Aufgabenstellung, sich für das Online-Tagebuch der New York Times zu bewerben, begann, wurde für Lucie Langstrom zu einer zeichnerischen Reise zu sich selbst. Die Herausforderung, die eigene isolierte Situation zu illustrieren, gelingt ihr meisterlich.

Dabei bezieht sich der Titel „Through the Dunes“ auf die Spaziergänge im Naturschutzgebiet Mainzer Sand. Die Illustrationen überzeugen durch die konsequente und ausgewogene Farbwahl und geben zudem liebevolle, kleine Details dieser Spaziergänge wieder.

Entstanden sind aufrichtige Zeichnungen einer jungen Künstlerin, die mit jedem Strich zerbrechlich und stark zugleich von einer Zeit erzählen, die von Angst, Zweifeln und der Suche zu sich selbst erzählen.





AUSZEICHNUNGEN

Auftragnehmer

**Stick Up Studio**  
**Daniel Rettig & Hendrik Schneider**  
stickupstudio.de  
Mainz / Hamburg

Auftraggeber

**Besserleut GbR**  
**Anta-Muñoz, Bergmann & Heubel**  
altespostlager.de  
Mainz

Projektpartner

**Heiner Brink (Film)**  
heinerbrink.de  
Mainz

**Jonas Liebermann (CGI)**  
jonasliebermann.de  
Hamburg

## ALTES POSTLAGER

Das Alte Postlager ist ein ungenutztes Gebäude direkt am Mainzer Hauptbahnhof, das sich innerhalb kurzer Zeit zu einer festen Größe im Mainzer Kultur- und Nachtleben etabliert hat. Auf über 1000 Quadratmetern bietet das Postlager ein besonderes Ambiente: Die riesige Halle wurde von internationalen Graffiti-Künstlerinnen und Künstlern gestaltet, und fest installierte Streetfood-Stände und Bars bieten kulinarisch abwechslungsreiches vor Ort. Neben den Möglichkeiten zum Skaten oder sich kreativ zu betätigen, finden jedes Wochenende wechselnde Veranstaltungen statt; von Live-Musik, Weintastings und Flohmärkten bis hin zu Elektrofestivals.

Das Konzept des Erscheinungsbildes basiert auf dem Raster und der Variabilität von analogen Ordnungssystemen. Das Designsystem referenziert dabei Postformulare und greift so die ehemalige Funktion des Gebäudes auf, um den historischen Kontext des Postlagers in die Gestaltung zu integrieren.

Wie das diverse Programm, ist auch die Gestaltung variabel. In ihrer Adaption nimmt sie die Grundelemente auf und entwickelt sie stetig weiter – so entstehen für jede Anwendung neue grafische Kombinationen. Durch die Reduktion auf zwei Farben und zwei Schriftarten nimmt sich das Erscheinungsbild bewusst zurück, um inmitten des organischen Graffitis ein Orientierungspunkt und bewusster Gegenpol zum kreativ-chaotischen Flair des Postlagers zu sein.





## JURYSTAEMENT YIJING LU

Das Alte Postlager am Mainzer Hauptbahnhof wurde nicht nur architektonisch revitalisiert, sondern auch das gesamte, einheitliche Erscheinungsbild und der Identitätsauftritt präsentieren sich in einem starken eigenständigen Design mit Wiedererkennungswert.

Die Idee, das gesamte Designsystem aus alten Postformularen zu entwickeln, welche auf den historischen Kontext des Gebäudes zurückgreift, wurde konsequent und zielgerecht umgesetzt und schafft ein starkes Charakterbild. Egal, ob es um die Gestaltung von Poster, Speisekarte, Webseiten, Visitenkarten oder T-Shirts geht, die Erscheinung kommt mit zwei Farben und zwei Schriftarten aus. Die schlichte Anordnung lässt einerseits die Gestaltung sehr reduziert wirken. Durch das Abbrechen von sehr einfachen grafischen Grundstrukturen präsentiert sich das Erscheinungsbild jedoch sehr abwechslungsreich und lebendig. Die Grundelemente des Entwurfs erlauben eine flexible Anpassung und bieten allerlei variable Umsetzungsmöglichkeiten.

Die Gestaltung des neuen Erscheinungsbildes überzeugt durch seine Klarheit und Reduktion mit starker Identität und kann die notwendige Information schnell und gezielt übermitteln.



## CLUB DESIGN 1. FSV MAINZ 05

Auftragnehmer

**Design Bureau Done by People**  
**Elmar Birk, Dominik Sabel**  
donebypeople.de  
Wiesbaden

**ONE8Y – Sports Marketing Agency**  
**Hendrik Fischer**  
one8y.de  
Wiesbaden

Auftraggeber

**1. FSV Mainz 05**  
**Dr. Michael Welling**  
mainz05.de  
Mainz

Projektpartner

**Christoph Koeberlin**  
christoph.koeberlin.de  
Berlin

Aufgabe war es, ein Corporate / Club Design für den Verein Mainz 05 mit der Ableitung eines eigenen Corporate Fonts aus dem Vereinswappen zu entwickeln. Das rot-weiße Schachbrettmuster des beliebten Mainzer Traditionstrikot sollte ebenso grafischer Bestandteil des Erscheinungsbildes werden.

Das Herz des neuen Erscheinungsbildes basiert auf der hauseigenen Vereinsschrift und dem rot-weißen Schachbrettmuster. Der zentrale Buchstabe „M“ wurde aus den auffälligen Besonderheiten des Logos abgeleitet und in eine Schrift übertragen. Hieraus entstanden mehrere Schriftschnitte und ein unverkennbarer Trikot-Font. Das „M“ liefert ebenso die Grundlage für das modulare Muster. Die Vereinsfarben Rot / Weiß wurden um Gold (Mainz – Goldene Stadt) erweitert und schaffen mit den Kernkomponenten eine unverwechselbare visuelle Identität.

Das Club Design hat nur wenige Grundelemente, aber ein Höchstmaß an möglichen Kombinationen. So kann es auch einer großen Auswahl an Formaten, Geräten und Zielsetzungen angepasst werden, egal ob digital oder analog. Das neue Design wurde auch auf sämtliche Submarken des Vereins angewendet, welches zu einer harmonischen Markenarchitektur führt. Damit wurde eine perfekte Ausgangsbasis für alle zukünftigen Markenfragestellungen geschaffen, die durch ein umfangreiches Design Manual inhaltlich gestützt wird.



Auszeichnung

Professional

Corporate Design



**JURYSTAEMENT  
BETTINA SCHULZ**

Die Bindung zu einem Fußballclub ist unter den jeweiligen Anhängern meist höchst emotional aufgeladen. In nur wenig anderen Sportarten ist diese Fankultur derart ausgeprägt. Der Relaunch eines Erscheinungsbildes erfordert daher viel Fingerspitzengefühl, um einerseits das Traditionsbewusstsein, andererseits aber auch die Dynamik, die dieser Sport mit sich bringt, aufzunehmen.

Mit der Gestaltung des neuen Gesichtes des 1. FSV Mainz ist dieser Spagat bestens gelungen: Die Ableitung der Schrift aus dem Logo heraus, die kraftvolle, emotionale Bildsprache sowie die Integration gewohnter Elemente wie dem Schachbrettmuster verbinden Vergangenheit und Gegenwart des Clubs und ermöglichen zugleich gestalterischen Spielraum für die Zukunft. Durch den modularen Aufbau lassen sich die prägnanten Merkmale des neuen Erscheinungsbildes darüber hinaus vom Großformat bis hin zu kleineren Merchandisingartikeln gut adaptieren, sie wirken selbstbewusst und frisch.



Auszeichnung

Professional

Illustration

Auftragnehmer

**Aljoscha Blau**  
aljoschablau.com

Berkub

**Illustrationen:**  
Aljoscha Blau

Auftraggeber

**Verlag Hermann Schmidt  
GmbH & Co. KG**  
Karin + Bertram Schmidt-Friderichs  
typografie.de  
Mainz

Projektpartner

**Grundentwurf und Cover-  
gestaltung:** Eva Finkbeiner

**Satz:** Laura Eckes,  
Anna-Maria Koptenko

## MULTITALENT GOUACHE: KLASSISCHE TECHNIK – NEU ENTDECKT

Kompliziert ist an dieser Technik wirklich allenfalls der Name. Ansonsten arbeitet es sich mit stark verdünnter Gouache fast wie mit Wasserfarbe. Setzt man die Farbe pastös ein, können Sie sie Schicht um Schicht deckend aufbringen und sich an der samt-matten Oberfläche freuen, die an Pastellkreiden erinnert. Gouache ist wasserlöslich, verzeiht dadurch „Fehler“, sie lässt Korrekturen und Überarbeitung zu. Der feine Mahlgrad der Pigmente macht Detailzeichnungen möglich. Ja, fordert sie geradezu. Gouache trocknet schnell, ist ungiftig und nicht teuer.

Dennoch führte Gouache lange Zeit eine Art Schatten-dasein. Damit ist jetzt Schluss. Denn in diesem Buch präsentiert einer der renommiertesten Illustratoren des deutschsprachigen Raumes seine Lieblingstechnik: Aljoscha Blau. International mit Awards und Auszeichnungen bedacht, lebt und arbeitet der gebürtige Russe heute in Berlin. Er hält Lehraufträge in Deutschland und Dänemark und gibt sein Know-how in Seminaren und Workshops weiter. Jetzt teilt er erstmals seine langjährige Erfahrung in Buchform. Er gibt Einkaufs- und Materialempfehlungen für Ihren gelingenden Einstieg und streut großzügig Tipps und Empfehlungen für Ihren raschen Erfolg ein. Anregungen und Anleitungen zu Komposition, Werkzeugen und Arbeitsschritten runden das Kompendium ab. Und die Bandbreite und Qualität der Arbeiten, die Blau teils detailliert im Entstehen präsentiert, machen das Buch zu einer Augenweide.

Multitalent Gouache weckt unbändige Lust, Papier aufzu-ziehen und Gouache zu probieren. Die Einstiegsbarriere in diese neue Technik ist niedrig, schnell halten Sie Ergebnisse in der Hand, die sich sehen – und verschenken – lassen.





**JURYSTAEMENT  
FRANCA NEUBURG**

Aljoscha Blau lotet seit über 20 Jahren die Möglichkeiten von Gouache als künstlerischem Ausdrucksmittel aus. Die dabei gewonnene umfangreiche Erfahrung des Künstlers ist überall im Buch zu spüren. Aljoscha Blau gelingt es, die Leserin oder den Leser durch seine detailverliebten und an manchen Stellen humoristischen Illustrationen in eine eigene Welt der Mal- und Zeichenkunst mitzunehmen. So wird die Vielfalt von Gouache für den Betrachter unmittelbar erfahrbar. Dass dabei Fachwissen und handwerkliche Brillanz aus einer Hand kommen, macht „Multitalent Gouache“ zu einem sehr runden Leseerlebnis.

Denn die gesamte Bebilderung des Buches stammt ausschließlich von Aljoscha Blau: Selbst die Werke von Dürer oder Hockney, die dem Text als Erläuterung dienen, sind vom Illustrator frei interpretiert gezeichnet, um auf Fotos im Buch verzichten zu können.

„Multitalent Gouache“ besteht durch seine konsequente und handwerklich auf die Spitze getriebene Umsetzung mit großer Liebe zum Detail.



## PIXEL, PATCH UND PATTERN – TYPEKNITTING

Auftragnehmer

**S/W Design**  
**Rüdiger Schlömer**  
s-w.design  
Zürich

Auftraggeber

**Verlag Hermann Schmidt**  
**GmbH & Co. KG**  
**Karin + Bertram Schmidt-Friderichs**  
typografie.de  
Mainz

Projektpartner

**Linda Suter**  
lindasuter.ch  
Zürich

Mit „Pixel, Patch und Pattern – Typeknitting“ führt Rüdiger Schlömer Schritt für Schritt in die Welt des Buchstabenstrickens. Vom klassischen maschenbasierten Stricken bis zum modularen Patchworkstricken zeigt das Buch unterschiedliche Methoden, um Kissen, Mützen, Pullover, Handschuhe, Decken und Schals zu Medien mit Messages zu machen. Als Muster-Alphabete dienen Schriften von Type Foundries wie Bold Monday, Emigre, Lineto, Nouvelle Noire und Typotheque, umgesetzt in Typo-Strickvorlagen.

Ausgangspunkt des Buchs sind die zahlreichen strukturellen Parallelen zwischen Stricktechnik und Schriftgestaltung – zwischen analoger Programmierung und digitalem Handwerk. Diese werden auf verschiedene Weisen umgesetzt: beim Übersetzen von Pixelschriften auf Maschenraster, beim Stricken von Anti-Alias-Effekten als Musterrapporte oder bei der Kombination digitaler Rastertools mit modularem Patchworkstricken. Buchstabenstricken wird so zur handwerklichen, typografischen Meditation, die digitale und analoge Gestaltung verbindet.

„Pixel, Patch und Pattern“ verbindet zwei Kontexte – Stricken und Typografie – die sehr unterschiedlichen Kommunikationsweisen und -formate benutzen. Ausgehend von der Fragestellung „Wie lassen sich Strickerinnen und Stricker für Typografie begeistern und Grafikerinnen und Grafiker ins Stricken locken?“ initiiert das Buch einen interdisziplinären Dialog.





**JURYSTAEMENT**  
**THILO VON DEBSCHITZ**

Maschen existierten schon lange vor der Erfindung des digitalen Bildpunktes. Im Buch „Pixel, Patch und Pattern“ wurde nun das traditionelle Nadelhandwerk mit zeitgenössischer Typografie zusammengeführt. Bereits das Vorsatzpapier signalisiert mit einem freien Gittermuster die Gemeinsamkeit der beiden unterschiedlichen Welten – als Einladung, leere Rasterflächen mit Leben zu füllen. Das Buchlayout stellt sich ganz in den Dienst der Vermittlung möglicher Methoden und bietet gestrickten Buchstaben eine plakative Bühne. Das Farbsystem mit einer Kombination von gedecktem Blau und leuchtendem Orange – symbolhaft für zwei verschiedene Themen, die sich in der Publikation auf wunderbare Weise vereinen – sorgt über die gesamte Strecke von 216 Seiten dafür, dass man trotz der zahlreichen Textebenen, Illustrationen, Infografiken und Fotos stets die Orientierung behält – und sich eben nicht verstrickt. Hier zeigt sich beispielhaft, wie man in Printmedien mit Design führen kann.

Eine hohe Verarbeitungsqualität und die Wahl eines ökologisch nachhaltigen Materials für die Buchproduktion runden den positiven Eindruck ab, der zu einer Auszeichnung durch die Jury geführt hat.



Design Talent

**Simon Schares**

simonschares.myportfolio.com

**Ludwigsburg**

Hochschule

**Hochschule Mainz****Fachbereich Gestaltung****Zeitbasierte Medien**

hs-mainz.de

**Mainz****Prof. Egon Bunne**

Projektpartner

**Co-Autoren und Regieassistenz:****Valentin Herleth, Nina Mielitz****Szenenbild: Marie Radotic, Sabine Tucholke****Kamera: Jonathan Kaiser, Hüseyin Yildirim****Musik: Philipp Grzemba****Sound Design: Kevin Sliwinski****3D Artist: Timo Bahnmüller****Kostümbild: Dorothee Nellessen,****Karin Hosokawa****Maskenbild: Nina Baumhoff****Lichtgestaltung: Paul Becht, André Windolf****Ton am Set: Jochen Wolkersdorfer,****Mischel Mansor****Aufnahmeleitung: Niklas Heuer-Jungemann**

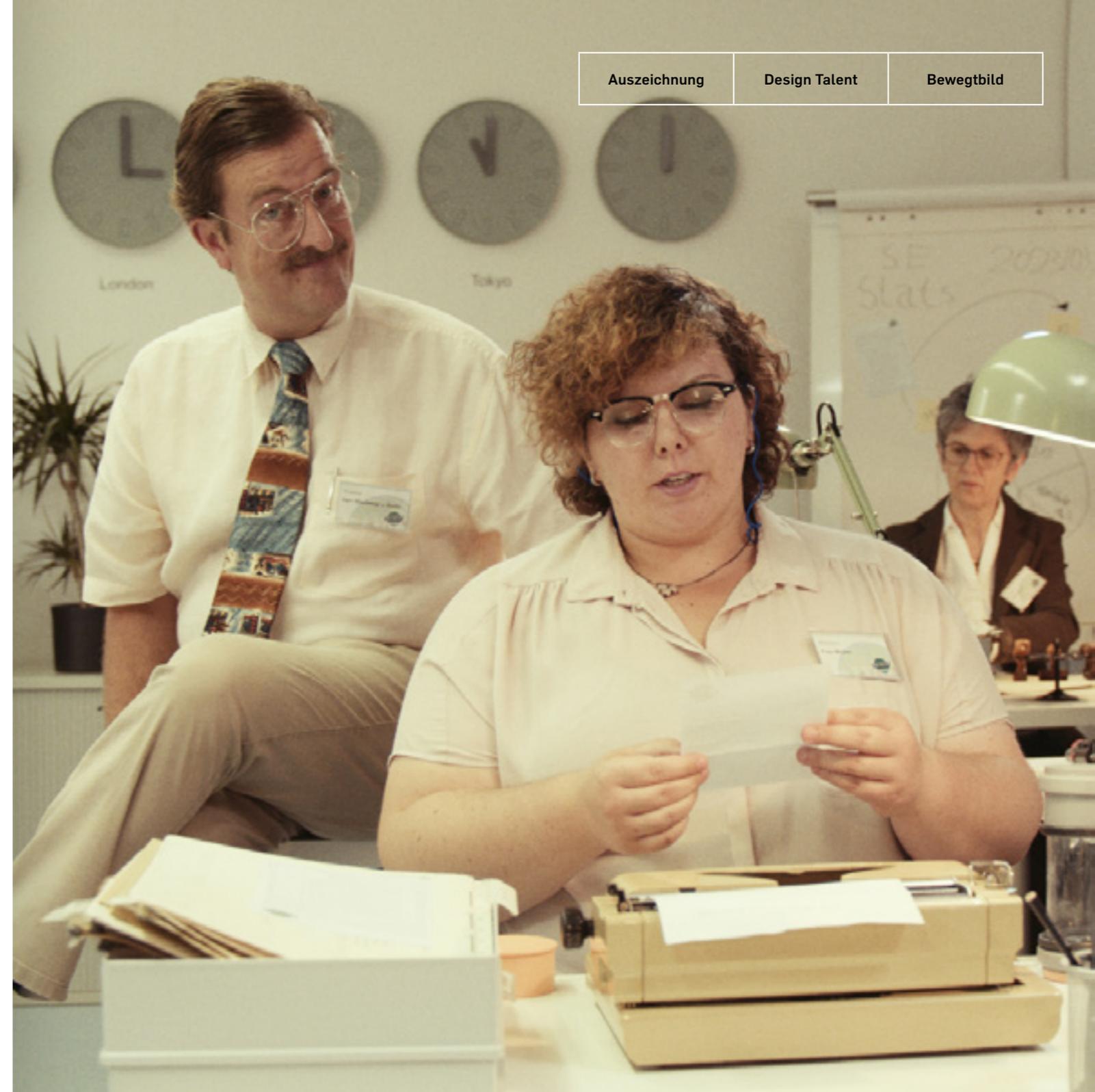
## DIE VERWALTUNG DES INTERNETS

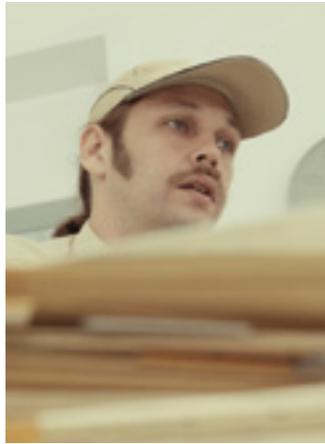
Wer verwaltet eigentlich das Internet? Und wie ist das wohl so? Ein Kurzfilm auf der Suche nach Antworten im „Neuland“. Das Internet wird in einem Großraumbüro analog verwaltet. Mithilfe eines Rohrpostsystems kommunizieren die Mitarbeitenden durch das Internet mit der realen Welt. Sie bearbeiten alle Sucheingaben, die sich im Netz ansammeln und lässt sie nach und nach an der Menschheit zweifeln und ihre Jobs verabscheuen. Nur der eifrige Büroleiter versucht, die Fassade der harmonischen Dienststelle vor der Kamera aufrechtzuerhalten.

Der Film versucht, die komplexen, digitalen Prozesse des Netzes auf eine technisch analoge Bürogemeinschaft herunterzubrechen. In Kontrast mit der vermeintlich schönen neuen Welt des Internets steht die altbackene, bürokratische Darstellung des Films. Hier stoßen wir auf die dunklen, unbekanntenen Seiten des WWW. Als Inspiration zu der Idee diente vor allem der Beruf der Content-Moderatorin oder des -Moderators. Eine Tätigkeit, bei der Menschen für Internetkonzerne wie Facebook oder Google illegale Inhalte aus den Timelines ziehen.

Wie nutzen wir das Internet wirklich? Und was sagt das dann über uns aus? Der Film betrachtet die Menschen aus der Sicht des Internets, dargestellt in einer satirisch, überspitzten Art.

„Die Verwaltung des Internets“ ist die Bachelorarbeit von Simon Schares des Studiengangs „Zeitbasierte Medien“ der Hochschule Mainz.





#### JURYSTATEMENT ARNE DECHOW

In den Tiefen seiner Suchmaschinen trägt das Internet Ärmelschoner. Dort fliegen all unsere hypochondrischen, sexistischen oder einfach nur dämlichen Suchanfragen durch ein Rohrpostsystem in ein wunderbar analoges Verwaltungsgebäude ein, wo sie dann von verzweifelten Mitarbeitern sortiert, beantwortet und auf gleichem Weg zurückgeschossen werden. Das Team um Simon Schares, Valentin Herleth und Nina Mielitz, allesamt Absolventen des Studiengangs „Zeitbasierte Medien“ der Hochschule Mainz, haben eine geistreiche, als schlechten Imagefilm verkleidete Farce geschaffen, in der in angemessen entsättigten Farbtönen die

Banalität des Userverhaltens aufgespießt wird. Man fühlt sich ein wenig an Terry Gilliams „Brazil“ erinnert, aber auch an den Dokumentarfilm „The Cleaners“ über das Leid philippinischer Content-Moderatoren, die im Auftrag von Facebook & Co die Sisyphusaufgabe haben, das Netz vom schlimmsten Müll zu reinigen. Hier kommt der Müll nun also in einer deutschen Behörde an. Da kann der Abteilungsleiter noch so stolz auf Topergebnisse hinsichtlich Vorgangsvolumen und Bearbeitungszeit verweisen – am Ende erscheint der Zusammenbruch des Netzes als erlösende Utopie.



## CALL FOR CREATIVES – EINE ONLINEPLATTFORM FÜR ABSCHLUSSARBEITEN AUS DEM FACHBEREICH GESTALTUNG

Design Talent

**Lucas Hesse**  
lucas-hesse.de  
Hamburg

Hochschule

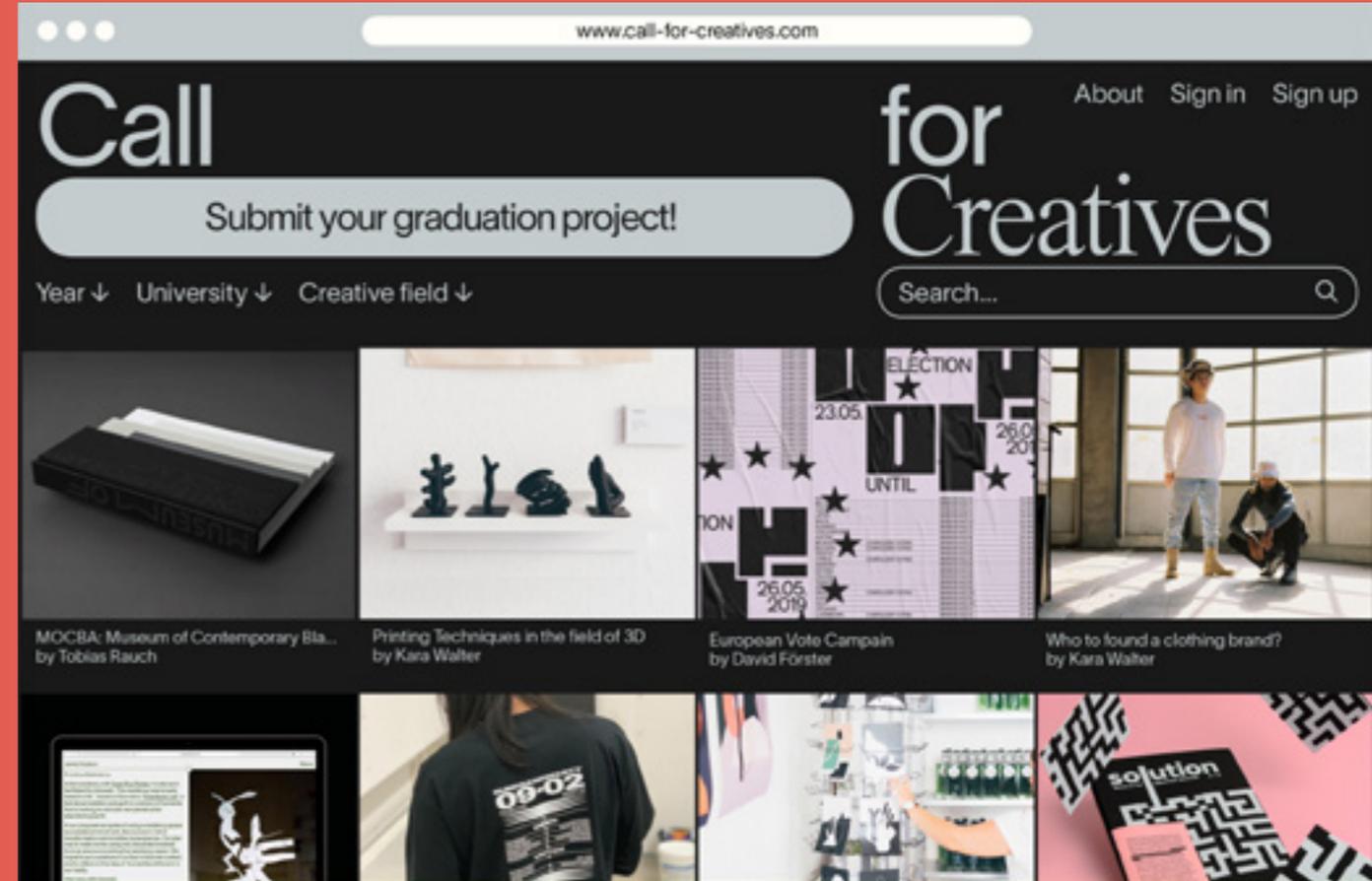
**Hochschule Mainz**  
**Fachbereich Gestaltung**  
**Kommunikationsdesign**  
hs-mainz.de  
Mainz

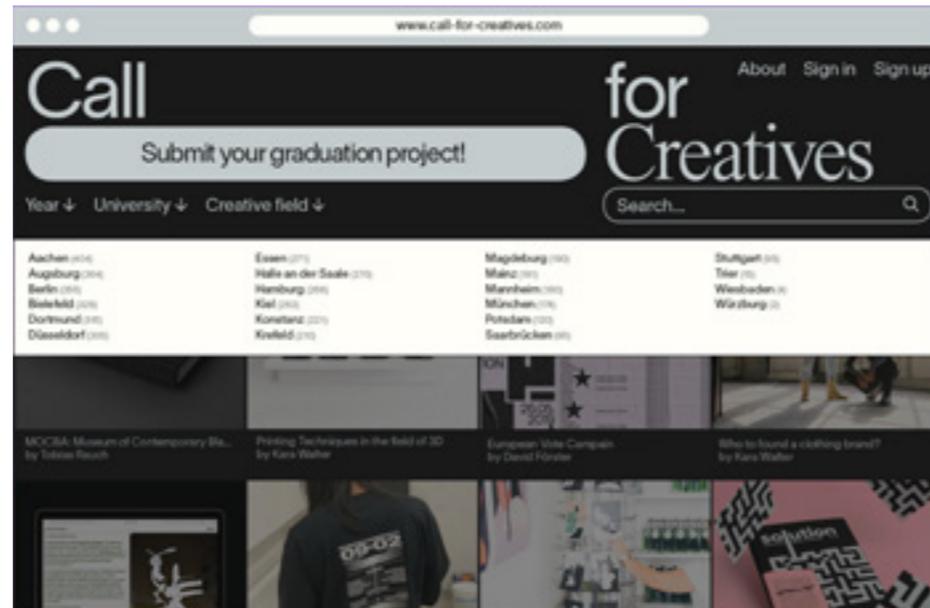
**Prof. Florian Jenett**

Obwohl Kommunikationsdesign eine sehr visuelle Fachrichtung ist und der Schwerpunkt darin liegt, Kommunikation sichtbar zu machen, ist es nicht leicht, sich einen schnellen Überblick über die Abschlussarbeiten im Bereich Design zu verschaffen.

Liegt an der Hochschule Mainz ein starker Fokus auf Typografie oder ist es auch möglich, mit einem anderen Schwerpunkt dort zu studieren? Woher weiß ich, ob die Hochschule für Grafik und Buchkunst in Leipzig eher kommerziell oder künstlerisch geprägt ist? Dreht sich an der Staatlichen Hochschule für Gestaltung in Karlsruhe alles um digitale Medien oder werden dort auch analoge Techniken erarbeitet? Jede Hochschule hat zwar eine ausführliche Webseite und es gibt viele soziale Netzwerke mit dem Fokus auf gestalterischen Arbeiten, jedoch geht dabei sehr schnell die Vergleichbarkeit der Studiengänge verloren.

Mit meiner Onlineplattform (call-for-creatives.com) für Abschlussarbeiten aus den gestalterischen Fachbereichen wird die Außenwahrnehmung der einzelnen Hochschulen verbessert. Meine Arbeit soll ein kleiner Schritt sein, studentischen Arbeiten mehr Raum zu geben, damit diese besser sichtbar werden. Vor allem zukünftige Designstudenten werden von einer flächendeckenden Nutzung profitieren, um besser ihren passenden Platz in der Hochschullandschaft zu finden.





**JURYSTATEMENT  
DAVID BRÜLL**

Es ist eine Freude zu sehen mit welcher Beobachtungsgabe und Intuition Lucas Hesse seine Bachelorarbeit umgesetzt hat.

Das Projekt hat ein klares Ziel: Vergleichbarkeit und Sichtbarkeit von Design Studiengängen verschiedener Hochschulen durch die Darstellung von studentischen Abschlussarbeiten. Entstanden ist eine Online-Plattform, welche durch eine funktionale Reduktion auf die gestellte Aufgabe glänzt.

Der gestalterische Spagat zwischen dem Design der Plattform und den verschiedenen Designs der dargestellten Arbeiten gelingt.

Das zurückgenommene und dennoch markante Corporate Design der Plattform lässt den gesamten Raum für die Arbeiten selbst. Lucas Hesse lässt die Designarbeiten der Studierenden sprechen und liefert mit der Arbeit nicht nur den fehlenden Überblick in der Hochschullandschaft, er leistet auch einen Beitrag zur Sichtbarkeit und Aufgaben von Gestaltung.



## MONOMYTHOS

Design Talent

**Andrés Acosta Blaschitz**  
behance.net/acostablaschitz  
**Mainz**

Hochschule

**Hochschule Mainz**  
**Fachbereich Gestaltung**  
**Zeitbasierte Medien**  
hs-mainz.de  
**Mainz**

**Prof. Anja Stöffler**

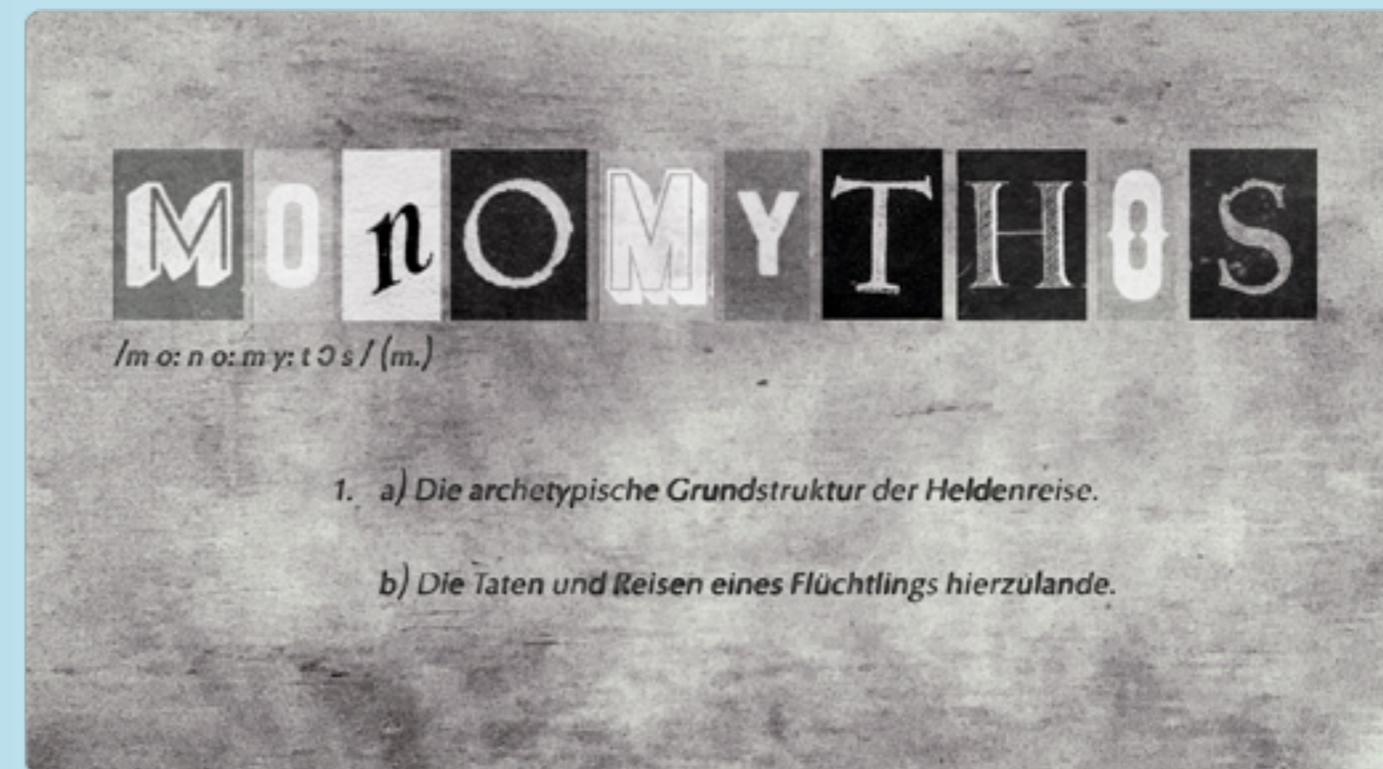
Projektpartner

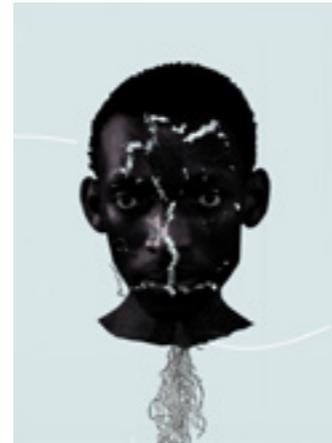
**Mohamed Ali Ben Mansour,**  
**Willi Bücking, Ennie Petersen**

„Monomythos“ ist eine sogenannte Motion Collage, die sich der Thematik der Flüchtlingssituation Deutschlands widmet. Die Animation basiert auf die Unbekannte-Welt-Etappen der Heldenreise nach dem US-amerikanischen Drehbuchautor Christopher Vogler. Aus der reinen Ungewissheit zu diesem Thema trotz seiner Relevanz wurde folgend ein audiovisuelles Projekt konzipiert, das die Gefühle der Geflüchteten mit dem oben genannten Dramaturgie-Schema miteinander verbindet.

Die herzerwärmende Heldenreise zeichnet sich ausführlich durch die musikalische Untermalung des in L.A. ansässigen Musikers „Feverkin“ aus. Als Inspirationsquelle für die sensible Stimmung der Animation liegt ein Interview mit dem Geflüchteten Mahamuod Abdi aus Somalia und seinem Paten Thomas Strohalm zugrunde. Bei der Animation ist eine Symbiose-Thematik inszeniert worden, die sich völlig von den audiovisuellen Werken im Netz abgrenzt und die darauf zielt, Vorurteile, die manchmal bei dem Thema „Flüchtlinge“ hervorgerufen werden, zu verweigern.

Zwar ist die Flüchtlingssituation Deutschlands in den letzten Jahren zu einem Alltagsthema geworden, jedoch heißt das nicht, dass der heldenmütige Charakter der Geflüchteten unterschätzt werden soll. Ziel des Projektes ist es daher, Bewusstsein diesbezüglich zu stärken, denn diese Thematik zeichnet eine politische Ära aus, die langsam zu Ende geht und die aber die Geschichte Deutschlands geprägt hat und noch prägen wird.

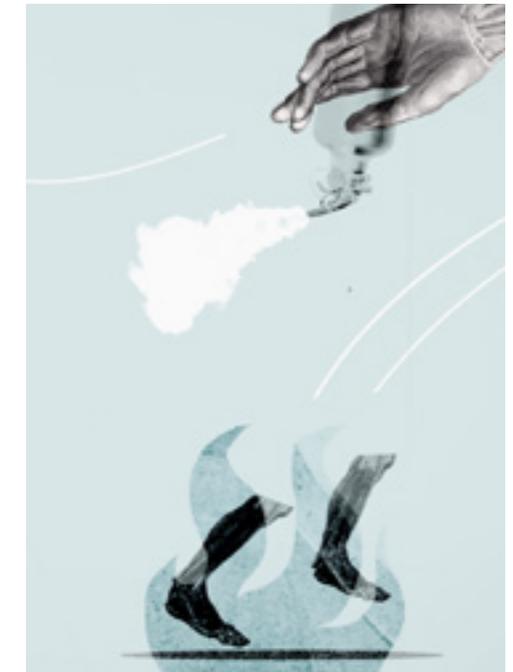
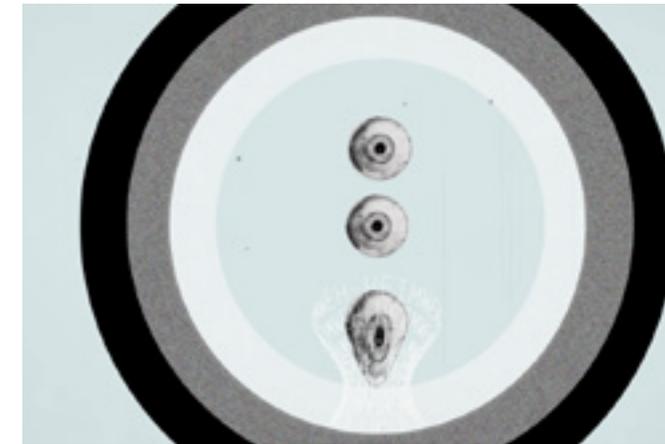




**JURYSTAEMENT**  
**ARNE DECHOW**

Die vorsichtig gezupften Töne einer afrikanischen Stegharfe, darüber die Stimme eines somalischen Flüchtlings, der uns in wenigen Sätzen von der Motivation, den Hürden, den Rückschlägen, Ängsten und den Erfolgen auf seinem Weg zu einer Aufenthaltserlaubnis in Deutschland berichtet. Auf dieser gerade mal eineinhalb Minuten langen Tonspur entwickelt Andrés Acosta Blaschitz eine animierte Heldenreise in fünf Akten. Dabei folgt er in extrem verdichteter Form den archetypischen Grundmustern und Erzählstrategien von Hollywood-Blockbustern, wie sie in zahllosen Drehbuchratgebern gelehrt und von den großen Studios umgesetzt werden.

Visuell eine Mischung aus Collagetechniken der klassischen Moderne, dadaistischer Typografie und Motiondesign entsteht so ein engagierter Kommentar, der uns an die realen Heldengeschichten erinnert, die wir auf dem Weg ins Hochglanzkino beinahe vergessen hätten. Eine gelungene Symbiose aus Kurt Schwitters Dokfilm und Miniaturhollywood.



## PIONEER

Design Talent

**Felix Janz**

felixjanz.de

**Mainz**

Hochschule

**Hochschule Mainz**

**Fachbereich Gestaltung**

**Kommunikationsdesign**

gestaltung.hs-mainz.de

**Mainz**

**Prof. Katja Davar**

**Veronika Weingärtner**

Über 4000 Exoplaneten wurden bisher entdeckt, und eine Reise dorthin scheint vorerst für uns Menschen unmöglich. Doch wie könnte einer dieser Exoplaneten aussehen? Mit dieser Frage beschäftigte ich mich in dem Kurzfilm „PIONEER“, dessen Namen an das Pioneer-Programm der NASA angelehnt ist. Die Raumsonden Pioneer 10 und 11 fotografierten die ersten Nahaufnahmen von Jupiter und Saturn.

Ich experimentierte mit verschiedenen Drucktechniken wie Monotypie und Ätzzradierungen und erstellte anschließend aus zweidimensionalen Drucken dreidimensionale Landschaften. Dazu wurden die Schwarz-Weiß-Drucke gescannt und aus den unterschiedlichen Grauwerten Höhenprofile erstellt. Kamerafahrten, die über die Landschaften fliegen, vermitteln den Eindruck einer Sonde, die zum ersten Mal den unbekannt Planeten aus nächster Nähe erfasst. Zudem kann man hören, wie die Sonde langsam erwacht und ihre Instrumente anfangen zu arbeiten.

Den Betrachtenden bleibt es offen, durch welche Ereignisse sich die Oberfläche so geformt hat, ob wilde Stürme, uns noch unbekannt physikalische Gesetze oder die Gewinnung von Rohstoffen einer uns ähnlichen Spezies von vor Tausenden oder Millionen Jahren. PIONEER ermöglicht es sich in eine Sonde hineinzusetzen, die nach einer langen Reise zum erstmal einen Exoplaneten erblickt und die ersten Aufnahmen anfertigt: fernab und ganz alleine an einem uns unbekanntem Ort.



**JURYSTAEMENT**  
**ARNE DECHOW**

Eine Raumsonde gleitet über die Oberfläche mehrerer Exoplaneten und sendet scheinbar live gestochen scharfe Bilder von erdähnlichen Himmelskörpern außerhalb unseres Sonnensystems. Wir meinen, die Hydraulik und den Ionenantrieb zu hören, während der Blick auf Gebirgsketten und ausgetrocknete Meere fällt. Dann plötzlich Strukturen, die an Kulturlandschaften erinnern, an bewusste Gestaltung oder Artefakte industriellen Handelns. Fast hofft man, dass gleich Zeugnisse intelligenten Lebens in Bild rücken. Und auf überraschende Weise tun sie das auch. Denn der Gestalter Felix Janz, Student des Kommunikationsdesigns an der Hochschule Mainz,

dokumentiert hier freilich keine Originaldaten der NASA – vielmehr transformierte er eigene Monotypien und Radierungen digital zu dreidimensionalen Oberflächen ferner Planeten, die er dann von seiner virtuellen „PIONEER-Sonde“ überfliegen ließ.

Eine handwerklich wie konzeptionell fein gemachte audiovisuelle Meditation über die menschliche Sehnsucht nach dem großen Unbekannten. Gleichzeitig eine ungewöhnliche Fusion aus analogen und digitalen Gestaltungsmöglichkeiten und ein sehr originelles Stück Videokunst.



Design Talent

**Anna Weirich**  
annaweirich.de  
**Birkenfeld**

Hochschule

**Hochschule Mainz**  
**Fachbereich Gestaltung**  
**Kommunikationsdesign /**  
**Gutenberg-Intermedia**  
hs-mainz.de /  
designlabor-gutenberg.de  
**Mainz**

**Prof. Dr. Petra Eisele**  
**Prof. Florian Jenett**  
**Prof. Dr. Isabel Naegele**

Projektpartner

**Gutenberg-Museum**  
**Dr. Annette Ludwig, Katharina Massing**  
gutenberg-museum.de  
**Mainz**

**100 Jahre Bauhaus (Bauhaus Kooperation**  
**Berlin Dessau Weimar gGmbH)**  
bauhaus100.de  
**Weimar**

## PLAY TYPE – EIN INTERAKTIVER TYPO-MONTAGETISCH

Mit „Play Type“ wurde eine Medieninstallation und Ausstellung konzipiert, in der (typo-)grafische Experimente durchgeführt werden konnten, ohne dass hierfür bestimmtes Fachwissen vorausgesetzt war. Besucher und Besucherinnen der barrierefreien Ausstellung konnten durch Partizipation und Interaktion eigene „Typo-Experimente“ kreieren: Mit analogen Form- und Steuerelementen ausgestattet, konnten am „Typo-Montagetisch“ typografische, figürliche oder abstrakte Formen zusammengefügt werden. Die interaktiven Elemente wurden durch aktuelle Medientechnologien erfasst und in überraschende (typo-)grafische Effekte übersetzt, die simultan in den Ausstellungsraum projiziert wurden.

Ausgehend von den revolutionären technischen und technologischen Innovationen der Bauhaus-Ära, reagierte „Play Type“ auf heutige typografische Entwicklungen, bei denen Typografie und Schrift in analogen und digitalen Medien „variabel“ in Erscheinung treten. Als zeitgenössische Interpretation eröffnete die Medieninstallation einen individuellen Zugang zu gestalterischen Themen, die in ihren designhistorischen Dimensionen spielerisch erlebbar wurden.

Die Master-Arbeit „Play Type“ war anlässlich des Nationalen Bauhausjahres 2019 als visuelles Experiment im „bauhaus.labor“ zu sehen.





## JURYSTATEMENT YIJING LU

Wolltet Ihr schon immer mal Eure eigene Schriftart kreieren und mit Typografie experimentieren? Die Medieninstallation „Play Type“ bietet genau das und lädt Besucherinnen und Besucher ein mit individuellen typografischen, figürlichen oder abstrakten Formen zu interagieren und sie zusammenzustellen.

Durch die geschickte Kombination von analogen und haptischen Elementen gepaart mit digitalen Markern wird Neugierde geweckt und die Besucherin oder der Besucher werden auf eine einzigartige interaktive Entdeckungsreise in die Welt der Typografie entführt. So eröffnet diese Medieninstallation spielerisch und entdeckend den Zugang zu der Ge-

staltung von Typografie. Zusätzlich überzeugt sie durch einfache Handhabung und kommt ohne große Erklärung oder Anleitung aus. Das visuelle Erscheinungsbild tritt bewusst in den Hintergrund, während die inhaltliche Umsetzung gezielt in den Vordergrund rückt.

Diese Arbeit vereint digitale Technologie mit analogen Werkzeugen auf eine beispielhafte Weise und bietet dem Besucher allerlei Vergnügung, Entdeckung und Überraschung. Sie ist eine Masterarbeit der Hochschule Mainz und wurde als visuelles Experiment im „bauhaus.labor“ anlässlich des Nationalen Bauhausjahres 2019 gezeigt.



## TEMPUS FUGIT

Design Talent

**Jana Kaulmann**

[behance.net/janakaulmann](https://behance.net/janakaulmann)

**Canach, Luxemburg**

Hochschule

**Hochschule Trier**

**Fachbereich Gestaltung**

**Kommunikationsdesign**

[hochschule-trier.de](https://hochschule-trier.de)

**Trier**

**Prof. Babak Mossa**

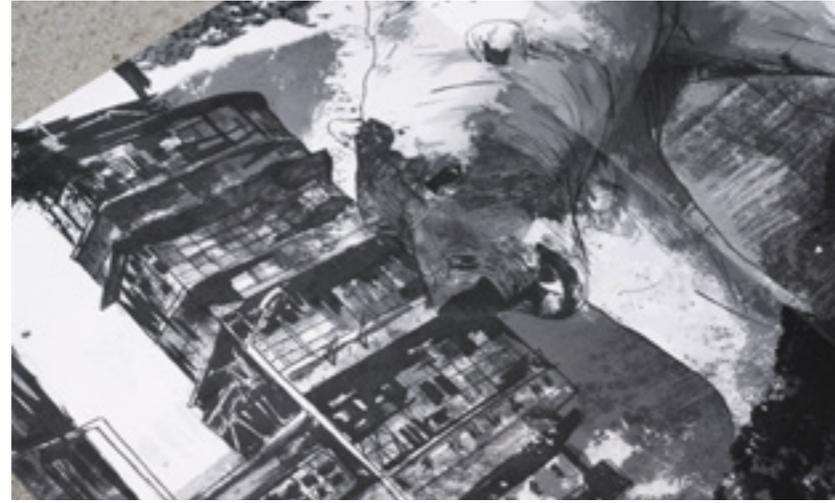
**Asbagholmodjahedin**

Dieses Projekt behandelt in einem illustrativem Editorial Design die Thematik des Klimanotstandes. Mit dem Gebrauch des Begriffes „Notstand“ im Zusammenhang mit dem Klimawandel, wird der Ausarbeitung von politischen, technischen, wie gesellschaftlichen Maßnahmen der Bekämpfung der Krise, eine nicht aufschiebbare Priorität zugeschrieben. Neben den Konsequenzen auf unserem Planeten und dessen Bewohnern, durch den menschengemachten Ökozid seit der industriellen Revolution, wird auch eine Kritik an der heutigen Gesellschaft am Kapitalismus und Konsum verbildlicht. Der Mensch hat seine Herkunft vergessen. Die egozentrische Krone der Schöpfung sieht sich nicht als Teil der Natur und steht somit im Konflikt mit den Grenzen seiner Heimat, der Erde, der Natur.

Das Buch besteht aus verschiedenen Broschüren, welche nach einem 8-seitigen Zine-Prinzip gefaltet und am Buchrücken mit elastischem Band befestigt sind, und somit dem Buch entnehmbar und ausfaltbar. Die gewählte Form des Designs ist auf den Umgang der Medien und der Gesellschaft mit der Klimathematik bezogen.

Ziel des Projektes ist mit Kunst primär Dinge sichtbar zu machen, zu dokumentieren und zu sensibilisieren, um ein Gefühl zu der Thematik zu vermitteln. Die Klimathematik beschäftigt mich sehr, und ich wünsche mir mit diesem Projekt Aufmerksamkeit auf die existierende Krise hinzulenken.





## JURYSTATEMENT FRANCA NEUBURG

Nie waren Klimawandel und menschengemachter Ökozid in der gesellschaftlichen Debatte so präsent wie heute. Genau diesem großen Thema widmet sich Jana Kaulmann in ihrer Abschlussarbeit „tempus fugit“ an der Hochschule Trier.

Schwarzweiße Tuschezeichnungen, teils durch Kohle und Graphit ergänzt, zeigen in kraftvollen Bildern Szenen des Klimawandels sowie den daraus entstandenen Klimaaktivismus. Die starken Kontraste der Illustrationen und die Graffiti-Ästhetik verleihen der Arbeit Dynamik und eine gewisse Dramatik. Statt

herkömmlicher Buchbindung wird die Arbeit ausschließlich durch ein elastisches Band am Rücken zusammengehalten. So lassen sich alle Bögen einzeln herausnehmen. Durch eine 8-seitige Zine-Faltung sind zudem alle Teile des Buches zu Plakaten mit Vorder- und Rückseite entfaltbar. Diese Idee passt sehr gut zum Thema und der expressiven Gestaltung der Innenseiten.

Jana Kaulmann hat ein ausdrucksstarkes und vielschichtiges Buch zu einem brisanten und relevanten Thema gestaltet.

Auszeichnung	Design Talent	Editorial Design
--------------	---------------	------------------

## THE POEM LAB: A MACHINE MADE OF BOOKS.

Design Talent

**Isabela Dimarco**  
behance.net/isabeladimarco  
**Mainz**

Hochschule

**Hochschule Mainz**  
**Fachbereich Gestaltung**  
**Kommunikationsdesign /**  
**Gutenberg-Intermedia**  
hs-mainz.de /  
designlabor-gutenberg.de  
**Mainz**

**Prof. Dr. Petra Eisele**  
**Prof. Florian Jenett**  
**Prof. Dr. Isabel Naegele**

Projektpartner

**Vanessa Liebler (Fotografie)**  
vaneversion.de  
**Mainz**

**BuchbindeAtelier Kochinke**  
**Ludger Maria Kochinke**  
buchbindeatelier.de  
**Mainz**

Im Rahmen der Sonderausstellung „ABC. Avantgarde — Bauhaus — Corporate Design. Drucken und Werben am Bauhaus“ (6. September 2019 bis 2. Februar 2020 im Gutenberg-Museum in Mainz) wurde das für das „bauhaus.labor“ des Gutenberg-Museums entwickelte Projekt „The Poem Lab“ ausgestellt. Das Projekt war Teil von insgesamt sieben ausstellungsbegleitenden Projekten, welche innovative zeitgenössische Ansätze der Gestaltung zeigen, die im Masterstudiengang „Gutenberg-Intermedia“ der Fachrichtung Kommunikationsdesign der Hochschule Mainz konzipiert wurden.

„The Poem Lab“ wurde auf der Grundlage der visuellen und theoretischen Arbeiten des Bauhausmeisters László Moholy-Nagy (1895–1946) konzipiert. Die Installation verdeutlicht die Situation des medialen Umbruchs vom Analogen zum Digitalen: Die analogen Bücher, die traditionell als „Gefäß“ für Inhalte dienten, um Gedanken zu fixieren, werden ersetzt durch fluide Inhalte, die immer weniger materialhaft zu fassen sind.

Herausgekommen ist das Glossar-Buch, die Installation begleitende Publikation. Zusätzlich zu einer kleinen Zusammenfassung von „The Poem Lab“, ist im Buch eine infografische Übersicht, welche die am häufigsten verwendeten Wörter aus den vierzehn analysierten Texten von Moholy-Nagy in alphabetischer Anordnung zeigte, zu finden.





**JURYSTAEMENT  
BETTINA SCHULZ**

Die begleitende Publikation zur gleichnamigen Ausstellung überzeugt vor allem durch ihre Schlichtheit und die Konzentration auf das Wesentliche: Ganz in schwarzweiß gehalten, führt das von der Designerin betitelte „Glossar-Buch“ 6.829 Begriffe aus designtheoretischen Texten des Bauhaus-Meisters László Moholy-Nagy auf, aus denen eine Maschine mittels Algorithmus zufällige auswählt und Gedichte zusammensetzt.

Die Dokumentation erläutert dabei kurz das Ausstellungsprojekt, geht auf die Funktion des Poem Lab ein und enthält eine infografische Übersicht, welche die am häufigsten verwendeten Wörter aus den vierzehn analysierten Texten Moholy-Nagys zeigt. Nah an der Ausstellung selbst, jedoch als eigenständiges Werk erkennbar, ist der feine Satz, der Umgang mit Fläche und Textmenge sowie die rein typografische Gestaltung bemerkenswert. Ein schlichtes, geprägtes Cover weckt zudem die Neugierde und lädt zu einer Reise durch den Sprachschatz von László Moholy-Nagy ein.



Design Talent

Lisa Schmidt  
designzigartig.de  
Bodenheim

Hochschule

Hochschule Mainz  
Fachbereich Gestaltung  
Kommunikationsdesign/  
Gutenberg-Intermedia  
hs-mainz.de  
Mainz

Prof. Philipp Pape  
Prof. Holger Reckter

## TYPESTER – MIKROTYPOGRAFIE. KLICK. FERTIG.

Typografie taucht in fast allen Bereichen unseres Lebens auf. Aus diesem Grund sollten Zeitschriften, Bücher, Webseiten, Plakate, Firmenlogos und Werbung nach gestalterischen Regeln gesetzt werden. Bis ins Detail gestaltete Texte dienen dazu, Inhalte leichter lesbar zu machen, damit sie besser aufgenommen werden können – diesen Vorgang nennt man Mikrotypografie. Dadurch, dass die Mikrotypografie mit einem hohen Zeitaufwand einhergeht, werden häufig nur Bruchteile beachtet, was wiederum der guten Lesbarkeit zur Last fällt.

Daraus ergibt sich folgende Frage: „Ist es möglich, ein Programm zu entwickeln, das es ermöglicht, Zeit bei der mikrotypografischen Reinzeichnung einzusparen bzw. den Vorgang zu automatisieren?“

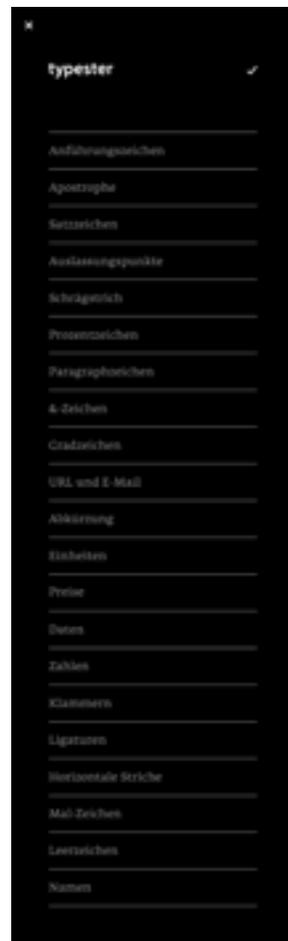
Ja, „typester“ ist ein automatisiertes Adobe InDesign Plug-In. Es unterstützt Designerinnen und Designer bei der mikrotypografischen Reinzeichnung von Texten. „typester“ ermöglicht dem Nutzer auf einfache und intuitive Weise, Zeit bei der mikrotypografischen Reinzeichnung einzusparen. Durch die Einbeziehung werden unzählige Stunden eingespart, die zuvor für die Detailtypografie eingeplant wurden. Durch seine hohe Benutzerfreundlichkeit lässt es sich schnell und einfach erlernen, wodurch es innerhalb kürzester Zeit in den Arbeitsalltag integriert ist. Ohne großen Aufwand des Users soll der gesamte Text, basierend auf den mikrotypografischen Regeln, mit nur einem Klick kontrolliert werden.



Typografie ist die Kunst „Schrift zu arrangieren“, mit dem Ziel Sprache sichtbar zu machen. Wir alle arrangieren Schriften mehrmals pro Tag, z.B. wenn wir Essays schreiben, Notizen von Meetings zusammenfassen oder Folien für eine Präsentation erstellen.



Typografie ist die Kunst „Schrift zu arrangieren“, mit dem Ziel Sprache sichtbar zu machen. Wir alle arrangieren Schriften mehrmals pro Tag, z.B. wenn wir Essays schreiben, Notizen von Meetings zusammenfassen oder Folien für eine Präsentation erstellen.



**JURYSTAEMENT  
DANIELA SPINELLI**

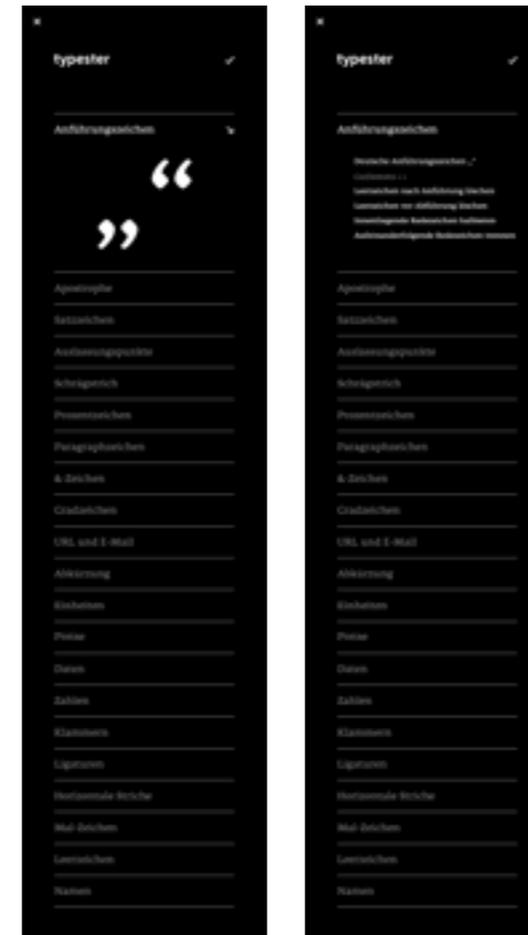
Falsche Anführungszeichen, falsches Apostroph, Bindestrich statt Gedankenstrich, ... Mikrotypografie. Detailtypografie. Sie befasst sich mit Feinheiten eines Schriftsatzes oder auch einer Publikation, optimiert maßgeblich die Lesbarkeit, die Qualität und deren Ästhetik. Fehlt uns Gestalterinnen und Gestaltern die Zeit dazu oder sogar das Wissen darum?

Lisa Schmidt hat sich in ihrer Masterarbeit mit dem Thema „Mikrotypografie automatisieren“ beschäftigt und ein Konzept zu einem Programm entwickelt, um den Vorgang zeitsparend zu vereinfachen. Ein Plug-In, welches in InDesign integriert werden kann, um somit den Vorgang der Mikrotypografie zu erleichtern, zu beschleunigen, um Fehler problemlos zu finden und korrigieren zu können.

Die Website als Vorstufe dazu, in schwarzweiß ist sehr klar und reduziert aufgebaut. Jedoch mit netten Spielereien: ein Komma als Mauscursor oder dem Cursor folgende Kommata als Startseite. Die Schriftmischung aus kantiger Grotesk und einer Antiqua, stellvertretend für den Schriftsatz, geben einen schönen Kontrast zu der minimalistischen Gestaltung.

Lisa Schmidt ist noch auf der Suche nach Investoren damit „typester“ realisiert werden kann.

**WÜNSCHENSWERT FÜR JEDE  
DESIGNERIN UND JEDEN DESIGNER!**



Auszeichnung	Design Talent	Editorial Design
--------------	---------------	------------------

## WABI SABI – WABI SEHEN. WABI VERSTEHEN. WABI LEBEN.

Design Talent

**Sarah Bastigkeit**  
behance.net/sarahbastigkeit  
**Zeulenroda-Triebes**

Hochschule

**Hochschule Trier**  
**Fachbereich Gestaltung**  
**Kommunikationsdesign**  
hochschule-trier.de  
**Trier**

**Prof. Andreas Hogan**

Wabi Sabi beschreibt eine der ältesten Lebensphilosophien und Ästhetikvorstellungen Japans. Das vom Zen-Buddhismus geprägte Konzept wird allgemein gerne als „die Bezeichnung der Schönheit unvollkommener, vergänglicher und unvollständiger Dinge“ definiert. In einer kurzen Zeitreise führt das Buch „Wabi Sabi – Wabi sehen. Wabi verstehen. Wabi leben.“ vom Bau des ersten zen-buddhistischen Tempel Japans hin bis zur heutigen beständigen Notwendigkeit, der durch Wabi Sabi geprägten Lebensführung.

Das Buch gibt einen umfassenden Einblick in die Philosophie Wabi Sabi's und wie wir diese auf unser eigenes Leben übertragen können. Es werden verschiedene Kreative vorgestellt, deren Arbeit dadurch direkt oder indirekt beeinflusst wurde und die Frage nach dem Zusammenspiel von Perfektion und Handwerkskunst wird neu aufgeworfen. Neben einer zurückhaltenden und minimalistischen Gestaltung erzeugen typografische Details Interesse, ein zweites Mal hinzusehen, um noch etwas Neues zu entdecken. Zudem wird die Gestaltung von analogen Fotografien begleitet, deren Hauptaugenmerk auf Details und Strukturen liegt, die von der Natur entweder so vorgegeben oder durch natürliche Alterungsprozesse entstanden sind. Des Weiteren spiegeln Ausschnitte künstlerischer Farbexperiment den spontanen ungeplanten Prozess wider und eingebundene abgerissene Seiten vermitteln im Kontrast Willkür und Rauheit.

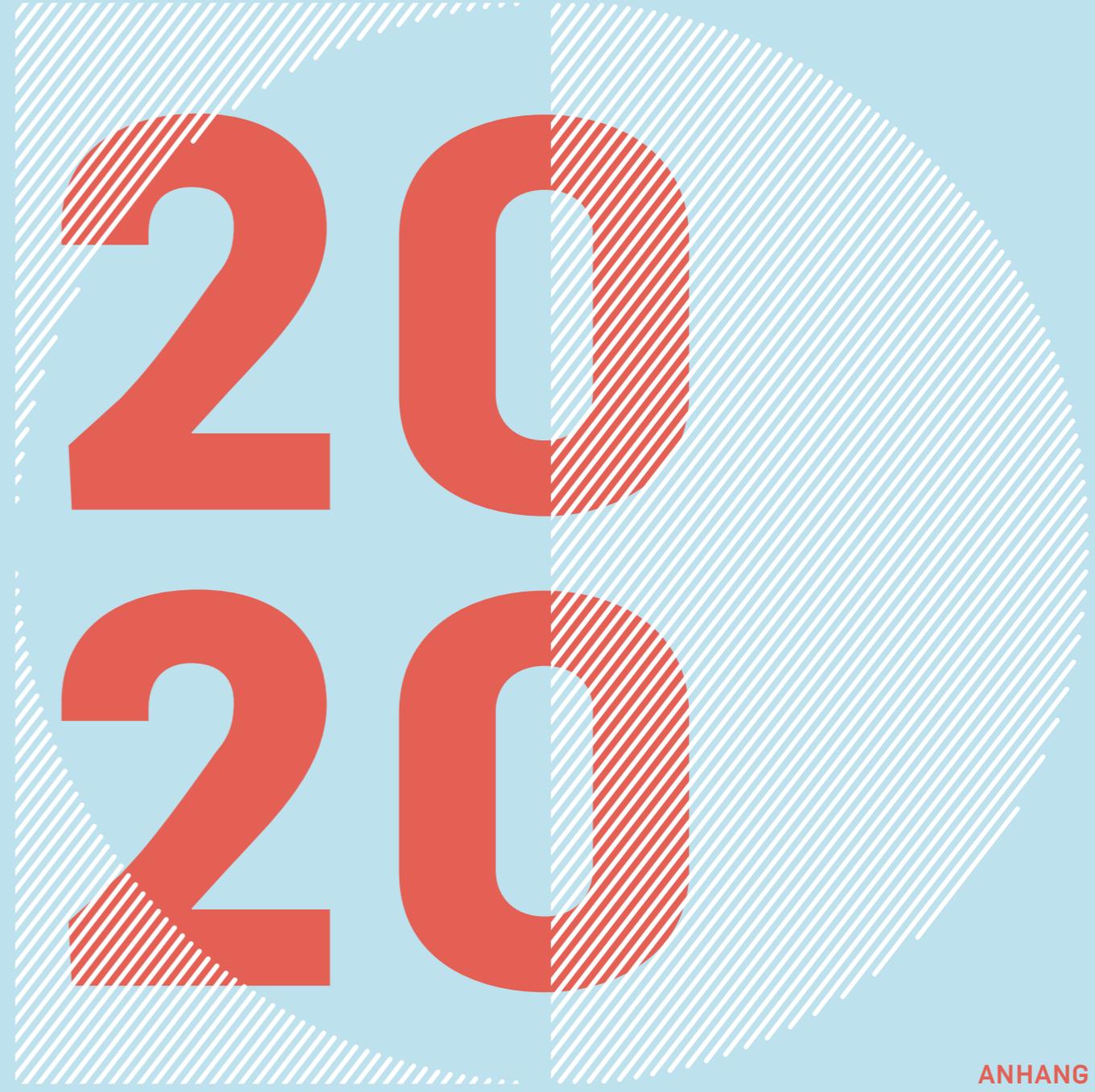




**JURYSTAEMENT  
BETTINA SCHULZ**

Wie sehr haptische Elemente eines Printproduktes ein Thema unterstützen und auch zu Begehrlichkeit führen kann, wird bei der Arbeit „Wabi Sabi“ deutlich: Man möchte sie anfassen, erspüren und damit auch die Hintergründe des japanischen ästhetischen Konzepts taktil begreifen. Die Annäherung an dieses Thema erfolgt bereits durch einen visuell starken Schutzumschlag, hinter dem sich ein „leises“, gelasertes Buchcover verbirgt.

Die kurze Zeitreise führt dann auf 84 Seiten vom Bau des ersten zen-buddhistischen Tempel Japans bis zu den Einflüssen dieser Philosophie in die heutige Kulturlandschaft. Der feinfühligere Umgang mit Typografie, Raumaufteilung und Bildauswahl lässt einen faszinierenden Spannungsbogen entstehen und vermittelt dadurch die Philosophie der schlichten Ästhetik bereits auf den ersten Blick. Formale Elemente sorgen wiederum für Überraschungsmomente und bewusste Brüche: Die Leserin oder der Leser wird manches Mal gezwungen, das Layout zu drehen oder stolpert über abgerissene Seiten. Eine ganzheitliche Arbeit, die mehr als nur den Sehsinn bedient und dadurch beeindruckt.



## BILDNACHWEIS

Alle Bilder in dieser Publikation sind, soweit nicht anders gekennzeichnet, von Elisa Biscotti – **studiobiscotti.de** – fotografiert.

### AUSNAHMEN

Seite 7  
© Ministerium für Wirtschaft, Verkehr,  
Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

Seite 8  
© Silke Philipps-Deters

Seite 10  
© Arne Dechow, Bettina Schulz,  
Daniela Spinelli, Franca Neuburg, David Brüll,  
Yijing Lu

Seite 11  
© Thilo von Debschitz

Seite 16  
Grafik © alma – Agentur für Design  
und digitale Kommunikation

Seite 39–41  
© Lucie Langston

Seite 46–47  
Grafiken © Stick Up Studio

Seite 51  
Grafiken © Design Bureau Done by People

Seite 53–55  
Illustrationen © Verlag Hermann Schmidt

Seite 61–63  
© Simon Schares

Seite 65–67  
© Lucas Hesse

Seite 69–71  
© Andrés Acosta Blaschitz

Seite 77–79  
© Anna Weirich

Seite 86  
Ausstellungsaufbau © Isabela Dimarco

Seite 89–91  
© Lisa Schmidt

## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER

Diese Publikation wird vom Designforum  
Rheinland-Pfalz in Zusammenarbeit mit dem  
Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirt-  
schaft und Weinbau Rheinland-Pfalz heraus-  
gegeben. Alle Rechte vorbehalten.

Designforum Rheinland-Pfalz  
Haus des Handwerks  
Dagobertstraße 2, 55116 Mainz  
**designpreis@descom.de**  
**descom.de**

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr,  
Landwirtschaft und Weinbau  
Rheinland-Pfalz  
Stiftsstraße 9, 55116 Mainz  
**mwwlw.rlp.de**

### TEXTNACHWEIS

Die im Katalog abgedruckten Texte wurden,  
soweit nicht anders gekennzeichnet, von den  
Einreichern der vorliegenden Arbeiten zur  
Verfügung gestellt.

### GESTALTUNG

Designforum Rheinland-Pfalz  
Carolin Dürrenberg

### KORREKTORAT

Rabena Ahluwalia

### DRUCK

Richter Druck- und Mediacenter  
GmbH & Co. KG, Elkenroth

Papier: Fly© Extraweiß, 300 und 130g/qm  
Auflage: 500 Exemplare

**MAINZ**  
**NOVEMBER 2020**

## **DESIGNPREIS RHEINLAND-PFALZ**

Mit der Vergabe des Designpreises Rheinland-Pfalz unterstützt das Wirtschaftsministerium Rheinland-Pfalz seit 1994 die Verankerung des Wirtschaftsfaktors Design in Unternehmen. Seit über zwanzig Jahren würdigt das Land Rheinland-Pfalz damit herausragende Designleistungen.

Im jährlichen Wechsel wird der Designpreis Rheinland-Pfalz auf den Gebieten Produktdesign und Kommunikationsdesign verliehen. Der Wettbewerb für Kommunikationsdesign richtet sich an alle Gestaltungsbereiche der visuellen Kommunikation und wird vom Designforum Rheinland-Pfalz als Kompetenzpartner durchgeführt.

**WEITERE INFORMATIONEN**  
**[DESCOM.DE](https://www.descom.de)**

herausgegeben von

**descom**  
**designforum**  
**rheinland**  
**pfalz**

gefördert durch



**RheinlandPfalz**  
MINISTERIUM FÜR  
WIRTSCHAFT, VERKEHR,  
LANDWIRTSCHAFT  
UND WEINBAU