Design und Worte

Philipp Heinlein Designer

1 Ohne Worte

Wer ohne Worte spricht, kann in vielen Sprachen verstanden werden.

Drei Ausstellungen der Fakultät für Design und Künste zur »Manifesta 2008«, die inhaltlich nichts gemeinsam haben – außer dem Initial Ihrer Titel.
Verbales Keyvisual + Corporate Design, 2008.

archivio
Mostra Fotografica

archipov
meets bolzano
Design Exhibition

alles in butter
Designausstellung

Philipp Heinlein Designer

Giveaway zum zehnjährigen
Bestehen der Freien Universität Bozen.
Sprachübergreifende Benennung + Packaging, 2006.

2 Ein Wort

Wo nur ein Wort steht, möge es das richtige sein. Manchmal findet man es, manchmal muß man es erfinden.

Dreißig Jahre »ff – Das Südtiroler Nachrichtenmagazin.«
Plakatkampagne + Slogan + Giveaway (Schokolade), 2010.

Philipp Heinlein Designer

Eröffnung der neuen Werkstätten der Fakultät für Design und Künste. Sprachübergreifender Titel der Veranstaltung + Corporate Design + Text, 2010.

Philipp Heinlein Designer

3 Worte

Worte unterscheiden sich von Wörtern,
indem sie gemeinsam einen Sinn ergeben.

space for ideas in design:

The Faculty of Design and Art at the Free University of Bozen - Bolzano, Italy, invites expressions of interest for academic positions. Positions are at the levels of full and associate professor in the area of Product Design and Visual Communication. Teaching languages are Italian or German or English. Candidates should already hold an academic position equivalent to the one they are interested in applying for.

→ www.unibz.it/design-art/

Freie Universität Bozen
Libera Università di Bolzano
Free University of Bozen · Bolzano

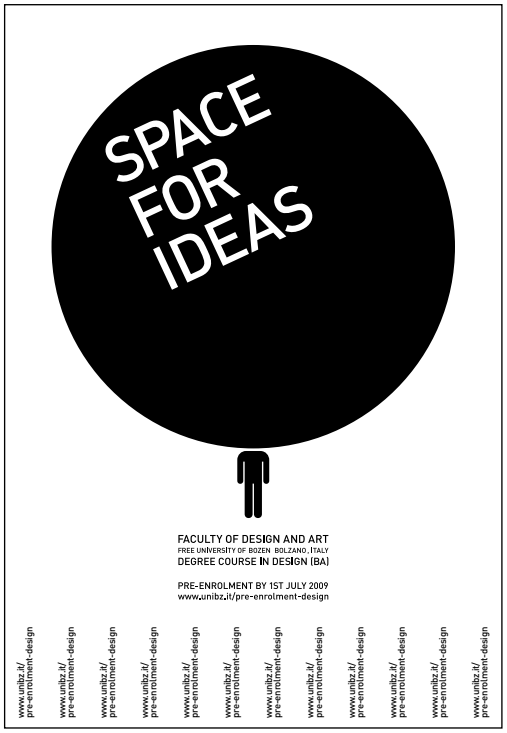
Fakultät für Design und Künste | Facoltà di Design e Arti | Faculty of Design and Art

www.unibz.it

Slogan für eine internationale Recruitment-Kampagne (Anzeigen). Konzept + Slogan + Layout, 2005.

Dieser Slogan wurde in den darauffolgenden Jahren zu einer Art internationalem Claim der Fakultät und für werbliche Zwecke von verschiedenen Gestaltern umgesetzt.

Philipp Heinlein Designer



Gratispostkarte.
Text + Gestaltung, 2009.

Philipp Heinlein Designer

Ausstellung in Neumarkt, Südtirol.
Zweisprachiger Titel + Corporate Design + Text, 2010.

Philipp Heinlein Designer

Philipp Heinlein Designer

»gli altri« (die Anderen). Ausstellung in Mailand und Bozen. Verbales Key Visual + Corporate Design, 2007.

Ausgewählt für »Spaghettigrafica 2009«

Fünf Jahre,
drei Sprachen,
ein Buch.
Titel + Buchgestaltung,
+ Packaging, 2008.

Ausgewählt für
»Spaghettigrafica 2009«

Philipp Heinlein Designer

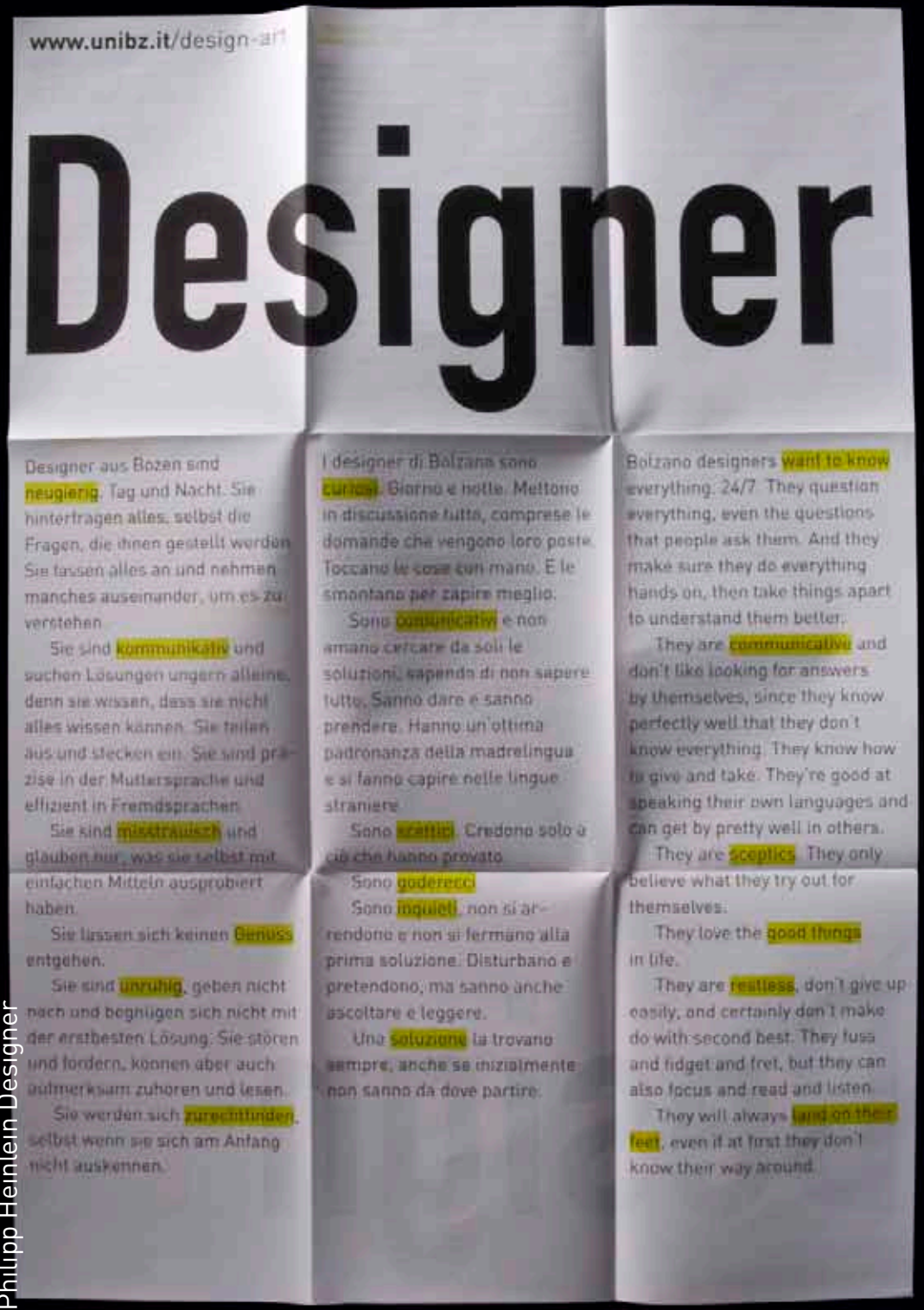
Claim für einen Online-Geschichts-
atlas des Instituts für Europäische
Geschichte Mainz. Claim
+ Gestaltung, 2010.

4 Text

Grauwert, den wenige Leute wirklich lesen.
Aber auf die kommt es an.

Messestand auf einer Bildungsmesse, München.
Text + Exhibit Design, 2009.

Philipp Heinlein Designer



www.unibz.it/design-art

Designer

Designer aus Bozen sind neugierig. Tag und Nacht. Sie hinterfragen alles, selbst die Fragen, die ihnen gestellt werden. Sie fassen alles an und nehmen manches auseinander, um es zu verstehen.

Sie sind kommunikativ und suchen Lösungen ungern alleine, denn sie wissen, dass sie nicht alles wissen können. Sie teilen aus und stecken ein. Sie sind präzise in der Muttersprache und effizient in Fremdsprachen.

Sie sind misstrauisch und glauben nur, was sie selbst mit einfachen Mitteln ausprobiert haben.

Sie lassen sich keinen Genuss entgehen.

Sie sind unruhig, geben nicht nach und begnügen sich nicht mit der erstbesten Lösung. Sie stören und fordern, können aber auch aufmerksam zuhören und lesen.

Sie werden sich zurechtfinden, selbst wenn sie sich am Anfang nicht auskennen.

I designer di Bolzano sono curiosi. Giorno e notte. Mettono in discussione tutto, comprese le domande che vengono loro poste. Toccano le cose con mano. E le smontano per capire meglio.

Sono comunicativi e non amano cercare da soli le soluzioni, sapendo di non sapere tutto. Sanno dare e sanno prendere. Hanno un'ottima padronanza della madrelingua e si fanno capire nelle lingue straniere.

Sono scettici. Credono solo a ciò che hanno provato.

Sono goderecci.

Sono inquieti, non si arrendono e non si fermano alla prima soluzione. Disturbano e pretendono, ma sanno anche ascoltare e leggere.

Una soluzione la trovano sempre, anche se inizialmente non sanno da dove partire.

Bolzano designers want to know everything. 24/7. They question everything, even the questions that people ask them. And they make sure they do everything hands on, then take things apart to understand them better.

They are communicative and don't like looking for answers by themselves, since they know perfectly well that they don't know everything. They know how to give and take. They're good at speaking their own languages and can get by pretty well in others.

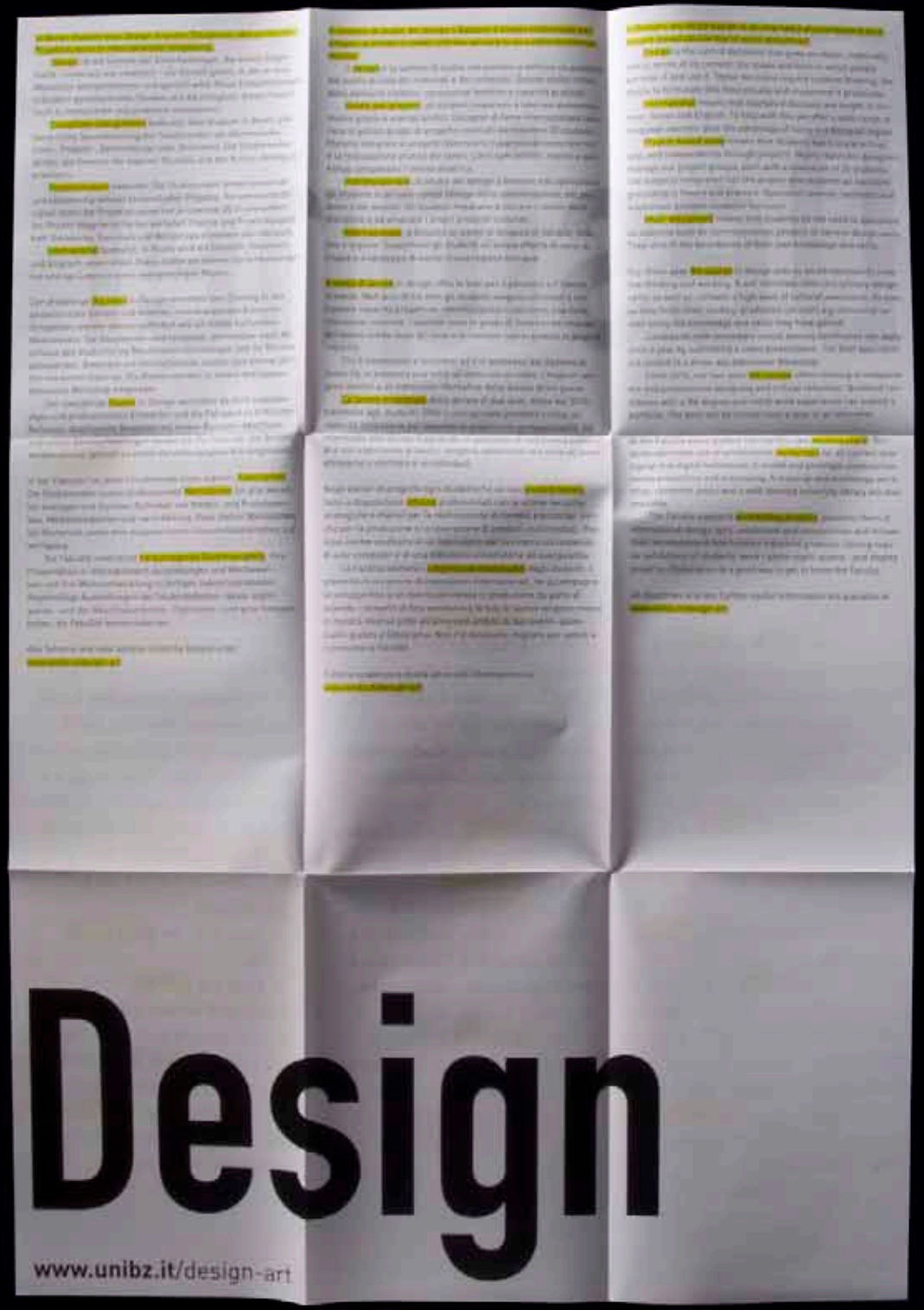
They are sceptics. They only believe what they try out for themselves.

They love the good things in life.

They are restless, don't give up easily, and certainly don't make do with second best. They fuss and fidget and fret, but they can also focus and read and listen.

They will always land on their feet, even if at first they don't know their way around.

Imagefaltblatt. Alle Texte + Gestaltung, 2009.

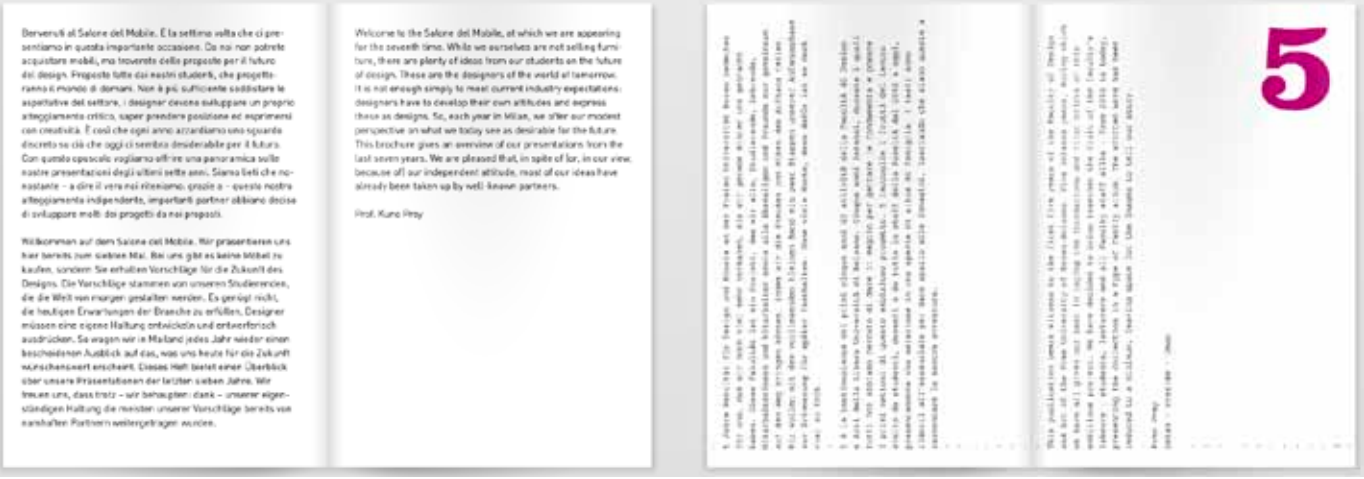


Design

www.unibz.it/design-art

Texte für den Dekan der Fakultät für Design und Künste. Siehe auch die folgenden zwei Seiten. Texte + Gestaltung, 2008 – 2010.

Philipp Heinlein Designer



Designer – Designer aus Bozen sind neugierig. Tag und Nacht. Sie hinterfragen alles, selbst die Fragen, die ihnen gestellt werden. Sie fassen alles an und nehmen manches auseinander, um es zu verstehen. Sie sind kommunikativ und suchen Lösungen ungern alleine, denn sie wissen, dass sie nicht alles wissen können. Sie teilen aus und stecken ein. Sie sind präzise in der Muttersprache und effizient in Fremdsprachen.Sie sind misstrauisch und glauben nur, was sie selbst mit einfachen Mitteln ausprobiert haben. Sie lassen sich keinen Genuss entgehen. Sie sind unruhig, geben nicht nach und begnügen sich nicht mit der erstbesten Lösung. Sie stören und fordern, können aber auch aufmerksam zuhören und lesen. Sie werden sich zurechtfinden, selbst wenn sie sich am Anfang nicht auskennen. Imagetext für die Fakultät für Design und Künste, Freie Universität Bozen 2007

Visionen realisieren – Eine Vision ist mehr als eine Idee: Es ist die Vorstellung eines zusammenhängenden Szenarios, das über konkrete einzelne Gegenstände hinausgeht. Ein neuer Trinkbecher ist keine Vision, wohl aber ein sparsamerer Umgang mit Wasser. Von uns Designern werden heute solche Visionen erwartet. Wie wollen wir mit Visionen umgehen?

Zunächst sollte klar sein, daß die Vision wirklich unserer eigenen Phantasie entstammt. Sind wir nicht zu stark beeinflußt von Trends, oder Suggestionen durch andere? Und Vorsicht mit Visionen zu später Stunde... Als nächstes wäre herauszufinden, ob es gute Fragen gibt, auf die unsere Vision eine Antwort liefert. Egal, wer diese Fragen gestellt hat, oder ob wir sie erst noch stellen müssen. Was können die Menschen in Zukunft mit unserer Vision anfangen? Gewinnen wir dadurch etwas von allgemeinem Nutzen?

Möglicherweise wird unsere Vision mit bestehenden Verhältnissen nicht vereinbar erscheinen. Das kann an der Vision oder an den Verhältnissen liegen. Wir sind frei, Konventionen und Disziplingrenzen zu überwinden, wenn wir unsere Mitmenschen dafür gewinnen.

Die Freiheit unserer Ideen endet vor der Freiheit anderer Menschen. Sind wir sicher, daß unsere Vision ohne wirtschaftliche, soziale, oder ökologische Beeinträchtigungen anderer Menschen zu verwirklichen ist? Für die Folgen ihrer Verwirklichung sind wir verantwortlich. Dass wir uns in der Wirklichkeit unserer Vision zunächst nicht auskennen, deutet darauf hin, daß wir Neuland betreten. Es liegt an uns, auf Sicherheit zu verzichten, einen ersten Schritt zu wagen und uns nach kundigen Begleitern vor Ort umzusehen. Bequem ist das nicht, aber wir lernen dabei. Wenn die Verwirklichung unserer Vision leicht von der Hand geht, ist Vorsicht geboten: Haben wir uns in die erstbeste Idee verliebt? Gibt es fähige Menschen, die unser Vorhaben kritisch begleiten? Unsere Vision mit anderen Menschen zu teilen, macht ihre Verwirklichung einfacher und erfreulicher.

Wir bemühen uns in der Fakultät für Design und Künste der Freien Universität Bozen, Bedingungen für Leistungen zu schaffen, die ihrer Zeit voraus sind. Es liegt in der Natur der Sache, daß solche Leistungen erst nach einiger Zeit als visionär zu erkennen sind. Ein Projekt für die Zukunft. Beitrag zu »radostar« 01/2009, Thema »visionary«

Fünf – 5 Jahre Fakultät für Design und Künste an der Freien Universität Bozen bedeuten für uns, daß wir noch viel mehr vorhaben, als wir gerade hinter uns gebracht haben. Diese Fakultät ist ein Projekt, das wir alle, Studierende, Lehrende, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie alle Ehemaligen und Freunde nur gemeinsam auf den Weg bringen können, indem wir die Freuden und Mühen des Aufbaus teilen. Wir wollen mit dem vorliegenden kleinen Band ein paar Etappen unserer Anfangsphase zur Erinnerung für später festhalten. Ohne viele Worte, denn dafür ist es noch viel zu früh. Vorwort der gleichnamigen Publikation

Mögliches und Gutes – Die Arbeit von Walter Schels und Beate Lakotta rückt ein Thema ins öffentliche Bewusstsein, das es dort schwer hat: Sterben wird in einer auf ökonomische Leistungsfähigkeit ausgerichteten Gesellschaft zum schwer verkäuflichen Tabu. Die menschliche Dimension des Lebensendes wird heute selten so differenziert beleuchtet wie in der Reportage von Walter Schels und Beate Lakotta. Ihre beispielhafte und ausgezeichnete Art, dieses schwierige Thema visuell zu kommunizieren ist Grund genug, die Ausstellung den Studierenden, Kollegen und Freunden in der Fakultät für Design und Künste zugänglich zu machen.

Neben den individuellen Erzählungen der dargestellten Personen ist auch von der palliativen Betreuung die Rede: Alle Aufnahmen entstanden nämlich in Hospizen, in denen die Menschen ihre letzen Tage in Würde verbrachten. Vor Aufkommen der palliativen Betreuung wurde der Tod verbreitet als Niederlage der Medizin bewertet, wenn die jeweils aktuellste medizinische Forschung den Kranken keine weitere Lebenszeit mehr gewähren konnte. Die palliative Betreuung verschiebt in solchen Fällen die Priorität von der Verlängerung des Lebens um jeden Preis hin zur würdigen Gestaltung der verbleibenden Lebenszeit. Hier wird deutlich, was für uns Designer im gleichen Maße gilt: Die Frage, was technisch möglich ist, ist unverzichtbar. Wir müssen den Stand der Forschung kennen und nach bestem Wissen ausschöpfen. Letztlich entscheidend ist aber die Frage, was für den Menschen gut ist. Hospize sind ein gutes Beispiel für ein menschlicheres Design unserer Lebensumstände. (...) Beitrag zur Begleitbroschüre zur Ausstellung »Noch mal leben« von W. Schels und Beate Lakotta

Start – Start in unsere neuen, unterirdischen Werkstätten. Unter den Füßen der Bozner können wir jetzt filmen, sägen, fotografieren, schweißen, drucken, fräsen und nachdenken. Design ist das Zusammenspiel vieler Techniken und Disziplinen. Unsere neuen Werkstätten bieten uns optimale Bedingungen, in diesem Sinne zu lernen, experimentieren und forschen. Mitten in Bozen erfinden wir das Design für morgen. Faltblatt zur Eröffnung der Neuen Werkstätten, Fakultät für Design und Künste, Bozen.

Philipp Heinlein Designer