

DESIGNER

PROFILE

2010 / 2011

VOLUME / 01

GERMANY AUSTRIA SWITZERLAND
INDUSTRIAL DESIGN
& EXHIBITION DESIGN



INTRO 2-7

PROFILES

INDUSTRIAL DESIGN 24-151

EXHIBITION DESIGN 152-173

INTERVIEWS

DIETER RAMS 8-11 BRITTA PUKALL 12-13

FRANCO CLIVIO 14-17 UWE R. BRÜCKNER 18-21

INDEX

ALPHABETICAL 176-179

FIELDS OF ACTIVITY 180-191

AWARDS 192-201

IMPRINT 205





DIESE DESIGNER BRAUCHT DAS LAND! THESE ARE THE DESIGNERS WE DEFINITELY NEED MOST!

Und wieder zeichnen die Designer Profile ein aktuelles Bild der Designszene in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Spezialisten der unterschiedlichen Disziplinen präsentieren sich hier mit ihren neuen Projekten und Produkten. Alles, damit Sie sich ein präzises Bild von ihren Kompetenzen und Referenzen machen können!

Im Mittelpunkt dieses Buches stehen wie immer die Designer. Ergänzt werden ihre Profile durch Interviews, die form-Chefredakteur Gerrit Terstiege geführt hat: Zu jeder Design-Disziplin kommt ein renommierter Fachmann zu Wort. Lesen Sie die Gespräche mit Dieter Rams, Britta Pukall, Franco Clivio und Uwe Brückner. Im hilfreichen Index erhalten Sie zusätzlich eine Zusammenstellung aller Award-Erfolge der einzelnen Designbüros.

Die neue visuelle und inhaltliche Ausrichtung haben wir gemeinsam mit Lars Harmsen von der Karlsruher Agentur Magma Brand Design entwickelt, bei dem wir uns auf diesem Weg ganz herzlich bedanken.

Jetzt wünsche ich Ihnen erst mal viel Spaß beim Lesen und tierisch gute Einblicke in die Szene!

And once again our Designer Profiles paints a topical picture of the current design scene in Germany, Austria and Switzerland: Here, the specialists from the various different disciplines present their latest projects and products. And all in order to make sure you can get an exact idea of their abilities and references!

As always, pride of place in the book goes to the designers. And the various profiles are rounded out by interviews that form editor-in-chief Gerrit Terstiege conducted specially: A renowned expert comments on each of the various design disciplines. So enjoy reading the conversation with Dieter Rams, Britta Pukall, Franco Clivio and Uwe Brückner. The easy-to-use index also provides you with a compilation of all the numerous awards the individual design offices have won.

The new look and content structure was developed together with Lars Harmsen of Karlsruhe-based agency Magma Brand Design, whom we would like here to cordially thank for his efforts.

And now all that remains is for me to wish you an enjoyable read and any number of new and astonishing insights into the cream of the German-speaking design world!

Ihre/Yours

Ramona Rockel

Verlagsleiterin form/Publishing Director, form

PS: Die Präsentationen finden Sie auch im Internet: www.designer-profile.de

The presentations are also ready to be browsed online at www.designer-profile.de

A taxidermy of a deer head with large, dark brown antlers. The head is positioned in the lower right foreground, looking towards the left. The background is a detailed, naturalistic setting with various plants, including tall grasses, a small evergreen tree, and a body of water in the distance. The lighting is soft, suggesting a natural outdoor environment.

*KEEP IT SIMPLE – REDUCE
TO THE ESSENTIAL, THAT IS
WHAT MAKES GOOD DESIGN
STAND OUT.*

STOTZ-DESIGN.COM, OLIVER STOTZ, 130



DIETER RAMS

INTERVIEW: GERRIT TERSTIEGE



FOTO: DIETER SCHWER

**„ICH HABE RENDERINGS
IMMER VERABSCHEUET
UND SIE REGELRECHT
BEKÄMPFT.“**

Bedauern Sie, dass Sie zu einer Zeit tätig waren, als Computer nicht die heutigen Möglichkeiten boten?

Ja – und nein. Ja insofern, als der Rechner heute natürlich ein vernetztes Arbeiten enorm erleichtert. Aber mit Computer-Renderings wird oft Unfug getrieben, Problemstellen lassen sich mit ihnen wunderbar beschönigen. Ich habe Renderings immer verabscheut und sie regelrecht bekämpft. Meine Zeichnungen und Skizzen waren meist intuitiv maßstabsgetreu und konnten, bei aller Abstraktion, problemlos vom Modellbau umgesetzt werden. Sie waren zwar unverbindlicher – aber sie zeigten genau das, was ich wollte. Ich habe sehr viel mit Skizzen gearbeitet.

Apropos, wie haben Sie eigentlich Ihren besonderen, sehr einfachen Zeichenstil gefunden? Wer hat Sie geprägt?

Ich hatte an der Werkkunstschule in Wiesbaden einen guten Zeichenlehrer, der hieß Rotfuchs. Er war Dozent für den Bereich Illustration, da stand für uns als angehende Architekten regelmäßig Aktzeichnen auf dem Programm. Als ich anfang zu schraffieren – was jeder macht, der sich im Freihandzeichnen als Anfänger versucht –, sagte Rotfuchs zu mir: „Lassen Sie doch den Quatsch weg. Sie müssen nur den Strich etwas dicker machen, dann kriegen Sie die Räumlichkeit auch so hin!“ Im Grunde läuft meine Darstellungsweise auf eine denkbar einfache Strichzeichnung heraus.

Wie war denn der Entwicklungsprozess bei Braun unter Ihrer Leitung strukturiert? Wie gingen Sie vor, wenn Sie für ein Gerät eine neue Form finden sollten?

Wenn ich an meine frühen Jahre bei Braun denke, die Zeit Mitte der fünfziger Jahre, dann erinnere ich mich an viele Probleme, die sich aus der mangelnden Zusammenarbeit zwischen den Gestaltern und den Technikern ergaben. Damals mussten erst einmal all die Formen und Möglichkeiten einer Kooperation ausgelotet und entwickelt werden.

Ein Beispiel?

Wenn zum Beispiel Hans Gugelot von der Ulmer Hochschule für Gestaltung in Frankfurt im Braun-Werk war, dann sprach er mit den Brüdern Erwin und Arthur Braun, denen das Unternehmen gehörte, und mit Dr. Eichler, der für die designstrategische Ausrichtung zuständig war. Gugelot diskutierte also auf einer Ebene, die nichts mit der technischen Seite der Produktentwicklung zu tun hatte. Das konnte nur gut gehen, solange es sich um bloßes Re-Design handelte: neue Hüllen um vorhandene Technik herum. Und das war bekanntermaßen nicht das, was Gugelot vorschwebte – er wollte einen grundsätzlich neuen Weg einschlagen. Er war nicht glücklich darüber, dass das Äußere dieser ersten von ihm überarbeiteten Geräte mehr versprach, als das Innere dann hielt. Es galt, dieses Defizit abzubauen. Erwin Braun erkannte schnell: Das Design bei Braun muss inhouse stattfinden!

Da, 1955, schlug sozusagen Ihre Stunde – denn Sie waren bei Braun ja ursprünglich nicht als Designer, sondern als Architekt eingestellt worden.

Das ist richtig. Es gehörte in der Designabteilung bald zu meinen Aufgaben, das Verhältnis von Gestaltern und Technikern zu harmonisieren, Vertrauen aufzubauen. Der Designprozess hatte gewissermaßen noch keine Form – es gab zum Beispiel noch kein Briefing. Später wurden Teams gebildet, aus Designern, Marketingleuten und Technikern, die von Anfang an gemeinsam an einem Produkt arbeiteten. Solche Rahmenbedingungen wirken sich ja enorm auf den Designprozess aus. Die Entwurfsprojekte folgten dann den Aufgabenstellungen aus den jeweiligen Business-Bereichen, also HiFi, Körperpflege, Health Care etc. Es gab einen Business Director, der war mit dem Technical Director und dem Design Director gleichgestellt. Nur war ich – Gott sei Dank – der Einzige, der direkt an den Vorstandsvorsitzenden berichtet hat. Das hat mir den Rücken gestärkt ...

Wann hatten sich diese Strukturen bei Braun etabliert?

Das geschah im Laufe der siebziger Jahre. Es war eine Notwendigkeit, die sich durch die ständig wachsenden Umsätze ergab, daraus, für internationale Märkte zu entwerfen und dabei immer an einer Vielzahl verschiedener Projekte gleichzeitig zu arbeiten. Die Globalisierung, so könnte man sagen, hat bei Braun schon sehr früh begonnen. Auch durch die Hilfe der Gillette AG, die Braun 1967 übernommen hatte.

Gibt es ein Produkt, das Ihnen bei der Organisation der Entwicklung besonders Kopfzerbrechen bereitet hat?

Ja, ganz klar die Anlage atelier, die zur „Last Edition“ wurde, mit der Braun das Ende der HiFi-Ära einläutete. Da war ich mehrfach mit unseren Technikern in Japan, denn die atelier-Bausteine wurden von japanischen Firmen mit dem entsprechenden Innenleben bestückt. Der Tuner kam von einer Firma, der Verstärker von einer anderen, die Technik für den Plattenspieler wieder von einer anderen. Zum Glück waren sie allesamt in Tokio angesiedelt, aber ich konnte mir nicht vorstellen, dass hinterher alles zusammenpassen würde. Einige der japanischen Firmen haben wiederum in Singapur produzieren lassen, was die Sache nicht einfacher machte. Aber am Ende hat doch alles geklappt.

Und Mitte der fünfziger Jahre, in der Geburtsstunde des Braun-Designs, hat man da einfach drauflosgestaltet?

Das nicht. Aber in jenen Jahren gab es einfach noch keinen nachvollziehbaren Entwicklungsprozess. Vieles entstand emotional, aus bestimmten Gegebenheiten heraus, mit Rücksicht auf Produktionsmöglichkeiten et cetera. Da kam da eine Idee her und dort ein Idee her. Ich persönlich habe es immer sehr geschätzt, wenn ich technische Innovationen vorfand.

Das Wort emotional überrascht in dem Zusammenhang. Wie kam es etwa zu der Entscheidung, in den frühen sechziger Jahren ein derart aufwendiges und kostspieliges Gerät wie den Weltempfänger T 1000 zu entwickeln? Doch sicher nicht aus dem Bauch heraus.

Zum einen bekamen die ersten kleinen tragbaren Radios sehr schnell Konkurrenz: Die Japaner haben die Transistortechnik rasch adaptiert und brachten dann ähnlich kleine Geräte zur Hälfte des Preises auf den Markt. Da konnten wir einfach nicht mithalten. Aber die Transistortechnik bot andererseits Möglichkeiten, die wir nutzen wollten. Also entschieden wir: Wir machen einen Weltempfänger – in einer Qualität und Ausstattung, die sich nicht so leicht kopieren lässt. Solche Überlegungen spielten durchaus eine Rolle – aber eben nicht die Strategien von Marketingteams. Übrigens: Als bei Olivetti Ende der Siebziger das Marketing übernahm, verabschiedete sich Ettore Sottsass vom Unternehmen, wandte sich freien Experimenten und Entwürfen zu, die dann zur Gründung von Memphis führten. Aber dieser Schritt war leichter für ihn, da er bei Olivetti nie fest angestellt war. Bei mir lagen die Dinge anders. Man kann auch sagen: Ich war anders gestrickt.

Sie waren zu der Zeit, um das Jahr 1980 herum, schon seit 25 Jahren fest angestellt, leiteten als Designchef ein großes Team. Und bei Ihnen kann man sich nicht vorstellen, dass Sie plötzlich aussteigen und Vasen bemalen, um sie in Galerien auszustellen ... aber wie konnte eigentlich das Marketing bei Braun doch solchen Einfluss gewinnen? Sie und Ihr Designteam hatten doch gezeigt, dass Sie hervorragende Produkte auch ohne den Input des Marketings entwickeln konnten.

Das hatte mit den immer größeren Stückzahlen zu tun, die es zu produzieren galt. Und damit, dass eine komplexere Produktionstechnik enorme Investitionen im Werkzeugbau und in Produktionsanlagen voraussetzte. Ende der Siebziger bekam das Marketing mehr Einfluss, weil es in seiner Verantwortung lag, die Wettbewerbsfähigkeit und den Return of Investment zu sichern.

Man begann stärker danach zu schauen, was die Konkurrenz macht.

Nicht nur das: Gestalterische und technische Innovationen hatten es plötzlich schwerer, weil sie immer mit Risiken verbunden sind, auch und gerade mit ökonomischen Risiken. Ohne die vollautomatische Produktion lief irgendwann nichts mehr, denn ohne sie ließen sich nicht die erwarteten Stückzahlen erzielen. Solche riesigen Fertigungsanlagen waren ja Meisterwerke in sich, aber sie waren nun mal so investitionsintensiv, das es immer stärker um die Frage ging: Wann bekommen wir das Geld, dass wir in diese oder jene Anlage stecken, zurück? Man hat sich in der Folge immer seltener getraut, neuen Ideen grünes Licht zu geben.

In den letzten Jahren sind enorm viele Fotos und Zeichnungen von nicht realisierten Braun-Produkten aufgetaucht. So erfuhr man Jahrzehnte später vom Konzept eines tragbaren Fernsehers aus den frühen sechziger Jahren, das formal mit dem T 1000 verwandt war. Warum wurde es nie realisiert?

Man glaubte auch hier schon, dass man von einem kleinen Fernseher nicht genug Stückzahlen absetzen kann. Brionvega und andere haben später gezeigt, dass tragbare Fernseher durchaus am Markt erfolgreich sein können. Aber vielleicht liegt genau hier der Grund für die aktuelle Misere: Keiner will sich eingestehen, dass irgendwann einmal das Ende der Fahnenstange erreicht ist. Man kann doch nicht immer noch einen neuen Rasierer, noch eine neue Kaffeemaschine machen, ohne dass da wirklich etwas Neues dran ist – außer, dass die Form ein bisschen anders ist oder die Farbe. Und dann glaubt man, damit noch mal den Umsatz steigern zu können. Das ist doch illusorisch! Aber offensichtlich scheinen die meisten Manager immer noch zu glauben, dass nur die schiere Masse an abgesetzten Produkten etwas bringt. Das ist ja momentan auch das Problem der Automobilindustrie: Es geht seit Jahren darum, immer mehr Autos in den Markt zu pushen. Dabei ist doch offensichtlich, dass alles schon voll ist mit Autos, dass die Märkte längst gesättigt sind. Aber genau solche Zielsetzungen prägen heute immer noch den Entwicklungsprozess in den Designabteilungen großer Unternehmen. Aber ich bleibe dabei: Weniger, aber besser zu produzieren – das ist der Weg.

“INNOVATIONS IN DESIGN AND TECHNOLOGY SUDDENLY HAD A MORE DIFFICULT TIME OF IT, BECAUSE THEY ALWAYS INVOLVE RISKS, INCLUDING ECONOMIC RISKS.”

Looking back, do you regret working as a designer at a time when computers did not have the possibilities they offer today for sketching, shaping and so on?

Yes and no. Yes in that today, computers naturally make working as a team in a network far easier. Yet on the other hand people often get up to a lot of mischief with computer renderings which sugarcoat problematic areas wonderfully. I have always loathed renderings and regularly fought against them. My drawings and sketches were generally intuitively to scale and, even if they were really abstract, the team of model builders was able to realize them without any problem. Although they were less set-in-stone, they showed exactly what I wanted. I worked a great deal with sketches.

How did you actually find your particular drawing style?

I had a good drawing teacher at the Werkkunstschule in Wiesbaden, his name was Mr. Rotfuchs. He taught illustration, and we aspiring architects regularly had to practice figurative drawing. When I started cross-hatching, as everyone does when they try out freehand drawing for the first time, Mr. Rotfuchs said to me: “Forget that nonsense, you just need to make the line a bit thicker, you can achieve the spatiality that way too!” Essentially my mode of representation culminates in as simple a line drawing as is possible.

How was the development process at Braun structured under your direction? How did you proceed when you had to find a new form for a particular device?

When I think back to my early years at Braun, in the mid-1950s,

I remember lots of problems resulting from insufficient cooperation between designers and engineers. Back then, we first had to explore and develop the forms and possibilities of cooperation.

Can you give an example?

For example, when Hans Gugelot from the Hochschule für Gestaltung in Ulm was at the Braun plant in Frankfurt, he spoke to the brothers Erwin and Arthur Braun, the company owners, and Dr. Eichler, who was responsible for the design-strategic orientation. Thus Gugelot discussed issues on a level which had nothing to do with the technical side of product development. This could only work as long as all that was required was pure redesign: giving existing technology a makeover. That was not what Gugelot had in mind. He wanted to beat a completely new path. He was not happy that the exterior of these first devices he repackaged for Braun promised a lot more than the interior delivered. This deficit had to be corrected. Erwin Braun quickly realized that the design had to take place in house.

That was a decisive point for you, 1955, for originally Braun hired you as an architect, not a designer.

That’s right. It soon came to be that one of my tasks in the design department was to harmonize the relationship between designers and engineers, to build up trust. To an extent, the design process still had no form then, for example, there was no briefing. Later we formed teams, consisting of designers, marketing people and engineers, who worked together on a product right from the start. Overall conditions like these have a tremendous effect on the design process. The design projects then followed the tasks set by the relevant business areas, i. e., hi-fi, body care, healthcare etc. There was a business director, who was on equal footing with the technical director and design director. I was the only one, thank God, who reported directly to the CEO. That gave me a bit of weight.

When did these structures really establish themselves?

That was in the course of the 1970s. It was necessary, owing to continually increasing sales, to design for international markets and also to always work on a number of different projects simultaneously. You could say that globalization started very early at Braun. Also with the help of Gillette AG, which Braun had taken over in 1967.

Is there a product that proved to be a particular headache for you in organizing its development?

Yes, that would have to be the Atelier system, which we made a last edition of, and with which Braun heralded the end of the hi-fi era. I visited our engineers in Japan several times, because Japanese companies fitted the Atelier components with the corresponding inner technology. The tuner came from one company, the amplifier from another, the technology for the record player from yet another. Fortunately they were all based in Tokyo, but I could not see everything fitting together at the end. Some of the Japanese firms, in turn, had parts produced in Singapore, which did not make things easier. But in the end it all came together.

And in the mid-1950s, when Braun design was born, did people just set about designing, with no clear structure?

No, but there was quite simply no definable development process. A great deal was created based on emotion, the result of certain facts, including a consideration of what was possible in terms of production etc. An idea came from here, another one came from there. Personally I always acknowledged the value of coming across technical innovations.

The word emotion is surprising in this context. So how is it the decision came to be made in the early 1960s to create such a complex and costly device as the T 1000 multi-band radio? I bet that wasn't based on a gut feeling?

On the one hand the first small portable radios very quickly faced competition: the Japanese rapidly adapted the transistor technology and then launched similar-sized radios onto the market at half the price. We could not beat that. Yet on the other hand the transistor technology offered possibilities we wanted to make use of. So we decided to make a multi-band radio with a quality and features that could not be copied so easily. Considerations such as these definitely had a role, but the strategies of marketing teams didn't. Incidentally, when marketing started to rule the roost at Olivetti in the late 1970s, Ettore Sottsass quit the company and turned his attention to creating free designs and experiments. And that then led to the foundation of Memphis. However, this step was easier for him, because he was never a fixed employee at Olivetti. My situation was different. And you could also say, my personality was different.

At that time, around 1980, you had been employed at Braun for 25 years and were heading a large team as chief designer. And we can't imagine you suddenly leaving to paint vases and exhibit them in galleries ... But how was it that marketing at Braun was able to gain such an influence? After all, you and your design team had shown that you could create outstanding products without input from the marketing.

It had to do with the ever larger quantities we had to produce. And following on from that, that a more complex production technique also requires huge investments in tool making and production facilities. In the late 1970s marketing had more influence because it was its responsibility to ensure competitiveness and return on investment.

People started paying more attention to what the competitors were doing.

Not only that. Innovations in design and technology suddenly had a more difficult time of it, because they always involve risks, including economic risks. Without fully automated production there came a point when things simply couldn't go on, because without it you couldn't produce the expected quantities. Huge production facilities like these were masterpieces in themselves, but they were just so investment intensive that the question increasingly loomed: When will we get back the money we invested in this or that facility? As a consequence, one was increasingly reluctant to give new ideas the green light.

A huge number of photos and drawings have appeared in recent years of Braun products that were never realized. This was how, decades later, we learnt of the concept of a portable television from the early 1960s which was formally related to the T 1000. Why was it never realized?

Here too, the general consensus was that we would not be able to sell enough small televisions. Brionvega and others later showed that portable televisions can be thoroughly successful on the market. Yet perhaps this is precisely the reason for the current problems: No-one wants to admit that at a certain point they have reached the end of the line. You can't always make yet another new shaver, yet another new coffee machine without there really being something new about it – except a slight change in form or a different color. And then you think you can increase sales with it. It's an illusion! But obviously most managers still seem to believe that it is just the sheer mass of products sold that counts. The automobile industry is currently experiencing the same problem: For years, car manufacturers' goal has been to push ever more cars onto the market, while it is obvious

that there are too many cars, that the markets have long been saturated. Yet it is precisely objectives like these that still shape the design process in the design departments of major companies today. But I am sticking with my maxim: Less, but better – that's the right way forward.

WWW.BRAUN.COM

BRITTA PUKALL

INTERVIEW: GERRIT TERSTIEGE



„EIN PRODUKT ALLEIN KANN NICHT ALLE ÄNGSTE NEHMEN.“

Inwiefern werden medizinische Produkte heute vom Konsumgüterdesign beeinflusst?

Bestimmte Faktoren, die man beim Konsumgüterdesign berücksichtigen muss, werden auch im Medizinalbereich immer wichtiger. Das hat mehrere Gründe: So sind etwa viele medizinische Geräte technisch vergleichbar, das heißt: Die Differenzierung über echte technische oder funktionale Vorteile ist sehr schwierig. Design als Differenzierungsmittel kommt hier große Bedeutung zu. Und die emotionalen Aspekte, die bei Konsumgütern sehr wichtig sind, sind natürlich beim Medizinalgut noch wichtiger. Zum Beispiel aus der Perspektive des Patienten: Weil sich dieser in einer emotionalen Grenzsituation befindet, reagiert er unterbewusst stark auf visuelle Reize, wenn er untersucht wird. Deshalb sehen unsere Produkte sowohl verlässlich als auch freundlich aus.

Erwartet man vom Design nicht zu viel, wenn es gleich die Angst vor einer Untersuchung nehmen soll, nur mit Hilfe von Form und Farbe? Womöglich ist mir vor einer Untersuchung doch völlig egal, ob ein Ultraschallgerät nun grau und kantig oder hellblau mit abgerundeten Ecken daherkommt.

Ein Produkt allein kann gewiss nicht alle Ängste nehmen. Viel eher wirkt sich das gesamte Environment in einer Praxis oder in einem Krankenhaus darauf aus, inwieweit wir uns als Patient gut aufgehoben fühlen. Wenn wirklich alles – also die Architektur, die Innenarchitektur, die Geräte – auf dieses Ziel hin abgestimmt sind, hat das mit Sicherheit einen sehr großen Effekt. Nur weil ein Ohranalysegerät hübsch aussieht, wird ein Patient sicher keine kürzeren Genesungszeiten haben. Aber dieser Gesamtansatz, der ist extrem wichtig.

Aber beim Emotional Design in der Medizintechnik kann doch schnell ein Punkt erreicht werden, wo die Dinge plötzlich so hübsch und putzig aussehen, dass sie nicht mehr die Kompetenz und Präzision ausstrahlen, die man von medizinischen Geräten erwartet ...

Ja! Wir gehen ja viel in Krankenhäuser und analysieren permanent den Markt. Und nicht selten fahren kleine R2D2s über die Flure, Gerätschaften mit vermeintlich menschlichen Zügen und Proportionen. Sicher wirken die Apparate nicht beängstigend, aber auch nicht wirklich kompetent – teilweise eher ulkig. Ob dies richtig oder falsch ist, hängt einerseits von den Bedürfnissen der Benutzer ab und andererseits auch sehr stark von den Brand Values des Herstellers, die mit dem Gerät vermittelt werden sollen.

Man muss sich ja als Medical Designer medizinisch sehr gut auskennen. Wie arbeiten Sie sich mit Ihrem Team in die verschiedenen Themen ein?

Man sollte sich schon sehr für die Medizin interessieren. Das ist jetzt bei mir wirklich extrem der Fall. Wenn man mich nicht gleich an der Kunsthochschule aufgenommen hätte, dann wäre ich Ärztin oder sogar Chirurgin geworden. Das hat mich genauso interessiert. Aber natürlich muss man sein Wissen auf dem neusten Stand halten. Wir waren kürzlich insgesamt fünf Tage in verschiedenen Krankenhäusern. Das heißt: Die Kunden zahlen dafür, dass man wirklich in diese Themen reinkommt. Dann steht man im OP, kriegt sehr genau eine Behandlung mit, hat eigene Fragebögen dabei, die man dann abarbeitet. Wir dokumentieren vieles auch filmisch, die ganzen Workflows. Und erst dann machen wir uns an die Gestaltung, in die dann all diese Beobachtungen und Erkenntnisse einfließen.

“A SINGLE PRODUCT CANNOT STOP US BEING AFRAID ALTOGETHER.”

What interests me is to what extent are medical products influenced by consumer goods design?

Certain factors you have to take into account for consumer goods design are becoming increasingly important for the medical area. There are several reasons for this: Firstly, many medical appliances are similar in their function, and it is very difficult to differentiate between them using real technical or functional benefits. As such, design assumes great importance as a means of distinction. And naturally the emotional aspects, which are very important for consumer goods are even more important for medical equipment – precisely because the patients are in an extreme emotional situation when he is being examined and reacting to visual stimuli. This is why our products appear both reliable and friendly.

Aren't we expecting too much of design if it is to remove our fear of an examination simply through form and color?

Naturally, a single product cannot stop us being afraid altogether. It is more that the overall environment in a surgery or a hospital influences how comfortable we feel as patients. If absolutely everything is aimed towards achieving this, the architecture, interior design, the appliances and so on then that certainly has a really great effect. Naturally a patient is not going to have a shorter recovery time just because an ear analysis device looks attractive. But this holistic approach is extremely important.

But with emotional design you can quickly reach a point where things suddenly look so cute that they no longer exude the competence you expect of medical equipment ...

Yes, we pay frequent visits to hospitals and of course we also analyze the market. And fairly often these little R2D2s move around the corridors, these robots with supposedly human features and proportions. Of course, they are anything but frightening, but on the other hand they do not look very competent. If that's the right way depends on the needs of the user – and on the brand values the manufacturer wants to communicate through his product.

How do you and your team familiarize yourselves with the various topics?

You need a strong interest in medicine. And that is really very much so in my case: If I had not been accepted immediately by the Art School I would have become a physician or surgeon. It interested me just as much. But naturally you have to keep your know-how up to date, only recently we spent five days looking at various hospitals. Clients pay us to really get into these topics. Then you observe an op, get an exact idea of the treatment, have your own questionnaires with you that you go through. We also produce film documentation of a lot, the whole workflows. And only then do we get down to the design in which all these observations and insights are incorporated.

WWW.MILANI.CH

FRANCO CLIVIO

INTERVIEW: GERRIT TERSTIEGE

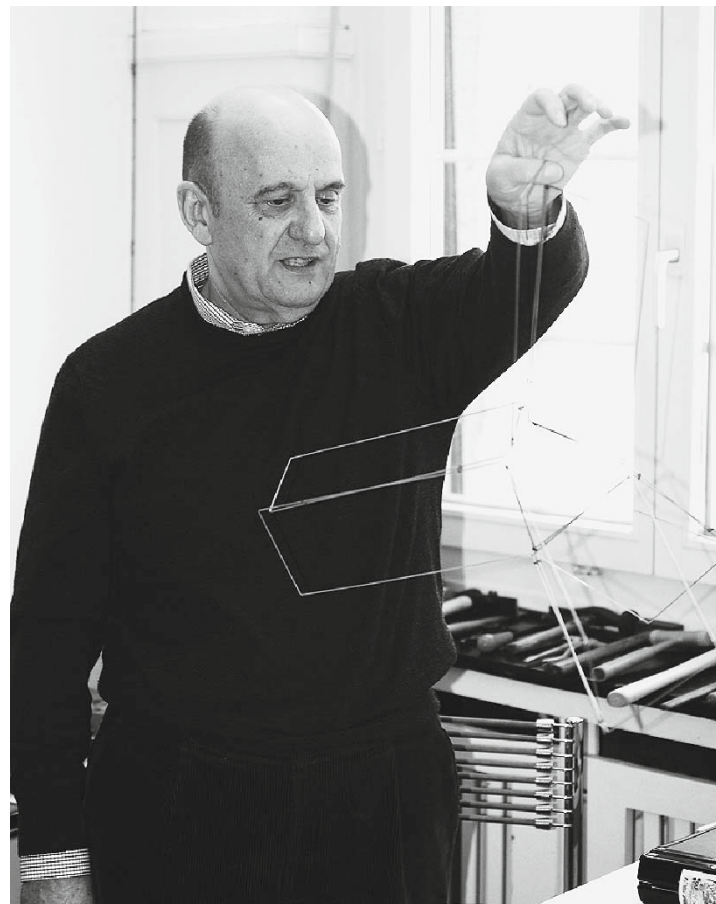


FOTO: GERRIT TERSTIEGE

„STATT ZUR MAILÄNDER MÖBELMESSE BIN ICH AUF SCHROTTPLÄTZE GEGANGEN.“

Ihr Buch ‚Verborgene Gestaltung. Dinge sehen und begreifen‘ beschreibt Ihre Art und Weise, Dinge zu betrachten. Was ist eigentlich Ihr Antrieb zum Sammeln?

Mein Antrieb ist das Suchen nach dem Außergewöhnlichen und dem Nicht-Offensichtlichen. Denn hinter den Dingen und ihren Funktionen verstecken sich häufig Prinzipien, Verblüffendes und Fragen, die mich zum Denken und Hinterfragen herausfordern. Das prägt meine Haltung als Gestalter ebenso wie meine didaktischen Ansprüche. Denn Neugierde und die Leidenschaft, den Dingen auf den Grund zu gehen, um aus eigener Anschauung zu lernen, sind Grundvoraussetzungen für gute Gestaltung. Außerdem möchte ich diese Dinge ganz einfach besitzen. Nicht im rein materiellen Sinne, sondern im Sinne des permanenten Dialogs mit ihren Qualitäten, die mir Geschichten erzählen.

Wann und warum haben Sie begonnen, Dinge zu sammeln?

Ich habe in meiner Kindheit und Jugend nie Frösche oder Insekten gesammelt, sondern immer nur technische Gegenstände, bei denen sich einzelne Teile ineinanderschieben, klappen oder falten ließen. Und dabei hat mich früh schon eine unerfindliche Neugierde getrieben, die Frage: Wie funktioniert das? Deshalb habe ich die Dinge meist auseinandergenommen, um ihren Prinzipien, Mechanismen, den versteckten Eigenheiten auf den Grund zu gehen.

Wie kamen Sie vom Sammeln zum Gestalten?

Mit 16 begann ich eine Lehre als Hochbauzeichner in Bern. Da öffnete sich für mich eine neue Welt. Ich hatte gute Lehrer, die mir etwas nahebrachten, was bis dahin für mich im Verborgenen lag: Die Auseinander-

setzung mit der Ästhetik weckte bei mir zusätzlich die Neugierde für das Schöne. Und die Lehrer haben mir das Sehen beigebracht, indem sie uns aufforderten, vor einem Gemälde im Berner Kunstmuseum 15 Minuten zu verweilen. Bis dahin war ich immer möglichst schnell an den alten Schinken vorbeigegangen, und plötzlich erschlossen sich mir die Qualitäten von Paul Klee. Als ich 18 war, zeigte mir der Möbelhändler Theo Jakob bei einem privaten abendlichen Treffen einige Filme von Eames. Ich hatte mir eine Designerwohnung bis zu jenem Zeitpunkt als ganz und gar weißen, kargen Raum vorgestellt. Aber das Eames-Haus in einem dieser Filme mit seinen herrlich arrangierten Fellen, Schalen, Webstoffen, Kissen, Steinen, Muscheln und anderen Fundstücken aus fremden Kulturen – das war ein entscheidender Moment in meinem Leben. Ich war beeindruckt von Eames' spielerischer Gestaltungintelligenz, von seinem Denken und der Art, wie genial er selbst beim kleinsten Spielzeug Technik und Gestaltung zusammenbrachte. Ich kam aus dem Staunen nicht heraus und wollte nur noch eins: an die Hochschule nach Ulm, um Produktgestaltung zu studieren.

Wenn Sie nun das allmähliche Anwachsen Ihrer eigenen Sammlung rekapitulieren – in welchem Zeitraum nahm sie thematisch Kontur an? Wann wurde Ihnen klar, wohin die Reise gehen könnte?

Wohin die Reise gehen könnte, das ist mir eigentlich erst vor kurzem klar geworden. Freunde und Studenten hatten mich immer wieder aufgefordert, daraus ein Buch zu machen. Und da schaut man sich alles natürlich noch einmal genauer, wie von außen an. Plötzlich kristallisieren sich bestimmte Schwerpunkte heraus. Dinge, die ich vor Jahrzehnten fand, ergänzen sich mit Neuzugängen, sie treten in Dialog miteinander. Dann galt es natürlich zu klären, was zusammengehörte. Wie kann ich es ordnen und strukturieren? Wie soll der didaktische Wert erschlossen werden? Irgendwann habe ich entschieden: Die Dinge erzählen mir Geschichten, also muss ich sie so ordnen, dass auch andere diese Geschichten verstehen. Und so hat sich die innere Logik meiner Sammlung auch mir erst erschlossen, als ich mit der Arbeit an diesem Buch begann.

Können Sie konkretisieren, was ein Objekt ausmachen muss, um Eingang in Ihre Sammlung zu finden?

Ich lasse mich in der Regel offenen Augen überraschen und gehe nicht planmäßig vor. Entscheidend ist, dass ein Gegenstand, ein Detail, ein Prinzip meine Neugierde weckt. Hier, dieses Flugzeugmodell, das allein aus Vogelfedern und Strohhalmen zusammengesetzt wurde – so etwas ist doch eine einzigartige Ingenieursleistung! Oder dieser hölzerne Rührstab aus einem verdrehten Span – das ist doch eine Skulptur, die an Moebius-Bänder oder die «Unendliche Schleife» von Max Bill erinnert. Ganz sicher hat sein Gestalter nicht an Bill gedacht oder ihn überhaupt gekannt. Aber solche Bezüge bilden in meinem Bewusstsein Zusammenhänge und provozieren Fragen wie: Hat Bill kopiert?

Hat denn jemals ein Gegenstand aus der Sammlung einen Ihrer eigenen Design-Entwürfe inspiriert?

Ich werde fortwährend von meinen zusammengetragenen Dingen inspiriert. Als ich mich an die Arbeit machte, den Kuli «pico» zu gestalten, dienten mir zwei historische Schreibgeräte von etwa 1910 und 1920 als Vorbild. Aber darum geht es ja schließlich bei meiner Sammlung: aus der Vergangenheit lernen. Sehen lernen. Und die richtigen Schlüsse daraus ziehen. So entstand der Kugelschreiber ohne Clip, der auf Daumendruck ausfährt oder zu einer handlichen Größe zusammenschumpft, als klare Referenz an die historischen Entwicklungen, die längst vergessen waren.

Edward Young, der englische Dichter und Philosoph, hat einmal den schönen Satz geprägt: «Man kommt als Original auf die Welt und stirbt als Kopie!» Aber genauso gibt es in meiner Sammlung Dinge, die ich nicht interpretiert habe und die dann aber sehr erfolgreich «neu erfunden» wurden. Da werde ich natürlich neidisch.

Zum Beispiel?

Zum Beispiel dieses alte Brillengestell, das womöglich nur ich besitze, und das der berühmten Lindberg-Brille vom Prinzip her absolut gleicht. Es besteht lediglich aus drei Drähten, die sowohl die beiden Bügel ergeben, als auch die Gläser halten. Mir war diese Lösung seit etwa 1960 bekannt, Lindberg sagt, er habe die Brille mit einem Designer/Architekten entwickelt. Unbestritten ist: Mit drei verformten Drähten kann man eine Brille machen und nicht schlecht verdienen ...

Es fällt auf, dass Sie vor allem kleinere Gegenstände zusammengetragen haben. Warum?

Ich habe mich in der Tat auch gefragt, warum ich fast ausschließlich kleine Dinge zusammengetragen habe. Es gibt darauf wohl eine sehr einfache Antwort: Dadurch habe ich die Sammlung ganz einfach nahe bei mir, hier in meinem Arbeitszimmer, kann die Objekte begreifen, also ansehen und durch die wiederholte Handhabung mir ihre Eigenschaften verinnerlichen. Ich kann jederzeit ein Objekt zu Studienzwecken heranziehen, es zu einem Vortrag mitnehmen, es womöglich ausleihen.

Die Miniaturisierung in der Gestaltung als Kennzeichen aller modernen Gegenstände, wie es in Baudrillards System der Dinge heißt, hat aber zwei Seiten.

Wir profitieren ja alle von der Miniaturisierung, man denke nur an die Medizintechnik. Man kann heute Augen operieren und selbst Netzhäute verpflanzen. Herzschrittmacher bilden sich nicht mehr als riesige Wölbung unter der Haut ab. Natürlich ist das zu begrüßen. Aber wenn man die Tasten eines Handys nicht mehr intuitiv bedienen kann, wenn man ein Display nicht entziffern kann, dann ist sicher ein Grad erreicht, der uns alle viele Nerven kostet. Da brauchen wir heute vermehrt auch objektungebundene Gestaltungskonzepte – man denke nur an Sprachsteuerung, die der Tasten völlig entbehrt.

Heute existieren längst alle Trends, auch gegensätzliche, parallel. Neben winzigen Gadgets wie dem iPod Nano gibt es auch betont wuchtige Dinge, Taucheruhren wie die Panarai. Monströse Geländewagen fahren durch unsere Städte. Von der gigantischen Architektur in Dubai, Shanghai und anderswo ganz zu schweigen.

Ja, das ist richtig. Die Dimensionen sind gesprengt, Rekorde werden ständig gebrochen. Der Mensch, so könnte man meinen, hat jedes Maß verloren. Wir leben in einer Zeit der Extreme und Widersprüche. Man fliegt mit dem billigsten Jet nach New York und kauft sich dort die teuersten Schuhe. Mittelmaß will niemand mehr sein.

Die meisten der hier versammelten Objekte scheinen ihrer Form und Funktion nach eher einem bedachten Ingenieursdenken zu entspringen. Was hat Ihre Sammlung eigentlich mit Design zu tun?

Ich bewundere natürlich viele Ingenieure wie zum Beispiel Robert Maillart, der die schönsten Brücken gebaut hat. Über ihn hat Max Bill einmal ein Buch gemacht, das ich sehr liebe. Oder den großen Pierre Luigi Nervi. Ich stehe mit meiner Begeisterung für Dinge von fast mathematischer Schönheit und konstruktiver Konsequenz nun wirklich nicht allein. Das Museum of Modern Art in New York zeigte schon 1934 eine Ausstel-

lung unter dem Titel Machine Art und stellte Kugellager und Reagenzgläser aus. Es liegt für mich eine große ästhetische Qualität gerade in jenen Dingen, die ohne modische Gesten entworfen wurden. Oder nehmen wir die Leica, die 1925 auf dem Markt eingeführt wurde und die heute jeder Designer ihrer unpräzisen und klaren Konstruktion wegen schätzt. Ihr Entwickler, Oscar Barnack, war kein Designer. Als Designer kann man angesichts solcher Leistungen nur vor Neid erblassen! Aber Gestaltung, so wie ich sie verstehe, ist ohnehin Teamwork – eine Kooperation von Designern, Ingenieuren und Marketingleuten, die die Akzeptanz auf dem Markt im Blick behalten. Nicht wenige Studenten glauben, als Designer sei man nur Ideenlieferant. Weit gefehlt. Nach dem Entwurf fängt die Arbeit als Designer erst an!

Einfachheit scheint mir ein weiteres Kennzeichen vieler Objekte aus Ihrem Besitz.

Ganz richtig. Zum Beispiel ein Fahrradrahmen ist eine geniale statische Lösung. Er besteht aus zwei Dreiecken, wiegt nicht mal 10 Kilo, trägt aber Personen, die das Zehnfache auf die Waage bringen. Umgekehrt ist es doch verrückt, Schränke zu bauen, die 500 Kilo wiegen, aber nur im Durchschnitt mit 60 Kilo beladen werden. Wenn man mit solchen Monstren umziehen muss, ist das kein Spaß. Man schaue sich dagegen Eames-Stühle an, besonders die aus der Aluminiumgruppe. Das ist hohe Ingenieurskunst. Er hat das Prinzip, wie Schiffe im Hafen an Pollern festgemacht werden, auf den Möbelbau übertragen. Davon kann man als Designer lernen.

Was können Studenten von Ihrer Art zu sehen lernen?

Neugierig zu sein und sich die Freude am unerwarteten Lernen zu bewahren. Die Dinge um sie herum genau anzuschauen, zu hinterfragen. Im konkreten wie im übertragenen Sinne: die Dinge begreifen, um ein persönliches Entwurfsrepertoire aufzubauen.

Kann man eine solche Neugierde denn vermitteln?

Ja, bestimmt. Anstatt zur Mailänder Möbelmesse bin ich mit ihnen auf Auto-Schrottplätze, in Handwerkerläden und Flohmärkte gegangen. Das sind Orte der Inspiration! Hier werden sie durch die Dinge des Alltags überrascht.

“INSTEAD OF TAKING THEM TO THE FURNITURE FAIR IN MILAN, I TOOK THEM TO JUNKYARDS.”

Mr. Clivio, your book 'Hidden Forms' describes, in a sense, your way of looking at things. What is your motivation to collect?

Very simple: a search for the unusual, not the obvious. Because often behind things and their functions stand astonishing principles that challenge me to think and question. That shapes my attitude as a designer as well as my teaching goals. For curiosity and a passion for getting to the bottom of things, to learn from seeing things yourself, are the basic premises of good design. Besides, I simply want to possess these objects. Not just in the purely material sense but in the spirit of a constant dialogue with their qualities, which tell me stories.

When and why did you begin to collect things?

In my childhood and youth, I never collected frogs or insects but

always technical objects whose separate parts could be inserted into one another, flipped, or folded. And very early on I was driven by an inexplicable curiosity, by the question: How does it function? For that reason, I usually took the things apart to get at their principles, mechanisms, and hidden properties.

How did you move from collecting to design?

At sixteen I began an apprenticeship as a draftsman for a structural engineer in Bern. A new world opened up for me. I had good teachers who taught me something that had been hidden to me until then: coming to terms with aesthetics awakened in me a curiosity for the beautiful. These teachers taught their apprentice Clivio to see, by encouraging me to linger for fifteen minutes in front of a painting in the art museum in Bern. Previously I had always hurried past the old daubs as quickly as possible, and of course it was only then that the qualities of Paul Klee began to reveal themselves to me. When I was eighteen, the furniture dealer Theo Jakob gave me a private viewing one evening of several films by Eames. Until that time I had imagined a designer home to be a sparse, all-white space. But the Eames House as seen in one of these films, with its magnificently arranged pelts, bowls, fabrics, pillows, stones, shells, and other found pieces from foreign cultures, was a crucial moment in my life. I was impressed by the Eames' playful design intelligence, by their thinking and the way they ingeniously brought together technology and design in even the smallest toy. I could not overcome my astonishment and wanted nothing other than to head to the Hochschule für Gestaltung in Ulm to study product design.

When you recapitulate now the gradual growth of your own collection, when do you think it took shape thematically? When did it become clear to you where the trip would take you?

Where the trip would take me is something I truly realized only recently. Friends and students had repeatedly encouraged me to make a book of it. And then of course you look at everything again more precisely, as if from outside. Suddenly certain focuses crystallize. Things I found decades ago are supplemented by new acquisitions, and they enter into a dialogue with one another. And then I was supposed to explain what belonged together. How can I order and structure it? How should its didactic value be revealed? At some point I decided: the things tell me stories, so I have to arrange them such that others will understand these stories too. And so the inner logic of my collection was revealed anew to me as well.

Can you specify what qualities an object has to have to find its way into your collection?

As a rule, I keep my eyes open and let myself be surprised, not following a plan. The crucial thing is that an object, a detail, a principle awakens my curiosity. Like this model airplane, constructed entirely of bird feathers and straws – now that's a unique engineering achievement! Or this mixer made from a single twisted strip of wood – it is also a sculpture that recalls Möbius strips or Max Bill's Unendliche Schleife (Endless loop). You can be sure its designer was not thinking of Bill or even knew who he was. But such relationships form connections in my head and provoke questions like: Did Bill copy?

Has an object in your collection ever inspired one of your own designs?

I am constantly inspired by the things I have collected. When I started work on designing the “pico” ballpoint pen, two historical pens, from about 1910 and 1920, served as models. But, after all, that's the whole point of

my collection: learning from the past. Learning by seeing. And drawing the right conclusions from that. That was the origin of a ballpoint pen without a clip, that comes out when pressed by a thumb or shrinks down to a handy size, as a clear reference to historical developments that had been long since forgotten. Edward Young, the English poet and philosopher once put it nicely: “Born Originals, how comes it to pass that we die Copies?” But my collection also has objects that I didn’t interpret but were reinvented by someone else very successfully. Then I get envious, of course.

For example?

For example, these old eyeglass frames, perhaps no one but me possesses this model, which is in principle absolutely identical to the famous Lindberg frames. It consists only of three wires that both form the two temples and hold the lenses. I have been aware of this solution since around 1960; Lindberg says he developed the glasses with a designer/architect. But there is no disputing that with three bent wires you can make a pair of glasses and not earn too badly

It is striking that you have collected primarily small objects. Why?

I have asked myself as well why I have assembled small things almost exclusively. There is a very simple answer: That way I have the collection nearby, here in my study, and I can grasp the objects, that is, look at them and internalize their characteristics by handling them repeatedly. I can take an object at any time for study purposes; bring it along to a lecture; perhaps even lend it out.

Miniaturization in design as a characteristic of all modern objects always has two sides, as Baudrillard points out in *System of Objects*. We all profit from miniaturization; you need only think of medical technology. Today they can operate on eyes and even transplant retinas. Pacemakers no longer cause an enormous bulge under the skin. That’s welcome, of course. But when you can no longer operate the buttons on a mobile phone intuitively, when you cannot decode a display, then we’ve certainly reached a level that is nerve-racking for everyone. For today we need design concepts that are not tied to objects; think of speech recognition, which makes a keyboard completely superfluous.

Today all trends, even antithetical ones, exist in parallel. Alongside tiny gadgets like the iPod Nano, there are emphatically bulky objects, diving watches like the Panarai. Monstrous SUV’s drive through our cities. To say nothing of the gigantic architecture in Dubai, Shanghai, and elsewhere.

Yes, that’s right. Dimensions have exploded. Records are constantly being broken. It seems as if people have lost all sense of scale. We live in an age of extremes and contradictions. People fly to New York with the cheapest jet and buy the most expensive shoes there. No one wants to be average anymore.

Most of the objects collected here seem to originate, in terms of form and function, in an engineer’s deliberate way of thinking. What does your collection have to do with design, really?

I admire many engineers, of course, like Robert Maillart, for example, who built the most beautiful bridges. Max Bill once wrote a book about him that I love very much. Or the great Pierre Luigi Nervi. And I am certainly not alone in my enthusiasm for things of an almost mathematical beauty and constructional logic. The Museum of Modern Art in New York had an exhibition titled *Machine Art* way back in 1934, which included ball bearings and test tubes. For me, there is a great aesthetic quality in

the very things that are designed without modish gestures. Or take the Leica, for example, which was introduced to the market in 1925, which every designer appreciates today for its unpretentious and clear construction. Its developer, Oscar Barnack, was not a designer. As a designer you can only turn green with envy when faced with such achievements! But design, as I understand it, is teamwork—a cooperation of designers, engineers, and marketing people who keep an eye on acceptance on the market. Many students believe the designer just delivers ideas. That’s totally misguided. When the sketch is finished, the designer’s work is just beginning!

Simplicity seems to me another characteristic of many objects in your collection.

Exactly. For example, a bike frame is an ingenious structural solution. It consists of two triangles and weighs less than twenty pounds, but it can carry people who weigh ten times that. Conversely, it’s crazy to build cabinets that weigh a thousand pounds if they will only be filled with a hundred pounds on average. When you are moving, such monsters are no fun. But take a look at the Eames chairs, by contrast, especially those from the aluminum group. They are great examples of the art of the engineer. They applied to furniture construction the principle by which ships are tied to bollards on the dock. A designer can learn from that.

What can students learn from your way of seeing?

To be curious and retain a joy in unexpected learning. To look precisely at the things around them and question them. To grasp things in the literal and the metaphorical sense in order to build up a personal repertoire of designs.

Can such curiosity be passed on?

Yes, of course. Instead of taking them to the furniture fair in Milan, I took them to junkyards, to craft stores, and to flea markets. Those are places for inspiration! There one will be surprised by everyday things.

UWE R. BRÜCKNER

INTERVIEW: GERRIT TERSTIEGE



**„GUTE SZENOGRAFIE IST
IMMER EIN AGIEREN
AN DEN SCHNITTSTELLEN
DER GRENZBEREICHE.“**

Zuerst eine fast persönliche Frage: Teil Ihres eigenen Erscheinungsbilds, also des ATELIER BRÜCKNER, ist die grafische Darstellung eines Lachses. Was steckt dahinter? Ich sehe keinen Zusammenhang zur Architektur oder Szenografie – also Ihren konkreten Arbeitsfeldern.

Die Geschichte dazu ist folgende: Zu meinem 30. Geburtstag erhielt ich von einem befreundeten Künstler eine Postkarte mit folgendem Text:

„Der Lachs ist ein Wanderer zwischen den Welten.

Er lebt sowohl im Salz- als auch im Süßwasser.

Er kann mehrere hundert Meilen gegen den Strom schwimmen.“

Handschriftlich ergänzt war: „(sic!) Happy Birthday, lieber Uwe“.

Diese Postkarte hing jahrelang am Zeichentisch meines alten Ateliers in Fellbach. Irgendwann wurde der abgebildete Lachs zur Grafikvorlage für eine Großkopie im Maßstab 1:1, die schließlich wie eine Trophäe über

der Eingangstür des Ateliers zum Hängen kam. Dieser, etwa ein Meter lange Lachs, wurde dann beim Umzug ins neue Atelier nach Stuttgart als Letztes eingepackt und als Erstes wieder ausgepackt. Er fand seinen Platz in unserem Besprechungsraum, der Küche, und hing dort als nostalgische Reminiszenz. 1999 beschwor mich schließlich unsere Chefgrafikerin penetrant und letztlich erfolgreich, ein Logo für unser neues Briefpapier zu erfinden. Um Ruhe einkehren zu lassen, drückte ich ihr die Postkarte mit dem Lachs in die Hand, der von da an zum Logo und zur Metapher für unser gestalterisches Engagement wurde.

Ihr Credo lautet: „form follows content“. Wie gehen Sie vor, wenn Sie den Auftrag bekommen, eine Ausstellung oder ein ganzes Museum einzurichten, wie aktuell das Dornier Museum in Friedrichshafen?

Während meines Studiums sagte Jürgen Rose, Professor für Bühnenbild: „Wenn ihr einen Shakespeare neu interpretieren wollt, dann müsst ihr den Text so lesen, als könntet ihr euch darin bewegen“, und er meinte damit, dass die Interpretation und die Inszenierung bereits im Text stecken – es geht darum deren Gestaltung aus dem Inhalt herauszulesen.

Bevor wir mit dem Gestalten beginnen, setzen wir uns intensiv mit den vorgegebenen Inhalten auseinander, recherchieren eigenständig und versuchen zu kontextualisieren. Content und Raum sollten einen Dialog eingehen, sich bedingen und sich synergetisch unterstützen; die Form soll den Inhalt ausdrücken oder der Inhalt die Form generieren.

Messebau und Bühnenbau sind grundverschiedene und doch verwandte Disziplinen. Was kann man als Designer vom Theater lernen?

Die Anforderungen im Theaterraum und im Showroom einer Firma sind ähnlich – warum sollten dann nicht auch ähnliche Gestaltungsansätze erfolgreich sein? Komplexe Inhalte oder anspruchsvolle Botschaften verlangen übersetzerisches, dechiffrierfähiges Design. Es geht um Narration (Storytelling) und Dramaturgie (Spannungskurve), um Choreografie (im Raum und auch um die choreografische Abfolge von Räumen) und es geht um szenisches Gestalten (Verwandlungsfähigkeit des Raums).

Das Inszenieren in Raumbildern, das dynamische und integrative Gestalten müssen zusammenkommen, so dass der Raum zur dreidimensionalen Botschaft werden kann. Auf der Bühne hat alles Bedeutung; man kann nicht nicht inszenieren. Das fordert ein konzertiertes, von Inhalten motiviertes Gestalten. Alle Disziplinen sollten – sowohl beim Messe- als auch beim Bühnenbau – ihr Gestaltungspotential im Hinblick auf ein „Gesamtkunstwerk“ konzentrieren; nur so kann es erreicht werden.

Welche Szenografen schätzen Sie?

Es gibt einige Kollegen, die Maßstäbe mit inszenierten Ausstellungen gesetzt haben. Ich denke da an Hans Dieter Schaal (D), Via Lewandowski (D), Jürg Steiner (D), Otto Steiner (CH), François Confino (CH/F), Kossman DeJong (NL), Opera (NL), Boris Mica (E) und Studio Azzuro (I) – nicht zu vergessen Peter Greenaway, der eben nicht nur Filmemacher, sondern auch Ausstellungsgestalter ist.

Darüber hinaus gibt es viele weitere Grenzgänger, Künstler, Kolleginnen und Kollegen, die aus ihren angestammten Disziplinen wie Architektur, Kunst oder Literatur kommend, szenografische Exkursionen unternehmen, um Bühnenbilder zu entwerfen, Ausstellungen zu gestalten oder spektakuläre Events zu inszenieren. Gute Szenografie ist immer ein Agieren an den Schnittstellen der Grenzbereiche. Das schätze ich bei den Kollegen und das reizt mich auch selbst.

Gibt es ein Ausstellungsthema, das Sie in der Zukunft einmal besonders gerne räumlich inszenieren würden?

Es gibt tatsächlich Ausstellungsthemen, die eigentlich schon in der Schublade liegen – ohne Auftrag entwickelt, einfach weil sie mir persönlich wichtig sind. Die „Welt der Religionen – wie der Glaube in die Welt kam“ ist so ein Thema, das schon komplett durchdacht ist, inhaltlich und auch bildlich. Es gibt Modelle, Renderings und gemeinsam mit Wissenschaftlern erarbeitete Texte: Das sollten wir unbedingt realisieren! Zudem auch die Ausstellung „Der gläserne Mensch – das unbekannte Wesen“ oder „Klima – Labor der Erde“; so grundlegende Themen sprechen per se schon viele Menschen an und eignen sich szenografisch umgesetzt zu werden.

Bei der räumlichen Inszenierung widme ich mich verstärkt dem intensiven Zusammenklang von Architektur und Ausstellung, wie wir ihn zum

Beispiel beim BMW Museum in München erreicht haben. Die Architektur wird Teil der Ausstellungsinszenierung. Architekturen sprechen und in Bewegung geraten zu lassen, das interessiert mich. Hier sehe ich noch großes Potential.

Unabhängig davon, muss sich die Szenografie nicht nur ihrer zunehmenden Bedeutung, sondern auch ihrer Macht und der damit verbundenen Verantwortung bewusst werden. Eine Ausstellung über das Potential der Szenografie ist mir somit ein Anliegen – vielleicht mit dem Titel „Szenografie – oder die Kunst von der Dressur des Augenblicks“. Ich will diese unter Beteiligung international renommierter Künstlerkolleginnen und -kollegen organisieren; vielleicht im Kontext des „International Scenographers' Festival“? Dieses findet alle zwei Jahre in Basel statt. Nächster Termin: November 2010. (Anm. der Redaktion: Prof. Uwe R. Brückner ist Initiator des Festivals).

“GOOD SCENOGRAPHY ALWAYS TAKES PLACE AT THE INTERFACE BETWEEN DIFFERENT FIELDS.”

I'd like to begin with an almost personal question: Part of ATELIER BRÜCKNER's corporate image is the graphic depiction of a salmon. Why is that? I cannot see an obvious link to architecture and scenography – your fields of work.

The story behind it is that on my 30th birthday a friend of mine, an artist, sent me a postcard with the following words:

“The salmon is a wanderer between worlds.

It lives both in fresh and saltwater.

It can swim against the current for several hundred miles.”

Then he had added in his own hand: “(sic!) Happy birthday, dear Uwe”.

I had this postcard pinned to the drawing table in my old studio in Fellbach for years. At some point the picture of the salmon became a graphic model for a large copy on a scale of 1:1 which I eventually hung above the studio's entrance like a trophy. When I moved into my new studio in Stuttgart, this approximately one meter-long salmon was the last item to be packed and then the first to be unpacked again. It found a home in our conference room, the kitchen, and remained there as a nostalgic memory. Then, in 1999 our chief graphic artist tried to convince me persuasively and in the end successfully that we needed to design a logo for our new letter paper. To restore calm, I handed her the postcard with the salmon. From then on it became the logo and metaphor for our creative work.

Your creed is “form follows content”. How do you proceed when you are commissioned to design an exhibition or entire museum, as is currently the case with the Dornier Museum in Friedrichshafen?

My stage design teacher, Jürgen Rose, once said: “If you want to reinterpret Shakespeare, you have to read the text as though you are able to move within it”. What he meant was that the interpretation and staging principles are already in the text – it is all about reading their design from the text's content.

Before we start working on the design, we explore the given content carefully, conduct our own research and try to put everything in context. Content and space should enter into a dialog, be mutually dependent and support each other in terms of synergies. The form should express the content or the content should generate the form.

Trade fair and stage construction are entirely different and yet related disciplines. What can a designer learn from theater?

The requirements at a theater and in a company's showroom are similar – so why shouldn't similar design approaches also be successful? Complex content and challenging messages require a design that translates and is able to be decoded. Important are storytelling and dramaturgy (suspense curve), choreography (within the space as well as choreographic sequences of spaces) and scenic design (the versatility of the space).

The process of orchestrating with spatial images and dynamic and integrative design have to come together so that space can become a three-dimensional message. On stage, everything is significant; it is impossible not to orchestrate. This requires design which is concentrated and motivated by content. All disciplines have to pool their design potential in view of the "overall artwork"; it is the only way the latter can be created.

Which scenographers do you hold in high esteem?

There are a number of fellow artists who have set benchmarks with staged exhibitions. I am thinking of Hans Dieter Schaal (Germany), Via Lewandowski (Germany), Jürg Steiner (Germany), Otto Steiner (Switzerland), François Confino (Switzerland/France), Kossman DeJong (Netherlands), Opera (Netherlands), Boris Mica (Spain) and Studio Azzuro (Italy) – and last but not least Peter Greenaway, who is, after all, not only a film producer but also an exhibition designer.

In addition, there are many other travelers between two worlds, artists, fellow designers who break out of their traditional field such as architecture, art or literature to go on scenographic excursions, to design stage sets, exhibitions or orchestrate spectacular events. Good scenography always takes place at the interface between different fields. This is what I value in my colleagues' work and also what I myself find intriguing.

Is there an exhibition theme you would particularly like to design spatially in the future?

In fact, I have already got some exhibition themes up my sleeve. I designed them off my own back, without being asked to, just because they are of personal significance to me. The "World of religions – how faith came to the world" is one of the topics that is already completely conceived in terms of both content and images. I have developed models, renderings and, together with scientists, texts: We should really realize them! The same is true of the exhibitions "The glassy human – the unknown being" and "Climate – the earth's laboratory". Such fundamental topics appeal to many people per se and lend themselves to great scenographic realization.

When orchestrating space, I always aim to put special emphasis on strong harmony between the architecture and exhibition, something we managed to achieve in the BMW Museum in Munich, for example. The architecture becomes part of the exhibition design. Giving architecture a voice and putting it into motion is something I find intriguing. I see great potential in this field.

Regardless of this, scenography not only has to become aware of its growing significance, but also of its power and corresponding responsibility. Thus I would love to do an exhibition exploring the potential of scenography – perhaps entitled "Scenography – or the art of the dressage of the moment". I intend to organize an exhibition like this in cooperation with internationally renowned artists; maybe in the context of the "International Scenographers' Festival"? This takes place every other year in Basle. The next one will be in November 2010. (Editors' note: Prof. Uwe R. Brückner launched this festival).



BMW MUSEUM – BMW PLATZ ARCHITEKTUR UND AUSSTELLUNGSGESTALTUNG: ATELIER BRÜCKNER; MEDIALE INSZENIERUNG, INTERAKTIVE INSTALLATIONEN: ART+COM
PHOTO: MARKUS MEYER, BREMEN



DORNIER MUSEUM – PROLOG: PIONIERE DER LUFTFAHRT AUSSTELLUNGSGESTALTUNG UND SZENOGRAFIE: ATELIER BRÜCKNER; ARCHITEKTUR: ALLMANN SATTLER WAPPNER
PHOTO: JOHANNES SEYERLEIN, MÜNCHEN

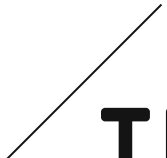




*DESIGN IS ART MAKING
ITSELF USEFUL.*

KORB+KORB, DANIEL KORB, 76





INDUSTRIAL DESIGN

EXHIBITION DESIGN

ADALADE TESTA MOTARI

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Testa Motari ist ein junges und kreatives, international tätiges Label, das sich mit außergewöhnlichen Gestaltungsvariationen bei der Herstellung und Veredelungen von neuen sowie bestehenden Produkten beschäftigt. Die Produkte von Testa Motari zeichnen sich durch innovatives Design, ausgesuchte Materialien (exklusives Edelholz, feinstes Leder, kostbares Edelmetall, Glas, Keramik, Karbon, Mineralien, aber auch Kunststoff sowie ausgesuchte Lackierungen oder Metallisierungen) und Umsetzung in höchster Qualität aus. Die hohe Präzision ermöglicht selbst die Herstellung von filigransten Komponenten und sorgt andererseits bei großen Werkstücken für perfekte Passgenauigkeit und Formstabilität. In Kombination mit Sensoren, mechanischen Komponenten und Licht entstehen einzigartige Lösungen. Das Leistungsspektrum von Testa Motari kennt dabei keine prinzipiellen Grenzen. Image, Optik und Haptik der veredelten Produkte überzeugen ohne viele Worte. Wir machen Schönes noch schöner.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Designveredelung, Oberflächenveredelung, Re-Design, Herstellung von edlen Produkten, Prototyping, Kleinst-, Klein- und Mittelserienfertigung, Limited Edition

REFERENZEN / REFERENCES

Jura Elektroapparate AG, Cherry ZF Electronics GmbH, Crestron, de verde, Philipp Glass

MITARBEITER / EMPLOYEES

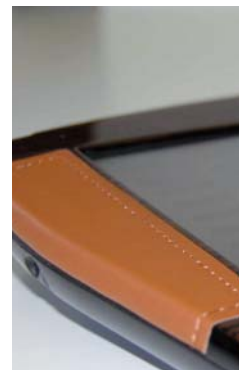
26

ANSCHRIFT / ADDRESS

Baarerstrasse 79
6302 Zug, Switzerland
T +41 (0) 41-7101111
F +41 (0) 41-7101101
info@testa-motari.ch
www.testa-motari.ch



01



02



TESTA MOTARI

EXKLUSIVE PRODUKTVEREDELUNG

01 Jura Kaffeevollautomat; Limited Edition – Frontblendenveredelung mittels Echtholz Nachtbirke und Hochglanz Brillantlack 02 Crestron Touchpanel – Wenge-Holz Veredelung poliert und Nappa-Leder-Griffflächen 03 Lamina PL6 Leuchte aus dreidimensional gebogenen, pulverbeschichteten Aluminiumlamellen 04 Edelholzhülsen für Schreibgeräte und filigrane Komponenten für Uhren; Mattlack sowie Hochglanz Brillantlack 05 ASUS Display – Makassar Edelholzoberfläche 06 ASUS Display – Schalt- und Statusfunktionen unter der Oberfläche verborgen 07 Reise-Taschenpfeffermühle von „Le Clou“ – Gold- und Diamantapplikationen 08 Crestron Touchpanel – Kunststoffoberfläche metallisiert 09 Hublot Automatikuhr – Damaszenerstahllünette; Messer aus Damaszenerstahl mit Perlmutterapplikationen; verpackt in einer Jatobaholzhalbkugel 10 de verde Notebook – Veredelung mittels feinstem Leder



03



04



05



06



07



08



09



10

AROMA_ID

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Wir verstehen uns als Ihr Designpartner für Innovation, Strategie, Gestaltung und Produktentwicklung in den Sparten Industriedesign, Grafikdesign, Interfacedesign, Messedesign und Publicdesign. „Design verhilft Produkten zu einer Markenidentität und transportiert Werte und Anspruch“. aroma_ID steht für unseren Anspruch, den Produktentwicklungen, die uns anvertraut werden, etwas Besonderes zu verleihen. Das Besondere im Einfachen zu suchen, ist für uns eine tagtägliche Selbstverständlichkeit. Für unsere Auftraggeber bearbeiten wir Produkte im Bereich Konsum- und Investitionsgüter.

We introduce ourselves as your design partner for innovation, strategy, layout and product design in the sections industrial design, graphic design, interface design, exhibition design and public design. “Design helps products to a brand identity and communicates values and requirements.” aroma_ID is standing for our requirement to give the products that we develop something special. To find the particular in the simple is our matter of course every day. For our clients we work on products in the area of consumer goods and capital goods.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Industrial Design, Graphic Design, Interface Design, Exhibition Design, Public Design

REFERENZEN / REFERENCES

ATT, Auerhahn Bestecke GmbH, Braun, Deutsche Bahn, DHD, DLR, ESA, Kludi, Kobil, Leipziger Leuchten, Lufthansa, Neff, Nussbaum Gruppe, Oral-B, OR Laser, WMF

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Karsten Küber & André Stocker

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1999

MITARBEITER / EMPLOYEES

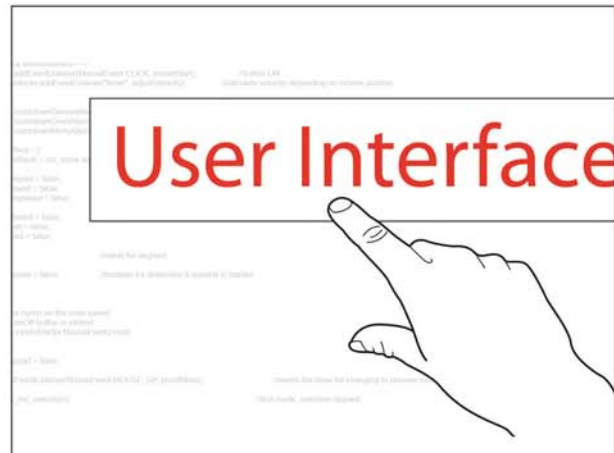
7

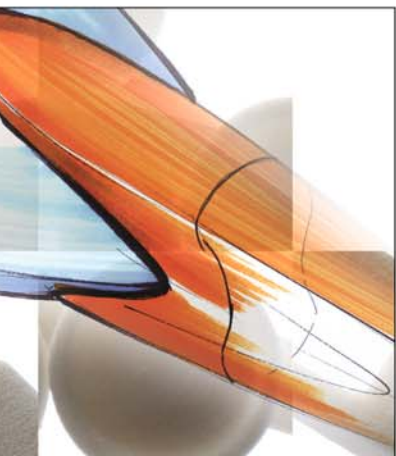
ANSCHRIFT / ADDRESS

Speyerstraße 7
63065 Offenbach am Main, Germany
T +49 (0) 69-838362-53
F +49 (0) 69-838362-55
kontakt@aroma-ID.de
www.aroma-ID.de

aroma_ID

Ihr Designpartner





aroma_ID
Ihr Designpartner

ARTEFAKT

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

“Reduce to identity”

REFERENZEN / REFERENCES

ARRI, Asecos, Braun, Borma, Bulls Bikes, Cairo, Canyon Bikes, Ceramica Dolomite, Daimler Chrysler, Doetsch Grether, Ergoline/Wellsystem, Eschenbach-Optik, Glamü, Harworth, Hansa, Hoesch, Ideal Standard, Jado, Kermi, Kusch+Co, Loewe, Müsing Bikes, RTI Sports, Planmöbel, Samas group, Sanipa, Sartorius AG, Siemens, Ströer, Wella AG, Viega, ZEG

AUSSTATTUNG / EQUIPMENT

Modellbauwerkstatt CAD/CAM/CGI/DTP

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Tomas Fiegl, Achim Pohl

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1989

MITARBEITER / EMPLOYEES

10

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Alte Fabrik, Liebigstraße 50–52
64293 Darmstadt, Germany
T +49 (0) 6151-39670-0
F +49 (0) 6151-39670-20
public@artefakt.de
www.artefakt.de



VIEGA overflow VISIGN 104
reddot best of the best 2006



IDEAL STANDARD shower spray range SENSES

VIEGA WC/bidet operating panel VISIGN FOR STYLE 14
reddot 2009

VIEGA WC/bidet operating panel VISIGN FOR MORE 104
design plus 2007 · IF design 2007

VIEGA multiplex TRIO E
design plus 2009





IDEAL STANDARD fitting series MELANGE



IDEAL STANDARD fitting series ATTITUDE

IDEAL STANDARD total bathroom MOMENTS
IF 2005 · reddot 2005 · design plus 2005

JADO fitting series
GLANCE COMPACT



VIEGA touchless WC operating glasspanel VISIGN 100
design plus 2007

GLAMÜ shower enclosure system TENES / DIANA SPIN
IF 2008



HOESCH bathtub series AVIVA
reddot 2002

IDEAL STANDARD washplace SimplyU CLEAR / DYNAMIC / INTENSIVE / NATURAL
IF 2008 · reddot 2008



IDEAL STANDARD washplace SimplyU fittings and ceramics
IF 2008 · reddot 2008





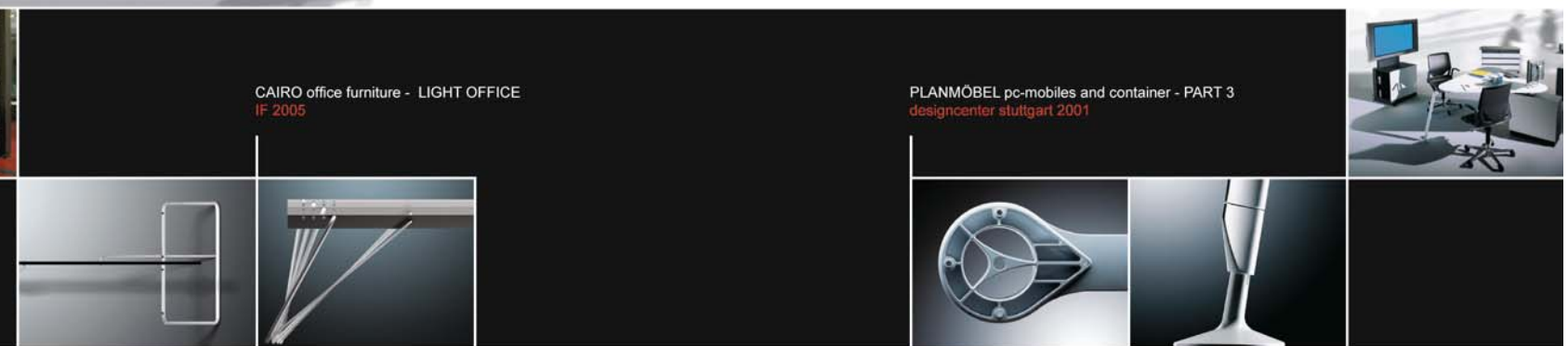
PLANMÖBEL pc-mobiles and container - PART 3
designcenter stuttgart 2001



PLANMÖBEL dividing-wall system - FACT 4
reddot 1999 · designcenter stuttgart 1999



CAIRO office furniture - LIGHT OFFICE
IF 2005



CAIRO office furniture - LIGHT OFFICE
IF 2005

PLANMÖBEL pc-mobles and container - PART 3
designcenter stuttgart 2001

CAIRO office furniture - LIGHT OFFICE
IF 2005



LOEWE TV-study 2006



SARTORIUS modular laboratory balance system CUBIS



MÜSING corporate product design BOTTLE CAGE
IF 2008



SARTORIUS infrared moisture meter LMA 500

SARTORIUS laboratory balance CUBIS



CANYON saddle clamp
IF 2007





DORMA glass door hardware series DSign alpha 1
reddot 2009



JADO doorhandle series LOOP reddot 2009 ID9 reddot 2009 PURE reddot 2005



ASECOS modular smoker lounge SMOKEANDTALK
IF 2006



ASECOS modular smoker lounge SMOKEANDTALK
IF 2006



ASECOS air cleaner AIR ONE
reddot 2008



ASECOS air cleaner AIR ONE
reddot 2008

BABEL

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Bei der Entwicklung neuer Formen legen wir vor allem die technischen Vorgaben und deren Bedingungen zugrunde, damit sie für den Anwender in ihrer Ästhetik einen emotionalen und im Gebrauch einen praktischen Wert darstellen. Es geht uns nicht darum, Statussymbole zu schaffen, sondern mit durchdachtem Design Produkte zu entwickeln, die dazu beitragen, das tägliche Leben zu erleichtern. Gutes Design ist kein Luxus!

In developing new shapes we base these first and foremost on the technical specifications and their requirements so that they have an emotional aesthetic appeal for the user and a practical value when used. We are not concerned with creating status symbols but with developing products featuring a well thought-out design which contributes to making everyday life easier. Good design is not a luxury.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Badinterieur und Sanitärprodukte

Bathroom interiors and bathroom plumbing products

REFERENZEN / REFERENCES

Zusammenarbeit mit international bekannten Firmen. Referenzliste auf Anfrage

Cooperation with internationally renowned companies. List of references on request

AUSSTATTUNG / EQUIPMENT

2D/3D CAD, Visualisierung, Modellbau

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Adolf Babel Design

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1968

MITARBEITER / EMPLOYEES

4

ANSCHRIFT / ADDRESS

Burgplatz 4

74199 Untergruppenbach, Germany

T +49 (0) 7130-47700

F +49 (0) 7130-477024

info@babel-design.net

adolf.babel@babel-design.net

www.babel-design.de

INTERVIEW / ADOLF BABEL

Was macht für Sie gutes Design aus?

Gutes Design soll funktionieren und darüber hinaus einen Hauch von Leichtigkeit und Einmaligkeit ausstrahlen.

Welche primäre Kompetenz sollte man als Designer besitzen?

Die Fähigkeit mit den Auftraggebern intensiv zusammen zu arbeiten, um ein optimales Resultat zu erreichen.

Was ist Ihr interessantestes Projekt?

Unsere Projekte sind immer interessant – sonst würden wir den Auftrag nicht annehmen.

What constitutes good design in your view?

Good design should function well while also exuding a sense of lightness and uniqueness.

What primary skills should a designer possess?

The ability to work together closely with the client to achieve an optimal result.

What is your most interesting project?

Our projects are always interesting – otherwise we would not take on the job.



ADOLF BABEL



BADEWANNE ZERO MIT VERSTELLBAREN RÜCKENLEHNEN AUS POLYURETHAN/BATHTUB ZERO WITH ADJUSTABLE POLYURETHANE BACKRESTS/PHOTO: TELEMACO

BEGER DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Wir denken Design zu Ende. Denn Design ist mehr als Form und Ästhetik. Deshalb denken wir wie Produktentwickler, wie Ingenieure, wie der Vertrieb – vor allem aber wie Kunden und Nutzer. Und weil wir das tun und können, begleiten wir Projekte von der Idee bis zur Produktion, vom Konzept über das Marketing bis hin zur Anwenderschulung. Ein Partner und eine Schnittstelle für den gesamten Prozess: Design – zu Ende gedacht.

We think design comprehensively. Design is much more than shape and aesthetics. That is why we think like developers, like engineers, like sales managers – and even more so like customers and users. And because we are skilled to do this, we can support projects from the very idea to the production line, from the concept to marketing and training. One single partner for the entire process: this is what we mean by saying – comprehensive design thinking.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Industrial Design, Medical Design, Design Beratung, Produkt-Entwicklung, 3D Visualisierung, User-Interface Design, Ergonomie, Graphik und Packaging, Computer Animation, Multimedia- und Ausstellungsdesign

REFERENZEN / REFERENCES

Aesculap AG, Balda AG, C.R. BARD, Inc., Bayer AG, B. Braun Melsungen AG, Bosch Rexroth, chondroclinic, Deutsche Bank AG, DGAV (Deutsche Gesellschaft für Allgemein- und Viszeralchirurgie), ELHA-MASCHINENBAU, Intuitive Surgical, Karl Storz Endoskope, Lonza AG, Maquet AG, Storz Medical AG, Strenger, Trumpf AG, Weidenhammer Packaging, Wilka, Woelm

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Frank Beger

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1996

MITARBEITER / EMPLOYEES

+6

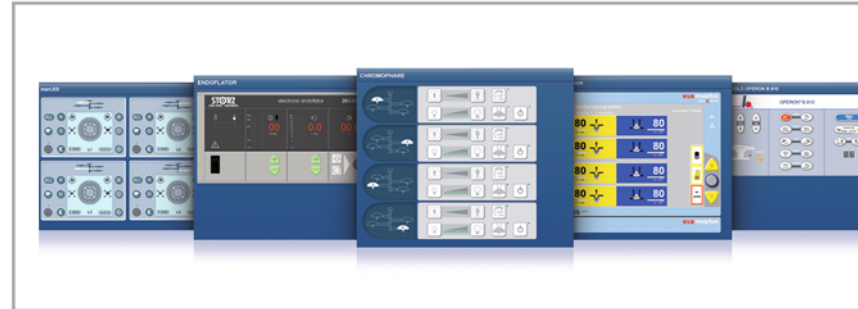
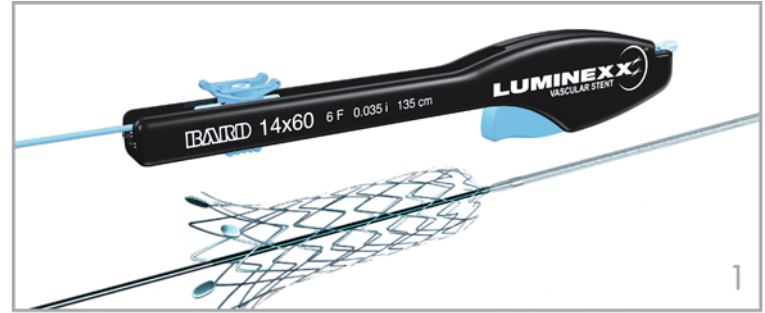
AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Melchiorstraße 14
50670 Köln, Germany
T +49 (0) 221-73923-66
F +49 (0) 221-73923-86
info@begerdesign.de
www.begerdesign.de

BEGER DESIGN



1// Performaxx® Grip
stent delivery system

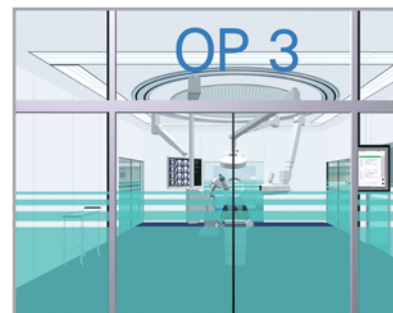
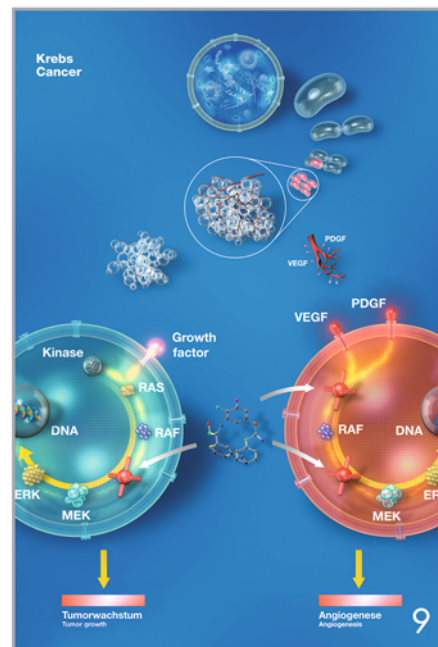
2// V-VECTOR®
instrument for
acoustic wave
therapy

3// Eisverpackung
food packaging

9// Krebs – Cancer
visualization for cancer
therapy

10// S4
3D animation
S4 Spinal System

11// Nahtschulung
learning platform –
suture training





4// Karl Storz OR 1 user-interface design

5// Endoskop design for flexible endoscopes

6// Espresso espresso machine

7// iSlide smartphone (multitouch)

8// Duolith® family design of shock wave therapy system

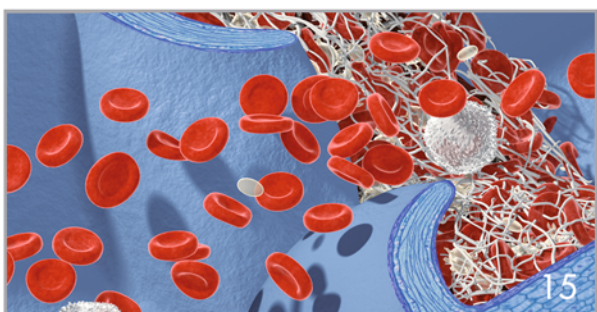
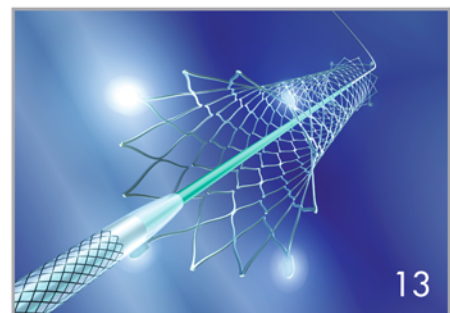
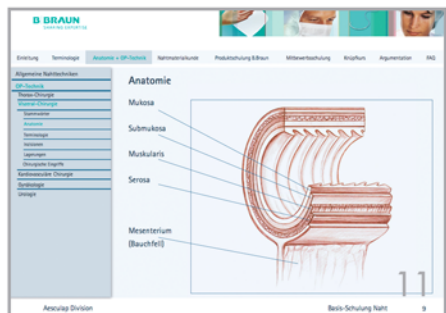
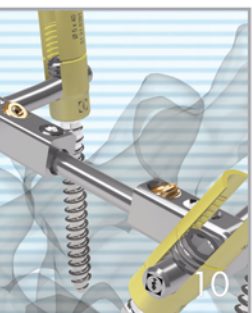
12// Nutritopia interactive, audio-visual simulation

13// E•LUMINEXX® video for new stent implants

14// OR Visions visions for next generation OR

15// Thrombus visualization of thrombus

16// MonoMax® video for a new generation of suture material



BGP-DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

BGP Design unterstützt die gesamte Produktentwicklung ganzheitlich vom innovativen Designentwurf über den Designmodellbau bis hin zur detaillierten Einzelteilkonstruktion.

User Interfacedesign

Neben einer guten Gestaltung ist heute die Interaktion mit dem Produkt von entscheidender Bedeutung. Wir unterstützen unsere Kunden bei der Interface und GUI Entwicklung mit Know-how und Erfahrung.

Visualisierung/Animation

Photorealistische Visualisierungen und bewegte Prozessanimationen ergänzen Marketing und Entwicklung bei der Produkteinführung. Architekturvisualisierungen mit bewegten Kamerafahrten und realistischer Lichtberechnung überzeugen vor Bau- oder Messebeginn.

Messestanddesign

Technisch aussergewöhnlich, eingebunden in die Kommunikationskonzepte unserer Kunden inszeniert BGP Design den Messeauftritt als Brücke zwischen Produkten und Messebesuchern. Vom Grundriss bis zum konstruierten Einzelteil, individuell und immer mit System.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Produktdesign, Industrialdesign, 3D-CAD Engineering, Technologieberatung, Messestandentwicklung, Visualisierungen, Animationen,

REFERENZEN / REFERENCES

Abus KG, Battenfeld GmbH, Claas Fertigungstechnik GmbH, Coperion Werner & Pfleiderer GmbH, Datarius Technologies GmbH, De Dietrich Thermique, HamaTech AG, HEWI, Hugo Beck Maschinenbau GmbH & Co. KG, Krauss-Maffei Kunststofftechnik GmbH, Leonhard Kurz GmbH, MAC GmbH, Manz Automation AG, Oerlikon AG, Plasmatrete GmbH, ROBOWORKER Automation GmbH, RTE Akustik + Prüftechnik GmbH, sortimat Technology, UZIN UTZ AG, Viessmann Werke GmbH, Volkswagen AG, Wolff a brand of UFLOOR Systems, YXLON International

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Dipl. Designer Knut Braake, Dipl. Designer Stefan Grobe

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1997

MITARBEITER / EMPLOYEES

7

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Lindenstraße 10
70563 Stuttgart, Germany
T +49 (0) 711-2206289-0
F +49 (0) 711-2206289-99
info@bgp-design.com
www.bgp-design.com

all-innovation-produktdesign-branchenkenntnis-zielgruppenorientiert-f
on-messestandentwicklung-architekturvisualisierung-produktentwicklu
design award-animago award-architektur/still professional-if-silver ex
en-office eimu-general electric plastics world design competition-branc
ong-lifestyle-high end computeranimation-videoschnittplatz-technolog
llbau-design-competition-messedesign-qualität-motivation-architektu



bgp design

technology minded.



...rt-formgebend-industrial design-zuverlässig-kompetent-know how-technik-modellbau-gestaltungsvarianten-versuch-cad-realisierung-...
...cklung-konsumgüter-sanitärprodukte-filme-messestände-engineering-vertrauen-technologie-www.bgp-design.com-full service-maßanfor...
...r exhibition design award-bdg logo wettbewerb-kreativität-if product design award-konstruktion-designmodellbau-form follows function-...
...anckenkenntnis-3d cad engineering-produktionsanlagen-prototypenerstellung-visualisierung-technik-nominiert für den designpreis der ...
...ologieberatung-lieferantenvermittlung-produktentwicklung-vernetzt-kundenorientiert-ganzheitlich-innovation-detailentwicklungen-render...
...kturvisualisierungen-entwicklungserfahrung-formgebend-zuverlässigkeit-vertrauen-kompetenz-erfolgreich-technik-desgin-konstruktion-...

BRENNWALD DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Vorausschauende Konzepte, professionelle Umsetzung und individuelle Betreuung in allen designrelevanten Fragen – mit diesem Anspruch entwickeln und gestalten wir ausgezeichnete Produkte von höchster funktionaler und visueller Qualität.

Die durchgängig 3D-basierte Bearbeitung aller Projekte ist die Basis für innovative Produktideen, überraschende Lösungsansätze und perfekte Visualisierungen aus einem Datensatz und mit klaren Zeit- und Kostenvorteilen für unsere Auftraggeber.

Clear-sighted conceptions, professional realization and individual support in all design-relevant issues – with this approach we develop and create excellent products of highest functional and visual quality.

The completely 3D-based processing of all projects is the basis for innovative product ideas, surprising solutions and perfect visualizations from the same data set and with clear time and cost advantages for our clients.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Industrial Design, 3D Visualization, 3D Animation, Virtual Reality, Print- & Screendesign

REFERENZEN / REFERENCES

Aastra, Aastra DeTeWe, B.V. Hagenuk CPS, ComDes Technologies, CAU Universität Kiel, DFG, Dräger, Elmeg, Ferrari, Funkwerk Enterprise Communications, hagenuk, Howmedica, LEGO, NDR, Pharmatec, OTC Foundation, Privelop-Spine, Sagem Orga, Sennheiser, Stryker, Transcoject, Teleclip, Tiptel, Thyssen, Wilden, Winfinity, Vtech

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Jörg Brennwald

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1997

MITARBEITER / EMPLOYEES

4

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Feldstraße 133
24105 Kiel, Germany
T +49 (0) 431-334515
F +49 (0) 431-334516
mail@brennwald-design.de
www.brennwald-design.de



Product Design & 3D Visualization 3D Animation



Aastra/Business IP-Phone

Professional Telecommunications

Medical Equipment



Stryker/Modular Metal Instrument Tray



Sennheiser/Wireless Headphone



Sennheiser Communications/Bluetooth Headset



Sennheiser/Infrared TV-Headphone

Consumer Electronics

Audio / HiFi / Communications



Sennheiser/Foldable Mini-Headphone

BUDE INDUSTRIE DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Mit Kreativität das Bessere gestalten.
 Mit Erfahrung das Ziel erreichen.
 Mit Intuition Gewinne sichern.
 Design the better by creativity.
 Reach the aim by experience.
 Ensure profits by intuition.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Ergonomie, Design, Konstruktion und Beratung für Arbeitsmaschinen aus Bau- und Landwirtschaft, Kabinen, elektronische Kommunikationsgeräte, Haustechnik, Kunststofftechnik, Produktgrafik, Mechatronik inklusive Modellbau, Rapid Prototyping

Ergonomics, design and consulting of special working machinery for construction and agriculture, cabins, electronic hand-held devices and man-machine-interfaces, household technology, synthetic components, product graphics, mechatronics, including mock-ups and rapid prototyping.

REFERENZEN / REFERENCES

Atlas, Beumer, Big Dutchman, Buschhoff, Claas, Emsa, Esterer, Feig, Fiege, Lemken, Niehues, Schmidt, Schmitz, Tunstall, Trelock, Waldrich Siegen, Walterscheid, Wirtgen, Weilekes, Winkhaus, Zeit und Zutritt

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Paul Budde

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1978

MITARBEITER / EMPLOYEES

16

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Dülmener Straße 67
 48163 Münster, Germany
 T +49 (0) 2536-33060
 F +49 (0) 2536-330633
 ISDN +49 (0) 2536-330699
 info@budde-design.de
 www.budde-design.de



DERKSEN LICHTTECHNIK GMBH / BRAND IMAGELAMP BIL
 bil vereint die Funktionen von Hängeleuchte, Lichtwerbung und Projektor.

DERKSEN LICHTTECHNIK GMBH / BRAND IMAGELAMP BIL
 bil is both: a projector and a design illuminator, including lampshade foil slides.



BIG DUTCHMAN INTERNATIONAL GMBH / MC 701
Industriecomputer mit IP64-Einhausung.

BIG DUTCHMAN INTERNATIONAL GMBH / MC 701
Industrial computer with IP protection class 64.



CLAAS SE GMBH / MK 4
Video-Leitsystem zur präzisen Kontrolle von Arbeitsvorgängen.

CLAAS SE GMBH / MK 4
Camera for object oriented use.



ESTERER GMBH / TANKWAGEN
Nur ein Extrusionswerkzeug für alle Schlauchkanäle.

ESTERER GMBH / FUELLING VEHICLE
One Extrusion for all tube channels.

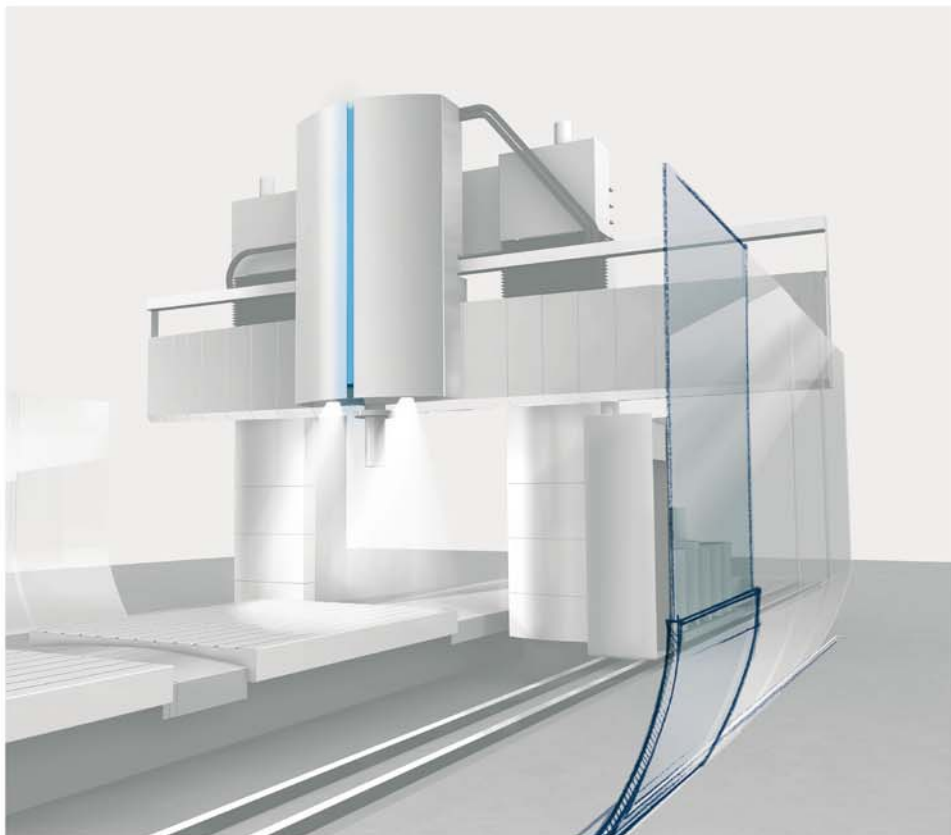


CLAAS SE GMBH / TUCANO MÄHDRESCHER
Dynamische Linienführung im Corporate Design.

CLAAS SE GMBH / COMBINE HARVESTER
Dynamic line within corporate design.

WALDRICH SIEGEN WERKZEUGMASCHINEN GMBH / PROFIMILL PORTALFRÄSMASCHINE
Klare Linienführung für die neue Fräsmaschinengeneration ProfiMill.

WALDRICH SIEGEN WERKZEUGMASCHINEN GMBH / PORTAL MILLING MACHINE
A new generation of milling machines with district line.



DIALOGFORM

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Design lebt vom kreativen Austausch.

Der argumentative Dialog mit dem Auftraggeber – dem Designpartner – ist ebenso wichtig wie der interdisziplinäre Dialog zwischen allen am Designprozess Beteiligten. So entsteht qualitativ hochwertiges Design, das die Produktkultur und damit das Erscheinungsbild und letztlich die Marktposition des beauftragenden Unternehmens dauerhaft stärkt.

Design lives by creative interchange.

The dialog with the client – the design partner – is just as important as the interdisciplinary dialog between all the parties involved in the design process. This is the way to high quality design that will help strengthen the client's CI, product culture and market position.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Produktentwicklung, Industriedesign, Designkonzeption, Designstrategie, Projektbetreuung, Interfacedesign, CI und Corporate Design, Produkt- und Unternehmenskommunikation, Techn. Dokumentation, Verpackungsdesign

Product development, industrial design, design conception, design strategy, project management, interface design, CI and corporate design, product and corporate communication, technical documentation, package design

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Ulrich Ewringmann

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1984

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Wallbergstraße 3
92024 Taufkirchen, Germany
T +49 (0) 89-6128251
F +49 (0) 89-6128253
info@dialogform.de
www.dialogform.de



Hamm AG
HD-Linie 2007
• Red Dot 2007
• iF Gold 2007
• Designpreis Deutschland
(nominiert 2008)



Hamm AG
HD-Linie 2009



rolly toys
Anbaukehrmaschine 2008



rolly toys
Snow Shark 2008



rolly toys
Kinderfahrzeug 2007



rolly toys
Dreiseitenkipper 2009

Dialog [gr.-lat.-fr.] *der*; -[e]s, -e:
 a) Zwiegespräch, Wechselrede;
 Ggs. → Monolog (b); b) politi-
 sche Unterredung zwischen Ver-
 tretern von zwei Staaten. **dialog-**
isch: in Dialogform. **dialogisie-**
ren: in Dialogform gestalten.

Vögele AG
 US Vision Linie 2008 USA
 • iF 2009
 • Good Design 2009



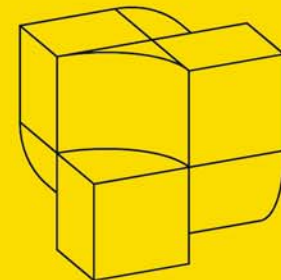
Vögele AG
 -2 Fertiger Linie 2007
 • iF 2007
 • Designpreis Deutschland
 (nominiert 2008)



Martin GmbH & Co. KG
 Maschinenbedienfelder 2007



Vögele AG
 Bedienfelder Ergo Plus 2007
 • Universal Design 2008



DIALOGFORM
 GmbH

HEINRICH FIEDELER INDUSTRIAL DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Design ist die Sprache, die Inhalte emotional vermittelt, komplexe Strukturen begreifbar macht und Funktion ein Gesicht gibt. Ziel ist es, die Gegenwart umfassend erlebbar zu machen, Perspektiven kreativ und innovativ zu entwickeln, wobei Dialog und Diskussion die Grundlage sind. Heinrich Fiedeler berät mit seinem interdisziplinären Team seine Kunden weltweit und bereichsübergreifend. Integriert sind ein umfassendes Materialarchiv und eine Modellbauwerkstatt.

Design is the language that conveys emotional content, renders complex structures tangible, and gives function a face. The objective is to ensure that the contemporary world can be experienced as a whole, to develop perspectives creatively and innovatively on the basis of dialog and discussion. With his interdisciplinary team, Heinrich Fiedeler provides comprehensive and international advice for his clientele. The consultants draw on a wide-ranging materials archive and a model-building workshop.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Corporate Design, Product Design, Interior Design, Temporary Architecture, Lighting Planning, Furniture, Public Design

REFERENZEN / REFERENCES

Adidas, Aktiva, Anta, Autostadt, BASF, Belux, Deutsche Lufthansa, Elmar Flötotto, E.ON, Hailo, Höchster Porzellan Manufaktur, Leonardo/Glas, Koch, LIC, Rolf Benz, Serien Raumleuchten, VW, WMF, Zumtobel Staff

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Heinrich Fiedeler

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1995

MITARBEITER / EMPLOYEES

5

ANSCHRIFT / ADDRESS

Adolfsallee 12
65185 Wiesbaden, Germany
T +49 (0) 611-9406655
F +49 (0) 611-9406654
info@heinrich-fiedeler.de
www.heinrich-fiedeler.de



Perfect day / Flughafen Ffm / LSG 2006



Pocu/Licon / Hamburg 2009



Gangway / Hailo / Haiger 2006



Point / Elmar Flötotto / Gütersloh 2001



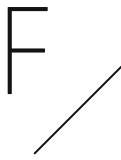
Calla / Gaul's / Darmstadt 2009



Serie Loft, Erweiterung / WMF / Geislingen 2003



Living Space / Cicc / Wiesbaden 2004



FINKELDEY + UETRECHT NEXUS PRODUCT DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Nexus Product Design wurde 1987 gegründet. Das interdisziplinär tätige Team entwickelt Designstrategien und gestaltet Produktlinien in kontinuierlicher Zusammenarbeit mit namhaften Unternehmen der Konsum- und Investitionsgüterindustrie. Ergänzt durch eigene Studios für Modellbau, Visualisierung und Fotografie bietet Nexus Product Design seinen Partnern einen umfassenden Design Service in allen Phasen der Produktentwicklung.

Nexus Product Design has been established in 1987. The interdisciplinary team develops design strategies and product lines in continuous cooperation with leading names in the consumer goods and capital goods industries. Nexus Product Design offers customers a comprehensive design service at each stage of product development, complete with modelling studios, visualisation and photography.

REFERENZEN / REFERENCES

Arzberg, brailletec, burgbad, care diagnostica, Dahle, domilux, Emco, Fechtel, geba, Grohe / Eichelberg, Heimeier, iittala, Koralle, Minolta, Novus, Reimo, RFT TV, Rolf Benz, Sanitec Group, Schyns Medizintechnik, Sennheiser, Sudbrock, TECE, Tente, Upmann, Vitra/Eczacıbaşı, Wavin, Wolf PVG

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Ulli Finkeldey, Kai Uetrecht

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1987

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Muerfeldstraße 22
33719 Bielefeld, Germany
T +49 (0) 521-333352
F +49 (0) 521-333382
info@nexusproductdesign.de
www.nexusproductdesign.de



www.nexusproductdesign.de

FORMTONE

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Kommunikation durch Gestaltung

Selten als wichtigstes Gut eines Produktes (an-)erkannt, bietet dessen Inhalt die primäre Inspiration für FormTone an. Unternehmerisch steht ‚FormTone‘ für die Entwicklung und Realisation von zwei- bis drei-dimensionalen Objekten. Unsere Handschrift soll mit Aussagekraft, Taktilität und Optik überzeugen und dadurch an unserem Zielpunkt ein nachhaltig, positives Erlebnis provozieren. Als Dienstleister für Marketing, Forschung und Technik, unterstützen wir Sie mit fachlicher und methodischer Kompetenz um definierte Resultate zu erzielen.

Welche Botschaften übermittelt die Form Ihrer Produkte?

Communication through design

Content is seldom recognized as the most important asset of a product, yet FormTone takes precisely this aspect as the main source of inspiration. FormTone's business is based on developing and realizing 2D and 3D objects. Our distinctive style brings convincing expressive, tactile and visual qualities to bear, thus generating a lasting, positive experience among users. As a service provider for marketing, research and technology we deliver specialized and methodological expertise to assist you in achieving the goals you have set yourself.

What message does the form of your products convey?

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Produkte, Geräte und Maschinendesign, Fahrzeugdesign, Möbel, Interior- und Ausstellungsdesign, Schmuck- und Uhrendesign, Firmenidentität und Markendesign, Print- und Webdesign.

Design of products, appliances, and machines, automotive design, furniture, interior and exhibition design, design of jewelry and watches, corporate identity and brand design, print and web design.

REFERENZEN / REFERENCES

Seit 2000 dürfen wir diverse Firmen zu unseren zufriedenen Kunden zählen.

Since 2000, we have been able to count a broad range of different companies among our satisfied customers.

ANSCHRIFT / ADDRESS

Klebestrasse 22
8041 Zürich, Switzerland
T +41 (0) 43 960-9622
www.formtone.com

FORMTone
erlebte Formsprache





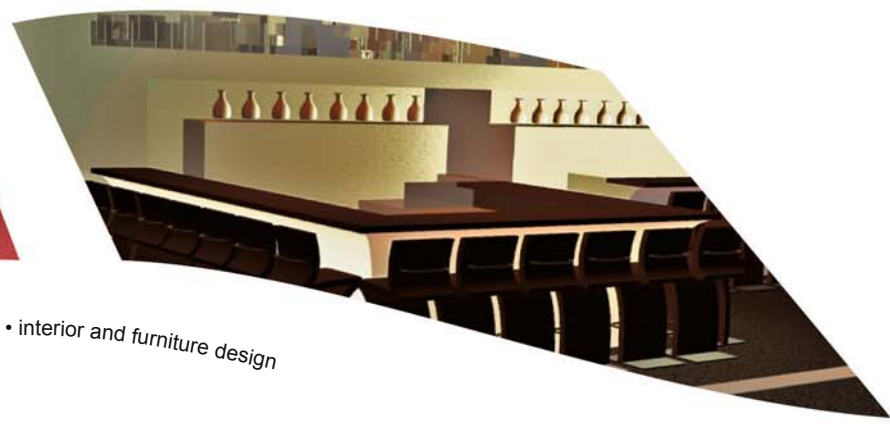
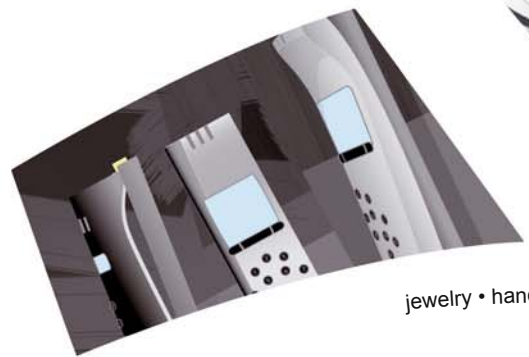
food- and beverage • dispenser designs



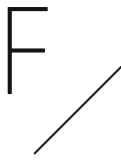
transportation & medical solutions



jewelry • hand-held products • conceptual watchmaking



prototyping: shop-in-shop module • chain store design concept • interior and furniture design



60 61

INDUSTRIAL DESIGN / FRACKENPOHL POULHEIM

FRACKENPOHL POULHEIM

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Wir entwickeln und gestalten Produktlösungen für globale Marken, mittelständische Unternehmen sowie Institutionen unterschiedlicher Art. Dabei verfolgen wir einen interdisziplinär ausgerichteten Prozess, der stets in enger Kooperation mit unseren Auftraggebern durchgeführt wird. Wir verstehen Design nicht als expressionistischen Akt der Selbstverwirklichung, sondern als große Chance, die Interessen von Unternehmen sowie die Bedürfnisse der Gesellschaft in einem kombinierten Lösungsansatz erfüllen zu können.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Industrial Design, Product Development, Design Language Development, Product Design Implementation

REFERENZEN / REFERENCES

Vodafone Global, Deeluxe Sportartikel, Saint Gobain, Dachstein Outdoor Gear, Humboldt-Universität Berlin, Bayer MaterialScience, Mammut Sports Group, Ortovox Sportartikel, Raichle

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Thorsten Frackepohl, André Poulheim

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

01.03.2001

MITARBEITER / EMPLOYEES

5

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Im Stavenhof 20
50668 Köln, Germany
T +49 (0) 221-7158528
F +49 (0) 221-7158529
info@frackepohl-poulheim.de
www.frackepohl-poulheim.de

INTERVIEW / THORSTEN FRACKENPOHL & ANDRÉ POULHEIM

Was zeichnet Ihre Agentur aus?

André Poulheim: Wir beschreiben unsere Kompetenzen gerne durch drei Ebenen. Auf der fachlichen Ebene stellen wir unseren Klienten alle Kenntnisse und Fähigkeiten zur Verfügung, die für die Entwicklung von Produkten erforderlich sind. Dies umschließt alle Bereiche des Designprozesses von der Konzeption über die Visualisierung bis hin zur Implementierung und führt zu innovativen Problemlösungen. Jedoch ist neben der inhaltlichen Komponente ebenso wichtig, wie Partner miteinander arbeiten, was wir als Kooperationsebene verstehen. Das Einhalten von Zeitplänen, die realistische Planung von Prozessen bei einer gleichzeitig hohen Flexibilität, wenn es doch mal eng werden sollte, diese Dinge kann man am besten als Zuverlässigkeit beschreiben, welcher wir uns verpflichtet fühlen. Als dritten relevanten Kompetenzbereich beschreiben wir die Begeisterungsebene. Durch weitreichende Ansätze und neuartige Betrachtungswinkel kommen wir zu überraschenden Ergebnissen, die sowohl unsere Auftraggeber als auch die Nutzer der Produkte überzeugen.

Nach welchen Prinzipien arbeiten Sie?

Thorsten Frackepohl: Wir verfolgen Entwicklungen in den Bereichen Flächenbehandlung, Graphik, Farben, Materialien und auch Produktionstechnologie in einem kontinuierlichen Prozess. Dazu besuchen wir Messen und durchforsten digitale und analoge Medien auf Bezüge zur Produktentwicklung. Interessantes und Inspirierendes wird kategorisiert und gespeichert, so dass bei Projektstart immer ein aktuelles Bild vorliegt. Wichtig ist auch der Designprozess, denn er bietet Orientierung und macht den Fortschritt sichtbar und nachvollziehbar. Wir arbeiten stets nach einem trichterförmigen Prinzip: Zu Beginn werden viele Varianten schnell visualisiert, um im Laufe des Prozesses die Vielfalt der Varianten bei steigender Darstellungsqualität immer weiter zu reduzieren.

Mit welchen Herausforderungen wird eine Agentur heute konfrontiert?

André Poulheim: In Bezug auf aktuelle Projekte sind die globale Vernetzung sowie eine zunehmende Prozessgeschwindigkeit zu nennen. Technologien machen die Kommunikation schnell und erleichtern die Arbeit, jedoch geht wichtige Zeit für Reflexion verloren. Darüber hinaus denken wir, dass Design zukünftig auch vermehrt an der Lösung von Problemen der „anderen“ neunzig Prozent der Weltbevölkerung arbeiten muss.



ANDRÉ POULHEIM / THORSTEN FRACKENPOHL




 product
 design
 award
 2008

VODAFONE/MOBILE CONNECT FAMILIE/MOBILE CONNECT FAMILY



DEELUXE/SNOWBOARD SOFTBOOTS 09-10/SNOWBOARD SOFTBOOTS 09-10



VODAFONE GLOBAL/MOBILTELEFON 235/MOBILE PHONE 235




 product
 design
 award
 2009

ORTOVOX/LAWINENSCHAUFEL/AVALANCHE SHOVEL

CARSTEN GOLLNICK

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Design ist eine freundliche Geste!

Das Ergebnis soll funktional, ästhetisch und anrührend zugleich sein. Im besten Sinne handelt es sich um Produkte, die als einfühlsame Fremde in unser Haus kommen und dann zu unverzichtbaren Freunden werden.

Gutes Design bereichert unser Leben.

Der Kunde stellt mir eine Aufgabe und lässt mir doch meine Freiheit. Ich bin der inspirierende Partner meiner Auftraggeber. Das sind internationale Unternehmen, deren Anspruch an Gestaltung nicht bei der Form aufhört, egal, ob es sich um Einzelstücke oder Kollektionen handelt. Jedes Projekt ist ein besonderes und meine Herangehensweise ist sensibel und immer einzigartig. Charaktervolles Design unterstützt oder schafft Unternehmenskultur. Design ist eine Sache des Vertrauens.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Product design, industrial design, furniture design, corporate product design consulting, packaging design, interior design, exhibit design

REFERENZEN / REFERENCES

Aicham Larson-Juhl GmbH, ANTA Leuchten GmbH, Arzberg Porzellan GmbH, BHS Tabletop AG, B.I.C. Belgium International Carpets, Cafina AG, Carpet Concept Objekt-Teppichboden GmbH, Conmoto GmbH, Cinna SA, JAB KG, Mahlkönig GmbH & Co. KG, Melitta SystemService GmbH & Co. KG, Melitta Haushaltsprodukte GmbH & Co. KG, Carl Mertens GmbH, Mont Blanc International, Groupe Ligne Roset, Schönbuch Collection, Solicut Distribution GmbH, Walter Knoll AG & Co. KG

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Dipl. Ind. Des. Carsten Gollnick

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1997

MITARBEITER / EMPLOYEES

3

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

u. a.



ANSCHRIFT / ADDRESS

Bülowstraße 66 D1 1.OG
10783 Berlin, Germany
T +49 (0) 30-21235856
F +49 (0) 30-21235857
info@gollnick-design.de
www.gollnick-design.de





GREUTMANN BOLZERN DESIGNSTUDIO

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

„Analytisch recherchieren, innovativ handeln“, so lautet die Arbeitsphilosophie von Carmen und Urs Greutmann. Im Vordergrund stehen nicht die Designer selbst, sondern das Produkt. Grundlegend hierbei ist ein ganzheitlicher Ansatz: Einfluss nehmen auf Dinge, die über das Design hinausgehen, dieses jedoch mitbestimmen. Inspirierende Elemente aus Kunst, Musik, Architektur und städtebaulichen Entwicklungen lassen Carmen und Urs Greutmann in ihre Arbeit mit einfließen.

“Research analytically, act innovatively,” is the working philosophy of Carmen and Urs Greutmann. The focus is not on the designers themselves but on the product. One fundamental characteristic of this is an holistic approach. Exerting an influence on things that go beyond design but that play a role in determining the latter. Carmen and Urs Greutmann integrate inspiring elements of art, music, architecture and urban planning developments into their work.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Industrial Design, Raum- und Produktgestaltung, Architektur, Dozenten an der Akademie der Bildenden Künste München, Studiengang Innenarchitektur, Lehrstuhl für Produktgestaltung, www.adbk-innenarchitektur.de

REFERENZEN / REFERENCES

u. a.: B+W, Giroflex, Jet Aviation, Wiesner Hager, Lista Office, Piatti, SBB, Swiss, Denz&Co., Belux, Audience Systems, Dietiker, Rolf Benz, Röthlisberger, MAN

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Prof. Carmen Greutmann, Prof. Urs Greutmann

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1984

MITARBEITER / EMPLOYEES

5

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

u. a.



IKEA STIFTUNG (SCHWEIZ)

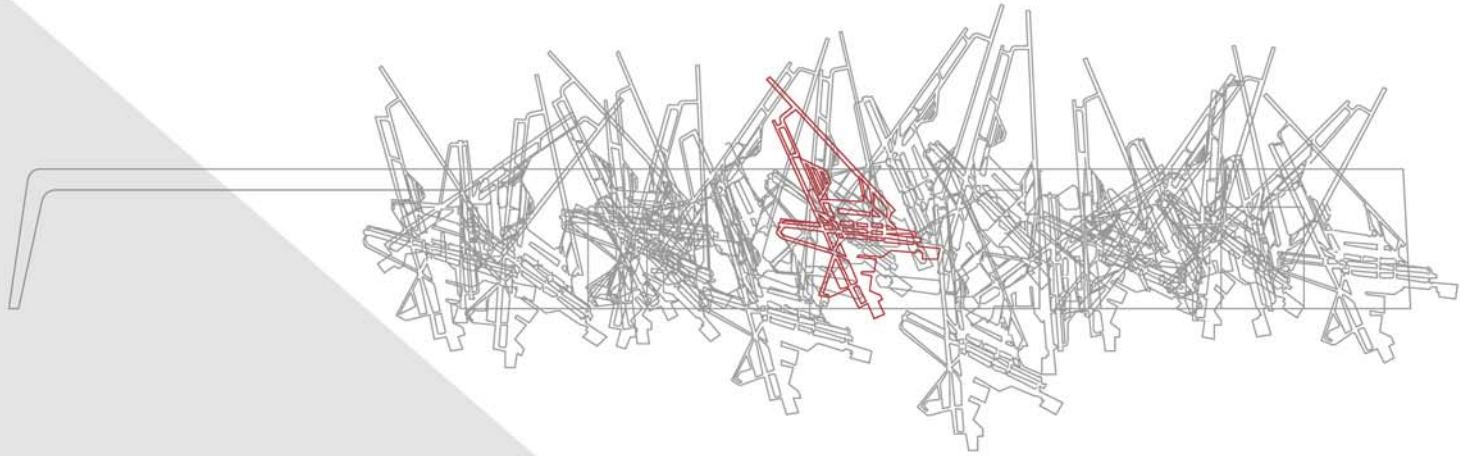
ANSCHRIFT / ADDRESS

Sihlquai 268
8005 Zürich, Switzerland
T + 41 (0) 44-4405588
F + 41 (0) 44-4405580
carmen.greutmann@gbdesign.ch, urs.greutmann@gbdesign.ch
www.gbdesign.ch

greutmann bolzern designstudio

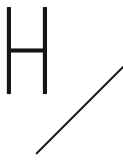


SWISS FIRST CLASS CHECK-IN AIRPORT ZÜRICH / FASSADE



SWISS FIRST CLASS CHECK-IN AIRPORT ZÜRICH / KONZEPT FASSADENGRAFIK





H-DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Qualifiziertes Design marktbestimmend einsetzen, dafür ist H-Design der kompetente Partner. Produktgestaltung und Grafikdesign sind die Arbeitsschwerpunkte. Vom Entwurf bis zur Realisierung werden die Projekte verantwortlich betreut. Kreativität, Einfühlungsvermögen und Einsatzfreude sind unsere Markenzeichen.

To use qualified design market – determinative – regarding to that, H-Design is the competent partner. Product design and graphic design are the main fields of work. There's a responsible care of projects from draft to realisation. Creativity, sympathetic understanding and dynamism are our mark signs.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Produktdesign und Industriedesign für Investitionsgüter, Maschinen-, Anlagen- und Gerätebau sowie Grafikdesign für Investitionsgüterfirmen, Maschinen- und Anlagenbauer, Gerätehersteller, Gewerbetreibende, Handel, Vereine, Institutionen und Kommunen bilden die Schwerpunkte unserer gestalterischen Tätigkeit.

REFERENZEN / REFERENCES

VON ARDENNE Anlagentechnik, KBA Planeta, Karl Heuft Backofenbau, Perfecta Schneidemaschinen, YANG, Bitzer Schkeuditz, IWS Fraunhofer Dresden, DEBAG, SITA Messtechnik, Berlebach Stativtechnik, Sächsische Vinothek, THEEGARTEN-PACTEC, Gebr. Leonhardt Blema Kircheis, MEWA Oelsnitz, Stadt Radebeul, WTK Elektronik, Hartmann GmbH Hainichen, RENATUS Bad Schlema, Walzengießerei Coswig

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1991

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



KONTAKTPERSON / CONTACT

Wolfgang Hartig, Matthias Kratschmer

ANSCHRIFT / ADDRESS

Hauptstraße 66
01465 Langebrück, Germany
T +49 (0) 35201-70872
F +49 (0) 35201-71314
Hartig@h-design.de
www.h-design.de

Altkötzschenbroda 59g
01445 Radebeul, Germany
T +49 (0) 351-4593008
F +49 (0) 351-4415466
Kratschmer@h-design.de
www.h-design.de

Planschneider Perfecta 115



Etagenbackofen HELIOS



Verflüssigungssatz ECOSTAR



Dosenherstellautomat GAMMA III



Produktionsanlage für photovoltaische Anwendungen





Büro für Industrie-   & Grafikdesign



Glastraum

Sortiment

**Glas
Porzellan &
Accessoires**
Radebeul-Alt kötzschenbroda

Umwelt und Design
 Jeder Artikel verkörpert die Lust am Leben.
 Jedes Produkt erzählt eine ganz persönliche
 Geschichte.

Wir bemühen uns Eigenschaften wie Glaubwürdigkeit,
 Qualität, Image, Kompetenz, Eleganz,
 Harmonie, Design und Lifestyle unmittelbar
 erfahrbar zu machen.

Ob Leuchter, Kerzenständer, Vasen, einfache
 farbige Trinkgläser, Besteck, komplette
 Sammelware oder Tischdekorationen,
 wenn ein Wunsch nicht erfüllt werden kann,
 freuen wir uns auf Ihren Besuch.

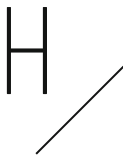


Glastraum

Kundenkarte

Glastraum

Glas, Porzellan & Accessoires
 Alt Kötzschenbroda
 Radebeul
 Radebeul-Alt kötzschenbroda
 Radebeul-Alt kötzschenbroda



HENSSLER UND SCHULTHEISS

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Gutes Design darf nicht dem Zufall überlassen bleiben. Unser Konzept: Unternehmensspezifische Designstrategien – Konsequente Entwurfsausarbeitung bis ins kleinste Detail – Innovative Designlösungen mit hoher formaler Qualität – Gestalterische und fertigungstechnische Optimierung durch realistische Engineeringlösungen – CAD-gestützter Entwurfsprozess auf konstruktions- und fertigungstauglicher Datenbasis – Effektive und zeitoptimierte Projektdurchführung durch kompetentes Fullservice-Dienstleistungsangebot – Klar strukturierte Projektabläufe – Vertrauensvolle Kundenbeziehungen.

Good design must not be left to chance. Our concept: Company-specific design strategies – consistent design elaboration down to the smallest detail – innovative design solutions with a high formal quality – optimization of the design and production technology through realistic engineering solutions – CAD-supported design process based on construction and production-compatible data – efficient and time-optimized project realization through competent full service offer – clearly structured project procedures – established customer relations based on trust.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Productdesign, Engineering, Prototyping, Research, Consulting, Corporate Design

REFERENZEN / REFERENCES

Bosch Rexroth AG, BYK Gardner, Endress+Hauser, C. & E. Fein, Dr. Mach, Gardena Gartengeräte, Helmuth Fischer, Herrmann, Hettich International, Kaco, Kermi, KLAFS Sauna, Rowa, Schalke Eisenhütte, Schredér Group, Thermo, Carl Zeiss IMT, Carl Zeiss Mikroskopie, Carl Zeiss Augenoptik u. a.

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Heinrich Henssler, Martin Schultheiss

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1982

MITARBEITER / EMPLOYEES

12

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Weissensteiner Straße 28
73525 Schwäbisch Gmünd, Germany
T +49 (0) 7171-92742-0
F +49 (0) 7171-92742-42
info@henssler-schultheiss.de
www.henssler-schultheiss.de



ZEISS / ACCURA



FISCHER / DELTASCOPE

HENSSLERUNDSCHULTHEISS FULLSERVICE PRODUCTDESIGN



FEIN / MULTIMASTER



GARDENA / POWERMAX 42E



SCHALKE / SDE 1800



REXROTH / AS2



ZEISS / IKON



ABELE & GEIGER / PROJECT 1



INSTA / INSTALIGHT 1030



KLAFS / VENTANO

HENSSLERUNDSCHULTHEISS FULLSERVICE PRODUCTDESIGN



D-CIRCLE / BAR- UND TABLEWARE



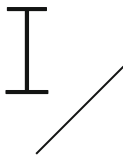
ZEISS / VISIONMES



UWE / ENERGY LOUNGE



FEIN / MASCHINENKOFFER



ID DESIGN AGENTUR

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

ID Design entwickelt und gestaltet innovative Produkte und Konzepte für namhafte Firmen aus dem In- und Ausland. Umfassende Kundenbetreuung und Fullservice seit 29 Jahren. Von der Idee bis zur Markteinführung. Wir sind mit eigenen Niederlassungen in China und in der Türkei weltweit tätig. Produktentwicklungen in über 30 Branchen. ID Design wurde für innovative Produkte und hervorragende Ergonomie mit vielen Designpreisen ausgezeichnet.

ID Design develops and produces innovative products and concepts for a broad customer range both at home and abroad. Provide a fullservice worldwide for 29 years. We operate worldwide with office branches in China and Turkey. Design development for over 30 different branches. ID Design has been presented with many design awards for its innovative products and ergonomic design concepts.

AUSSTATTUNG / EQUIPMENT

Engineering software: Pro-Engineer, Solid Works. Model making. Rapid prototyping / tooling.

REFERENZEN / REFERENCES

AEG, Artema, Asyntis, Atomed, Bosch-Siemens, Daqo, Dornier MedTech, Dürr Dental, GBO Datacomp, Haager, Heraeus, Ideal Standard, Iwis Ketten, Kermi, Kontron, Maha Prüfstände, Mediland, Memorex, Miha Bodytec, Trumpf-Kreuzer, Nokia, Ondal, Osram, Raytest, Rittal, Rofin Sinar, Schaerer Mayfield, Spengler, Ultradent, Zarges, Zeiss, Zimmer, Zimmer + Kreim, Zumtobel ...

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Ansgar Brossardt, Arno Körner

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1980

MITARBEITER / EMPLOYEES

15

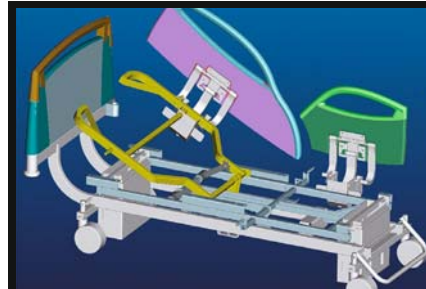
AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



Die Neue Sammlung

ANSCHRIFT / ADDRESS

Pentenrieder Straße 39
82152 Krailling, Germany
T +49 (0) 89-8571007
F +49 (0) 89-8574069
info@id-design.de
www.id-design.de



Krankenhaus-Bett Hospital bed



Handschleifspindel Grinding tools



Funken-Erosion Eroding machine



DVD-Player DVD player



Patientenüberwachung Patient control



Leuchtsysteme System light



Büromöbel Office furniture



Kältegerät Cooling unit



STL-Musterbau SL model



Analyse Systeme Analysis systems



Pumpensysteme Pump systems



Wurzelbehandlung Tooth root treatment



TFT mit Softkeys TFT with softkeys



Verpackungen Packaging series



Dental Dental unit



MRI MRI

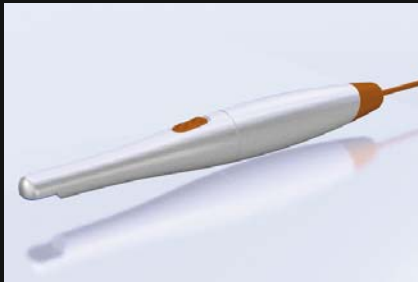


CI / Logo Company logo

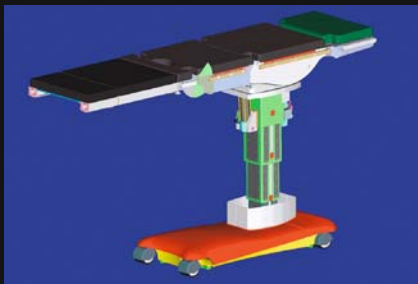


ID DESIGN AGENTUR

Germany / China / Turkey



Dental Kamera Dental camera



3D-Konstruktion 3D engineering



LED-Leseleuchte LED shiner



Verpackungsdesign Packaging design



EKG Rekorder ECG recorder



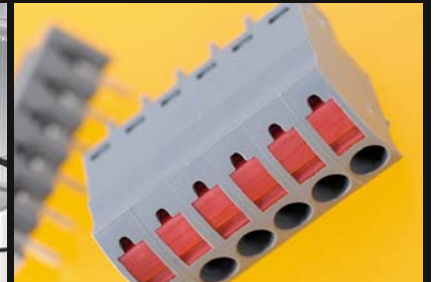
Fitnessgeräte Fitness machines



Klinik-Geräte Clinic devices



Brennstoffzelle Smart fuel cell



Kontaktleiste Contact bank



Schaltgeräte Switch components



Laser-Filmscanner Laser scanner



Stativkopf Tripod head



EKG-System ECG unit

KISKA

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

“Designing Desire” is the vision of the company for products, brands, the company itself and consumers in all target groups all over the world, because what you desire you want to possess. At KISKA, designing desire is a way of life. And because life constantly changes and evolves, so does the context in which we work. We know that the brilliant “one off” solution, the dazzling inspiration that turns a simple product into an iconic “must-have”, is a rarity. The response we make is to create designs that reinforce brands and wrap solutions in clear messages that tell people about the product and the brand, products that display their unique values and qualities in a moment.

We use the power of Integrated Design Development (I.D.D.) to break new ground in creativity and customer appeal. Using I.D.D. we develop focussed design solutions suitable for the target groups on the basis of strategic branding and design investigations. In so doing, KISKA attends to all elements of a brand from the product itself, the packaging, through the product environment to communication.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Research, Strategy, Consulting, Product Design, Transportation Design, Communication Design, Environmental Design

REFERENZEN / REFERENCES

AKG Acoustics, Atomic, Bajaj, Braun, BSH Bosch Siemens Hausgeräte, Gasteiner, Hilti, Husaberg, Kästle, Kettler, KTM, Meisl, Moeller, Rika, Siteco, Stiegl, Wiberg, Zipfer

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Gerald Kiska (AUT), founder and CEO
 Steve Masterson (UK), COO
 Marcus Waldmann (GER), Partner Product Design
 Paul Friedl (AUT), Partner Communication Design
 Sebastien Stassin (BEL), Partner Transportation Design

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1990

MITARBEITER / EMPLOYEES

100+, 14 different nationalities

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

St. Leonharder-Straße 4
 5081 Anif-Salzburg, Austria
 T +43 (0) 6246-73488-0
 F +43 (0) 6246-73488-1044
 office@kiska.com
 www.kiska.com



“The Atom has been split.”
 The interplay between the 2 elements is also reflected in communications.

Especially in the case of such a trendsetting product as the D2, it was essential to draw attention to the tremendous innovative power of this ski. The interplay between the two decks and the direct connection with the skier open a new chapter in success-oriented, functional design.



14 nations, 7 disciplines, 1 common feature: PASSION

+ The challenge was to design a new generation of carving skis that would ensure a successful product launch and that distinguish themselves through design and innovation from the present ski market.



+ designing desire

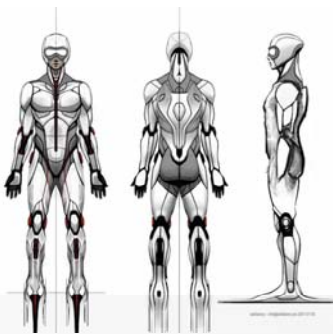
The longest lasting impression is made by the product itself, upon which attention is focused. Originating from the product design, a specific brand environment evolved for all elements of communications.

+ The skis on film: www.kiska.com



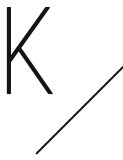
+ Technology that sets new standards: with a separate upper and lower deck, the skis adapt individually to stimuli from the skier and piste conditions. Previously, the bending behaviour and radius of a ski were predetermined; now they are variable.

+ ISPO exhibition display: integration of the product features into the trade fair design.



+ With bionics to innovative design.
Man - Machine - D2!

KISKA.



KORB + KORB 1989-2009

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Success is never final.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Architektur, Innenarchitektur, Produktdesign, Kommunikationsdesign, Markenentwicklung

Architecture, Interior Design, Product Design, Communication Design, Marketing Support

REFERENZEN / REFERENCES

Kunden in Deutschland, Schweiz, Spanien, England, USA – weitere Informationen finden Sie auf unserer Webpage.

Clients in Germany, Switzerland, Spain, England, USA – for more information see our webpage.

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Susan und Daniel Korb

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

10/1989

MITARBEITER / EMPLOYEES

5

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Schartenstrasse 3
5400 Baden, Switzerland
T +41 (0) 56-2001420
F +41 (0) 56-2001424
info@korb-korb.ch
www.korb-korb.ch

INTERVIEW / DANIEL KORB

Was macht für Sie gutes Design aus, wie setzen Sie diese Prinzipien im Alltag um?

Design ist die Kunst, die sich nützlich macht. Der Kundennutzen, der Mensch, ist immer im Mittelpunkt unserer Produktgestaltung. Design ist kein Selbstzweck. Design zielt auf die Verbesserung der Umstände im weitesten Sinne.

Wo ziehen Sie die Grenzen zwischen Selbstverwirklichung, Kundenwunsch und den Erwartungen der Verbraucher? Was hat Priorität?

Selbstverwirklichung kann dort stattfinden, wo es um einen selbst geht. In unseren Kundenverhältnissen ist dafür kein Platz. Wir bringen in eine Zusammenarbeit unsere Qualitätsansprüche, Begriffe und Erfahrungen ein. Priorität hat das Ergebnis. Für uns gibt es nicht nur einen Kunden im Sinne des Verbrauchers, wir sind auch dem Erfolg unserer Auftraggeber verpflichtet.

Für welchen Kunden würden Sie gerne arbeiten?

Wir arbeiten sehr gerne mit den Kunden, die wir haben und freuen uns über jeden neuen Kunden, der unseren Horizont erweitert.

What makes good design for you, how do you implement these principles in everyday life?

Design is art making itself useful. Our product design always focuses on the benefit for the customer, on people. Design is not an end in itself. Design aims at improving circumstances in the broadest sense.

Where do you draw the boundaries between self-fulfillment, customer requirements and the expectations of the consumer? What has priority?

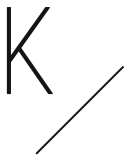
Self-fulfillment is possible when thinking about ourselves. There is no room for that in our customer relationships. What we bring to a collaboration is our quality standards, ideas and experience. And it is the results that have priority. For us, a customer is not synonymous with a consumer. We are also committed to the success of our clients.

What customers would you like to work for?

We very much enjoy working with the customers that we already have and take pleasure in every new customer who broadens our horizons.







KURZ KURZ DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Kurz Kurz Design entwickelt als Spezialist für „Corporate Productdesign“ erfolgreiche Einzelprodukte/Produktfamilien und Designstrategien für namhafte Unternehmen. Von der Trend- und Marktanalyse über die Designkonzeption und -detaillierung bis hin zur Markteinführung begleitet Kurz Kurz Design seine Partner über den gesamten Entwicklungsprozess. Mit einem interdisziplinären Netzwerk aus Designern und externen Partnern und einem hohen Anspruch an Ästhetik, Funktion und Detailgenauigkeit arbeiten wir zielgerichtet im Rahmen der Markenstrategie des Kunden. Im Zusammenspiel von Form, Funktion und Emotion entstehen innovative Produkte für langfristigen Erfolg: design creates identity.

Since 1992 Kurz Kurz Design has been developing design strategies and successful products for leading companies. Specialized in “corporate productdesign” the work of the studio is based on the knowledge of consumer needs, the clients corporate identity and the passion for aesthetics. The interplay of form, function and emotion lends the product its unique message for long lasting success: design creates identity.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Design Strategy, Product Design, User Interface Design, Packaging Design, Computer Animation and Exhibition

REFERENZEN / REFERENCES

AMC, Amefa, Auerhahn, Bette, Bresser, Busch-Jaeger, Cilio, Continenta, Damixa, Deni, Dorma, Dürselen, Herlitz, Hettich, Hüppe, Kaldewei, Karl Deutsch, Keramag, Keuco, Kludi, Knirps, Küchenprofi, Melitta, Merten, Carl Mertens, Nachtmann, Riedel, Roth, Rotring, Steinel, Vaillant, Vieler, Villeroy & Boch, Wera, WMF, Wilo, Zielonka, Zwilling

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Dipl.-Des. Dorian Kurz

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1992

MITARBEITER / EMPLOYEES

5

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

u. a.



ANSCHRIFT / ADDRESS

Engelsberg 44
42697 Solingen, Germany
T +49 (0) 212-336983
F +49 (0) 212-337198
info@kurz-kurz-design.de
www.kurz-kurz-design.de



design creates



reddot design award

DESIGN PLUS
Sonder-Hohepunkt-Awards

• Designpreis des Landes
Nordrhein-Westfalen
Ehrenpreis für Produktdesign



identity



Auerhahn
Carl Mertens
Cilio

tabletop

kitchen

Damixa
Zwilling
Küchenprofi



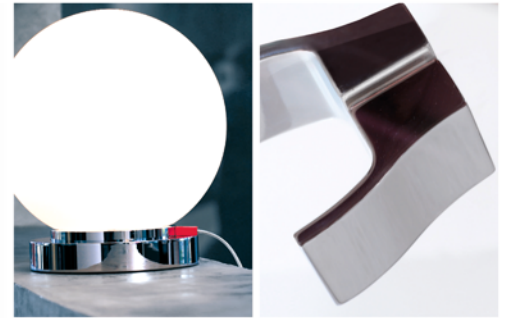
interieur

Senses
Roth
Hettich



technology

Vaillant
Steinel
Wilco





lifestyle

Zwilling
Herlitz
Knirps



Kurz Kurz Design



Kaldewei
Damixa
Albatros



bathroom

LENGYEDESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

design follows brand
 form follows emotion (Esslinger)
 form follows function (Sullivan)
 design creates identity

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Produktdesign, Corporate Design und Kommunikationsdesign:
 Medien und Unterhaltungselektronik, elektronische Geräte und Haustechnik, Haushalt, Bad und Küche, Industrie und Handwerk, Architektur und Interior Design, Shopdesign, Public Design, Packaging, Leitsysteme und Signage, 3D Branding, Messe-Displays, Information Design, interaktive Anwendungen, User Interfaces, User Manuals, Design Guidelines

Product design, corporate design and communication design:

Media and entertainment electronics, electronic devices and home automation, domestic appliances, household, bathroom and kitchen, industry and crafts, architecture and interior design, shop design, public design, packaging, orientation systems and signage, 3D-branding, convention displays, information design, interactive applications, user interfaces, user manuals, design guidelines

REFERENZEN / REFERENCES

Alcatel-Lucent, BBDO, Berker, Bertrandt, BSB, Daimler, Deutsche Post DHL, Gira, HCR, Insta, Jagenberg, Jung, Liesegang, Mabeg Leitsysteme, McPaper, miro Displays, Murphy/Jahn Architects, Otto Environment, PetroChina, Postbank, Schütte, Selecta, Umweltservice Bochum, Unitymedia, Velvet Mediendesign, Westiform, 3M

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Gabor Lengyel, Dipl.-Designer, Dipl.-Ing.

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1995

MITARBEITER / EMPLOYEES

8

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

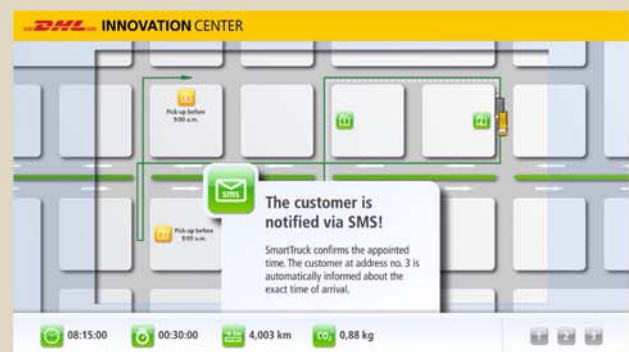
Rellinghauser Straße 332
 45136 Essen, Germany
 T +49 (0) 201-89536-0
 F +49 (0) 201-89536-11
 contact@lengyel.de
 www.lengyel.de



1



3



3

PRODUCT / ARCHITECTURE



2



4



5

CORPORATE / BRAND

- 1 Mabeg: Twin Glass Orientation system (awards: iF product design award 2004, Design Award of the Federal Republic of Germany, nominated, 2004)
- 2 PetroChina: Kunlun Lubricant bottle product line, 2008
- 3 DHL Innovation Center: SmartTruck exhibit and application, 2009
- 4 Deutsche Post DHL: Service island (awards: iF product design award 2009, Design Award of the Federal Republic of Germany, nominated for 2010)
- 5 Deutsche Post DHL: Headquarters signage and orientation system, 2003 / 2008

PROF. STEFAN LENGYEL

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Professor Stefan Lengyel entwickelt seit 1961 Produkte für Unternehmen; von einfachen Gebrauchsartikeln bis zu komplexen Produktionsanlagen, Orientierungs- und Leitsysteme.

Since 1961 Professor Stefan Lengyel has been developing products for companies, ranging from basic consumer items to complex production facilities as well as orientation and guidance systems.

REFERENZEN / REFERENCES

iF Product Design Award, Industrie Forum Design Hannover:

1972, 1973, (Messgeräte, Krohne), 1977 (Abzweigkasten, Spelsberg), 1982 (Tageslichtprojektor, Microfilm-Lesegerät, Liesegang), 1985 (Messverstärker, Krohne), 1987 (Dia-Projektor, Liesegang), 1990 (Laserdrucker BDT), 1990 „die Besten der Branche“ (Tageslichtprojektor, Liesegang), 1994, 1995 (Geophysische Messgeräte, DMT), 1995 (Wandlüfter, Helios), 1996 (Konferenzstuhl, Sedus), 1997 (Kompressoren, BOGE)

Design Center Stuttgart: 1975 (Telefonregister, arlac), 1977 (Dichtemeßgerät, Krohne), (Videospiel, interton), (Kassenautomat, Schulte-Schlagbaum), 1978 (Elektronische Uhr, interton), 1981 (Hochdruckreiniger, Frank'sche Eisenwerke), (Durchflußmesser, Lichtschutzgitter, Krohne), 1982 (Sicherheits-Meldesystem, Berker), 1983 (Microfilm-Lesegerät, Liesegang),

Design Zentrum NRW (Design Innovationen, red dot):

1986 (Codierbares Schließsystem, DORMA), 1987 (Türschließersystem, DORMA), 1987 (Dia-Projektor, Liesegang), (Druckspüler, Seppelfricke), 1990 „die besten der besten Design-Innovationen“ (MPD Zapfsäule, ARAL), 1999 (Schraubenkompressoren, BOGE), (Tankroboter, ARAL), 2001 (Konferenzstuhlprogramm, mauser office), 2006 (Gasmessgerät, GfG)

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



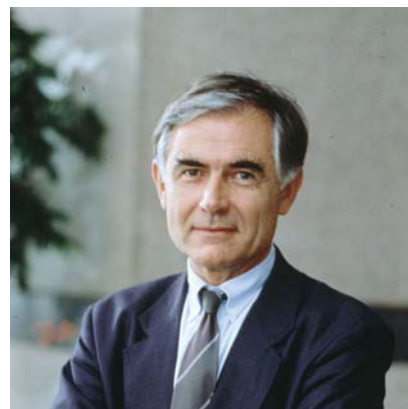
ANSCHRIFT / ADDRESS

Holunderweg 26
45133 Essen, Germany
T +49 (0) 201-411441
F +49 (0) 201-413376
design@stefan-lengyel.com
www.stefan-lengyel.com

LEBENS LAUF / CURRICULUM VITAE

Professor Stefan Lengyel, geboren 1937, schloss 1961 sein Studium des Industriedesigns in Budapest ab. 1964 wurde er Assistent an der Hochschule für Gestaltung in Ulm und arbeitete zusammen mit Hans Gugelot. 1965 kam er als Dozent an die Folkwangschule für Gestaltung in Essen, wo er ab 1969 die Abteilung „Industrial Design“ leitete. 1981 folgte die Berufung auf den Lehrstuhl „Industrial Design“ der Universität Essen, den er bis 2003 innehatte. Er war langjähriger Designberater für ARAL, Miele, Rosenthal u. a. Von 2001 bis 2007 war Stefan Lengyel Leiter des Studiengangs „Produktdesign“ an der Moholy-Nagy-Universität für Kunst und Design in Budapest. Als Gastprofessor lehrte er u. a. in den USA, Finnland, Italien, Spanien, China und Japan. Stefan Lengyel ist in verschiedenen Experten-Gremien engagiert und ist u. a. Ehrenpräsident des Verbands Deutscher Industrie Designer (VDID).

Born in 1937, Professor Stefan Lengyel completed his studies in industrial design in 1961 in Budapest. In 1964, he started working as an academic assistant at the University for Design in Ulm where he worked together with Hans Gugelot. In 1965, he started teaching at the Folkwang School for Design in Essen; he became Head of the Industrial Design Dept. in 1969. In 1981 he was appointed to the Chair of Industrial Design at the University of Essen, which he held until 2003. For many years he was the design consultant for ARAL, Miele and Rosenthal among others. From 2001 until 2007 Stefan Lengyel was the course director of the “product design” degree program at the Moholy-Nagy University for Art and Design in Budapest. He has taught as a visiting professor in various countries such as the USA, Finland, Italy, Spain, China and Japan. Stefan Lengyel is a member of several committees of experts and holds the position of honorary president of the German professional organization Verband Deutscher Industrie Designer (VDID) among others.





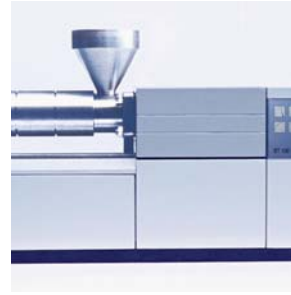
KARSTADT / MONPTI
REISESCHREIBMASCHINE



ARAL /
ZAPFSÄULE MPD



ARAL / TANKROBOTER
FORSCHUNGSPROJEKT H2



SCHLOEMANN /
KUNSTSTOFFEXTRUDER



ARLAC / TELEFONREGISTER
LUXADEX S



MAUSER OFFICE /
KONFERENZSTUHL CELESTO



MAUSER OFFICE /
KONFERENZSTUHL MATINEE



DIEHL /
TISCHUHR



DORMA /
TÜRSCHLIESSER



REIS-ROBOTICS /
INDUSTRIEROBOTER



LIESEGANG /
DIAPROJEKTOR



GANZ-MAVAG /
STRASSENBAHN



BERKER /
LICHTSCHALTER



BOGE /
LUFTKOMPRESSOR



INTERTON /
WECKER

MEHNERT CORPORATE DESIGN GMBH & CO. KG

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

We develop enduring corporate design strategies in the fields of Industrial and Product Design. As a full service agency we provide our clients with a wide ranging spectrum of skills from market analysis through to introduction into series production. Our team of designers and design engineers enable us to offer one stop all encompassing design development services. Since 1995 we have been producing enduring design solutions in our offices in Berlin and Shanghai for companies that produce and distribute world wide. We are located in the "Deutsches Architektur Zentrum" on the bank of the river Spree.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Corporate Design, Industrial Design, Product Development, Engineering, CAD, Visualisation, Packaging and Product Graphics, User Interface, Model Building and Prototyping, Exhibition Design, Project Management and Public Relations

REFERENZEN / REFERENCES

Ascom, Danone Waters GmbH, Kriepa, MT.DERM GmbH, Papierfabrik Sundern, Stieglmeyer, J.P. Sauer & Sohn Maschinenbau GmbH, Deutsche Telekom AG, Thermo Electron Corporation, Velopa, Wilo SE, Entwicklungsgesellschaft Zollverein

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Dipl. Des. Jan Eickhoff

INHABER / OWNER

Prof. Dipl. Des. Kurt Mehnert

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1995, since 2005 as GmbH & Co.KG

MITARBEITER / EMPLOYEES

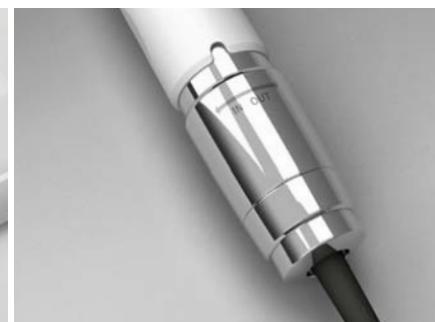
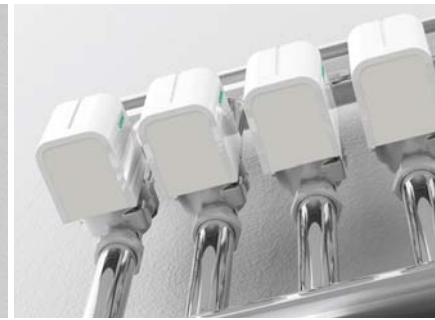
5+

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Köpenicker Straße 48–49 Aufgang E
10179 Berlin, Germany
T +49 (0) 30-6111199
F +49 (0) 30-6111198
je@mehnerdesign.de
www.mehnerdesign.de



VIDEOPHONE FOR DEUTSCHE TELEKOM AG



DRINK CRATE FOR DANONE WATERS GMBH



HEATING PUMP SYSTEM WILO-GENIAX FOR WILO SE



PERMANENT MAKE-UP DEVICES FOR MT. DERM GMBH



HIGH PRESSURE COMPRESSORS FOR J.P. SAUER & SOHN MASCHINENBAU GMBH



MEYER-HAYOZ DESIGN ENGINEERING GROUP

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Die Meyer-Hayoz Design Engineering Group zählt heute zu den international führenden Designunternehmen mit umfassenden Dienstleistungen für High-Tech-Entwicklungen, Medizinaltechnik und anspruchsvolle Konsumgüter.

Das Unternehmen berät Start-up-, Klein- und mittelständische Unternehmen sowie Weltmarktführer in den Bereichen Innovationsentwicklung, Design Research, Usability Engineering sowie Brand-Strategy.

The Meyer-Hayoz Design Engineering Group is one of the leading international design enterprises of today, with comprehensive design services for high-tech developments, medical technology and demanding consumer goods.

The company advises start-up, small and medium firms as well as world brand leaders in innovation development, design research, usability engineering and brand strategy.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Design Strategy, Industrial Design, User Interface Design, Temporary Architecture, Communication Design

REFERENZEN / REFERENCES

B. Braun Avitum, Ferag, Gallus Group, Groz-Beckert, Kirsten Soldering, Kistler Instrumente, Körber Schleifring, Rieter Textile Systems, Securiton, Siemens Parker Alliance, Spühl, VITA Zahnfabrik u. a.

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Wolfgang K. Meyer-Hayoz

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1985 (CH), 1989 (D)

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

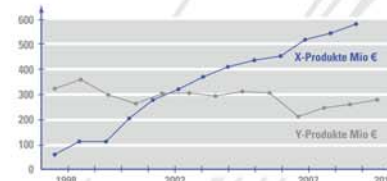
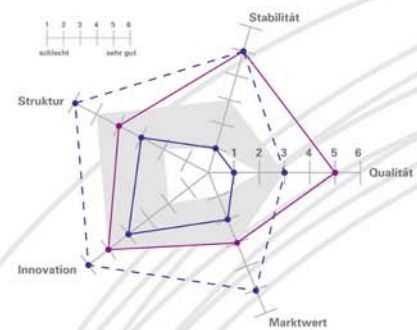


Die Neue Sammlung

ANSCHRIFT / ADDRESS

Zollernstraße 26
78462 Konstanz, Germany
T +49 (0) 7531-90930
F +49 (0) 7531-909390
info.de@meyer-hayoz.com
www.meyer-hayoz.com

Jägerstrasse 2
8406 Winterthur, Switzerland
T +41 (0) 52-2090101
F +41 (0) 52-2090109
info.ch@meyer-hayoz.com
www.meyer-hayoz.com



Design Strategy Information · Analysis

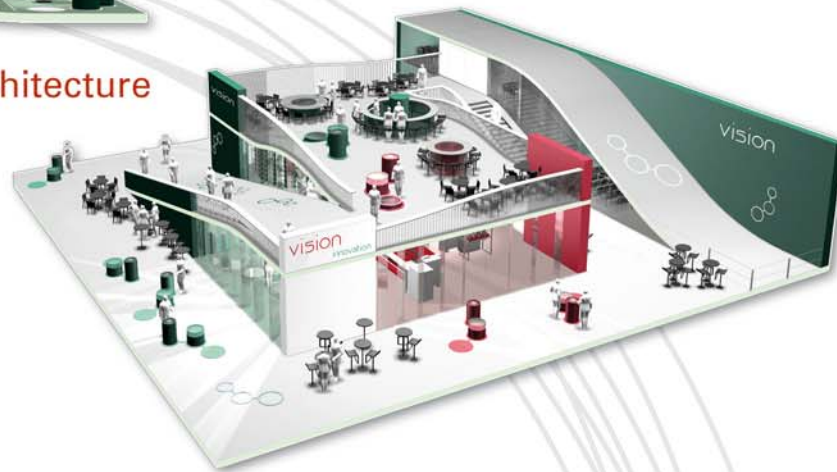


Communication Design Körber Schleifring Gruppe · Corporate Design



Temporary Architecture

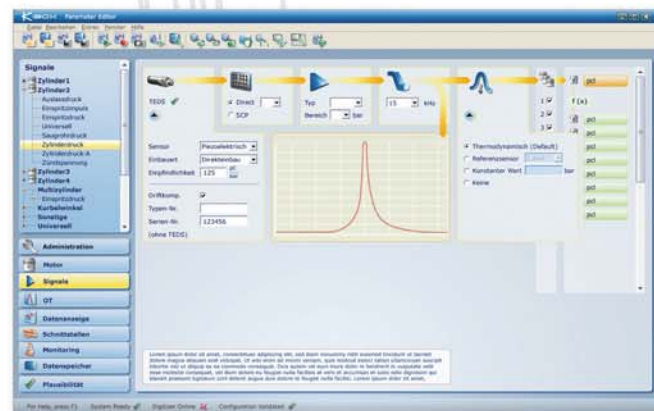
Vision · Exhibition



Design Strategy
Industrial Design
User Interface Design
Temporary Architecture
Communication Design



Kistler Instrumente AG · KiBox To Go



Industrial Design

Gallus Group · Gallus ICS 670



User Interface Design

Kistler Instrumente AG · KiBox To Go

DESIGNBÜRO WOLFGANG C. R. MEZGER

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Oberste Prämisse ist immer die „Suche nach dem Genialen“,
der Weg eine Synthese aus Funktionalität und Poesie.
The highest premise is always the “search for the ingenious”,
the path is a synthesis of functionality and poetry.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Büro, Objekt, Haushalt, Küche, Bad, Wohnen
office, objects, household, kitchen, bathroom, living

REFERENZEN, FIRMEN / REFERENCES, COMPANIES

Internationale Topfirmen mit höchstem Designanspruch
Leading international companies with the
highest demands from design

LEHRTÄTIGKEIT / TEACHING

Hochschule der Künste, Berlin
Ravensbourne College Of Design And Communication, London
Hochschule für Gestaltung, Schwäbisch Gmünd

AUSSTATTUNG / EQUIPMENT

Konzeptionsbüro, 3D-CAD, Modell- und Musterbauerwerkstatt
Conception office, 3D-CAD, model making studio

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Wolfgang C. R. Mezger

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1 / 83

MITARBEITER / EMPLOYEES

3

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

u. a.



KONTAKTPERSON / CONTACT

Wolfgang C. R. Mezger

ANSCHRIFT / ADDRESS

Olgastraße 12
73033 Göppingen, Germany
T +49 (0) 7161-89998
F +49 (0) 7161-89988
info@design-mezger.com
www.design-mezger.com





.MOLLDDESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Mein Zugang zur Gestaltung ist durch Neugier getrieben. Welchen Anforderungen wir uns zu stellen haben, in welchen Lebensformen wir uns einrichten, welche Bedürfnisse wir ausdrücken wollen – all das ist in ständigem Wandel. Mich begeistert die Herausforderung, diese Strömungen in ihrem jeweiligen Kontext aufzuspüren und dafür etwas Passendes zu entwickeln.

Curiosity is my driving force in design. The tasks we take on, the lifestyle that influences our furnishings, the needs we aim to express – all these things are subject to constant change. Identifying these trends in their respective contexts, and then developing something suitable for them – that is a fascinating challenge for me.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Bad, Beauty, Büro, Haushalt, Heizung, Investitionsgüter, Klang, Küche, Labor, Licht, Sitzen, CI/CD

REFERENZEN / REFERENCES

Auerhahn, Bette, Carl Sauter, Dornbracht, Dreipunkt, Erpo International, FSB, GEK, Hiller Objektmöbel, Hochschule Aalen, Interstuhl, Kässbohrer, Keuco, Knürr Technical Furniture, König + Neurath, Leicht, Leifheit, Martin Stoll, Nubert, Philips, Erwin Renz Briefkasten, Renz Stanz- und Bindsysteme, Rösle, Samas, Schönbuch, Soehnle, Texparts, T+A, Villeroy & Boch, Waldner, Wolf, WMF

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Reiner Moll

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1971

MITARBEITER / EMPLOYEES

12

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Turmstraße 7

73525 Schwäbisch Gmünd, Germany

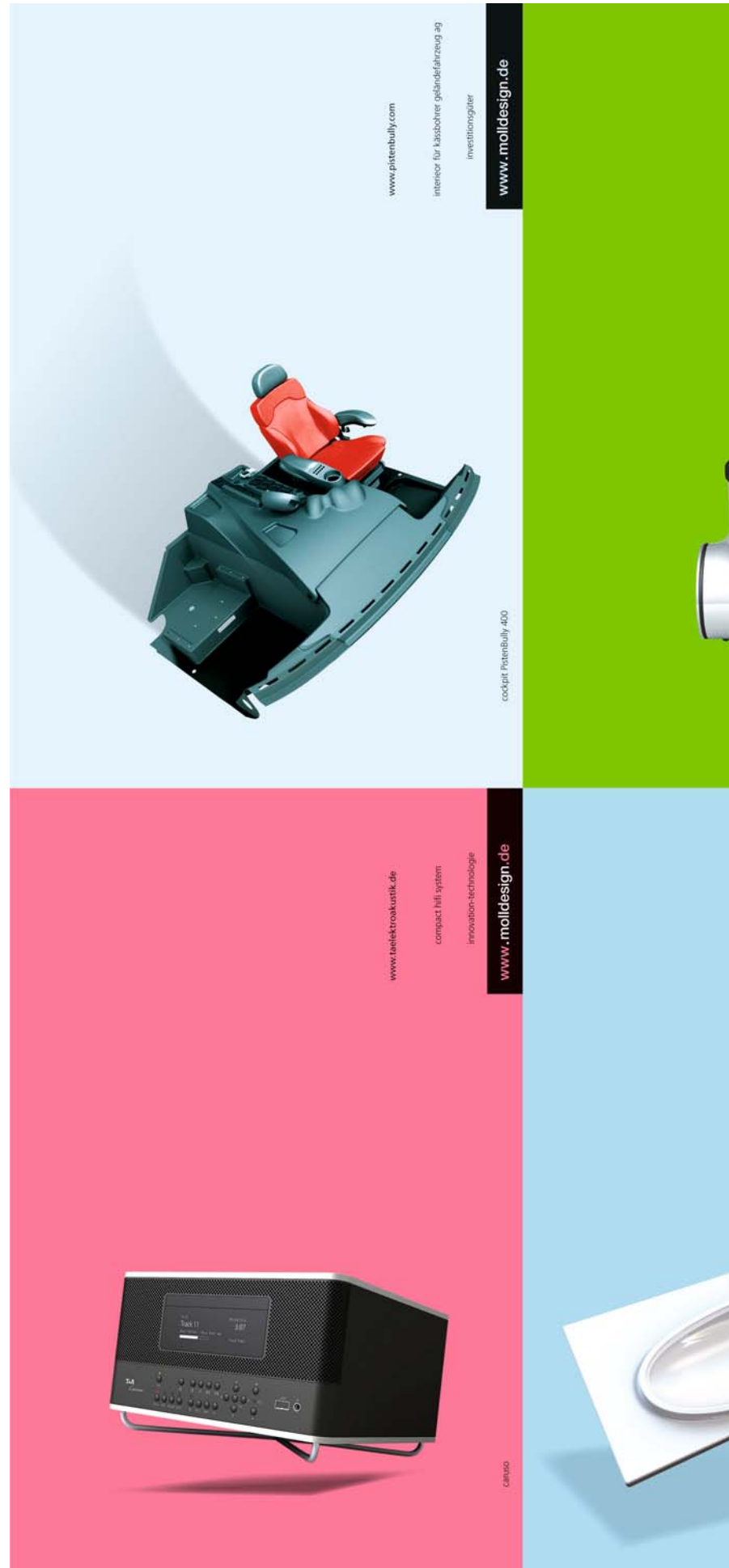
T +49 (0) 7171-9300-0

F +49 (0) 7171-9300-23

info@molldesign.de

www.molldesign.de

.molldesign



www.pistenbully.com

interior für kässbohrer gebirgsfahrzeug ag
investitionsgüter

www.molldesign.de

cockpit Pistenbully 400

www.taelektroakustik.de

compact hi-fi system
innovation-technologie

www.molldesign.de

CELUZO

PATZAK DESIGN

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Produktdesign, Verpackungsdesign
Product Design, Packaging Design

REFERENZEN / REFERENCES

Aesculap, alfi, Becker, Braun, Deutsche Telekom, Ebel, General Electric, Glatz, HKPC, Kodak, Koziol, LOEWE, Nachtmann, ODS Landys & Gyr, Ondal, Procter & Gamble, Revell, Rowenta, Sachs, Schneider Kreuznach, Tetra Pak, Unipo, Wella, Welonda

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Peter K. Patzak

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1990

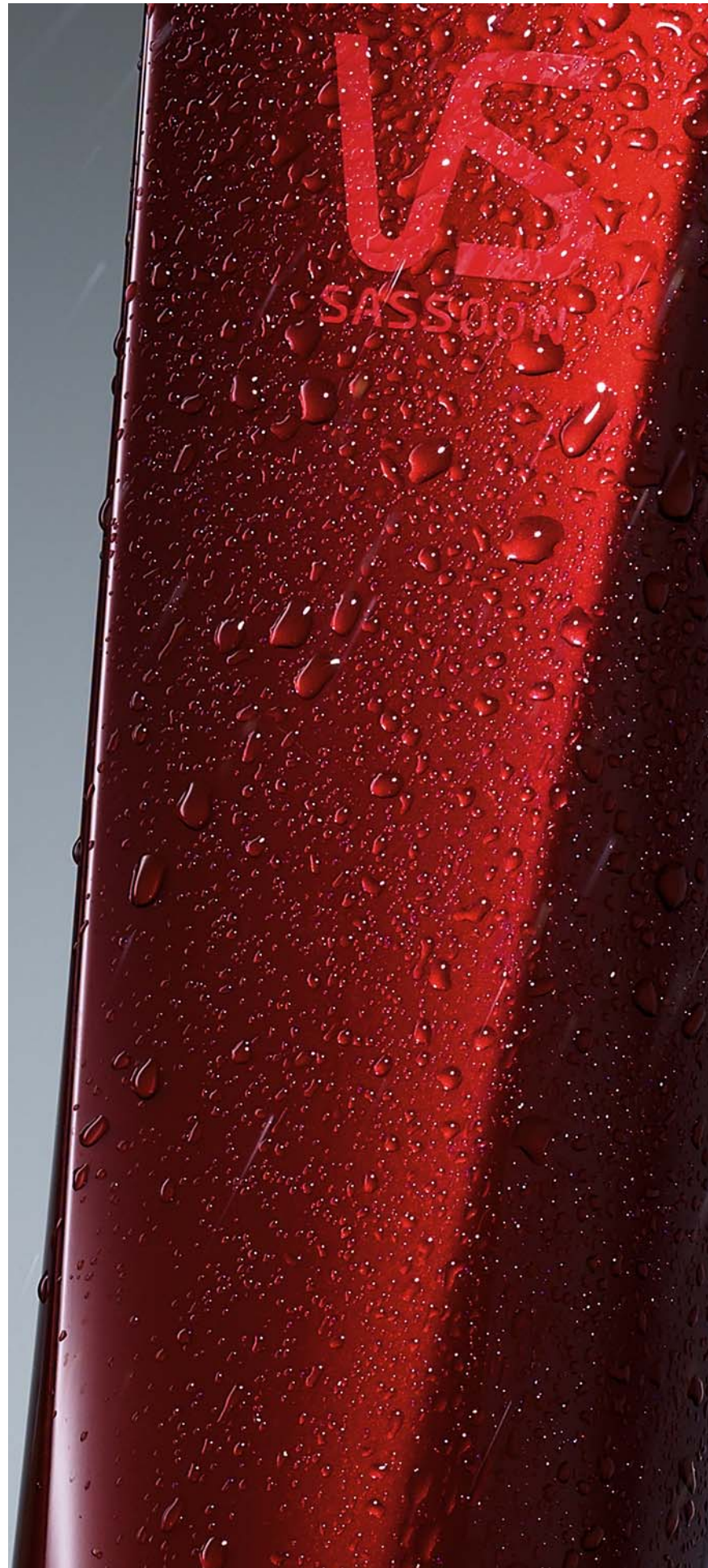
MITARBEITER / EMPLOYEES

5

ANSCHRIFT / ADDRESS

Beckstraße 25
64287 Darmstadt, Germany
T +49 (0) 6151-4974-0
F +49 (0) 6151-4974-19
info@patzak-design.com
www.patzak-design.com

PATZAK
DESIGN



PACKAGING DESIGN FÜR/FOR VIDAL SASSOON JAPAN, 2008



PHOTO: NORBERT LATOCHA

INDUSTRIEFORMEN PIOREK

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

„Jedes Unternehmen ist so gut wie die Menschen, die in ihm tätig sind.“

„Im Mittelpunkt aller Dinge steht der Mensch.“

„Wir arbeiten mit dem Ziel, das Leben der Menschen zu verschönern.“

„Wir arbeiten mit dem Ziel, das Leben der Menschen praktischer zu gestalten.“

“Every enterprise is as good as the people working in it.”

“Man is at the center of all things.”

“We work with the goal to make people’s lives more beautiful.”

“We work with the goal to make people’s lives more practical.”

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Office, objects, leisure, sports, games, trade, industry, household, kitchen, bathroom, medicine, rehabilitation, transportation, living

REFERENZEN / REFERENCES

Buderus AG (Hausgeräte, Industrieanlagen), Crystalex, DATRON GmbH, Dörken, GEMA, Volstatic, Fennel GmbH, Interstuhl GmbH, Giwa GmbH, Karmann GmbH, Linde AG, OKA-Büromöbel GmbH, PPG Hellige GmbH, SSI Schäfer GmbH, ETA, Sedileta, Thomas, Trepel AG, VANGA/ Europe u. a. m.

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Hans-Georg Piorek, Dipl. Designer VDI

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

Wiesbaden 11/77, Prag 11/97, Poznań 11/03

MITARBEITER / EMPLOYEES

DE 4, CZ +1, PL +2 und freie Mitarbeiter/and freelancers

ANSCHRIFT / ADDRESS

Bahnhofstraße 50
65185 Wiesbaden, Germany
T + 49 (0) 611-373925
F + 49 (0) 611-375418
pio@piorek.com
www.piorek.com



grupa
inspira *i*

INDUSTRIEFORMEN
PIOREK



Famos

www.piorek.com



Labster



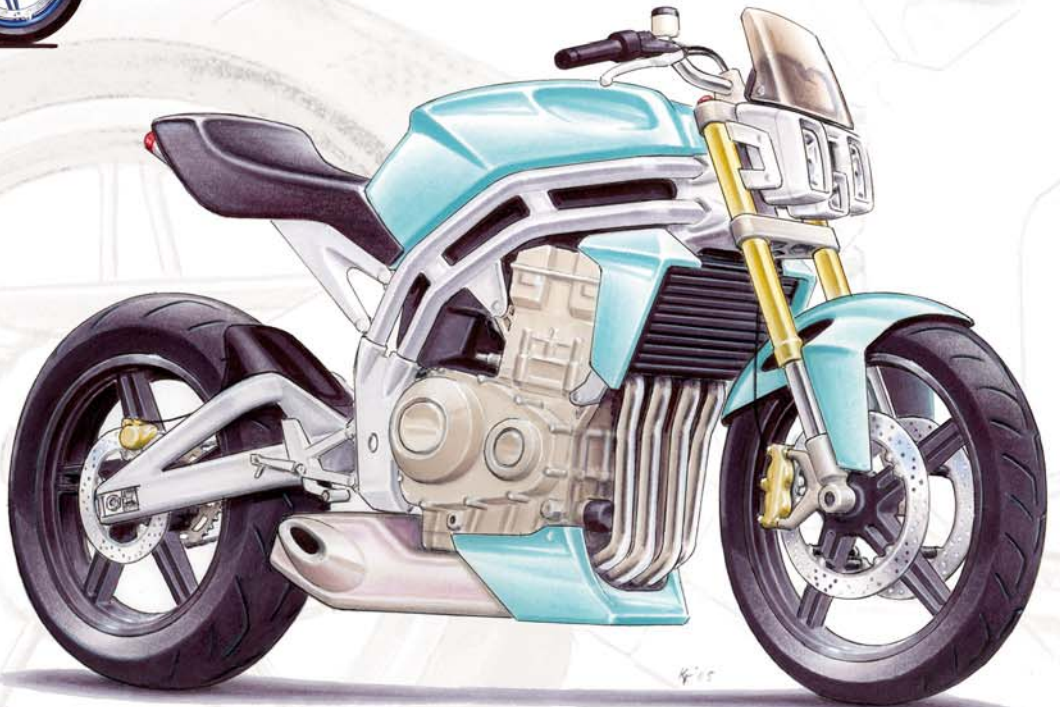
Airspace

interstuhl
prosedia
bimos



grupa
inspira *i*

INDUSTRIEFORMEN
PIOREK





Łukasz Piszczalka



Mateusz Przybyłowski



Ewa Prellwitz



Michał Wicherek



Jakub Szopka



Jacek Borucki



Dorota Pozorska



Gastprofessor seit 2005
Beispiele von Designarbeiten
der Studenten aus den
Jahren 2005 bis 2009

PRO INDUSTRIA BÜRO FÜR INDUSTRIAL DESIGN MANFRED LANG

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

„Der Geist bewegt die Materie.“
“The mind moves the matter.”

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Produktentwicklung und Design
Product development and Design

REFERENZEN / REFERENCES

Ca. 60 namhafte Kunden
Ca. 60 well-known customers

AUSSTATTUNG / EQUIPMENT

PC-Workstation m. etablierten DTP- und CAD-Programmen
PC-workstation w. DTP and CAD software

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Manfred Lang (Germany), Roland Waibel (Switzerland)

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1977 (Germany), 2001 (Switzerland)

MITARBEITER / EMPLOYEES

10 (Germany), 4 (Switzerland)

KONTAKTPERSON / CONTACT

Manfred Lang (Germany), Roland Waibel (Switzerland)

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

Zahlreiche nationale und internationale Preise

ANSCHRIFT / ADDRESS

pro industria
Büro für Industrial Design
Oberwiehler Straße 92
51674 Wiehl, Germany
T +49 (0) 2262-7275-0
F +49 (0) 2262-7275-20
info@proindustria.de
www.proindustria.de

pro industria AG
Büro für Industrial Design
Aeschengraben 10
4051 Basel, Switzerland
T +41 (0) 61-5645494
F +41 (0) 61-5645495
info@proindustria.ch
www.proindustria.ch



Der Geist bewegt die Materie

pro industria

Büro für Industrial Design
Manfred Lang

www.proindustria.de



Der Geist



t bewegt die Materie

www.proindustria.ch

PRODESIGN BERND BRÜSSING

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

PRODESIGN ist ein kreatives, teamorientiertes Designunternehmen, das mit erfahrenen Mitarbeitern komplette Entwicklungsarbeit von der ersten Idee bis zur Serienreife leistet. Mit intelligenten Konzepten und einer klaren, durchdachten Formensprache führen wir unsere Kunden zum Erfolg. Zeitloses und benutzerorientiertes Design ist Wiedererkennungswert der von PRODESIGN gestalteten Produkte.

PRODESIGN is a creative and team orientated organisation which achieves complete development work from the first idea to the series maturity with an experienced staff. With intelligent concepts and a clear, thought-out formal language we lead our clients to the success. Timeless and user-orientated design is recognition value of the products which are designed by PRODESIGN.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Industrial Design, Graphic Design, Exhibition Design

REFERENZEN / REFERENCES

ACD, Busch-Jaeger, Dentaforum, Dornier, Franke, helit, Hella, herlitz, Jäckle, Kettler, Kress, LIEBHERR, Lockweiler, Merten, MIDITEC, MWH – Objekt Design, Rheavendors, RITTO, Rosenthal, RUKU, RWE, Schuoco, SCM, siku, Stadt Ulm, Usbeck, ZF

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Dipl. Designer Bernd Brüssing VDID

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1984

MITARBEITER / EMPLOYEES

6

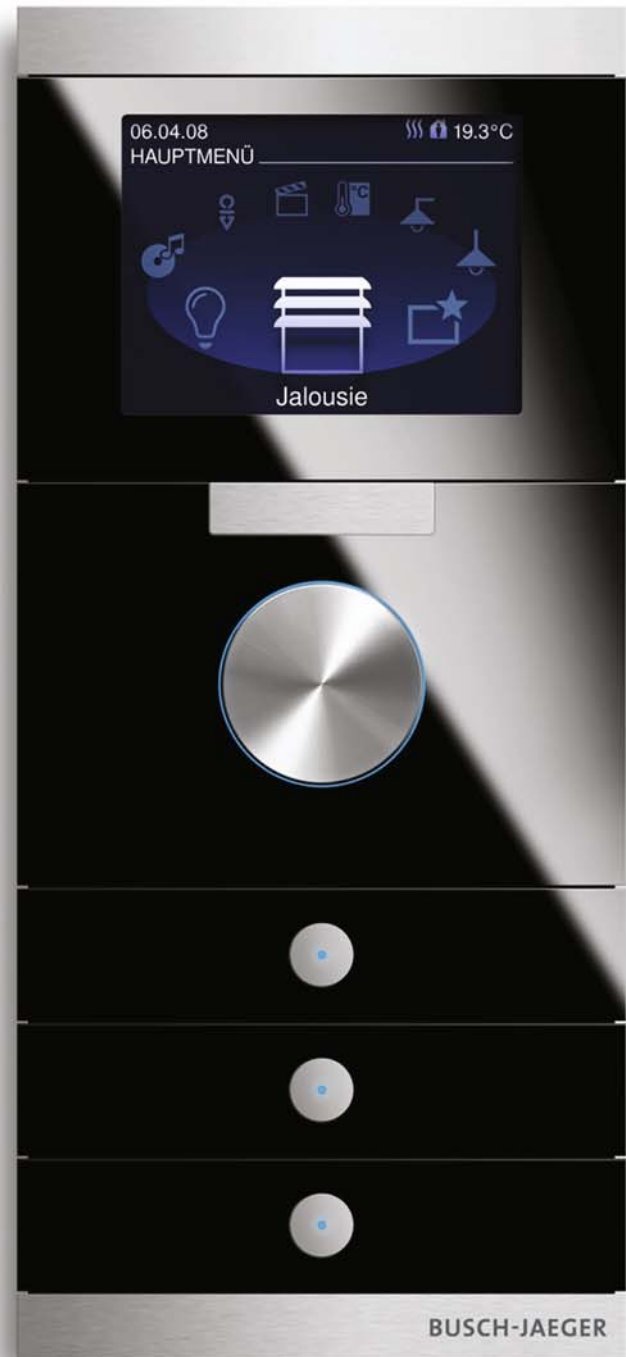
AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



DESIGN
PLUS

ANSCHRIFT / ADDRESS

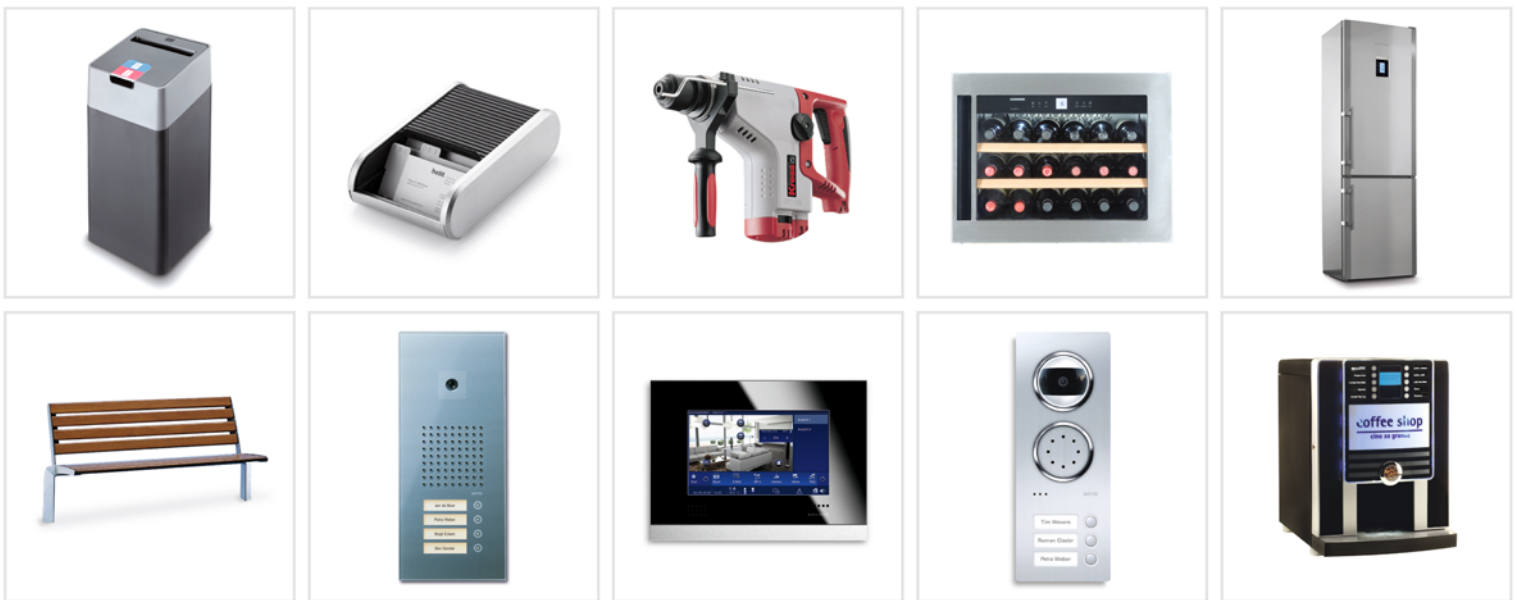
Turmstraße 39
89231 Neu-Ulm, Germany
T +49 (0) 731-73982
F +49 (0) 731-724318
info@prodesign-ulm.de
www.prodesign-ulm.de



25

Mit intelligenten Konzepten und einer klaren, durchdachten
Formensprache führen wir unsere Kunden zum Erfolg.

Jahre PRODESIGN



PRODUCT INNOVATION LOUNGE

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Wir sind führender Händler für Autodesk Alias in Deutschland. Aus gutem Grund: Unsere Spezialisten bringen 15 Jahre Erfahrung in der Anwendung von Alias Software im eigenen Designstudio mit.

Als einziger offizieller Partner bieten wir zusätzlich zur Alias-Familie Produkte aus den Bereichen Produkt- und Architekturvisualisierung, Animation und digitale Videoproduktion. Gerne unterstützen wir Sie bei der Optimierung Ihrer Gestaltungsprozesse und entwickeln gemeinsam mit Ihnen individuelle Lösungsansätze.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Industrie-Design, Autodesk Authorized Value Added Reseller, Technical Surfacing, Visualisierung, Animation, Training, Consulting

REFERENZEN / REFERENCES

Bertrandt AG, Keiper Recaro Group, MBtech, Uedelhoven Studios, Design Consulting, Volke-Entwicklungsring, Digital Design Solution

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Christian Pilgram, Diplom Designer

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

01.04.2005

MITARBEITER / EMPLOYEES

10

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

Mia Seeger Preis **DESIGN PLUS**

ANSCHRIFT / ADDRESS

Mühlstraße 10
88085 Langenargen, Germany
T +49 (0) 7543-609425
F +49 (0) 7543-963890
vertrieb@caid.biz
www.caid.biz



Image courtesy of Daniel Simon, Cosmic Motors



**Industrie-Design
Autodesk Software
Training & Support**

Autodesk®
Authorized Value Added Reseller

PULS

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Im Design findet ein Produkt seinen sinnlichen Ausdruck. Es bildet die emotionale Brücke zum Konsumenten und offenbart Funktionen und Strukturen eines Produkts. Design unterstützt die strategische Positionierung und prägt die Identität einer Marke.

A product finds its sensual expression in the design. It constitutes the emotional gap to the consumer and reveals functions and structures of a product. Design supports the strategic positioning and shapes the identity of a brand.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Produktdesign, Corporate Design, Interface Design, Konstruktion, Strategieberatung

REFERENZEN / REFERENCES

Arcor, Boeder, CeoTronics, Dürr, Glen Dimplex, Hirtz & Co, Hofmann Werkstatt-Technik, KSB, Poly-clip System, Schenck RoTec, Schulte-Ufer, Siemens, Sirona, Ströer, Techem, Telekom, Wella

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Dieter Fornoff, Eberhard Klett, Andreas Ries

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1984

MITARBEITER / EMPLOYEES

7

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Nieder-Ramstädter Straße 247
64285 Darmstadt, Germany
T +49 (0) 6151-428768-0
F +49 (0) 6151-428768-20
info@puls-design.de
www.puls-design.de







QUADDESIGN PARTNER AG

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Wir beschreiten Wege mit dem Ziel zu motivieren, zu faszinieren und zu begeistern. Dank unserer großen Erfahrung realisieren wir Projekte zum Vorteil von Produzent und Konsument. Unsere Mitarbeit steigert die Qualität, das Image und die Wertschöpfung von Produkten und Dienstleistungen. Mit uns erreichen Sie Ihre Ziele.

We take paths which lead to our goal of motivating, fascinating and inspiring. Our vast experience enables us to realize projects in a manner that benefits both producer and consumer. Working with us enhances the quality, the image and the value of products and services. You will achieve your aims with us at your side.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Industrie-Design/Industrial design: Office, Public space, Leisure, Sports, Games, Building Technology, Trade, Industry, Household, Kitchen, Bathroom, Medicine, Rehabilitation, Public-Design, Entertainment Electronics, weitere/further, Grafic User Interface, Human Machine Interface, Corporate Design, Packaging

REFERENZEN / REFERENCES

Investitionsgüter/Capital goods for example: Georg Fischer Piping Systems Ltd., Schindler AG, Siemens VDO, SKF Magnetic AG, SKAN AG, Brüco Swiss AG – Konsumgüter/Consumer goods for example: Feller AG, Franke Küchentechnik AG, Jura Elektroapparate AG, Stoll Giroflex AG, Jagua, Kress AG, Lux International AG – Interfaces for example: Komax AG, Siemens VDO, Storz Medical AG, Swissray AG, Feller AG, Schindler AG

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Mart Hürlimann/Lutz Gebhardt

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

2003

MITARBEITER / EMPLOYEES

9

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Untermüli 5
6300 Zug, Switzerland
T +41 (0) 41-7608670
F +41 (0) 41-7608673
design@quadesign.ch
www.quadesign.ch

quadesign partner ag





REALDESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

„Unsere Designerinnen und Designer gestalten und vermitteln, sie begleiten das Produkt mit hoher Fachkompetenz und großem Engagement vom Anfang seiner Entwicklung bis zum Gebrauch.“

“Our designers create and mediate - with toplevel professional expertise and great commitment, they accompany the product from its very beginnings through to end application.”

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Product Design, Communication Design, Packaging Design, Design Consulting

REFERENZEN / REFERENCES

AVG Abfallentsorgungs- und Verwertungsgesellschaft mbH (Köln), Bürstenmann GmbH und Purodent (Stützengrün), Dantschke Medical Technology GmbH (Marktleeburg), Hella Aglaia Mobile Vision GmbH (Berlin), KIROW ARDELTA AG (Leipzig, Eberswalde), LOESER Medizintechnik GmbH (Leipzig), MAN TAKRAF Fördertechnik GmbH (Leipzig), MVZI Mitteldeutsche Vereinigung für Zahnärztliche Implantologie (Leipzig), Mecklenburgische Spirituosenfabrik G. Winkelhausen GmbH (Güstrow), Suss Micro Tec Test Systems GmbH (Sacka b. Dresden), TÜV SÜD Auto Service GmbH (Sachsen), Vogel & Noot Metallverpackungen GmbH (Meißen)

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Dipl.-Ing. Stefan Sachs

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1991

MITARBEITER / EMPLOYEES

6

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Käthe-Kollwitz-Straße 80
04109 Leipzig, Germany
T +49 (0) 341-9832026
F +49 (0) 341-9832027
info@realdesign.de
www.realdesign.de

realdesign.de
gesellschaft für produktgestaltung & grafik





SCALA DESIGN TECHNISCHE PRODUKT- ENTWICKLUNG GMBH

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

In unseren Units Designentwurf, CAD-Konstruktion, Modellbau und Prototypenbau entwickeln wir Kundenprodukte von der Skizze bis zum Funktionsprototypen. In unserer Manufaktur fertigen wir hochwertige Kleinserien. Unsere langjährige Erfahrung in unterschiedlichen Entwicklungsbereichen ermöglicht uns eine kompetente Beratung hinsichtlich einer wirtschaftlich günstigen Vorgehensweise bei Entwicklung und Herstellung.

In our units Design, CAD-construction, modelmaking and prototyping we develop customer-products from sketch up to operating prototypes. In our manufactory we produce high class small series products. Our experience in different development areas enables a competent consulting regarding a reasonable proceeding for development and production processing.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Industrial Design, Transportation Design, Construction/Development, Modelling/Prototyping, Manufactory

REFERENZEN / REFERENCES

Angell Demmel, AS-Motor, Audi, BMW, BOS, Bürkert, Dürr Dental, Dürr Ecoclean, Ex-Cell-O, freeglass, Fuji Living, HILTI, Honda, Lasercomb, Mann+Hummel, Mercedes-Benz, Metabo, Multitest, Nedo, OPEL, Optima, Otto Fuchs Metallwerke, Peguform, Porsche, Schefenacker, Skoda, Temsa, Toyota, VW, WMF, ZAT

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Peter Theiss, Werner Gräfensteiner, Heiko Tegeder

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1986

MITARBEITER / EMPLOYEES

20

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Wolf-Hirth-Straße 23
71034 Böblingen, Germany
T +49 (0) 7031-226908
F +49 (0) 7031-227809
scala@scala-design.de
www.scala-design.de

Transportation Design

Industrial Design

Fuchs
Exklusiv - Schmiederad



Scala Design Ware
Long Chair 01



SCALA DESIGN

Konstruktion / Entwicklung

Modell- / Prototypenbau

Manufaktur



Nedo
Rotationslaser



TEMSA
Reisebus



 Metabo
Bohrhämmer

reddot design award



DMG
Fräszentrum



SCHMIDDEM

www.schm

clients: ABU DHABI URBAN VILLAGES LTD. ARRI. BETTE. DURAVIT. DUSCHOLUX. FACKELMAN



iddem.com

NN. GEHA MÖBELWERKE. GIRA. HALBMOND. HANSGROHE. HEINE. HOTEL LUISE. KERAMAG.



DURAVIT

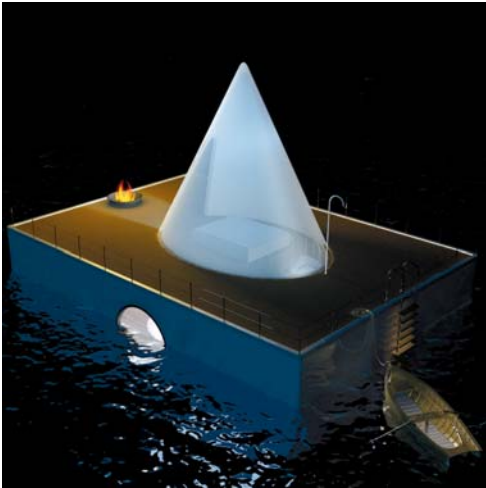


LOOM LIVING



HOPF GRUPPE

LOOM LIVING. METABO. NICOL. PATENTWERT. PROJEKT W. SCHWEIZER MILCHPRODUZENTEN. S



ABU DHABI URBAN VILLAGES LTD.



BETTE



HANSGRÖHE

SUDBROCK. SILAG. TCHIBO. TESTRUT. VAILLANT. 20TH CENTURY FOX. **berlin +49 (0) 30 614 01624**

SCHÜNEMANN DESIGNSOLUTIONS

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Unsere Kunden und die Nutzer der von uns gestalteten Produkte profitieren von unserem Know-how: gezielte Gestaltung bis ins Detail, eine eigenständige und prägnante Formensprache, optimale Abstimmung von Form, Technik und Fertigung, gute Ergonomie und Funktionalität, Berücksichtigung von Umweltaspekten, nachhaltige Gestaltungslösungen. So schafft Design Identität und wird zum wichtigen Bestandteil von Corporate Design.

Our clients and end-users benefit from our know-how in designing products: by way of selective and detailed design, optimal coordination of form, technology and manufacturing, good ergonomics and functionality, consideration of environmental aspects and sustainable design solutions – good design which creates identity and forms an important part of Corporate Design.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

wind energy, solar energy, studio and broadcasting technology, telecommunications, capital goods, measuring technology, medical technology, household, consumer electronics, corporate design

REFERENZEN / REFERENCES

Ammonit, Age of Wind, AASTRA-DeTeWe, Auerswald, Covote, DELEC, Deutsche Telekom, General Electric, InvenSor, MELAG Medizintechnik, Netvox, Georg Neumann, Notus Energy, Philips, Plantronics, StageTec, Solarc, Solon, Südwind, TEMBRA ...

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Dipl.-Des. Arno Schünemann

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1992

MITARBEITER / EMPLOYEES

4

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Rheinstraße 4
12159 Berlin, Germany
T +49 (0) 30-6144989
F +49 (0) 30-61507739
mail@schuenemann-design.de
www.schuenemann-design.de

Industrial Design • Corporate Design





Schünemann DesignSolutions



Windenergie • Solarenergie • Medizintechnik
Telekommunikation • Kommunikation
Studiotechnik • Rundfunktechnik • Messtechnik



SIEGER DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

sieger design concepts stand for timelessness and lasting values, far beyond fashion trends with a short half-life. Because design means responsibility: for society, the environment, customers and users. We understand sustainability in a holistic way.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Product Design, Industrial Design, Graphic Design, Corporate Design, Branding, Editorial Design, Webdesign, Packaging, Architecture, Interior Design, Exhibition Design, see “Exhibition Design” and “Graphic Design”.

REFERENZEN / REFERENCES

ACME, Alape, Arzberg, Conmoto, Dornbracht, Duravit, Freiesleben, GKS-Leuchten, Hornberger Lebensquell, illbruck, Kaldewai, Mabeg, Maltzahn Carpet Innovation, Menekes, Pekingstone (Deutschland), Porzellanmanufaktur Fürstenberg, Schell, Sitting Bull, Skantherm, Sony, Stadtmuseum Münster, Trilux, United Labels, WMF, wissner-bosserhoff

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Christian Sieger, Michael Sieger, Benedikt Sauerland

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1964

MITARBEITER / EMPLOYEES

32

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

u. a.



ANSCHRIFT / ADDRESS

Schloss Harkotten
48336 Sassenberg, Germany
T +49 (0) 5426-9492-0
F +49 (0) 5426-9492-89
info@sieger-design.com
www.sieger-design.com



1



5



7



8



2



3



4



6



9

- 1 DORNBRACHT / SUPERNOVA
- 2 DURAVIT / CIOTTOLO
- 3 ALAPE / BETTY BLUE
- 4 DORNBRACHT / MEM
- 5 WISSNER-BOSSERHOFF / CONTEMPORA
- 6 TRILUX / POLARON
- 7 UNITED LABELS / BEST OF MICKEY
- 8 HORNBERGER LEBENSQUELL / BOTTLE OF WATER
- 9 SITTING BULL / FASHIONBAG

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

SIGNCE ist ein international tätiges Unternehmen für strategische Produktentwicklung mit Schwerpunkt auf Produkt- und User Interface Design. Ein tiefes Verständnis und sicheres Gespür für Marke, Markt und Konsument stehen bei der Entwicklung neuer, innovativer und vor allem erfolgreicher Lösungen aus dem Hause SIGNCE im Vordergrund. Mit einem Team aus Designern und Researchern verknüpft SIGNCE dabei strategisches Denken mit exzellenten und vielfach ausgezeichneten Produkt- und User Interface Designs und verfolgt hierbei immer ein Ziel: die Schaffung eines nachhaltigen Markterfolgs für unsere Kunden.

SIGNCE is a globally operating Strategic Design Consultancy with a focus on product and user interface design. Safe intuition and a deep understanding for brands, markets and consumer alike is the driving force for our development of new, innovative and successful design solutions. Therefore a highly integrative team of designers and researchers are working closely together to create multiple awarded product and user interface solutions that win the market.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Design Strategy, Market Research, Consumer Research, Produkt Design, User Interface Design, Environmental Design, Trend Research

REFERENZEN / REFERENCES

AKG, Auerhahn, Carl Zeiss, Grundig, Leica Geosystems, LG, Melitta, Microsoft, Motorola, Navigon, Novartis, Nymphenburg Porzellan, Procter & Gamble, Roche, Samsung, Siemens, Villeroy & Boch, Vodafone global, Wacom, Whirlpool, WMF and many more

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Alf Hackenberg, Martin Langkau

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

2003

MITARBEITER / EMPLOYEES

15

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Oskar-Schlemmer-Straße 15
80807 München, Germany
T +49 (0) 89-386679-0
F +49 (0) 89-386679-10
info@signce.eu
www.signce.eu

INTERVIEW / ALF HACKENBERG, MARTIN LANGKAU

Was macht für Sie gutes Design aus?

Gutes Design berührt Herzen, verbessert Lebensumstände und schafft nachhaltige Werte. Die genaue Kenntnis über die Bedürfnisse von Marke, Markt und Mensch und deren Zusammenspiel ist hierbei Grundvoraussetzung und dient SIGNCE als steter Gradmesser für die Entwicklungen erfolgreicher Produkt- und User Interface Lösungen.

Verfolgen Sie mit Ihren Arbeiten einen bestimmten Stil oder eine Richtung?

Einen Stil, nein, aber eine Richtung und diese ist je nach Aufgabe und Herausforderung neu zu justieren. Die jeweilige Richtung geben dabei die bereits genannten „3M's“ – Marke, Markt, Mensch – vor. Dabei verbietet sich der Einsatz eines so genannten Stils oder der Handschrift eines Designers oder Designbüros. Dabei reflektiert Design aus dem Hause SIGNCE die Werte, Anforderungen und Bedürfnisse der 3M.

Für welchen Kunden würden Sie gerne arbeiten?

Was unser Team an der Designentwicklung begeistert sind die immer wieder wechselnden Herausforderungen und unterschiedlichen Aufgaben, sei es für lokale Start-Up Unternehmen oder globale Konzerne. Hierbei gibt es keine Präferenzen, jede Neuentwicklung stellt einen eigenen Reiz dar. Dabei macht es mehr die Mischung als die Begeisterung für ein Einzelprojekt oder Kunden.

What in your opinion makes good design?

Good design touches peoples hearts, enhances living conditions and creates value. The holistic knowledge about brands, markets and the needs of consumers is key to our work and builds the base for our successful product and user interface development.

Do you follow a certain style or approach with your work?

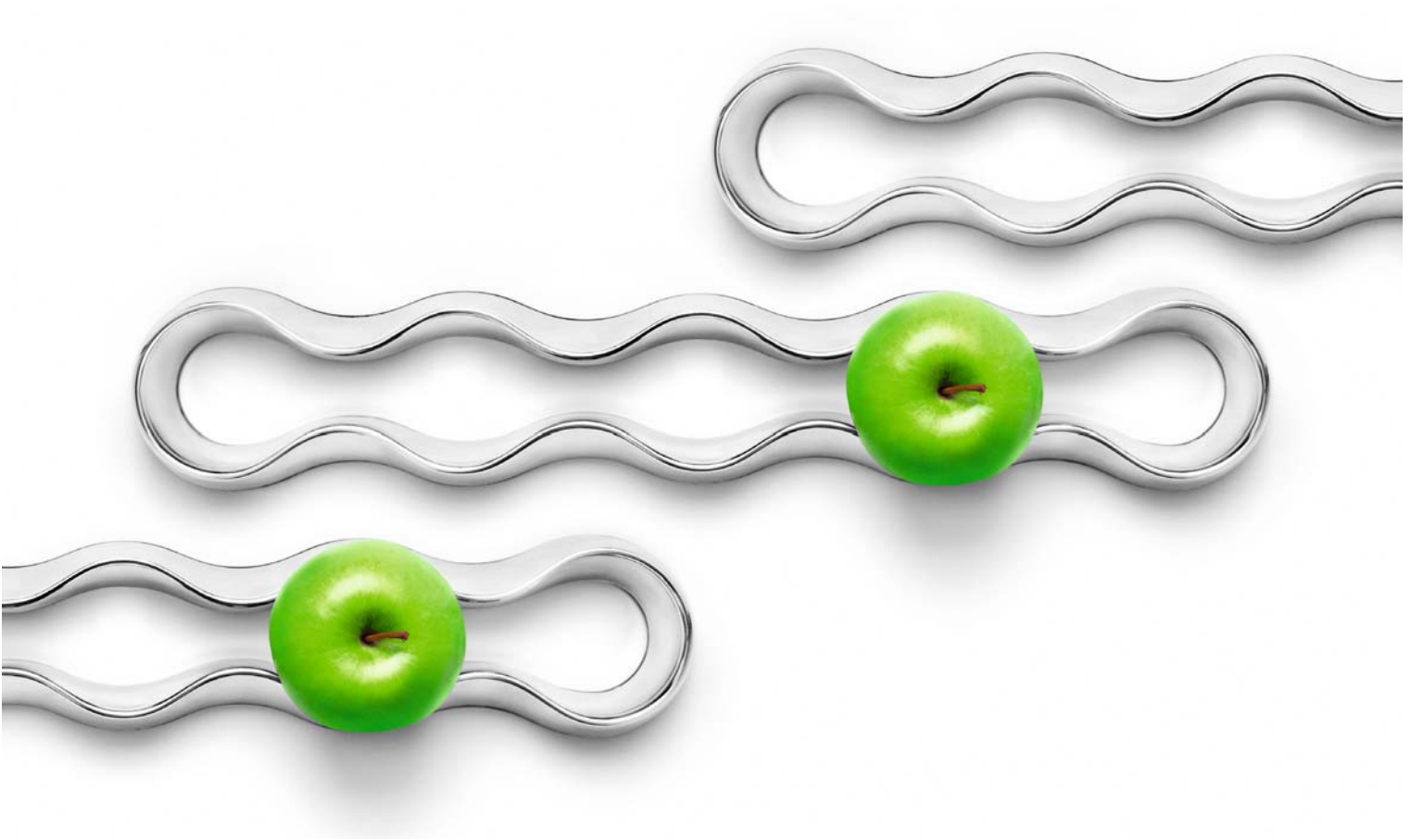
Not a specific style but definitely a direction, which needs to be adjusted constantly based on the goal and type of challenge each project brings with it. The direction itself is being defined by the “3M's” – Marke (brand), Markt (market), Mensch (Human) – and varies based on the constellation of the three. So what SIGNCE stands for is the development of tailor-made, customized design solution based on the 3M's and not certain SIGNCE style.

For which client you would like to work?

What appeals to our team are the constantly changing challenges and different projects we are working on, whether it is for local start-ups or global players. There are no preferences, every new design development has its own amenities. What excites us is the sum of our clients and projects. A bright and broad mixture that is much more appealing to us than a specific client or project.



ALF HACKENBERG / MARTIN LANGKAU



AUERHAHN / FRUIT BAR LOOP



GRUNDIG / VISION 9

SOLUTIONS

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

With the existing integrated business areas of Corporate Development, Corporate Branding, Product Development and Product Branding, SOLUTIONS supports its clients with holistic Brand Development and Brand Management. The different disciplines, by fusing their specific core competences, are able to offer an ideal support to clients. SOLUTIONS fosters own departments for User Research, Naming and Trend Management.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Product Development

- Trend and Innovation Management
- Service Design
- User Research
- Product Design
- Engineering
- Prototyping

REFERENZEN / REFERENCES

Please find various references of international corporations and medium-sized companies on www.solutions.de

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Holger Prüßner (CEO), Micha Goes, Karel Golta

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1995

MITARBEITER / EMPLOYEES

145

NIEDERLASSUNGEN / HEADQUARTERS

Hamburg, Munich, Istanbul, Moscow, New York, Shanghai

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



hamburgerdesignpreis®

ANSCHRIFT / ADDRESS

Sternstraße 117
20357 Hamburg, Germany
T +49 (0) 40-432006-0
F +49 (0) 40-432006-33
info@solutions.de
www.solutions.de



SOLUTIONS
Branding & Design Companies AG



Product Development

Product Branding

Corporate Branding

Corporate Development





UWE SPANNAGEL™

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

UWE SPANNAGEL™ ist ein Büro für Industriedesign. Wir arbeiten in kontinuierlicher Zusammenarbeit mit unseren Kunden in den Bereichen Markenentwicklung, strategische Projektplanung und Produktentwicklung.

Unser Ziel: Das perfekte Produkt. Auf dem Weg dahin lassen wir uns weder von Restriktionen noch von Komplexität aufhalten. Die Leitsätze unserer Gestaltungsphilosophie sind dementsprechend einfach wie logisch:

- Wir verwandeln Restriktionen in Innovationen. Je enger das Korsett dabei ist, desto ehrgeiziger stürzen wir uns auf die Aufgabe.
- Wir geben generischen Produkten USPs, die dem Hersteller ein Alleinstellungsmerkmal und dem Nutzer einen echten Mehrwert liefern.
- Wir verwandeln technische Komplexität in Ruhe und Schönheit. Es entstehen elegante und selbstverständliche Produkte, die man nicht nur braucht, sondern ganz bewusst besitzen will.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Industrial Design

REFERENZEN / REFERENCES

Blanco, Beka Hospitec, HSK, Ideal Standard, Keramag, Magnat, Medion, Meyra, Repabad, Sanford rottring, SEI Sino Electric Industries, Sennheiser, Unger, Vobis

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Uwe Spannagel

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1995

MITARBEITER / EMPLOYEES

4

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Engelbertstraße 21
50674 Köln, Germany
T +49 (0) 221-2400497
F +49 (0) 221-2400498
office@uwespannagel.com
www.uwespannagel.com



UWE SPANNAGEL™

www.uwespannagel.com

SPIRIT DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Spirit Design ist ein strategisches Designunternehmen, spezialisiert auf Innovation und Branding. Innovation führt zu dauerhaften Wertsteigerungen von Produkten und Marken. Branding macht diese Wertsteigerungen für die Konsumenten emotional erlebbar. Spirit Design integriert diese beiden Strategien im Beratungsmodell SPRINT, das Innovations- und Markenprozesse mit drei Leistungsbereichen abdeckt:

/STRATEGY: Strategieentwicklung von der Positionierung bis zur Produkt- und Markenpolitik

/PRODUCT: Produktentwicklung vom Designkonzept bis zur Produktion

/BRAND: Markenentwicklung vom Logo bis zum integrierten Markenauftritt

Spirit Design unterstützt Unternehmen dabei, Marktanteil und Gewinn zu steigern, unter Beachtung der sozialen, ökonomischen und ökologischen Nachhaltigkeit.

Spirit Design is a strategic design company that specialises in innovation and branding. Innovation enhances product and brand value, while branding enables consumers to experience this added value at an emotional level. Spirit Design's SPRINT consultancy model combines these two strategies. It brings together three groups of services that together encompass the entire innovation and branding process:

/STRATEGY: Strategic development from the positioning through to product- and brand policy

/PRODUCT: Product development from the design concept through to production

/BRAND: Brand development from the logo through to integrated branding

Spirit Design helps companies grow their earnings and market shares, while paying due regard to social, economic and environmental sustainability.

REFERENZEN / REFERENCES

AIT, AKG, Avanti, AVL, Blizzard Ski, CAT City Airport Train, Championships, Deutsche Telekom, Fischer Ski, Metz Aerials, Mobilkom Austria, Mungos, OMV, Ortovox, ÖBB, Payer Electronics, Rosenbauer, Siemens Transportation, Skidata, Telekom Austria u. a.

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Mag. Ralf Christoffer, Daniel Huber, Mag. Georg Wagner

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1993

MITARBEITER / EMPLOYEES

17

ANSCHRIFT / ADDRESS

Silbergasse 8

1190 Wien, Austria

T +43 (0) 1 367-7979-0

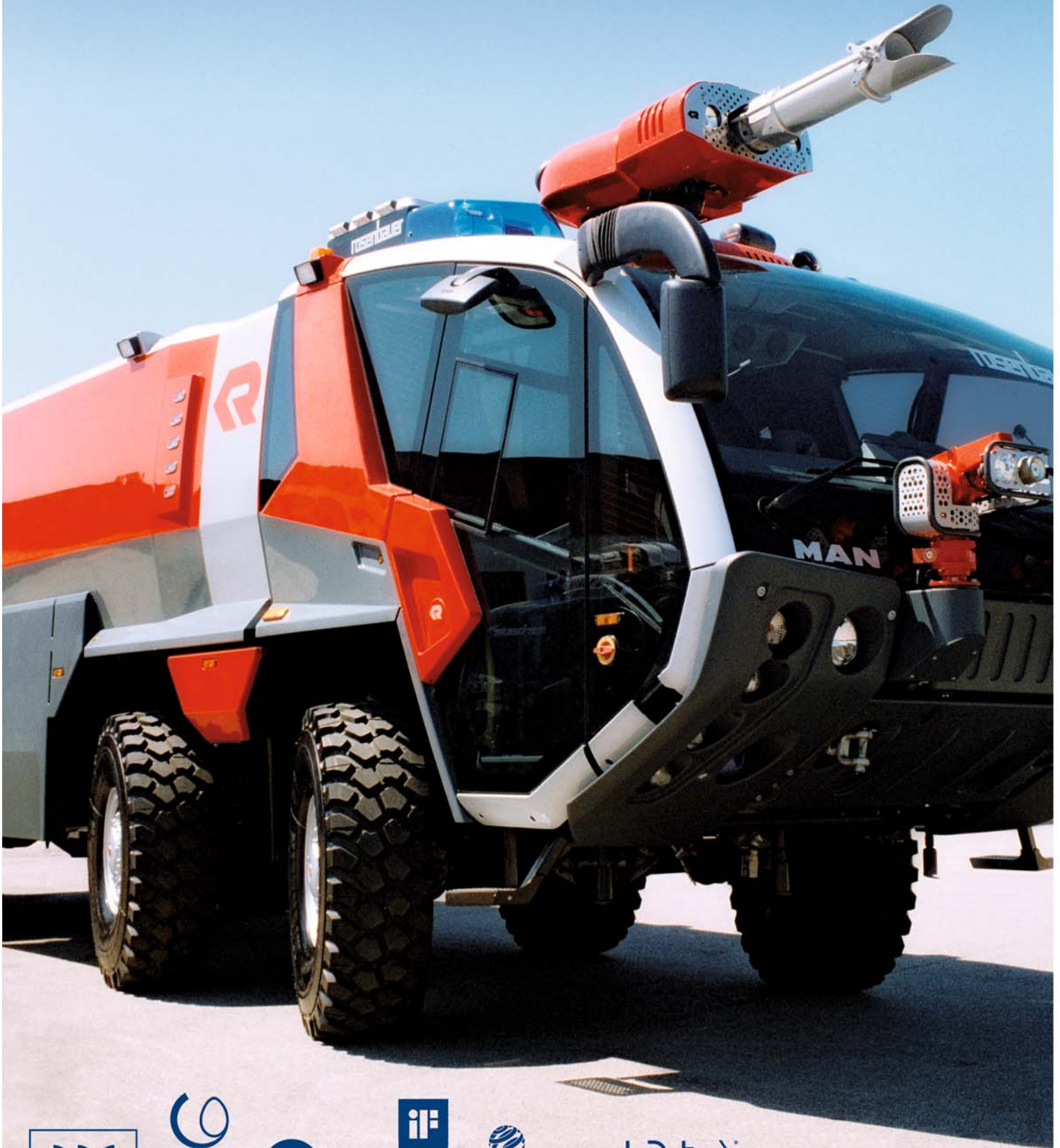
F +43 (0) 1 367-7979-70

spirit@spiritdesign.com

www.spiritdesign.com



spirit design 
INNOVATION AND BRANDING



the spirit makes the difference

STOTZ-DESIGN.COM GMBH + CO. KG

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

The products that we design each have their own specific characters and distinctive appeal. Their design language is succinct and memorable. And being clearly structured, they can outlive transient trends. In an increasingly overcrowded product world, their unique selling points are oriented on generating value for our clients.

Added value.

A collaboration between the agency and the client enables the precise formulation of marketing objectives and target group product requirements, resulting in sophisticated designs with persuasive authenticity and unique appeal.

The most ingenious solutions are often the most simple. This is the philosophy that guides our design activities, our work ethic and the technical implementation of our design projects. Structured project processes, precise objectives and client-specific solutions are three priorities which lead to market success and sustainable customer relationships.

We create new values.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

- Industrial Design
- Design Strategy
- Corporate Design
- Branding

REFERENZEN / REFERENCES

Alfi, Audi AG, Knipex, Dovo, Blomus, SKS-Design, WMF, Proseat, Woodbridge, JP, Schriever, Storch, Recticel, Interior Solutions, Flott, Fingscheidt, Wilkinson, Kautex, Boehringer Ingelheim, Balda, Composite Impulse, Interlübke

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Oliver Stotz

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1993

MITARBEITER / EMPLOYEES

6

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Besenbruchstraße 6
42285 Wuppertal, Germany
T +49 (0) 202-300667
F +49 (0) 202-300668
info@stotz-design.com
www.stotz-design.com

INTERVIEW / OLIVER STOTZ

What is good design to you?

Keep it simple – reduced to the essential, that is what makes good design stand out. Inspiration, innovation and the perfect realisation of design concepts.

How are you inspired?

The liberal handling of form in terms of sculpting can inspire me as well as a poetry slam. There are always possibilities to get involved with things that inspire you.

Which developments do you expect for the sector?

We experience a very distinct development: the consequent realisation of design strategies in companies – starting with the product, packaging, trade fair representation, social rooms up to company architecture. Authentic values are needed for a creditable representation of a company profile.

The demand for full services for companies provided by designers as we are is growing strongly.



industrial design
projects

industrial design
design

corporate design

projects



stotz-design.com

visualization

corporate design

ergonomics

branding

design development

market and trend research

workshop

STRUPPLER INDUSTRIEDESIGN

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Konzeption, Produktentwicklung und Produktdesign,
Konstruktion und Datenerstellung in Solidworks,
Rapid Prototyping, Modell- und Prototypenbau

REFERENZEN / REFERENCES

ABC Products, AHT, Altendorf, Arbonia, Bene Büromöbel, Bruck
Lichtsysteme, Details, Duravit, F2, Haworth, Hamberger Sanitärwerke,
Hutschenreuther, Ideal Standard, Ingo Maurer, Interstuhl, Jonas & Jonas,
Kermi, Keuco, Marker, Movietech, Prolux, Red Bull, Royalbeach, Sanipa,
Sedus Systems, Schönbuch Collection, Steelcase Inc., Vökl Ski, Wanzl
Ladenbau, Wernld Büromöbel, Wittmann Polstermöbel, Zumtobel Staff

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Andreas Struppler

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1992

MITARBEITER / EMPLOYEES

6

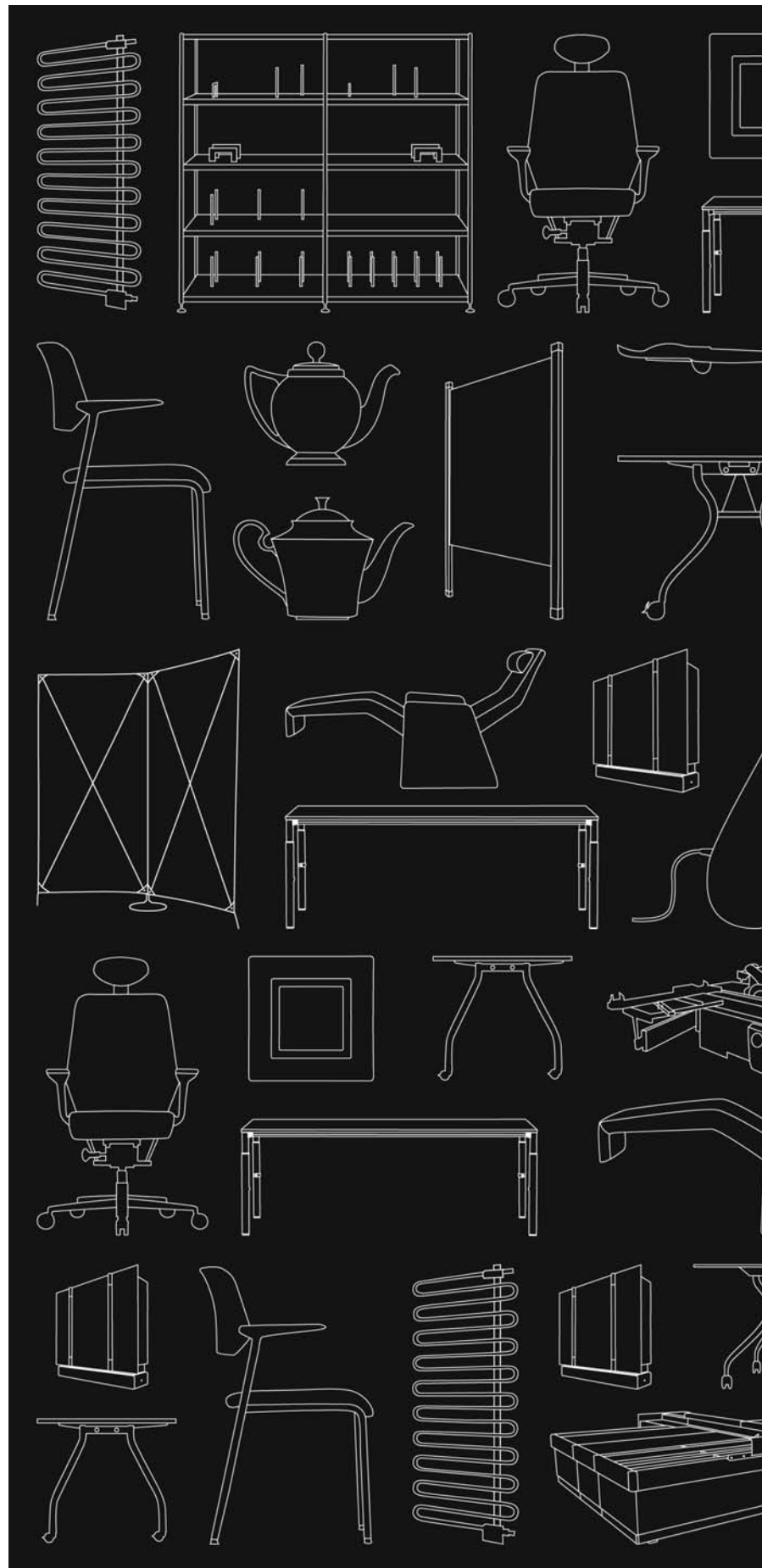
AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

u. a.



ANSCHRIFT / ADDRESS

Senftlstraße 7
81541 München, Germany
T +49 (0) 89-890587-10
F +49 (0) 89-890587-25
info@strupplerdesign.de
www.strupplerdesign.de





www.strupplerdesign.de

S

134 135 INDUSTRIAL DESIGN / STUDIO EBERHARD SAUER

STUDIO EBERHARD SAUER

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Auf 1.200 m² fotografiert Eberhard Sauer seit 1991 in seinen Studios in Herrenberg. Mit viel Erfahrung und technischem Know-how inszeniert er Anzeigen-, Katalog- und Kalendermotive für nationale und internationale Unternehmen und Werbeagenturen.

Die Qualität seiner Arbeiten spiegelt sich in der Anzahl der vielen internationalen Auszeichnungen wider.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Konzeptionelle Fotografie, Werbe- und Industrie-Fotografie/Automobile, Möbel, Design

REFERENZEN / REFERENCES

Audi, Brilliance, Duravit, Dyson, hansgrohe, Infinity, Lamborghini, Layher, Maserati, Mercedes-Benz, Pfalzmöbel, Samsung, Toyota u. v. m.

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Eberhard Sauer

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1991

MITARBEITER / EMPLOYEES

4

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

u. a.



ANSCHRIFT / ADDRESS

Rigipsstraße 27
71083 Herrenberg, Germany
T +49 (0) 7032-97700
F +49 (0) 7032-97707
mail@eberhardsauer.com
www.eberhardsauer.com



STUDIO EBERHARD SAUER



ardsauer.com



HEINRICH STUKENKEMPER INDUSTRIAL DESIGN TEAM

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Begeisterung und Professionalität – egal,
ob wir einen Bagger oder einen Bleistift gestalten.

Passion and professionalism – no matter whether we design
an excavator or a pencil.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Büro, Küche, Maschinen, Reha, Schreibgeräte, Transport

Office, kitchen, machinery, rehabilitation products,
writing instruments

REFERENZEN / REFERENCES

BAYER, CNH, ELBA, FAUN, Faber-Castell, Hanomag, HHLA,
Hiro-Lift, Isringhausen, Knoedler, Meyra, Orenstein & Koppel, Protec,
Rösle, Schmidt Feintechnik, UHER, Wellmann

AUSSTATTUNG / EQUIPMENT

- High End 3D-Modelling (UGS NX)
- Fotorealistische Visualisierung
- Interner Modellbau incl. CNC

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Heinrich Stukenkemper

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1977

MITARBEITER / EMPLOYEES

5

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Am Förderturm 8
44575 Castrop-Rauxel, Germany
T +49 (0) 2305-43495
F +49 (0) 2305-922110
stukenkemper@t-online.de

INTERVIEW / HEINRICH STUKENKEMPER

Was macht für Sie gutes Design aus?

Stark verkürzt ausgedrückt: ein Produkt ist dann gut „designed“, wenn man es aufgrund seiner Gestaltung begehrt und wenn es sich im Gebrauch als problemlos und benutzerfreundlich erweist.

Verfolgen Sie mit Ihren Arbeiten einen bestimmten Stil oder eine Richtung?

Ein Designer kann entweder eine Marke profilieren oder sich selbst als Marke profilieren. Für beide Vorgehensweisen gibt es gute Argumente. Für mein Büro gilt, das Bestmögliche für die Marke zu tun und uns selbst im Hintergrund zu halten.

Welche primäre Kompetenz sollte man als Designer besitzen?

Trotz der unbestreitbaren Notwendigkeit von übergreifendem Wissen aus vielen anderen Fachbereichen bleiben wir doch innerhalb des Entwicklungsteams der Spezialist für die Lösung von Gestaltungsproblemen.

RÖSLE



FABER-CASTELL



MEYRA



CNH



SYNAPSIS DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Most of our products deserve long-term design value because their production is not changed every 2–3 years. Hence most of our designs have pure and evident forms and concepts.

The quality of the products and in consequence the performing brands is underscored by refined proportions and sophisticated details. In other words we are looking for beauty despite all other (technical, ergonomic and economic) demands, that have to be fulfilled.

„Kunst ist schön, macht aber viel Arbeit“.
Karl Valentin

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

All kind of products; interface, exhibition and corporate design

REFERENZEN / REFERENCES

SICK AG, KLS Martin Group, World of Medicine AG and many others

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Frank Detering, Dipl.-Des.,
Dipl.-Ing., Designer VDID

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

2009

MITARBEITER / EMPLOYEES

5

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Teckstraße 56
70190 Stuttgart, Germany
T +49 (0) 711-2621131
F +49 (0) 711-2622670
mail@synapsisdesign.com
www.synapsisdesign.com



ABGASMESSGERÄT GM32 / SICK MAIHAK GMBH, REUTE RED DOT AWARD 2009



HF-CHIRURGIE-INSTRUMENT MARSEAL / KLS MARTIN GROUP, UMKIRCH

TRICON DESIGN AG

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Design ist mehr als Gestaltung.

Design is more than form and styling.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Fahrzeuggestaltung: Schienenfahrzeuge, Busse, Flugzeuge

Produktdesign: Sitze, Leuchten, Medizintechnik

Innenarchitektur: Messebau, Ladenbau, Arztpraxen ...

Vehicle design: railroad vehicles, buses and airplanes

Product design: seats, lighting systems, medical technology

Interior design: trade fair design, shop design, living, medical practices ...

REFERENZEN / REFERENCES

ABC (Beijing), Airbus Deutschland, Alstom LHB, AutoZug GmbH, Bombardier, BVG Berlin, CGRC, CRC, Deutsche Bahn AG, ERBE Medizintechnik, ESS, Grammer, Hamburger Hochbahn, Länderbahn, Matterhorn-Gotthard-Bahn, Neoplan, OEBB, Pintsch Bamag, Puzhen Rolling Stock, Rhätische Bahn, Recaro Aircraft Seating, RIDI Leuchten, Siemens TS, STADLER Rail, Strahlenpraxen (Augsburg, Fürth, Singen), Vector Informatik, Vossloh, etc.

AUSSTATTUNG / EQUIPMENT

Pro-E, Rhino, 3D-Studio, Modellbau bis M1:1 Mock-Up

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Frank Schuster, Thomas König

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1995

MITARBEITER / EMPLOYEES

15

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Bahnhofstraße 26
72138 Kirchentellinsfurt, Germany
T +49 (0) 7121-68087-0
F +49 (0) 7121-68087-20
info@tricon-design.de
www.tricon-design.de

Design ist mehr als Gestaltung.





Design ist mehr als Gestaltung.





TRICON
DESIGN AG



VALENTINITZSCH DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Zukunftsorientierte, produktionstechnische, funktionelle sowie ergonomische und ökologische Überlegungen eingebettet in ästhetische Konzepte sind ein nicht mehr wegzudenkender Faktor in unserem Leben.

Future-oriented, production related, functional as well as ergonomic and environmental considerations embedded in aesthetic concepts have become an indispensable factor in our lives.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Industrial Design, Transportation Design, Environmental Design, Exhibition Design, Packaging Design, Graphic/Corporate Design

REFERENZEN / REFERENCES

Over 40 national and international design awards;
asa hydraulic (A), AVL (A), Bachmann electronic (A),
Battenfeld (USA, D, GB, A), Bombardier (A), Care Diagnostics (A),
Doka (A), Dolenz (A), Frequentis (A), Gebe (A, CH), Ginzinger
Engineering (A), Indect (A), Kettner (D), Kretz Technik (A), MFT (A),
ÖBB (A), OMV (A), Siemens (A), Swarovski (A), W & H (A),
Wintersteiger (A), Wittmann (A) etc.

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Ing. Mag. art. Dietmar Valentinitzsch

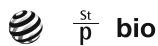
GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

4/82

MITARBEITER / EMPLOYEES

7

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Kollergasse 18/7
1030 Wien, Austria
T +43 (0) 1 713-6201
F +43 (0) 1 713-6685
valentinitzsch@design.co.at
www.valentinitzsch.at





Wintersteiger
Ski Binding Testing and
Adjustment Machine

Indect
Parking System

Bombardier Transportation
Tram for Augsburg

MFT
Coordination Tower with Feedbackfunction



ANDREAS WEBER ARCHITEKTUR UND DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Das Studio Andreas Weber Architektur und Design liegt am Ammersee, südwestlich von München. Unser Tätigkeitsfeld ist auf ein ganzheitliches Gestaltungskonzept hin ausgerichtet und beinhaltet die Schwerpunkte Architektur, Innenarchitektur, Designstrategien, Produkt- und Grafikdesign. Der Ausgangspunkt unserer Leistungen ist die intensive Auseinandersetzung mit der Firmenkultur und den Bedürfnissen unserer Auftraggeber, um auf sie zugeschnittene, ganzheitliche Erfolgskonzepte zu entwickeln.

Andreas Weber Architektur und Design is located at the Ammersee, in the south-west of Munich. The activities of our studio are based on an entirely design philosophy. The main issues are focused on Architecture, Interior design, Design strategies, Product and Graphic design. The starting point of our accomplishments is the detailed consideration of the firm's culture in accordance with our customers needs, in order to achieve fully personalised satisfaction.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Designstrategien, Produktdesign, Innenarchitektur, Grafikdesign, Architektur

Design strategies, Product design, Interior design, Graphic design, Architecture

REFERENZEN / REFERENCES

Authentic, Baufritz, Rolf Benz, Bielefelder Werkstätten, ClassiCon, Christine Kröncke Interior Design, Desalto, Designo, Flötotto, Gallotti & Radice, Hutschenreuther Hotel Porzellan, Kahla Porzellan, Kare, Läsko, Mawa, Schönbuch, sdb, seluce of desede, Seefeldler, Styling, Tagliabue, Tafelstern professional porcelain, Wini, Wittmann u. a. / etc.

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Andreas Weber

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1982

MITARBEITER / EMPLOYEES

6

ANSCHRIFT / ADDRESS

Madeleine-Ruoff-Straße 26a
82211 Herrsching a. Ammersee, Germany

T +49 (0) 8152-9098-0

F +49 (0) 8152-9098-9

info@andreasweberdesign.de

www.andreasweberdesign.de



P R O D U K T E U N D G A N Z H E I T L I C H E ,



CHRISTINE KRÖNCKE INTERIOR DESIGN /
LEUCHE TITUS
MESSING BRÜNIERT, SEIDE
2009

KARE /
SIDEBOARD
LACK HOCHGLANZ
2008



STRATEGISCHE KONZEPTE FÜR LEBENS RÄUME



CHRISTINE KRÖNCKE INTERIOR DESIGN/
PENDELLEUCHE ORION
LEUCHTMITTEL LED
METALL HOCHGLÄNZEND
2009

BIELEFELDER WERKSTÄTTEN/
SESSEL LEONA
STOFF ODER LEDER
MASSIVHOLZ
2008

TAFELSTERN PROFESSIONAL PORCELAIN/
PORZELLANSERIE ESSENTIALS
PLATTE GINKOBLATT
2008

TAFELSTERN PROFESSIONAL PORCELAIN/
PORZELLANSERIE ESSENTIALS
SCHALE CHICORÉE MIT COUP-TELLERN
2008



WIEGE

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Die wiege Entwicklungs GmbH ist 1985 als unabhängiges Designbüro aus der Entwicklungsabteilung des Büromöbelherstellers Wilkhahn entstanden.

Als Designbüro arbeiten wir mit Kunden aus unterschiedlichen Wirtschaftszweigen zusammen. Wir gestalten Produkte, die eine eindeutige Handschrift tragen, die weder beliebig noch gesucht sind. Produkte also, die formal und funktional langfristig gültig sind.

The wiege Entwicklungs GmbH evolved from the design and development division at Wilkhahn, office furniture manufacturer.

We are a design consultancy that develops products for clients from various branches of industry and commerce. We develop products which exhibit a clear design language, that are neither a whim nor thoughtlessly fashionable. Products that have long-term appeal and validity in terms of form and function.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

product design, design management, project management, engineering, corporate design, model making, prototyping, interior design/fair

REFERENZEN / REFERENCES

Bosse, Foresee, Helit, Hülsta, Kokuyo, Koleksiyon, Lippert, Loewe, Mabeg, Max Blank, Regiolux, Stieglmeyer, Ströer, Tonon, Üstra, Visiomatic, Volkswagen, Welonda, Wilkhahn, Wofi

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Michael Englisch, Jochen Hahne

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1985

MITARBEITER / EMPLOYEES

10

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Hauptstraße 81
31848 Bad Münster, Germany
T +49 (0) 5042-9999-00
F +49 (0) 5042-9999-01
wiege@wiege.com
www.wiege.com



Maca / Helit
Cura / Wilkhahn
Elvido / Stieglmeyer



Solis/Wilkhahn
Orgatec/Wilkhahn
Nevada/Max Blank

Fraim 5/Regiolux
Visipad/Visionatic
Sito/Wilkhahn

Cacus/Wilkhahn
Easy/Wofi
Moduflex/Lippert



XXD PRODUKTDESIGN GMBH

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

XXD steht für Tatendrang. Seit 1996 werden Entwürfe, Ideen und Kundenwünsche mit höchster Priorität marktorientiert in Form gebracht. Die Erfahrung von „hausgemachten“ Produkten bringt uns dazu, sehr fertigungsoptimiert und kosteneffizient zu denken.

Unsere Gestaltung ist auf Attraktivität für die jeweiligen Zielgruppen & lange Produktzyklen ausgelegt. XXD bietet neben fundierter Design-dienstleistung ein globales Netzwerk von hervorragenden Herstellern und Qualitätsmanagern.

XXD stands for zest of action. Since 1996 drafts, ideas and customer's requests with highest priority are brought in market-focused form. The experience of "house-made" products brings us to thinking very manufacturing and cost-efficiently. Our organization is laid out on attractiveness for the respective target groups & long product cycles. XXD offers a global network apart from well-founded design service of outstanding manufacturers and quality managers.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Corporate Design, Branding, Exhibition Design, Industrial Design

REFERENZEN / REFERENCES

>> am liebsten Sie! Ansonsten langjährige Kunden aus allen Bereichen der Industrie wie z. B.: IDM, Klein & More, Knauer, Magppie, Monoplastik, Siemens VDO, Sinoglass, Types, Webasto ...

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Dipl. Industrial Designer Max Kistner

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1996

MITARBEITER / EMPLOYEES

9

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

u. a.



ANSCHRIFT / ADDRESS

Heidachstraße 66
88079 Kressbronn, Germany
T +49 (0) 7543-500801
F +49 (0) 7543-500802
info@xxd.de
www.xxd.de



handte.de <smoke-clima>



webasto.de <timer>



bottlefish.de <cooler>



dosis <sugar dispenser>



flowerpower <stand>



lux-us <multifunctional cube>

das leben ist bunt!

industry



MyFirstJet.com
form '08



mybrush.de <foam-catcher>



#form '07 + industriepreis '08

load-ding.com <gadget>

lifestyle



leichtbau <concrete furniture series>



design plus '08
nominee designpreis '09

laguna & surf + bahia <tableware>

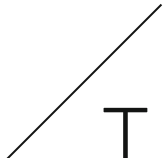


roter punkt '97

c4 <lounge chair>

living





INDUSTRIAL DESIGN
EXHIBITION DESIGN

BECC AGENCY

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Wir sind der Überzeugung, dass unterschiedliche Blickwinkel in einem Team von Spezialisten und Entdeckern zu neuen erfolgreichen Sichtweisen führen. So werden aus innovativen Ideen kreative Konzepte, die wir mit professioneller Beratung, intensiver Planung und maximalem Qualitätsanspruch mit unseren Partnern realisieren. Ganz im Sinne der Marke. Weltweit. Mit dem kompletten Spektrum des Markenmanagements finden wir passende Lösungen für Kommunikationsaufgaben rund um Konzept, Design, Text, Messe und Event.

We passionately believe that looking at things differently within a team of specialists and free-thinkers can lead to new and successful perspectives. Starting from innovative ideas, we develop creative concepts which, backed up by professional advice, meticulous planning and with maximum attention paid to quality, we realise together with our partners. All in the service of your brand. Worldwide. With the whole brand management spectrum we develop appropriate solutions for advertising tasks, involving conception, design, copy, trade fairs and events.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Corporate Design, Branding, Annual Reports, Editorial Design, Exhibition Design, Books & Catalogues, Webdesign

REFERENZEN / REFERENCES

Škoda Auto, BMW Group, adidas, DC Aviation, Cirrus Airlines, SolidWorks, Anschutz Entertainment Group

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Jochen Trabert, Sabine Kraus, Leif Geuder

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

2006

MITARBEITER / EMPLOYEES

19

ANSCHRIFT / ADDRESS

Osterwaldstraße 10
80805 München, Germany
T +49 (0) 89-232387000
F +49 (0) 89-2323870012
info@becc-agency.de
www.becc-agency.de

becc





ŠKODA AUTO/AUTOMOBILSALON GENF 2009/MOTOR SHOW GENEVA 2009

BRAUNWAGNER

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Wir sehen Design als interdisziplinäres Instrument der Unternehmenskommunikation, über das wir rationale und emotionale Markenwerte in die dritte Dimension übertragen. Unser oberstes Ziel ist es, unsere Kunden durch emotionale Markenarchitektur dabei zu unterstützen, Zielgruppen bestmöglich zu erreichen und Kunden zu binden. Ausgangspunkt ist hierbei immer das Produkt als Nukleus und Innovationsträger. Durch intensive Analyse von Marke und Umfeld entwickeln wir nachhaltige Raum- und Produktkonzepte und führen die komplette Projektsteuerung durch.

We regard design as an interdisciplinary instrument of corporate communication to transport rational and emotional brand values into the third dimension. Our supreme goal is it to support our customers with emotional brand architecture in reaching their target groups best possibly and optimizing customer loyalty. Starting point is always the product as nucleus and carrier of innovation. Through intense analysis of brand and environment we create sustainable 3D branding concepts and carry out the complete project management.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Kommunikation im Raum, Interior Design, Messe-/Ausstellungsgestaltung, Designconsulting, POS Design, Produktdesign

Environmental Design, Interior Design, Messe-/Exhibition Design, Design Consulting, POS Design, Product Design

REFERENZEN / REFERENCES

Mercedes Benz, Canon, IGP, Loewe, Loveplates, Nespresso, Sharp, Siemens, smart

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Prof. Manfred Wagner

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1999

MITARBEITER / EMPLOYEES

15

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Krefelder Straße 147
52070 Aachen, Germany
T +49 (0) 241-4010720
F +49 (0) 241-40107222
info@braunwagner.de
www.braunwagner.de



SMART / EXHIBITION CONCEPT SMART LANE



SMART / EXHIBITION CONCEPT SMART LANE



LOEWE / EXHIBITION ARCHITECTURE



NESPRESSO / MOBILE SHOWROOM



BRUNS MESSE- UND AUSSTELLUNGSGESTALTUNG GMBH

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Seit 30 Jahren verleiht die Bruns Messe- und Ausstellungsgestaltung GmbH durch Kompetenz, Stilsicherheit und Kundennähe der Persönlichkeit von Unternehmen eindrucksvoll Ausdruck. Ob Branchenmulti oder Familienbetrieb, ob in Deutschland oder weltweit: Individuelle Standkonzepte und außergewöhnliche Messedesigns schaffen ein Ambiente, in dem die Philosophie eines Unternehmens lebendig wird. Ein überzeugender Auftritt macht nicht nur Eindruck, er bleibt auch in guter Erinnerung. Die jahrzehntelange Treue unserer Kunden ist dafür die schönste Bestätigung.

For 30 years, Bruns Messe- und Ausstellungsgestaltung GmbH has been committed to the aesthetic illumination of a company's character, a strong sense of style and close partnership with its customers. Whether in Germany or around the globe: Customised concepts and outstanding trade show designs account for a unique ambience in which a company's philosophy comes to life. A strong appearance doesn't simply ensure an excellent first impression, but a lasting one. Our customer's long time confidence in what we do is proof enough.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Internationaler Messe-, Laden- und Ausstellungsbau: Entwurf, Planung und Realisierung von Ausstellungsständen und -gebäuden, Showrooms, Praxen und Geschäftsräumen, Full-Service für Messen, Events und Firmenveranstaltungen, Mitglied im FAMAB Fachverband

International trade fair-, shop- and exhibition construction: Design, planning and implementation of exhibition stands and buildings, showrooms, medical practices and business premises, full service at trade shows, events and company activities, Member of FAMAB

REFERENZEN / REFERENCES

For a detailed list of our customers, please visit our website www.bruns-messebau.de

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Werner Frommberger, Thomas Hopf, Julius Kügler, Michael Martl

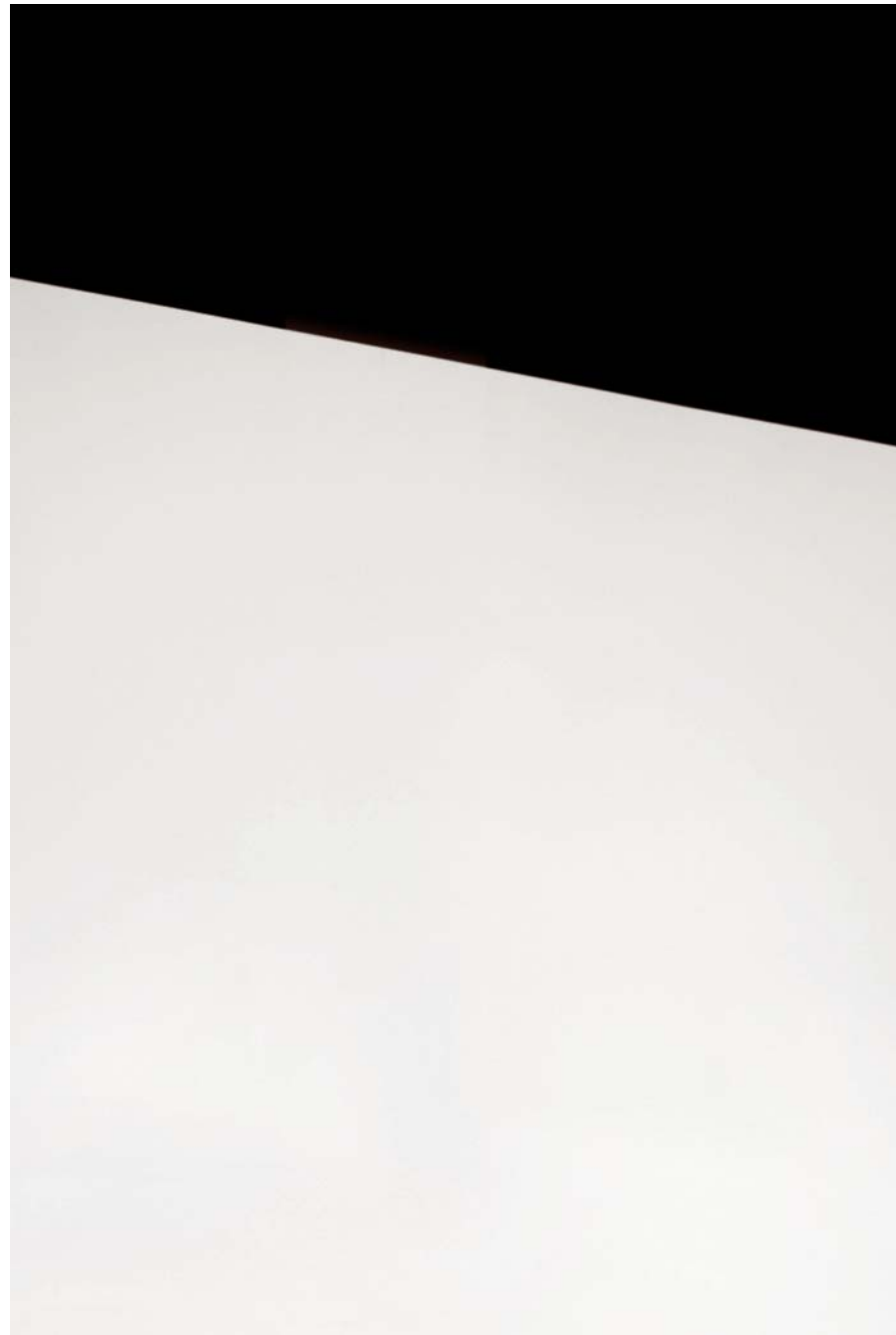
GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1979

ANSCHRIFT / ADDRESS

Augustin-Rösch-Straße 17
80935 München, Germany
T +49 (0) 89-354909-0
F +49 (0) 89-354909-99
info@bruns-messebau.de
www.bruns-messebau.de

Bruns
Messe- und Ausstellungs-
gestaltung GmbH





BÜRO DIFFUS

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Exzellente Kreativität in Verbindung mit moderner Dienstleistung macht büro diffus zu einer zeitgemäßen Designagentur. Seit 1999 realisiert die inhabergeführte Agentur Projekte aus den Bereichen Corporate Design, Grafik Design, Begegnungskommunikation, Digitale Medien und Werbung. Zahlreiche Arbeiten wurden branchen- und medienübergreifend mit rund 50 international begehrten Awards und Preisen ausgezeichnet.

Excellent creativity in combination with modern services is what makes büro diffus a truly contemporary design agency. Since 1999, the owner-managed company has carried out corporate design, graphic design, event communication, digital media and advertising projects. Numerous projects, covering a range of different industries and media, have been honoured with around 50 internationally renowned awards and prizes.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Eventdesign, Eventbranding, Messe- und Ausstellungsgestaltung, Leit- und Orientierungssysteme, POI/POS Displays

Event design, event branding, trade fair stand and exhibition design, direction systems, displays

REFERENZEN / REFERENCES

adidas AG, AGEG Consultants eG, BDA Bund Deutscher Architekten, Chris Keim Com GmbH, Daimler AG, Deutsche Zöliakie-Gesellschaft e. V., Grand Tirolia Golf & Ski Resort Kitzbühel, Hugo Boss AG, KOP Real Estate Solutions, Management Partner GmbH, Mercedes-Benz, Mercedes-Benz Museum, MfG Baden-Württemberg GmbH, Milla und Partner GmbH, ZdK Zentralkomitee der deutschen Katholiken

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Christian Weisser

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1999

MITARBEITER / EMPLOYEES

15

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Marienstraße 37
70178 Stuttgart, Germany
T +49 (0) 711-99339130
F +49 (0) 711-99339133
info@diffus.com
www.diffus.com

büro diffus



EVENT- UND KOMMUNIKATIONSDESIGN MERCEDES-BENZ ROADSTER EVENT SYLT





JANGLED NERVES

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

jangled nerves konzipiert und produziert räumlich-mediale Kommunikationslösungen. Ziel ist die Verwebung von Architektur, Grafik, Film, Interaktion und Kinematik: alle klassischen Formen der Medienproduktion werden durch die Einbindung in den räumlichen Kontext und durch das auf die Zielgruppen ausgerichtete Storytelling zu immersiven, ganzheitlich gestalteten Erlebnisräumen, die von Messen über Showrooms bis zu Ausstellungen und Museen reichen. So werden nicht nur technisch und gestalterisch qualifizierte Lösungen garantiert, sondern insbesondere die Produktion von Content in den Mittelpunkt gerückt.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

mediaspacedesign, spacedesignmedia, designmediaspace

REFERENZEN / REFERENCES

Industrie: adidas AG, ALNO AG, Audi AG, Bertelsmann AG, Baedeker, Glashütte, Hugo Boss AG, Dornier Museum, Lexus Europe, MAN AG, Marco Polo, Mercedes-Benz, O2, Porsche AG, Samsung, T-Online, voestalpine Linz, ZDF

Kultur: Bergiselmuseum Innsbruck, Europäisches Parlament Brüssel, Gedenkstätte Dachau, Gedenkstätte Hohenschönhausen, Haus der Geschichte BW, Linden-Museum Stuttgart, Rautenstrauch-Joest Museum, Rwanda Museum Kigali, Stadt Stuttgart, Weltkulturerbe Zeche Zollverein

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Prof. Thomas Hundt, Ingo Zirngibl

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1998

MITARBEITER / EMPLOYEES

40

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

u. a.



ANSCHRIFT / ADDRESS

Hallstraße 25
70376 Stuttgart, Germany
T +49 (0) 711-550375-0
F +49 (0) 711-550375-22
info@janglednerves.com
www.janglednerves.com



HAUS DER GESCHICHTE BADEN-WÜRTTEMBERG / DAS WUNDER VON BREGENZ
(FOTOS: ANDREAS KELLER)

AUSSTELLUNGSGESTALTUNG

AUSSTELLUNGSARCHITEKTUR

MEDIENGESTALTUNG

MEDIENTECHNISCHE PLANUNG, LICHTPLANUNG

BAULEITUNG UND LOGISTIK



PORSCHE MUSEUM

KONZEPTION MEDIEN IM RAUM

MEDIENGESTALTUNG

3D ANIMATION

2D ANIMATION

NEUDREH IMAGEFILM

DESIGN UND PROGRAMMIERUNG INTERAKTIVE STATIONEN

REDAKTION, AUDIOGUIDE

GESAMTKONZEPTION UND AUSSTELLUNGSGESTALTUNG:

HG MERZ ARCHITEKTEN MUSEUMSGESTALTER



DAS WUNDER VON BREGENZ – 100 JAHRE FUSSBALLGESCHICHTE



PORSCHE MUSEUM

MILLA UND PARTNER

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Marken stärken.

Wirklich und wirksam kommunizieren.

Ganz. Einfach. Perfekt.

Beratung. Konzeption. Realisierung.

Kommunikation im Raum.

Milla und Partner Agentur & Ateliers gestaltet Begegnungen von Menschen mit Marken oder Themen in drei- und vierdimensionaler Form. Die Projekte von Milla und Partner sind getragen von einer Grundhaltung: gestalterische Qualität, inhaltliche Relevanz, Respekt vor dem Publikum, angemessener Einsatz budgetärer Mittel, inszenatorische Aufrichtigkeit, Nachhaltigkeit, Vernetzung mit weiteren Kommunikationsmaßnahmen und die Schonung von ökologischen Ressourcen.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Messeauftritte, Ausstellungen, Markenwelten, Medien und Medienarchitektur, Marketing-Events

REFERENZEN / REFERENCES

Brockhaus, Bundeswirtschaftsministerium, EnBW, E.ON, Mercedes-Benz, ORACLE Deutschland, Bosch, Škoda, Siemens, ThyssenKrupp, Voith Turbo, Wirtschaftsförderung Region Stuttgart

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Johannes Milla, Peter Redlin

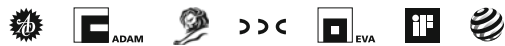
GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1989

MITARBEITER / EMPLOYEES

35

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Heusteigstraße 44

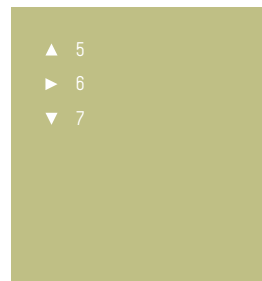
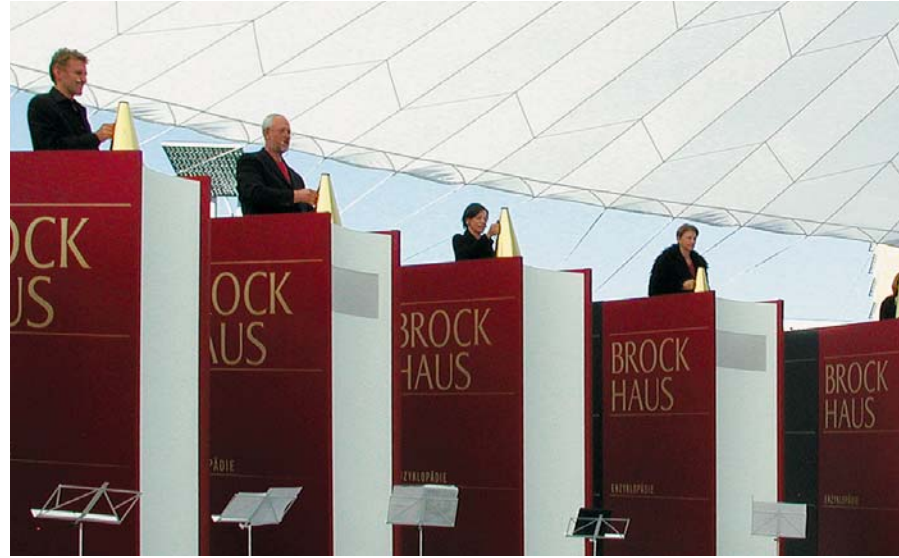
70180 Stuttgart, Germany

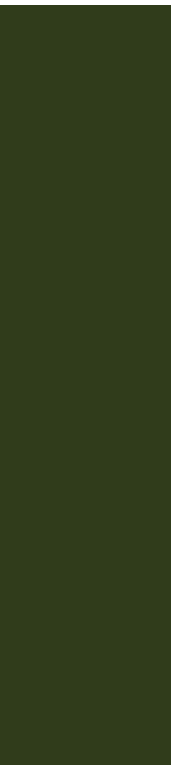
T +49 (0) 711-966730

F +49 (0) 711-6075076

gutentag@milla.de, www.milla.de

» milla und partner
agentur & ateliers





1. BROCKHAUS / PRESSE- UND PUBLIC-EVENT ZUM 200-JÄHRIGEN JUBILÄUM
2. MERCEDES-BENZ UND STEINWAY & SONS / WANDERAUSSTELLUNG
3. NOVARTIS / MULTIFUNKTIONALE, INTERAKTIVE EXPONATE
4. SIEMENS / UNTERNEHMENS AUSSTELLUNG SIEMENS FORUM MÜNCHEN
5. MERCEDES-BENZ NUTZFAHRZEUGE / MESSEAUFTRIFF IAA NUTZ
6. ADIDAS / GLOBAL MARKETING MEETING MONTE CARLO
7. ART DIRECTORS CLUB / AWARDS SHOW 2008
8. MERCEDES-BENZ / SHOWROOM DESIGN
9. E.ON / MESSEAUFTRIFF HANNOVER MESSE
10. DEUTSCHER PAVILLON EXPO HANNOVER / BRÜCKEN IN DIE ZUKUNFT

NEO.STUDIO

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Wir arbeiten mit einem erweiterten Architekturbegriff: Inhaltliche, konzeptionelle und entwerfliche Prozesse unterschiedlicher Disziplinen betrachten wir als Einheit. Die zentrale Rolle spielen dabei immer die Themen und Inhalte. Durch die Verknüpfung szenografischer und architektonischer Prinzipien entstehen so neue, ganzheitlich erlebbare Raumqualitäten und Präsentationsformen.

We work with an expanded concept of architecture: We consider the content, concept and design processes of different disciplines as a single cluster. The themes and content always play the main role therein. By linking scenographic and architectural principles, we create new spatial properties and presentation forms that can then be experienced holistically.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Museumsgestaltung, Temporäre Ausstellungen, Markenarchitekturen, Leitungssysteme, Ausstellungsgrafik, Mediengestaltung, Kataloge und Begleitmedien

Museum designs, temporary exhibitions, brand architecture, management systems, exhibition graphics, media design, catalogues and accompanying material

REFERENZEN / REFERENCES

Bundesministerium für Bildung und Forschung, Büro Wissenschaftsjahr im DLR, Deutsches Technikmuseum Berlin, Einstein Forum Potsdam, Franckesche Stiftungen zu Halle, Gedenkstätte Berlin-Hohenschönhausen, Generaldirektion Kulturelles Erbe Rheinland-Pfalz, Humboldtuniversität zu Berlin, Konstantin Ausstellungsgesellschaft mbH, Konferenz nationaler Kultureinrichtungen (KNK), Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland GmbH, Max-Planck-Gesellschaft, Max-Planck-Institut für Wissenschaftsgeschichte, Stadtmuseum Simeonstift Trier, Neues Universum e.V., Regionale 2004, Rheinisches Landesmuseum Trier, Stadtwerke Mainz AG, Technische Universität Berlin/Amerikahaus

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Tobias Neumann, Moritz Schneider

MITARBEITER / EMPLOYEES

10

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Leuschnerdamm 13
10999 Berlin, Germany
T +49 (0) 30-27498285
F +49 (0) 30-27498283
mail@neo-studio.de
www.neo-studio.de





PHOTO: MARKUS DORFMÜLLER

S

168 169 EXHIBITION DESIGN / SIEGER DESIGN

SIEGER DESIGN

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

sieger design concepts stand for timelessness and lasting values, far beyond fashion trends with a short half-life. Because design means responsibility: for society, the environment, customers and users. We understand sustainability in a holistic way.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Product Design, Industrial Design, Graphic Design, Corporate Design, Branding, Editorial Design, Webdesign, Packaging, Architecture, Interior Design, Exhibition Design, see "Industrial Design" and "Graphic Design"

REFERENZEN / REFERENCES

Maltzahn Carpet Innovation, Mennekes, Porzellanmanufaktur Fürstenberg, Praxis Schilgen, Restaurant Am Aasee, SIEGER Couture, Sitting Bull, wissner-bosserhoff

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Christian Sieger, Michael Sieger, Benedikt Sauerland

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1964

MITARBEITER / EMPLOYEES

32

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS

u. a.

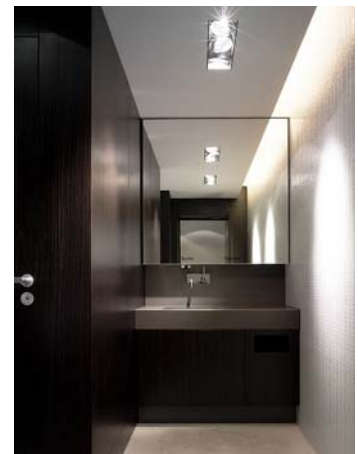


ANSCHRIFT / ADDRESS

Schloss Harkotten
48336 Sassenberg, Germany
T +49 (0) 5426-9492-0
F +49 (0) 5426-9492-89
info@sieger-design.com
www.sieger-design.com



sieger design



1

2





3



4



- 1 RESTAURANT AM AASEE
- 2 MENNEKES / TRADE-FAIR STAND
- 3 MALTZAHN CARPET INNOVATION / COLOR + DESIGN EXPLOSION TRADE-FAIR STAND
- 4 PORZELANMANUFAKTUR FÜRSTENBERG / TRADE-FAIR STAND



S

170 171 EXHIBITION DESIGN / STENGELE+CIE.

STENGELE+CIE.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Kernkompetenz:

stengele+cie. entwirft und plant Architektur und Kommunikationsräume, Marken- und Themeninszenierungen sowie Corporate Environments.

Im Mittelpunkt der Arbeit steht die Vermittlung von Inhalten und Werten im Raum.

stengele+cie. versteht sich als Spezialist für gebaute Kommunikation.

Jenseits der Marken- und Themeninszenierung widmet sich

stengele+cie. Gestaltungs- und Bauaufgaben mit hohem Anspruch an Design und Eigenständigkeit.

Leistungsangebot:

Architektur und Markenkommunikation

Architektur, Ausstellungen, Corporate Environments, Displays, Firmensitze, Interior Design, Kundencenter, Messeauftritte, Point of Sale, Produktpräsentationen, Shop Design, Showrooms, Themeninszenierungen, Themenparks

REFERENZEN / REFERENCES

Beiten Burkhardt, Daniel Hechter, Deutsches Weininstitut, Esri Geoinformatik, Heidelberger Druckmaschinen AG, Hexagon, Körber PaperLink, Leica Camera, Leica Geosystems, Moby Dick, JPMorgan Asset Management, Procter & Gamble, Raab Karcher, Rohde, Toyota, Viseum Wetzlar sowie private Bauherren

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Volker Stengele

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

2002

MITARBEITER / EMPLOYEES

7

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



BDA
Architekturpreis
„Junge Architekten in Hessen 2008“

ANSCHRIFT / ADDRESS

Alexanderstraße 65
60489 Frankfurt, Germany
T +49 (0) 69-78077522
F +49 (0) 69-78077761
info@stengele-cie.de
www.stengele-cie.de

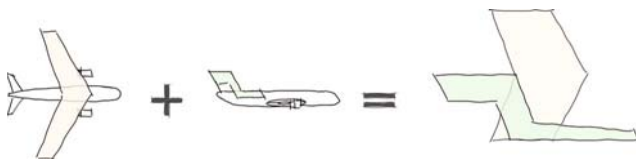
stengele+cie.



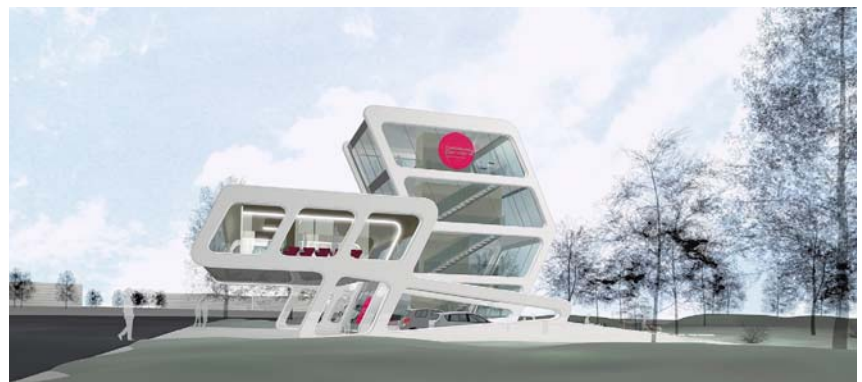
DANIEL HECHTER / GDS 2008 UND 2009



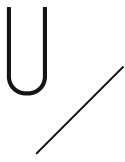
RÖHDE / GDS 2008 UND 2009



PAVILLON AIRPORT CITY 2009



PHOTOS: NADINE PREISS, KÖLN



UEBERHOLZ.

FIRMENPHILOSOPHIE / CORPORATE PHILOSOPHY

Um kommunikative Prozesse auszulösen, setzen wir unsere Kreativität ganz individuell und kundenspezifisch ein. Unser Ziel ist eine qualitativ hochwertige Gestaltung, die sich an den Maßstäben von Kunst, Design und Architektur orientiert. Doch nur im Dialog mit dem Kunden können wir Ungewöhnliches wagen. Wir schaffen Orte der Begegnung. Das in kurzer Zeit Erlebte wird für den Besucher zur langlebigen Anregung und Erinnerung.

In order to generate and foster communicative processes, we focus our creativity on each specific client individually. Our goal is a top-quality creation oriented on the highest standards of art, design and architecture. Only in close dialogue with the client can we venture to achieve something extraordinary. We create places of encounter. What the visitor experiences in a brief space of time is transmuted into an enduring memory and stimulus.

TÄTIGKEITSFELDER / DISCIPLINES

Entwurf und Realisierung von temporärer Architektur. Ladenbau, Objekt-erstellung, Ausstellungs- und Museumsarchitektur, Planung und Durchführung von Veranstaltungen

Design and execution of temporary architecture, store and building construction, exhibition and museum architecture, planning and implementation of events

REFERENZEN / REFERENCES

Interprint, Lonza, Steute, Tischler NRW, Durable, EMKA, GIRA, Bega, Insta, KME Germany AG, EPS, Brawa, Braunkabel, Orgasystems, Zapp

GESCHÄFTSFÜHRUNG / MANAGEMENT

Nico Ueberholz

GRÜNDUNGSDATUM / FOUNDATION

1986

AUSZEICHNUNGEN / AWARDS



ANSCHRIFT / ADDRESS

Warndtstraße 7
42285 Wuppertal, Germany
T +49 (0) 202-28096-0
F +49 (0) 202-28096-66
info@ueberholz.de
www.ueberholz.de

Ueberholz.



UEBERHOLZ EIGENPRÄSENTATION EUROSHOP 2005



GIRA, LIGHT & BUILDING



UEBERHOLZ EIGENPRÄSENTATION EUROSHOP 2008



BEGA, LIGHT & BUILDING



KME GERMANY AG, BAU MÜNCHEN



INDEX

**ALPHABETICAL
FIELDS OF ACTIVITY
AWARDS**

A

VOL. 02 110-111

A&B SQUID

Burgstraße 27
D-10178 Berlin
T +49 (0) 30-24086700
F +49 (0) 1805-223285
mail@a-b-squid.de
www.a-b-squid.de

VOL. 02 22-23

ABERHAM

Hansaallee 42
D-40547 Düsseldorf
T +49 (0) 211-5577510
F +49 (0) 211-5577520
info@aberham-design.de
www.aberham-design.de

VOL. 01 26-27

ADALADE TESTA MOTARI

Baarerstrasse 79
CH-6302 Zug
T +41 (0) 41-7101111
F +41 (0) 41-7101101
info@testa-motari.ch
www.testa-motari.ch

VOL. 02 24-25

ALBRECHT-DESIGN

Breite Straße 15
D-38100 Braunschweig
T +49 (0) 531-125833
F +49 (0) 531-125836
albrecht-design@t-online.de
www.albrecht-design.net

VOL. 02 26-27

ALLDISEIGN

Schillerstraße 47
D-41061 Mönchengladbach
T +49 (0) 2161-29308-0
F +49 (0) 2161-29308-70
info@alldesign.de
www.alldesign.de

VOL. 01 28-29

AROMA.ID IHR DESIGNPARTNER

Speyerstraße 7
D-63065 Offenbach am Main
T +49 (0) 69-83836253
F +49 (0) 69-83836255
kontakt@aroma-ID.de
www.aroma-ID.de

VOL. 01 30-39

ARTEFAKT

Alte Fabrik, Liebigstraße 50–52
D-64293 Darmstadt
T +49 (0) 6151-39670-0
F +49 (0) 6151-39670-20
public@artefakt.de
www.artefakt.de

B

VOL. 01 40-41

BABEL

Burgplatz 4
D-74199 Untergruppenbach
T +49 (0) 7130-47700
F +49 (0) 7130-477024
adolf.babel@babel-design.net
www.babel-design.de

VOL. 02 28-29

BAGGEN DESIGN GMBH

Martinstraße 47–55, Haus F
D-40223 Düsseldorf
T +49 (0) 211-61717627
F +49 (0) 211-61717621
info@baggendesign.de
www.baggendesign.de

VOL. 02 30-31

**BEAU BUREAU
KOMMUNIKATIONSDESIGN**

Hochstadtstraße 27
D-50674 Köln
T +49 (0) 221-1686706
F +49 (0) 221-1686707
form@beau-bureau.de
www.beau-bureau.de

VOL. 01 154-155, VOL. 02 112-113

BECC AGENCY GMBH

Osterwaldstraße 10
D-80805 München
T +49 (0) 89-232387000
F +49 (0) 89-2323870012
info@becc-agency.de
www.becc-agency.de

VOL. 01 42-43

BEGER DESIGN

Melchiorstraße 14
D-50670 Köln
T +49 (0) 221-7392366
F +49 (0) 221-7392386
info@begetdesign.de
www.begetdesign.de

VOL. 02 32-33

BERLINTAPETE GMBH

Kollwitzstr. 80
D-10435 Berlin
T +49 (0) 180-502030901
F +49 (0) 30-44042009
produktion@berlintapete.de
www.berlintapete.de

VOL. 01 44-45

BGP DESIGN

BRAAKE GROBE PARTNERSCHAFT
Lindenstraße 10
D-70563 Stuttgart
T +49 (0) 711-22062890
F +49 (0) 711-220628999
info@bgp-design.com
www.bgp-design.com

VOL. 02 114-115

**BHP DESIGN,
BALLWEG & HUPE PARTNER**

Am Harras 12
D-81373 München
T +49 (0) 89-76753000
F +49 (0) 89-76753001
mail@bhp-design.de
www.bhp-design.de

VOL. 02 34-35

GERHARD BLÄTTLER, GRAFIKER

Brückenstrasse 14c
CH-3005 Bern
T +41 (0) 31-318 62 68
F +41 (0) 31-331 10 50
mail@gerhardblaettler.ch
www.gerhardblaettler.ch

VOL. 02 36-37

LOTHAR BÖHM GMBH

Große Elbstraße 281
D-22767 Hamburg
T +49 (0) 40-391008-0
F +49 (0) 40-391008-44
de@boehm-design.com
www.boehm-design.com

VOL. 02 38-39

**BOTSCHAFT
PROF. GERTRUD NOLTE
VISUELLE KOMMUNIKATION
UND BERATUNG**

Talstraße 24
D-40217 Düsseldorf
T +49 (0) 211-15923528
F +49 (0) 211-15923546
info@botschaftnolte.de
www.botschaftnolte.de

VOL. 02 116-117

BRANDOFFICE GMBH

Kapuzinerstraße 9
D-80337 München
T +49 (0) 89-5998809-10
F +49 (0) 89-5998809-99
info@brandoffice.com
www.brandoffice.com

VOL. 01 156-157

BRAUNWAGNER

Krefelder Straße 147
D-52070 Aachen
T +49 (0) 241-4010720
F +49 (0) 241-40107222
info@braunwagner.de
www.braunwagner.de

VOL. 01 46-47

BRENNWALD DESIGN

Feldstraße 133
D-24105 Kiel
T +49 (0) 431-334515
F +49 (0) 431-334516
mail@brennwald-design.de
www.brennwald-design.de

VOL. 02 40-41

**BRÖSSKE, MEYER & RUF GMBH
DESIGN-AGENTUR DÜSSELDORF**

Adlerstraße 74
D-40211 Düsseldorf
T +49 (0) 211-17970
F +49 (0) 211-1797111
hello@bmr-design.de
www.bmr-design.de

VOL. 01 158-159

**BRUNS MESSE- UND AUSSTEL-
LUNGSGESTALTUNG GMBH**

Augustin-Rösch-Straße 17
D-80935 München
T +49 (0) 89-354909-0
F +49 (0) 89-354909-99
info@bruns-messebau.de
www.brun-messebau.de

VOL. 01 48-51

**BUDDE INDUSTRIE
DESIGN GMBH**

Dülmener Straße 67
D-48163 Münster
T +49 (0) 2536-330620
F +49 (0) 2536-330633
info@budde-design.de
www.budde-design.de

VOL. 02 48-49

**BURKARDT + HOTZ
BÜRO FÜR GESTALTUNG**

Luisenstraße 83
D-63067 Offenbach
T +49 (0) 69-881424
F +49 (0) 69-881423
mail@bfg-online.de
www.bfg-online.de

VOL. 02 118-119

BÜRO BENSELER

Eckener Straße 10
D-86415 Mering
T +49 (0) 8233-4388
F +49 (0) 8233-1599
buero.benseler@t-online.de

VOL. 01 160-161, VOL. 02 42-43

BÜRO DIFFUS GMBH

Marienstraße 37
D-70178 Stuttgart
T +49 (0) 711-99339130
F +49 (0) 711-99339133
info@diffus.com
www.diffus.com

VOL. 02 44-45

**BÜRO FÜR GESTALTUNG
WANGLER & ABELE**

Hohenzollernstraße 89
D-80796 München
T +49 (0) 89-273702-60
F +49 (0) 89-273702-80
info@bfgest.de
www.bfgest.de

VOL. 02 120-121

BÜRO GROTESK

Wissmannstraße 15
D-40219 Düsseldorf
T +49 (0) 211-1372796
gutentag@buero-grotesk.de
www.buero-grotesk.de

VOL. 02 46-47

BÜRO WEISS

Gabriel-Max-Straße 4
D-10245 Berlin
T +49 (0) 30-78083780
F +49 (0) 30-78083781
post@buero weiss.de
www.buero weiss.de

C

VOL. 02 50-51

C&N WERBEAGENTUR GMBH

Rosserstraße 9
D-60323 Frankfurt am Main
T +49 (0) 69-1700850
F +49 (0) 69-17008520
info@c-u-n.de
www.c-u-n.de

VOL. 02 122-123

CAUSA FORMALIS

Brüsseler Platz 15
D-50674 Köln
T +49 (0) 221-9522600
F +49 (0) 221-9522605
info@causa-formalis.de
www.causa-formalis.de

VOL. 02 52-53

MURIEL COMBY GRAFIK

Hafenstrasse 25a, Postfach 621
CH-4019 Basel
T +41 (0) 61-6311990
info@murielcomby.ch
www.murielcomby.ch

VOL. 02 54-55

**CREDO
CONCEPT . COMMUNICATION**

Bischof-Wolferger-Straße 30
D-94032 Passau
T +49 (0) 851-9520234
F +49 (0) 851-9520235
info@credo-concept.com
www.credo-concept.com

VOL. 02 56-57

CYCLOS DESIGN GMBH

Hafenweg 24
D-48155 Münster
T +49 (0) 251-9159980
F +49 (0) 251-91599810
info@cyclos-design.de
www.cyclos-design.de

D

VOL. 02 124-125

DA*DA DESIGNPROJEKT

Rathausufer 16
D-40213 Düsseldorf
T +49 (0) 211-13090254
info@darda-design.de
www.darda-designprojekt.de

VOL. 01 52-53

DIALOGFORM GMBH

Wallbergstraße 3
D-82024 Taufkirchen
T +49 (0) 89-6128251
F +49 (0) 89-6128253
info@dialogform.de
www.dialogform.de

VOL. 02 58-59

DIMANSKI

Frohe Zukunft 11
D-06118 Halle (Saale)
T +49 (0) 345-5223250
F +49 (0) 345-5223251
barbara@dimanski.de
www.dimanski.de

VOL. 02 60-61

DISEGNO GBR

VISUELLE KOMMUNIKATION
Seydlitzstraße 9
D-42281 Wuppertal
T +49 (0) 202-86435
F +49 (0) 202-2802074
hallo@disenjo.de
www.disenjo.de

E

VOL. 02 62-63

**EDEN UND TEAM
WERBEAGENTUR GMBH**

Goethestraße 5
D-44791 Bochum
T +49 (0) 234-9731170
F +49 (0) 234-9731175
kontakt@edenundteam.de
www.edenundteam.de

VOL. 02 64-65

ELBEDESIGNCREW

Albert-Einstein-Ring 9
D-22761 Hamburg
T +49 (0) 40-899690-0
F +49 (0) 40-899690-44
j.heise@elbedesigncrew.de
www.elbedesigncrew.de

VOL. 02 66-67

ETAGE3 KOMMUNIKATION + DESIGN GMBH

Heyne Fabrik, Lilistraße 83 d
D-63067 Offenbach am Main
T +49 (0) 69-8570840
F +49 (0) 69-8570842
contact@etage3.com
www.etage3.com

F

VOL. 01 54-55

HEINRICH FIEDELER INDUSTRIAL DESIGN

Adolfsallee 12
D-65185 Wiesbaden
T +49 (0) 611-9406655
F +49 (0) 611-9406654
info@heinrich-fiedeler.de
www.heinrich-fiedeler.de

VOL. 01 56-57

FINKELDEY + UETRECHT NEXUS PRODUCT DESIGN

Muerfeldstraße 22
D-33719 Bielefeld
T +49 (0) 521-333352
F +49 (0) 521-333382
info@nexusproductdesign.de
www.nexusproductdesign.de

VOL. 01 58-59

FORMTONE

Klebestrasse 22
CH-8041 Zürich
T +41 (0) 43-9609922
www.formtone.com

VOL. 01 60-61

FRACKENPOHL POULHEIM

Im Stavenhof 20
D-50668 Köln
T +49 (0) 221-7158528
F +49 (0) 221-7158529
info@frackenhohl-poulheim.de
www.frackenhohl-poulheim.de

G

VOL. 02 68-69

GDC DESIGN

Ludwigstraße 2
D-90763 Fürth
T +49 (0) 911-2876387
F +49 (0) 911-2876388
info@gdc-design.de
www.gdc-design.de

VOL. 01 62-63

CARSTEN GOLLNICK PRODUCT DESIGN & INTERIOR DESIGN

Bülowstraße 66 D1 1.OG
D-10783 Berlin
T +49 (0) 30-21235856
F +49 (0) 30-21235857
info@gollnick-design.de
www.gollnick-design.de

VOL. 01 64-65

GREUTMANN BOLZERN DESIGNSTUDIO

Sihlquai 268
CH-8005 Zürich
T +41 (0) 44-4405588
F +41 (0) 44-4405580
carmen.greutmann@gbdesign.ch,
urs.greutmann@gbdesign.ch
www.gbdesign.ch

H

VOL. 01 66-67

H-DESIGN

Hauptstraße 66
D-01465 Langebrück
T +49 (0) 35201-70872
F +49 (0) 35201-71314
hartig@h-design.de
www.h-design.de

VOL. 01 66-67

H-DESIGN

Altkötzschenbroda 59 g
D-01445 Radebeul
T +49 (0) 351-4593008
F +49 (0) 351-4415466
kratschmer@h-design.de
www.h-design.de

VOL. 02 126-127

HAUSER LACOUR

Westendstraße 84
D-60325 Frankfurt am Main
T +49 (0) 69-80909990
F +49 (0) 69-80909999
info@hauserlacour.de
www.hauserlacour.de

VOL. 01 68-71

HENSSLER UND SCHULTHEISS FULLSERVICE PRODUCTDESIGN GMBH

Weissensteiner Straße 28
D-73525 Schwäbisch Gmünd
T +49 (0) 7171-92742-0
F +49 (0) 7171-92742-42
info@henssler-schultheiss.de
www.henssler-schultheiss.de

VOL. 02 128-129

HESSE DESIGN

Ritterstraße 11
D-40213 Düsseldorf
T +49 (0) 211-2807200
F +49 (0) 211-28072020
info@hesse-design.de
www.hesse-design.com

I

VOL. 01 72-73

ID DESIGN AGENTUR

Pentenrieder Straße 39
D-82152 Krailling
T +49 (0) 89-8571007
F +49 (0) 89-8574069
info@id-design.de
www.id-design.de

VOL. 02 130-131

IDENTIS GMBH, DESIGN-GRUPPE JOSEPH PÖLZELBAUER

Bötzingen Straße 36
D-79111 Freiburg
T +49 (0) 761-401379-0
F +49 (0) 761-42030
info@identis.de
www.identis.de

VOL. 02 70-71

INDEPENDENT MEDIEN-DESIGN

Widenmayerstraße 16
D-80538 München
T +49 (0) 89-2900150
F +49 (0) 89-29001515
info@independent-medien-design.de
www.independent-medien-design.de

J

VOL. 01 162-163, VOL. 02 158-159

JANGLED NERVES

Hallstraße 25
D-70376 Stuttgart
T +49 (0) 711-550375-0
F +49 (0) 711-550375-22
info@janglednerves.com
www.janglednerves.com

K

VOL. 02 132-133

KAISER + MORE THE BRAND EXPERIENCE

Adolfsallee 47
D-65185 Wiesbaden
T +49 (0) 611-986510
F +49 (0) 611-9865120
contact@kaisermore.com
www.kaisermore.com

VOL. 01 74-75

KISKA GMBH

St. Leonharder Straße 4
A-5081 Salzburg Anif
T +43 (0) 6246-73488-0
F +43 (0) 6246-73488-1044
office@kiska.com
www.kiska.com

VOL. 02 134-135

CLAUS KOCH TM

Kaistraße 18
D-40221 Düsseldorf
T +49 (0) 211-301020
F +49 (0) 211-3010220
ck@clauskoch.de
www.clauskoch.de

VOL. 02 72-73

KONZEPTION + DESIGN TRAWNY/QUASS VON DEYEN GBR

Hohenstaufenring 42
D-50674 Köln
T +49 (0) 221-9216210
F +49 (0) 221-92162121
quassvondeyen@kdkoeln.de
www.kdkoeln.de

VOL. 01 76-77

KORB + KORB ARCHITEKTUR KOMMUNIKATION DESIGN

Schartenstrasse 3
CH-5400 Baden
T +41 (0) 56-2001420
F +41 (0) 56-2001424
info@korb-korb.ch
www.korb-korb.ch

VOL. 02 74-75

KOREFE - KOLLE REBBE FORM UND ENTWICKLUNG

Dienereihe 2
D-20457 Hamburg
T +49 (0) 40-325423-0
F +49 (0) 40-325423-23
info@korefe.de
www.korefe.de

VOL. 02 160-161

KP3 MEDIEN GMBH

Rosenthaler Straße 40–41
D-10178 Berlin
T +49 (0) 30-400069-0
F +49 (0) 30-400069-29
info@kp3.de
www.kp3.de

VOL. 01 78-81

KURZ KURZ DESIGN

Engelsberg 44
D-42697 Solingen
T +49 (0) 212-336983
F +49 (0) 212-337198
info@kurz-kurz-design.de
www.kurz-kurz-design.de

VOL. 02 76-81

KW43 BRANDESIGN

Platz der Ideen 2
D-40476 Düsseldorf
T +49 (0) 211-5577830
F +49 (0) 211-55778333
contact@kw43.de
www.kw43.de

L

VOL. 02 82-83

LEITWERK. BÜRO FÜR KOMMUNIKATION

Gladbacher Straße 40
D-50672 Köln
T +49 (0) 221-954226-0
F +49 (0) 221-954226-11
tower@leitwerk.com
www.leitwerk.com

VOL. 01 82-83

LENGYELDESIGN

Rellinghauser Straße 332
D-45136 Essen
T +49 (0) 201-89536-0
F +49 (0) 201-89536-11
contact@lengyel.de
www.lengyel.de

VOL. 01 84-85

PROF. STEFAN LENGYEL

Holunderweg 26
D-45133 Essen
T +49 (0) 201-411441
F +49 (0) 201-413376
design@stefan-lengyel.com
www.stefan-lengyel.com

M

VOL. 01 92-93

.MOLDESIGN REINER MOLL & PARTNER

Turmstraße 7
D-73525 Schwäbisch Gmünd
T +49 (0) 7171-93000
F +49 (0) 7171-930023
info@molldesign.de
www.molldesign.de

VOL. 02 136-137

MAGMA BRAND DESIGN GMBH & CO. KG

Südendstraße 52
D-76135 Karlsruhe
T +49 (0) 721-824858-0
F +49 (0) 721-824858-10
info@magmabranddesign.de
www.magmabranddesign.de

VOL. 01 86-87

MEHNERT CORPORATE DESIGN GMBH & CO. KG

Köpenickerstraße 48–49
D-10179 Berlin
T +49 (0) 30-6111199
F +49 (0) 30-6111198
je@mehnerdesign.de
www.mehnerdesign.de

VOL. 01 88-89, VOL. 02 138-139

MEYER-HAYOZ DESIGN ENGINEERING GROUP

Zollernstraße 26
D-78462 Konstanz
T +49 (0) 7531-90930
F +49 (0) 7531-909390
info.de@meyer-hayoz.com
www.meyer-hayoz.com

VOL. 01 88-89, VOL. 02 138-139

MEYER-HAYOZ DESIGN ENGINEERING GROUP

Jägerstrasse 2
CH-8406 Winterthur
T +41 (0) 52-2090101
F +41 (0) 52-2090109
info.ch@meyer-hayoz.com
www.meyer-hayoz.com

VOL. 01 90-91

DESIGNBÜRO WOLFGANG C.R. MEZGER

Olgastraße 12
D-73033 Göppingen
T +49 (0) 7161-89998
F +49 (0) 7161-89988
info@design-mezger.com
www.design-mezger.com

VOL. 01 164-165

**MILLA UND PARTNER
AGENTUR & ATELIERS**
Heusteigstraße 44
D-70180 Stuttgart
T +49 (0) 711-966730
F +49 (0) 711-6075076
gutentag@milla.de
www.milla.de

N

VOL. 01 166-167

**NEO.STUDIO NEUMANN
SCHNEIDER ARCHITEKTEN**
Leuschnerdamm 13
D-10999 Berlin
T +49 (0) 30-27498285
F +49 (0) 30-27498283
mail@neo-studio.de
www.neo-studio.de

VOL. 02 140-141

NODESIGN
Mintropstraße 61
D-45239 Essen
T +49 (0) 201-766569
F +49 (0) 201-7509009
design@nodesign.com
www.nodesign.com

P

VOL. 01 94-95

PATZAK DESIGN
Beckstraße 25
D-64287 Darmstadt
T +49 (0) 6151-49740
F +49 (0) 6151-497419
info@patzak-design.com
www.patzak-design.com

VOL. 02 142-143

PETER SCHMIDT GROUP
ABC-Straße 47
D-20354 Hamburg
T +49 (0) 40-441804-0
F +49 (0) 40-441804-70
info@peter-schmidt-group.de
www.peter-schmidt-group.de

VOL. 02 162-163

**PHOENIX DESIGN
GMBH & CO. KG**
Kölner Straße 16
D-70376 Stuttgart
T +49 (0) 711-9559760
F +49 (0) 711-95597699
info@phoenixdesign.com
www.phoenixdesign.com

VOL. 01 96-99

INDUSTRIEFORMEN PIOREK
Bahnhofstraße 50
D-65185 Wiesbaden
T +49 (0) 611-373925
F +49 (0) 611-375418
pio@piorek.com
www.piorek.com

VOL. 01 100-101

**PRO INDUSTRIA
BÜRO FÜR INDUSTRIAL DESIGN
MANFRED LANG**
Oberwiehler Straße 92
D-51674 Wiehl
T +49 (0) 2262-7275-0
F +49 (0) 2262-7275-20
info@proindustria.de
www.proindustria.de

**PRO INDUSTRIA AG
BÜRO FÜR INDUSTRIAL DESIGN**

Aeschengraben 10
CH-4051 Basel
T +41 (0) 61-5645494
F +41 (0) 61-5645495
info@proindustria.ch
www.proindustria.ch

VOL. 01 102-103

PRODESIGN BERND BRÜSSING
Turmstraße 39
D-89231 Neu-Ulm
T +49 (0) 731-73982
F +49 (0) 731-724318
info@prodesign-ulm.de
www.prodesign-ulm.de

VOL. 01 104-105

PRODUCT INNOVATION LOUNGE
Mühlstraße 10
D-88085 Langenargen
T +49 (0) 7543-609425
F +49 (0) 7543-963890
vertrieb@caid.biz
www.caid.biz

VOL. 02 144-145

PROFORMA GMBH & CO KG
Bülowstraße 66
D-10783 Berlin
T +49 (0) 30-780976-0
F +49 (0) 30-780976-77
proforma@proforma.de
www.proforma.de

VOL. 01 106-107

PULS
Nieder-Ramstädter Straße 247
D-64285 Darmstadt
T +49 (0) 6151-4287680
F +49 (0) 6151-42876820
info@puls-design.de
www.puls-design.de

Q

VOL. 01 108-109

QUADESIGN PARTNER AG
Untermüli 5
CH-6300 Zug
T +41 (0) 41-7608670
F +41 (0) 41-7608673
design@quadesign.ch
www.quadesign.ch

R

VOL. 01 110-111

REALDESIGN GMBH
Käthe-Kollwitz-Straße 80
D-04109 Leipzig
T +49 (0) 341-9832026
F +49 (0) 341-9832027
info@realdesign.de
www.realdesign.de

VOL. 02 84-85

RINCÓN 2 MEDIEN GMBH
Gilbachstraße 29a
D-50672 Köln
T +49 (0) 221-921636-0
F +49 (0) 221-921636-10
info@rincon.de
www.rincon.de

S

VOL. 01 112-113

**SCALA DESIGN
TECHNISCHE
PRODUKTENTWICKLUNG GMBH**
Wolf-Hirth-Str. 23
D-71034 Böblingen
T +49 (0) 7031-226908
F +49 (0) 7031-227809
scala@scala-design.de
www.scala-design.de

VOL. 01 114-117

SCHMIDDEM
Ansbacher Str. 71
D-10777 Berlin
T +49 (0) 30-61401624
F +49 (0) 30-61401626
team@schmidde-design.de
www.schmidde.com

VOL. 02 146-147

SCHÖMANN CORPORATE GMBH
Rosenthaler Straße 40-41
D-10178 Berlin
T +49 (0) 30-690897-0
F +49 (0) 30-690897-15
mail@schoemann.de
www.schoemann.de

VOL. 01 118-119

SCHÜNEMANN DESIGNSOLUTIONS
Rheinstraße 4
D-12159 Berlin
T +49 (0) 30-6144989
F +49 (0) 30-61507739
mail@schuenemann-design.de
www.schuenemann-design.de

VOL. 02 86-87

BUERO-SIEBER. DE
Wilhelmstraße 16
D-73525 Schwäbisch Gmünd
T +49 (0) 7171-30040
F +49 (0) 7171-30052
info@buero-sieber.de
www.buero-sieber.de

VOL. 01 120-121, 168-169,

VOL. 02 88-89

**SIEGER DESIGN
GMBH & CO. KG**
Schloss Harkotten 1
D-48336 Sassenberg
T +49 (0) 5426-9492-0
F +49 (0) 5426-9492-89
info@sieger-design.com
http://www.sieger-design.com

VOL. 02 90-91

SIGN KOMMUNIKATION GMBH
Oskar-von-Miller-Straße 14
D-60314 Frankfurt am Main
T +49 (0) 69-9443240
F +49 (0) 69-94432450
info@sign.de
www.sign.de

VOL. 01 122-123

SIGNCE
Oskar-Schlemmer-Straße 15
D-80807 München
T +49 (0) 89-3866790
F +49 (0) 89-38667910
info@signce.eu
www.signce.eu

VOL. 01 124-125,

VOL. 02 92-93, 148-149

SOLUTIONS
Sternstraße 117
D-20357 Hamburg
T +49 (0) 40-432006-0
F +49 (0) 40-432006-33
info@solutions.de
www.solutions.de

VOL. 01 126-127

UWE SPANNAGEL™
Engelbertstraße 21
D-50674 Köln
T +49 (0) 221-2400497
F +49 (0) 221-2400498
office@uwespannagel.com
www.uwespannagel.com

VOL. 01 128-129, VOL. 02 150-151

**SPIRIT DESIGN CONSULTING &
SERVICES GMBH**
Silbergasse 8
A-1190 Wien
T +43 (0) 1-36779790
F +43 (0) 1-36779790
spirit@spiritdesign.com
www.spiritdesign.com

VOL. 02 152-153

**STANKOWSKI + DUSCHEK
GRAFISCHES ATELIER**
Lenbachstraße 43
D-70192 Stuttgart
T +49 (0) 711-896645-0
F +49 (0) 711-896645-11
atelier@st-du.de
www.st-du.de

VOL. 01 170-171

STENGELE+CIE.
Alexanderstraße 65
D-60489 Frankfurt am Main
T +49 (0) 69-78077522
F +49 (0) 69-78077761
info@stengele-cie.de
www.stengele-cie.de

VOL. 01 130-131

**STOTZ-DESIGN.COM
GMBH+CO KG**
Besenbruchstraße 6
D-42285 Wuppertal
T +49 (0) 202-300667
F +49 (0) 202-300668
info@stotz-design.com
www.stotz-design.com

VOL. 01 132-133

STRUPPLER INDUSTRIEDESIGN
Senftlstraße 7
D-81541 München
T +49 (0) 89-890587-10
F +49 (0) 89-890587-25
info@strupplerdesign.de
www.strupplerdesign.de

VOL. 01 94-95

**STUDIO 38
PURE COMMUNICATION GMBH**
Rosenthaler Straße 38
D-10178 Berlin
T +49 (0) 30-2851870
F +49 (0) 30-28518718
contact@studio38.de
www.studio38.de

VOL. 01 134-135

STUDIO EBERHARD SAUER
Rigipstraße 27
D-71083 Herrenberg
T +49 (0) 7032-97700
F +49 (0) 7032-97707
mail@eberhardsauer.com
www.eberhardsauer.com

VOL. 02 96-97

STUDIO LAEIS
Lindenallee 43
D-50968 Köln
T +49 (0) 221-888787-0
F +49 (0) 221-888787-8
info@laeis.com
www.laeis.com

VOL. 01 136-137

**HEINRICH STUKENKEMPER
INDUSTRIAL DESIGN TEAM**
Am Förderturm 8
D-44575 Castrop-Rauxel
T +49 (0) 2305-43495
F +49 (0) 2305-922110
stukenkemper@t-online.de
www.stukenkemper.com

VOL. 01 138-139

SYNOPSIS DESIGN GMBH
Teckstraße 56
D-70190 Stuttgart
T +49 (0) 711-2621131
F +49 (0) 711-2622670
mail@synopsisdesign.com
www.synopsisdesign.com

VOL. 02 98-99

**SYNDICATE BRAND &
CORPORATE DESIGN AG**
Rentzelstraße 10a
D-20146 Hamburg
T +49 (0) 40-414753-0
F +49 (0) 40-414753-33
info@syndicate.de
www.syndicate.de

VOL. 02 164-165

SYZYGY FRANKFURT

Im Atzelnest 3
D-61352 Bad Homburg
T +49 (0) 6172-9488-100
info@syzygy.net
www.syzygy.net



VOL. 02 100-101

**TRÄGER & TRÄGER VISUELLE
KOMMUNIKATION**

Querallee 1
D-34119 Kassel
T +49 (0) 561-766368-0
F +49 (0) 561-766368-22
mail@traegerundtraeger.de
www.traegerundtraeger.de

VOL. 01 140-143

TRICON DESIGN AG

Bahnhofstraße 26
D-72138 Kirchentellinsfurt
T +49 (0) 7121-68087-0
F +49 (0) 7121-68087-20
info@tricon-design.de
www.tricon-design.de



VOL. 01 172-173

UEBERHOLZ GMBH

Wärndtstraße 7
D-42285 Wuppertal
T +49 (0) 202-280960
F +49 (0) 202-2809666
info@ueberholz.de
www.ueberholz.de



VOL. 01 144-145

VALENTINITSCH DESIGN

Kollergasse 18/7
A-1030 Wien
T +43 (0) 1-7136201
F +43 (0) 1-7136685
valentinitisch@design.co.at
www.valentinitisch.at

VOL. 02 102-103

VISUPHIL® DESIGN STUDIOS

Konkordiastraße 20
D-40219 Düsseldorf
T +49 (0) 211-3036007
F +49 (0) 211-3036221
look@visuphil.com
www.visuphil.com



VOL. 01 146-147

**ANDREAS WEBER
ARCHITEKTUR UND DESIGN**

Madeleine-Ruoff-Straße 26a
D-82211 Herrsching
T +49 (0) 8152-90980
F +49 (0) 8152-90989
info@andreasweberdesign.de
www.andreasweberdesign.de

VOL. 02 104-105

**REGELINDIS WESTPHAL
GRAFIK DESIGN**

Willdenowstraße 5
D-13353 Berlin
T +49 (0) 30-4624006
F +49 (0) 30-4622728
mail@westphalgrafikdesign.de
www.westphalgrafikdesign.de

VOL. 01 148-149

WIEGE ENTWICKLUNGS GMBH

Hauptstraße 81
D-31848 Bad Münder
T +49 (0) 5042-999900
F +49 (0) 5042-999901
wiege@wiege.com
www.wiege.com



VOL. 01 150-151

XXD PRODUKTDESIGN GMBH

Heidachstraße 66
D-88079 Kressbronn
T +49 (0) 7543-500801
F +49 (0) 7543-500802
info@xxd.de
www.xxd.de



VOL. 02 154-155

ZEICHEN & WUNDER

Rumfordstraße 34
D-80469 München
T +49 (0) 89-746377-0
F +49 (0) 89-746377-77
info@zeichenundwunder.de
www.zeichenundwunder.de

VOL. 02 106-107

ZWÖLFTON DESIGN

Sonnenbergerstraße 21
D-65193 Wiesbaden
T +49 (0) 611-1885353
F +49 (0) 611-1885353
projekt@zwoelfton.de
www.zwoelfton.de

				INDUSTRIAL DESIGN	ACCESSORIES, JEWELRY	OFFICE, PUBLIC SPACE	LEISURE, SPORTS, GAMES	BUILDING TECHNOLOGY	TRADE, INDUSTRY	HOUSEHOLD, KITCHEN, BATHROOM	MEDIA, COMMUNICATION	MEDICINE, REHABILITATION	PUBLIC DESIGN	TRANSPORTATION	ENTERTAINMENT ELECTRONICS	LIVING	EXHIBITION DESIGN	FULL-SERVICE TRADESHOW PRESENTATIONS	NORMED-/SYSTEM TRADESHOW BOOTH	INDIVIDUAL TRADESHOW BOOTHS	SPECIAL ARCHITECTURE (MULTISTORY)	
	UWE SPANNAGEL™ Engelbertstraße 21 D-50674 Köln	VOL. 1	126-127	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•						
	STUDIO LAEIS Lindenallee 43 D-50968 Köln	VOL. 2	96-97														•	•	•	•	•	
	PRO INDUSTRIA BÜRO FÜR INDUSTRIAL DESIGN Oberwiehler Straße 92 D-51674 Wiehl	VOL. 1	100-101	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•				•	
	BRAUNWAGNER Krefelder Straße 147 D-52070 Aachen	VOL. 1	156-157														•	•		•	•	
60000	SIGN KOMMUNIKATION GMBH Oskar-von-Miller-Straße 14 D-60314 Frankfurt am Main	VOL. 2	90-91																			
	C&N WERBEAGENTUR GMBH Rossertstraße 9 D-60323 Frankfurt am Main	VOL. 2	50-51																			
	HAUSER LACOUR Westendstraße 84 D-60325 Frankfurt am Main	VOL. 2	126-127														•	•	•	•	•	
	STENGELE+CIE. Alexanderstraße 65 D-60489 Frankfurt am Main	VOL. 1	170-171														•	•		•	•	
	SYZYGY FRANKFURT Im Atzelnest 3 D-61352 Bad Homburg	VOL. 2	164-165																			
	AROMA_ID IHR DESIGNPARTNER Speyerstraße 7 D-63065 Offenbach am Main	VOL. 1	28-29	•	•			•	•	•	•	•	•	•								
	BURKARDT + HOTZ BÜRO FÜR GESTALTUNG Luisenstraße 83 D-63067 Offenbach	VOL. 2	48-49																			
	ETAGE3 KOMMUNIKATION + DESIGN GMBH Heyne Fabrik, Lilistraße 83 d D-63067 Offenbach am Main	VOL. 2	66-67														•			•		
	PULS Nieder-Ramstädter Straße 247 D-64285 Darmstadt	VOL. 1	106-107	•		•	•		•	•		•	•									
	PATZAK DESIGN Beckstraße 25 D-64287 Darmstadt	VOL. 1	94-95	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•						
	ARTEFAKT Alte Fabrik, Liebigstraße 50-52 D-64293 Darmstadt	VOL. 1	30-39	•		•	•	•	•	•		•	•		•	•						
	HEINRICH FIEDELER INDUSTRIAL DESIGN Adolfsallee 12 D-65185 Wiesbaden	VOL. 1	54-55	•		•		•	•	•		•	•	•	•	•	•				•	•
	INDUSTRIEFORMEN PIOREK Bahnhofstraße 50 D-65185 Wiesbaden	VOL. 1	96-99	•		•	•	•	•	•		•	•	•	•	•	•	•			•	
	KAISER + MORE THE BRAND EXPERIENCE Adolfsallee 47 D-65185 Wiesbaden	VOL. 2	132-133														•			•		
	ZWÖLFTON DESIGN Sonnenbergerstraße 21 D-65193 Wiesbaden	VOL. 2	106-107																			
70000	BÜRO DIFFUS GMBH Marienstraße 37 D-70178 Stuttgart	VOL. 1 VOL. 2	160-161 42-43														•					
	MILLA UND PARTNER AGENTUR & ATELIERS Heusteigstraße 44 D-70180 Stuttgart	VOL. 1	164-165														•	•		•	•	
	SYNOPSIS DESIGN GMBH Teckstraße 56 D-70190 Stuttgart	VOL. 1	138-139	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•				
	STANKOWSKI + DUSCHEK Lenbachstraße 43 D-70192 Stuttgart	VOL. 2	152-153																			
	JANGLED NERVES Hallstraße 25 D-70376 Stuttgart	VOL. 1 VOL. 2	162-163 158-159														•			•	•	

A

A&B SQUID

IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2008 „Glücksspiel“ Mailing
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2010 „Glücksspiel“

ARTEFAKT

Auszug Preise 2009 und 2008
RED DOT DESIGN AWARD: 2009 für Duschabläufe Viega „Tempoplex“; 2009 für Türbeschlagserie Jado „ID-9“; 2009 für Türbeschlagserie Jado „Loop“; 2009 für Glastürbeschlagserie Dorma DSign beta; 2009 für Glastürbeschlagserie Dorma DSign alpha; 2009 für Betätigungsplatten Viega Visignforstyle „Modell 13+14“; 2008 für Waschplatzprogramm Ideal Standard SimplyU „dynamic“; 2008 für Betätigungsserie berührungslos Viega Visignformore; 2008 für Raumluftreiniger Asecos AirOne
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2009 für Waschplatzprogramm Ideal Standard SimplyU „dynamic“; 2009 für Waschplatzprogramm Ideal Standard SimplyU „natural“; 2009 für „integrierte“ Armaturenserie Ideal Standard SimplyU; 2008 für Duschtrennwand system Glamü Diana Spin; 2008 für corporate productdesign Müsing; 2008 für Betätigungsserie Viega Visignformore; 2008 für Betätigungsserie berührungslos Viega Visignformore
DESIGN PLUS AWARD: 2009 für Viega „Multiplex Trio E“; 2009 für Flächenheizkörper Kermi „Fedon“
INNOVATIONSPREIS ARCHITEKTUR UND HEALTHCARE: 2009 für Betätigungsplatte Viega „Visign for care“

B

BEAU BUREAU KOMMUNIKATIONSDESIGN

EULDA: 2006 (Award winner) für Logo Pro Sky Travel GmbH
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2007 für Imagebroschüre Fairtrade International e.V.
MFG AWARD: 2006 Nachwuchswettbewerb Geschäftsausstattung Pro Sky Travel GmbH
 Shortlist: Eigene Geschäftspapierausstattung; 2007 2. Preis für Formularfamilie Wohnen für Hilfe, Köln; 2008 Shortlist: Formularfamilie Polaris
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009 für Formularfamilie Wohnen für Hilfe, Köln und Imagebroschüre Fairtrade International e.V.; 2008 für Geschäftsausstattung Pro Sky Travel GmbH

BEGER DESIGN

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2002 für OPserver Integrierter Systemarbeitsplatz für die chirurgische Endoskopie
BUNDESPREIS PRODUKTDESIGN: 2003 für OPserver
ANIMAGO AWARD: 2005 1. Preis für das interactive Spiel „Nutritopia“

BGP DESIGN BRAAKE GROBE PARTNERSCHAFT

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2006 für Yxlon International X-Ray GmbH, Y.Wheel 7500; 2007 für Plasmatrete GmbH, Plasmatrete; 2008 für sortimat GmbH & Co. clearliner und für RTE Akustik und Prüftechnik GmbH, Sonic TC™
IF EXHIBITION SILVER AWARD: 2001 für Viessmann Werke GmbH & Co.
RED DOT DESIGN AWARD: 2005 für Tampoprint AG, Workstation WSE
NOMINIERT FÜR DEN DESIGN PREIS DER BRD: 2006 für Tampoprint AG, Workstation WSE; 2007 für Yxlon International X-Ray GmbH, Y.Wheel 7500; 2008 für Plasmatrete GmbH, Plasmatrete; 2009 für sortimat GmbH & Co.; clearliner und für RTE Akustik und Prüftechnik GmbH, Sonic TC™ und für Yxlon International X-Ray GmbH, Y.Wheel 7500 und für Pegasus DVD Produktionslinie, Steag Hamatech AG; 2010 für RTE Akustik und Prüftechnik GmbH, Sonic TC™
DESIGNPREIS BADEN-WÜRTTEMBERG FOCUS SECURITY: 2007 Silber für Pegasus DVD Produktionslinie, Steag Hamatech AG
DESIGNPREIS BADEN-WÜRTTEMBERG FOCUS ENERGY: 2006 Silber für Yxlon International X-Ray GmbH, Y.Wheel 7500
DESIGNPREIS BADEN-WÜRTTEMBERG FOCUS GREEN: 2008 Gold für RTE Akustik und Prüftechnik GmbH, Sonic TC™, 2008 Silber für Plasmatrete GmbH, Plasmagenerator FGL 5005
ANIMAGO 2003: für LTU Arena, Düsseldorf
BDG LOGO AWARD: 2002 für eigenes Logo bgp design
CHICAGO GOOD DESIGN AWARD: 2008 für Yxlon International X-Ray GmbH, Y.Wheel 7500
DESIGNPREIS BADEN WÜRTTEMBERG FOCUS OPEN: 2009 für Resoscan, TF Instruments GMBH

LOTHAR BÖHM GMBH

RED DOT DESIGN AWARD: winner 2008 für Osram energy saver packaging; winner 2009 für BSN Actimove Bandage
IF PRODUCT AWARD: Gold 2009 für BSN Actimove Bandage
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2010 für BSN Actimove Bandage

BRANDOFFICE GMBH

DEUTSCHER MARKEN AWARD: 2008 in Kategorie: „Bester Marken-Relaunch“
DESIGN PREIS DER BRD: 2007 Silber in Kategorie: Messeauftritt
ADAM AWARD: 2006 Gold in Kategorie: Messeauftritt
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2007 in Kategorie Retail – Modular Retailing System
RED DOT DESIGN AWARD: 2007 in Kategorie: Retail – Modular Retailing System

BRAUNWAGNER

DESIGN PREIS DER BRD: 2007 Silber für Loewe IFA 2005
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2007 für smart Hospitality Pavillon 2005; 2006 für Loewe IFA 2003; 2006 für smart IAA 2003; 2004 für Loewe IFA 2003; 2004 für smart IAA 2003
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2009 für smart lane Exhibition Concept 2008–2010
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2006 für smart Hospitality Pavillon 2005; 2004 für Loewe IFA 2003
IF PUBLIC DESIGN AWARD: 2004 für smart IAA 2003; 2003 für Loewe Forum 2002
DP3D DIE GOLDENE FLAMME: 2006 Prädikat: Herausragend für Loewe IFA 2005
RED DOT AWARD PRODUCT DESIGN: 2006 für Loewe IFA 2005; 2004 für smart IAA 2003
ADC AWARD: 2004 Auszeichnung für smart IAA 2003
ADAM AWARD DER AUSGEZEICHNETEN MESSEAUFTTRITTE: 2006 Gold in Kategorie XXL: Loewe IFA 2005; 2004 2. Platz Kategorie 1500m²: Loewe IFA 2003

BRENNWALD DESIGN

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2009 für Sennheiser Infrarot Hörsystem Set 900; 2008 für Sennheiser Headset PC 350; 2008 für Stryker Modular Metal Tray; 2007 für Sennheiser Infrarot-Stereo-TV-Hörer IS 410; 2007 für Sennheiser Hifi-Kopfhörer PXC 450; 2006 für Sennheiser Streetwear-Kopfhörer PX 100 white; 2006 für Sennheiser Streetwear-Kopfhörer PX 200 white; 2005 für Sennheiser Funkkopfhörer RS 130; 2005 für Sennheiser Funkkopfhörer RS 140; 2005 für Sennheiser Kopfhörer HD 201; 2004 für Sennheiser Nackenbügel PC Headset PC 140; 2003 für Sennheiser Streetwear-Kopfhörer NoiseGard PXC 250
RED DOT DESIGN AWARD: 2009 für Sennheiser Infrarot Hörsystem Set 900; 2006 für Sennheiser Streetwear-Kopfhörer PX 100 white; 2006 für Sennheiser Streetwear-Kopfhörer PX 200 white; 2006 für Sennheiser Bluetooth Headset BW900; 2006 für Sennheiser DJ Kopfhörer HD 205; 2005 für Sennheiser Hifi-Kopfhörer HD 485; 2004 für Sennheiser Funkkopfhörer RS 120; 2004 für Stryker Zielgerät T2 PHN; 2004 für Stryker Zielgerät T2 Tibia; 2004 für Sennheiser Hifi-Kopfhörer HD 595
NOMINIERT FÜR DESIGN PREIS DER BRD: 2008 für Sennheiser Infrarot-Stereo-TV-Hörer IS410; 2008 für Sennheiser Hifi-Kopfhörer PXC 450; 2006 für Sennheiser Funkkopfhörer RS 130; 2006 für Sennheiser Funkkopfhörer RS 140; 2006 für Sennheiser Kopfhörer HD 201; 2006 für Sennheiser Hifi-Kopfhörer HD 485; 2006 für Sennheiser Funkkopfhörer RS 120; 2006 für Sennheiser Profi-Headset SH 340; 2004 nominiert für Sennheiser Streetwear-Kopfhörer PXC 250
DESIGNPREISE SCHLESWIG-HOLSTEIN: 2003, 2004 für Sennheiser Profi-Headset SH 340
DESIGNCENTER BADEN-WÜRTTEMBERG FOCUS MOBILITÄT: 2003 für Sennheiser Funkkopfhörer RS 85

BUDE INDUSTRIE DESIGN GMBH

RED DOT DESIGN AWARD: 2000 für das Koffertransportsystem „autover system“ der Fa. BEUMER Maschinenfabrik KG aus Beckum
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2008 für den Mähdrescher „TUCANO“ der Fa. CLAAS SE GmbH aus Harsewinkel
STAATSPREIS FÜR DESIGN: 2009 für den Feldhäcksler „JAGUAR“ der Fa. CLAAS SE GmbH aus Harsewinkel
FVK KUNSTSTOFFPREIS: 1997 für die CD BOX „MÄX 6“ der Fa. HAN BÜROGERÄTE GmbH & Co. KG aus Herford
STAHLINNOVATIONSPREIS: 2009 für die Heckklappe des Mähdreschers „TUCANO“ der Fa. CLAAS SE GmbH aus Harsewinkel
STAATSPREIS DES LANDES NRW: 1989 für den Getränkecontainer „keggy“ der Fa. SCHÄFER WERKE GMBH aus Neuenkirchen
DESIGNAUSWAHL STUTTGART: 1990 für den Getränkecontainer „keggy“ der Fa. SCHÄFER WERKE GMBH aus Neuenkirchen

BÜRO DIFFUS GMBH

100 BESTE PLAKATE E.V.: 1 x Aufnahme
ANNUAL MULTIMEDIA JAHRBUCH: 3 x Aufnahme Multimedia
ART DIRECTORS CLUB DEUTSCHLAND: 1 x Silber Interaktive Medien
DIE SCHÖNSTEN DEUTSCHEN BÜCHER: 1 x Prämierung
DESIGNPREIS DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND: 8 x Nominierung
DESIGN ZENTRUM NORDRHEIN-WESTFALEN: 1 x best of the best
RED DOT COMMUNICATION DESIGN: 5 x
DEUTSCHER DESIGNER CLUB: 1 x Gold, 6 x Bronze, 2 x Auszeichnung (Das Gute Stück/ Das Gute Netzwerk)
IF INTERNATIONAL FORUM DESIGN: 3 x Silber, 6 x Auszeichnung Communication Design
IWPA SAN JOSÉ USA: 1 x International Web Page Award Corporate Communication
JAHRBUCH DER WERBUNG: 6 x Aufnahme Kulturmarketing, Internet
KOMMUNIKATIONSVERBAND DMMV: 1 x Deutscher Multimedia Award Winner
KOMMUNIKATIONSVERBAND: 1 x B-to-B Silver Award Multimedia
LONDON INTERNATIONAL ADVERTISING AWARDS: 1 x Finalist Interactive Media
MERCEDES-BENZ STAR AWARD: Silver, Shows & Exhibitions – National
THE NEW YORK FESTIVALS: 1 x Gold World Medal Best Website Design
THE ONE CLUB: 1 x Merit Award One Show Interactive

BÜRO FÜR GESTALTUNG WANGLER & ABELE

RED DOT DESIGN AWARD COMMUNICATION DESIGN: 2009 für Leibniz Universität Hannover, Visuelle Kommunikation, Leit- und Orientierungssystem; 2007 für Kapelle im Olympiastadion Berlin, Wandgestaltung; 2005 für „gestalten drei“ und „gestalten vier“, Bürobroschüren; 2003 für „gestalten eins“ und „gestalten zwei“, Bürobroschüren
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2007 Gold Award für Kapelle im Olympiastadion Berlin, Wandgestaltung
NOMINIERUNG FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009 für „Kapelle im Olympiastadion Berlin“, Wandgestaltung; 2007 für „gestalten drei“ und „gestalten vier“, Bürobroschüren
DIE SCHÖNSTEN DEUTSCHEN BÜCHER: 2005 Auszeichnung, Stiftung Buchkunst, Frankfurt am Main für „gestalten drei“ und „gestalten vier“, Bürobroschüren; 2002 „Lobende Anerkennung“, Stiftung Buchkunst, Frankfurt am Main für „gestalten eins“ und „gestalten zwei“, Bürobroschüren

BÜRO GROTESK

ADC DEUTSCHLAND: 1999 Bronze für Plakate Alexander Rodtschenko
ADC NY: 1998 für Ausstellungskatalog '68 Design und Alltagskultur zwischen Konsum und Konflikt
DEUTSCHER PREIS FÜR KOMMUNIKATIONSDESIGN: 1999 für Plakate Alexander Rodtschenko
DEUTSCHER PLAKAT GRAND PRIX: 1998 für Plakate Alexander Rodtschenko
TDC NY: 2003 Plakate Kunstverein Region Heinsberg; 1998 für Plakate Alexander Rodtschenko
100 BESTE PLAKATE: 2004 für Kunstverein Region Heinsberg; 1999 für Plakate Alexander Rodtschenko

BÜRO WEISS

RED DOT DESIGN AWARD: 2001 „best of the best“ für das Erscheinungsbild „Die Zeit danach“; 2005 „best of the best“ für die Kampagne „Gegen das Vergessen“; 2005 für den Internetauftritt www.bueroweiss.de
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2006 Gold Award für die Kampagne „Gegen das Vergessen“; 2006 für den Internetauftritt „www.janpauls.de“
IF SPECIAL MEDIA PARTNER AWARD: 2006 für die Kampagne „Gegen das Vergessen“
100 BESTE PLAKATE: 2001 für das Erscheinungsbild „Die Zeit danach“; 2005 für die Kampagne „Biografien aus der Zeit des Nationalsozialismus“ und für die Kampagne „Gegen das Vergessen“; 2006 für das Plakat „Dummy – Revolution“
AWARD DES TYPE DIRECTORS CLUB NEW YORK: 2002 für das Erscheinungsbild „Die Zeit danach“; 2006 für den Internetauftritt www.janpauls.de
SAPPI – IDEAS THAT MATTER: 2003 für die Kampagne „Biografien aus der Zeit des Nationalsozialismus“; 2004 für die Kampagne „Gegen das Vergessen“
JOSEF BINDER AWARD: 2006 in Gold für die Kampagne „Gegen das Vergessen“
NOMINIERT FÜR DEN DESIGN PREIS DER BRD: 2007 für die Kampagne „Gegen das Vergessen“ und für den Internetauftritt www.janpauls.de



CREDO CONCEPT.COMMUNICATION

BDG:LOGOWETTBEWERB: 2000 1. Preis für Kunden HGP audioelektronik; 2. Preis für „eyedentity“ und 2. Preis „ScharfrichterHaus“

CYCLOS DESIGN GMBH

DEUTSCHE POST UND SIEGFRIED VÖGELE INSTITUT MAILING WETTBEWERB: 2008 3. Sieger bundesweit für die 3-stufige Mailingstrecke SEHEN – RIECHEN – FÜHLEN der Gebrüder Wilke GmbH mit einer Responsequote von 30%
MÜNSTER-MARATHON: 2008 Erfolgreiche Teilnahme von cyclos design als „Die Hafenerbeiter“ mit einer Zeit von 3:56:55h.



DA®DA DESIGNPROJEKT

RED DOT DESIGN AWARD COMMUNICATION DESIGN: 2003 „Best of the Best“ für Bestdarstellung da®da designprojekt; 2005 für Image Book Frank Reinhold Fotografie
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2006 für Corporate Literature Brauner Microphones

DIALOGFORM GMBH

RED DOT DESIGN AWARD: 2007 für HAMM AG, HD-Compact Serie (kompakt Walzenzüge); 2004 für HAMM AG, DV Serie (Tandemwalzen); 2001 für HAMM AG, Serie 3000 (Walzenzüge) 1998 für roly toys, Kinderschubkarre; 1996 für HAMM AG, Raco 550 (Asphaltrecycler)
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 1996 roly toys, MegaTrailer (Dreiseitenkipper); 1999 für HAMM AG, HD Serie (Tandemwalzen); 2002 für HAMM AG, Serie 3000 (Walzenzüge); 2005 für Gold Award HAMM AG, DV Serie (Tandemwalzen); 2006 Gold Award für HAMM AG, HD-Compact Serie (kompakt Walzenzüge); 2006 Joseph Vögele AG, Super 1900-2/Super 2100-2 (Großfertiger Linie); 2009 für Joseph Vögele AG, Vision 5100-2/51003-2 (8ft class

road paver); 2009 Joseph Vögele AG, Vision 5200-2/52003-2 (10ft class road paver)
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2006 HAMM AG, DV Serie (Tandemwalzen); 2008 für HAMM AG, HD-Compact Serie (kompakt Walzenzüge); 2008 für Joseph Vögele AG, Super 1900-2/Super 2100-2 (Großfertiger Linie)
UNIVERSAL DESIGN AWARD: 2008 für Joseph Vögele AG, MMI Bedienpult
GOOD DESIGN AWARD: 2008 Joseph Vögele AG, Vision 5100-2/51003-2 (8ft class road paver)



EDEN UND TEAM WERBEAGENTUR GMBH

BERLINER TYPE: 2002 Silber, H-I-S
BRAVO-OTTO: 2001, H-I-S
SHORTLIST CLIO-FESTIVAL N.Y.: 2002, H-I-S
ANZEIGE DES JAHRES: TV-Spielfilm Edgar, H-I-S
REGIONALSIEGER POST-MAILING: 2000, Eigenwerbung
ITVA-SONDERPREIS FÜR ORIGINALITÄT: 2003, Stadtwerke Witten
GOLDENER SCHAUSCHAU: 2007/2008/2009, Fressnapf
EFFIE-FINALIST: 2008, Fressnapf
DPWK: 2009 Beste Werbliche Kommunikation, Fressnapf



FINKELDEY + UETRECHT NEXUS PRODUCT DESIGN

EHRENPREIS TOP TEN DESIGN NRW: 2003
NOMINIERT FÜR DEN BUNDESPREIS FÜR PRODUKTDESIGN: 1995, 1998, 2004, 2006–2008
EHRENPREIS FÜR PRODUKTDESIGN DES LANDES NRW: 1997
DESIGN PLUS, FRANKFURT: 2003, 2009
GOOD DESIGN AWARD, THE CHICAGO ATHENAEUM: 2006, 2007
RED DOT DESIGN AWARD: 1987, 1989, 1993, 1996, 1997, 2000, 2003, 2004, 2006, 2007
RED DOT AWARD „DIE BESTEN DER BESTEN“: 1997
RED DOT AWARD COMMUNICATION DESIGN: 2001
IF DESIGN AWARD: 1995, 1998, 2000, 2003, 2006, 2008
LIGHTING PRODUCT AWARD: 1997
DESIGN AUSWAHL STUTTGART: 1988
BAYERISCHER STAATSPREIS: 1989
AIT INNOVATIONSPREIS ARCHITEKTUR UND TECHNIK: 2007 und 2008 architecture and health
BAYERISCHER STAATSPREIS FÜR NACHWUCHSDESIGNER: 2002
DESIGNPREIS NEUNKIRCHEN: 2001
MARIANNE-BRANDT-PREIS: 2001
GOLDEN INTRAMA, BRNO: 1994
„FRISCHZELLEN“-WETTBEWERB VON „NEUEKOEPE.DE“: 2002, 1. Preis

FRACKENPOHL POULHEIM

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2009 für Einreichung „Lawinenschaukel Cougar“, Hersteller: Ortovox; 2008 für Einreichung „Mobile Connect 3G Modem“, Hersteller: Vodafone
IF DESIGN AWARD CHINA: 2007 für Einreichung 2Mobile Connect 3G Modem“, Hersteller: Vodafone
VOLVO SPORTS DESIGN AWARD: 2007 Nominee für Einreichung „Snowboard Softboot Empire Lara“, Hersteller: Deeluxe



CARSTEN GOLLNICK PRODUCT DESIGN & INTERIOR DESIGN

RED DOT DESIGN AWARD: 2009 für J-cut 3000, Jaguar Stahlwaren; 2009 für Resolute, Solicut; 2009 für Metropolitan 2, JAB Anstoetz KG; 2009 für eco zen, Carpet Concept; 2008 für eco zen, Carpet Concept; 2007 für „alpha“ von CAFINA AG, Schweiz; 2007 für „ply“ von CARPET CONCEPT; 2005 Red Dot Design Award Best of the Best; weitere Awards 2005, 2003, 2002, 2001
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2008 für „Lana F+“ JAB Anstoetz AG, Germany; 2008 für „K30 twinn“, Mahlkönig GmbH, Germany; 2007 für „alpha“ Cafina AG, Switzerland; 2007 Gold Award für „Absolute“ Solicut, Germany; 2006 für „SIGNATURE“ Schönwald Porzellan, 2005, 2000; 1997
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2005 für „METROPOLITAN“ JAB Anstoetz
NOMINIERUNG FÜR DEN DESIGNPREIS DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND: 2009, 2008, 2007, 2006, 2005
DDC AWARD: 2007 für „wellcome“ BHS tabletop AG Schönwald Porzellan; Bronze Award 2007 für „alpha“ Cafina AG, Switzerland; 2000 und 1994 DDC-Deutscher Designer Club Auszeichnung
GOOD DESIGN JAPAN: 2008, 2005 für „bar“ Melitta Systemservice, Germany; 2007 für „alpha“ Cafina AG, Switzerland

GOOD DESIGN AWARD CHICAGO: 2007 für „SQR“ von Carpet Concept und für „MOD“ von Carpet Concept; weitere Awards 2005, 2004, 2001
AIT INNOVATIONSPREIS ARCHITEKTUR UND BODEN: 2008, 2005
INTERNATIONALER DESIGNPREIS BADEN-WÜRTTEMBERG FOCUS IN SILBER: 2005
DESIGN INNOVATIONEN, DESIGN ZENTRUM NRW: 1996, 1995, 1993, 1989
IF MATERIALICA DESIGN AWARD: 2005
DESIGNPREIS DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN: 2001
HAMBURGER DESIGNPREIS: 2001
FORM: 2001 Auszeichnung; 1999 Auszeichnung; 1995 Auszeichnung
DESIGNPREIS SCHWEIZ: 2001, Textildesign
DESIGN PLUS: 1996
INTERNATIONAL SONY WORLD DESIGN COMPETITION: 1989
 „SCHÖNER WOHNEN“ *TEPPICHDESIGN WETTBEWERB*: 1988

GREUTMANN BOLZERN DESIGNSTUDIO

IKEA STIPENDIUM: 1984 anonymes Design
BRAUN PREIS: 1986 Bahnposttransportsystem
DESIGN CENTER STUTTGART: 1987 Intimus, Aktenvernichter
YSI SCHWEIZ: 1988 Cre-Activ, Büromöbelprogramm
SF DRS/HOCHPARTERRE: die Besten '99 bronzener Hase; 1999: die Liege
RED DOT DESIGN AWARD: Red Dot Best of the Best: 2003 für Face, Raumteiler; 2000 für Monäne, Hocker; 2002 für Flat, Leuchte; 2003 für Qub, Büromöbel; 2004 für Wallstreet, Regalsystem; 2006 für P1, Klappstisch; 2007 für Soultion, high-end Verstärker
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2008 für Museo Mobile, Ausstellung; 2006 für S20, Stuhl; 2002 für Wallstreet, Regalsystem
NOMINIERT FÜR DEN DESIGN PREIS BRD: 2009 für Museo Mobile, Ausstellung; 2006 für Wallstreet, Regalsystem
EULDA AWARD: 2007 für Soultion, high-end Verstärker
IDA AWARD LOS ANGELES: 2008 für Swiss First Class Check-in



H-DESIGN

SÄCHSISCHER STAATSPREIS FÜR DESIGN: Designpreis 1993 für Ziehspielzeug; Anerkennung 1993 für Fotostativ „Statik“ Berlebach; Anerkennung 1996 für Fotostativ „Report“ Berlebach; Anerkennung 1996 für Rotationslaser FG-L3; 3. Preis 2005 für Druckmaschine Rapida 105
RED DOT DESIGN AWARD: 1994 für Ziehspielzeug
IF PACKAGING AWARD: Gold 2008 für Verpackungsmaschinen MCH/MCC
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009 für Verpackungsmaschinen MCH/MCC

HAUSER LACOUR

RED DOT DESIGN AWARD: 2009 für Frankfurter Kunstverein, The Great Transformation, Katalog; 2009 für Kunsthalle zu Kiel, Heavy Metal, Katalog; 2008 für Angermayer, Brumm & Lange, Jahrbuch 2007; 2008 für Barski Design, barskidesign.com, Website; 2008 für Frankfurter Kunstverein, Corporate Design; 2008 für Kunsthalle zu Kiel, Kiel Modern, Katalog; 2008 für Kunsthalle zu Kiel, True Romance, Katalog; 2008 für ade hauser lacour, adehauserlacour.de, Website; 2005 für Becker Lacour, beckerlacour.com, Website; 2005 für Revolver Verlag, Asier Pérez-González, Katalog; 2005 für Schirn Kunsthalle Frankfurt, Kunst – ein Kinderspiel, Katalog; 2003 für Münchener Rück, go ahead, Mitarbeitermagazin; 2002 für Hfg Offenbach, Die 10 besten Designer, Katalog
BEST OF CORPORATE PUBLISHING AWARD: 2005 für Münchener Rück, go ahead, Mitarbeitermagazin
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2009 für SKW Schwarz Rechtsanwälte, Corporate Design; 2009 für VCH Investment Group, vch-fonds.de, Website; 2009 für Siemens, Messestandgestaltung; 2008 für Altira Group, Corporate Design; 2008 für Altira Group, altira-group.de, Website; 2008 für Max-Planck-Institut, Forschungsbericht 2004–2005; 2008 für Fahrenheit Verlag, Verlagsprogramm Frühjahr 2008; 2008 für Kunsthalle zu Kiel, Kiel Modern, Katalog; 2008 für Museum für Gegenwartskunst Siegen, tanzen sehen, Katalog; 2008 für Revolver Verlag, Pensée Sauvage, Katalog; 2005 für Revolver Verlag, Asier Pérez-González, Katalog; 2005 für Revolver Verlag, Ultra Endura, Katalog; 2005 für Revolver Verlag, Verlagsprogramm 2004–2005; 2005 für Schirn Kunsthalle Frankfurt, Kunst – ein Kinderspiel, Katalog; 2005 für Museum für Gegenwartskunst Siegen, Kontexte der Fotografie, Plakat; 2005 für Jüdisches Museum Frankfurt, Und keiner hat ..., Plakat; 2005 für Jüdisches Museum Frankfurt, Und keiner hat ..., Katalog; 2005 für Jüdisches Museum Frankfurt, Und keiner hat ..., Ausstellung; 2005 für Münchener Rück, go ahead extra, Mitarbeiterzeitung; 2005 für Münchener Rück, go ahead, Mitarbeitermagazin; 2005 für mg technologies, Geschäftsbericht 2004
DDC AWARD: 2008 für Museum für Gegenwartskunst Siegen, tanzen sehen, Katalog (Silber); 2008 für Barski Design, barskidesign.com, Website; 2008 für Kunsthalle zu Kiel, True Romance, Katalog
ART DIRECTORS CLUB: 2008 für Siemens, Messestandgestaltung (Auszeichnung); 2005 für Casino Luxembourg, Point of view, Katalog; 2005 für Jüdisches Museum Frankfurt, Und keiner hat ..., Katalog (silberner Nagel); 2005 für mg technologies, Geschäftsbericht 2004 (Auszeichnung)
STIFTUNG BUCHKUNST: 2008 für Industrie- und Handelskammer, IHK Festschrift 200 Jahre, Katalog

DIE 100 BESTEN PLAKATE: 2006 für Frankfurter Kunstverein, Diverse, Plakatserie; 2006 für Museum für Gegenwartskunst Siegen, Diverse, Plakatserie; 2005 für Museum für Gegenwartskunst Siegen, Kontexte der Fotografie, Plakat; 2003 für Jürgen Ponto-Stiftung, 5 mal 25, Plakate

HENSSLER UND SCHULTHEISS FULLSERVICE PRODUCTDESIGN GMBH

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2008 Gold Award für VISIONMES Teleszentrische Objektive Carl Zeiss; 2008 für byko-cut universal Lackprüfgerät BYK-Gardner GmbH; 2008 für SENSYS Scharnier mit Dämpfung Hettich Furn Tech GmbH & Co; 2006 für 380C Spindelmäher GARDENA; 2006 für ES500 Rasenlüfter GARDENA; 2006 für AS2 Wartungseinheit Bosch Rexroth AG; 2006 wave-scan dual Universalprüfgerät BYK-Gardner GmbH; 2006 F25 Koordinatenmessmaschine Carl Zeiss
RED DOT PRODUCT DESIGN AWARD: 2008 SENSYS Scharnier mit Dämpfung Hettich Furn Tech GmbH & Co.; 2008 für VENTANO Sauna Klafs GmbH & Co.; 2007 Bare-+Tabelle Set DESIGNHANSA; 2007 Werkzeugkoffer C. & E. Fein GmbH; 2006 ASM 9-2 Mittelhandgriffschrauber C. & E. Fein GmbH
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009 für VENTANO Sauna Klafs GmbH & Co.; 2006 für EVO Winkelschleifer C. & E. Fein GmbH; 2006 für PROTEO Sauna Klafs GmbH & Co.

HESSE DESIGN

100 BESTE PLAKATE: 2002, 2003, 2005, 2007, 2008
2ND KOREA INT. POSTER BIENNALE: 2004
AMERICAN CENTER FOR DESIGN: 2000
ADC DEUTSCHLAND: 89–95, 97, 00, 02–05, 07–09
ADC EUROPE: 91, 93
ADC NEW YORK: 95, 00, 03
BDG GRAFIK DESIGN: 89, 91
BERLINER TYPE: 87–89, 92–94, 97, 99, 00–04, 09
CANNES CYBER LIONS: 99
CORPORATE DESIGN PREIS: 07, 08
CREATIV CLUB AUSTRIA: 94
D&AD LONDON: 02, 03
DESIGNPREIS DER BRD: 04, 06–09
NOMINIERT FÜR DESIGNPREIS DER BRD: 23 x von 2004 bis 2009
KREATIVSTES DESIGNBÜRO DEUTSCHLANDS: in 2004 (Ranking Fachpresse)
KIELER WOCHEN: Gewinner des Corporate Design-Wettbewerb für 2006
DESIGNMANAGEMENT EUROPE AWARD: 07
DEUTSCHER MULTIMEDIA AWARD: 99
DEUTSCHER DESIGNER CLUB: 02, 03, 07
EUROPEAN DESIGN AWARD: 07, 08
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 95
IF COMMUNICATION DESIGN: 03–09
RED DOT AWARD: 93, 97–03, 05, 07
NEW YORK FESTIVAL: 92, 93
TDC NEW YORK: 91–95, 97, 00–07
TIA LONDON: 93
TYPOGRAPHY GERMANY: 90



ID DESIGN AGENTUR

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 1984 für Drucker WENGER 4/1; 1985 Einbruchmeldezentrale BBC; 1985 für Handetikettiergerät Meto GmbH; 1988 für Monitor Ritto Control RITTO-Werk; 1988 für Wohnsprechstelle RITTO-Werk; 1990 Aufstell-Tragebügel Rittal-Werk; 1991 Matrixdrucker Triathlon, Wenger AG; 1991 für Matrixdrucker, Wenger AG; 1993 für Satellite-Empfangsantenne, FUBA-Consumer Systems; 1995 für Elektrotherapiegerät, Zimmer Elektromedizin; 1995 für Gerätefamilie Lötstationen ERSÄ, Löttechnik GmbH; 1995 IF Gold Award für Cafe Frischbrühautomat Spengler; 1995 IF Gold Award für Defibrillator GS-Elektromedizinische Geräte GmbH; 2002 für Vista Cam2 ID Design Agentur
DESIGN CENTER STUTTGART: 1987 für Tischthermometer DIEHL; 1989 für Geräteträger „dacomobile“, Knürr AG; 1994 für Waschtisch „TIZIO“, Ideal-Standard; 1999 für Medizinischer Diodenlaser „Dornier Medilas D“, Dornier MedizinLaser GmbH
DESIGN ZENTRUM NORDRHEIN WESTFALEN: 1996 für Duschkabine Toscana, KERMI GmbH; 1997 Universal-Gerätewagen kombiTROLL „L“, Kreuzer GmbH
RED DOT DESIGN AWARD: 2004 Vakuumiergerät AMC International; 2009 LED Krankenbettleuchte RZB
DIE NEUE SAMMLUNG: Einbruchmeldezentrale BBC, Staatliches Museum für angewandte Kunst
DESIGN-INNOVATIONEN: 1991 PC Schrank PC 4600/4610, Rittal-Werk
WORLDSTAR PACKAGING AWARD USA: 1996 Verpackung Sanitär Amaturen; Artema A.S. Türkei
MATERIALICA AWARD: 2003 Rheometer, Thermo Haake

IDENTIS GMBH, DESIGN-GRUPPE JOSEPH PÖLZELBAUER

CORPORATE DESIGN PREIS AUSZEICHNUNG: 2002 für Badenova; 2004 für Givit Garantie Management System; 2005 für EnBW Energie Baden-Württemberg AG; 2008 für Nord Stream AG
CORPORATE DESIGN PREIS AWARD-WINNER: 2003 für Electricité de Strasbourg

IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2006 für Messeauftritt EnBW Energie Baden-Württemberg AG; 2007 für Exponat EnBW EnyCity; 2007 für Messeauftritt Nord Stream AG; 2009 für Corporate Design Gemeinschaftspraxis für Pathologie, Freiburg
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD GOLD: 2007 für Exponat EnBW Geothermie Cube
REDDOT DESIGN AWARD WINNER: 2007 für Exponat EnBW Geothermie Cube Messeauftritt Nord Stream AG
DP3D PRÄDIKAT: HERAUSRAGEND: 2007 für Exponat EnBW EnyCity Exponat EnBW Geothermie Cube
DDC AWARD BRONZE: 2007 für Exponat EnBW Geothermie Cube
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2008 für Messeauftritt EnBW Energie Baden-Württemberg AG; 2008 für Exponat EnBW EnyCity; 2008 für Exponat EnBW Geothermie Cube Messeauftritt Nord Stream AG; 2009 für Exponat EnBW EnyCity Exponat EnBW Geothermie Cube Messeauftritt Nord Stream AG

J

JANGLED NERVES

NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2010 für SLR Roadster Monaco, ALNO Milano; 2008 Das Wunder von Bregenz
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2008 iF Gold Award, Kategorie „architecture tradeshow appearances/exhibitions award“ für ALNO Milano 2008 Messestand; 2008 iF Gold Award, Kategorie „architecture tradeshow appearances/exhibitions award“ für Mercedes-Benz: SLR Roadster Monaco Fahrzeugpräsentation; 2008 iF Gold Award, Kategorie „architecture tradeshow appearances/exhibitions award“ Mercedes-Benz: Sportlegenden Ausstellung; 2004 iF Gold Award für Adidas Factory Outlet, mit L2M3 Kommunikationsdesign; 2004 iF Gold Award für Mercedes-Benz – Innovation; 2002 iF Silber Award für Audi Museum Mobile – Internetseite, mit KMS Team
IF EXHIBITION DESIGN AWARD: 2001 Gold (über 300 qm) Messestände VIAG Interkom/O₂, mit KMS Team; 2000 Gold Award (über 300 qm) Messestände VIAG Interkom/O₂, mit KMS Team
IF COMMUNICATION AWARD: 2008 Gold Award für Branding der Unternehmenszentrale von O₂ Germany
RED DOT DESIGN AWARD: 2008 Kategorie „information design/public space“ Branding der Unternehmenszentrale von O₂ Germany; 2008 Kategorie „information design/public space“ für Saurier – die Erfolgsmodelle der Evolution, mit Atelier Brückner; 2008 Kategorie „information design/public space“ für Das Wunder von Bregenz; 2007 grand prix, Kategorie „information design/public space“ für Mercedes-Benz: Bionic Car; 2003 für Messestände VIAG Interkom/O₂, mit KMS Team; 2001 Grand Prix für Audi Museum Mobil, mit KMS Team
ADC DEUTSCHLAND: 2006 Bronze, Kategorie „Kommunikation im Raum“ für T-Online – future zone, mit Atelier Markgraph
ADC NEW YORK: 2001 Silber für Audi Museum Mobil, mit KMS Team
DDC AWARD: „Gute Gestaltung 2006“ T-Online – future zone, mit Atelier Markgraph; 2005 Grand Prix für Adidas Factory Outlet, mit L2M3 Kommunikationsdesign; 2003 Bronze Erde 2.0 – Technologieausstellung, mit Institut für Kulturaustausch, HG Merz Architekten, L2M3 Kommunikationsdesign
ADAM AWARD: 2003 2. Preis (über 1.500 qm) für Messestände VIAG Interkom/O₂, mit KMS Team; 2001 2. Preis (über 1.500 qm)
THE NEW YORK FESTIVALS: 2001 Finalist Certificate Audi Museum Mobil, mit KMS Team; 2001 Finalist Certificate für Hugo Boss AG – Internet, mit Werbewelt
ANIMAGO: 2001 Platz 1 Kategorie „Industrie- und Imagefilm“ für Sortec 3.0, Expo 2000 – Film, mit Media Mutant; 2001 Platz 1 Kategorie „Industrie- und Imagefilm“ für Pavillon der Duales System Deutschland AG, Expo 2000 – Interaktive Stationen, mit Atelier Brückner und Media Mutant
DEUTSCHER PREIS FÜR KOMMUNIKATIONSDESIGN: 2000 Auszeichnung „Hohe Designqualität“ für Sortec 3.0, Expo 2000 – Film, mit Media Mutant
NEW MEDIA AWARD: 2000 Gold Sortec 3.0, Expo 2000 – Film, mit Media Mutant; 2000 Gold Pavillon der Duales System Deutschland AG, Expo 2000 – Interaktive Stationen, mit Atelier Brückner und Media Mutant
DEUTSCHER PREIS FÜR KOMMUNIKATIONSDESIGN: 2000 Auszeichnung „Hohe Designqualität“ für Pavillon der Duales System Deutschland AG, Expo 2000 – Interaktive Stationen, mit Atelier Brückner und Media Mutant

K

KAISER+MORE THE BRAND EXPERIENCE

Auszeichnungen (Auszug):

DESIGNPREIS DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND: 2004, 3 x nominiert
ADC NY: 2002 Merit Award für Duravit Unternehmenspräsentation
IF DESIGN AWARD: 2002 für „the wild view“, Multivision für optovision; 2002 für Duravit Unternehmenspräsentation; 2003 Gold Award für „Duravit presents Starck 3“, 9-Kanal-Event-Teaser; 2005 Gold Award für „www.StarckX.de“, Website für Duravit und Hans Grohe; 2005 für „Moving Emotions“, Interactive Showreel für KAISER+MORE; 2009 für „Visioner“, Seh Simulator für optovision
WORLD MEDIA FESTIVAL: 2001 Intermedia Globe Silver für „the wild view“ Multivision für optovision; 2003 Intermedia Globe Gold für „Duravit presents Starck 3“, 9-Kanal-Event-Teaser; 2004 Finalist für „Theben Productteaser“ für Theben

CORPORATE MEDIA AWARD: 2002 Award of Master für „the wild view“, Multivision für optovision; 2002 für „Duravit presents Starck 3“, 9-Kanal-Event-Teaser; 2002 für Duravit Unternehmenspräsentation; 2003 für „City of Ideas“, Webspecial für Duravit; 2003 Award of Master für „City of Ideas“, Webspecial für Duravit; 2005 Award of Master für „Moving Emotions“, Interactive Showreel für KAISER+MORE; 2005 Award of Master für „www.sensamare.de“, Webspecial für HOESCH Design; 2005 Award of Master für „www.StarckX.de“, Website für Duravit und Hans Grohe
DEUTSCHER DESIGNER CLUB: 2003 Silber für „Duravit presents Starck 3“, 9-Kanal-Event-Teaser; 2005 Award für „Moving Emotions“, Interactive Showreel für KAISER+MORE; 2005 Bronze für „www.StarckX.de“, Website für Duravit und Hans Grohe
JAHRBUCH DER WERBUNG: 2003, „www.hoesch.de“, Corporate Website für HOESCH Design; 2006, „www.sensamare.de“, Microsite für HOESCH Design

KISKA GMBH

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2009 für den KTM X-Bow; 2008 für das Hilti PD4 Laser Distanzmessgerät; 2008 für das Hilti PD42 Laser Distanzmessgerät; 2008 Gold Award für den Hilti PR12 Rotationslaser
RED DOT PRODUCT DESIGN AWARD: 2009 für die AKG Miniheadphones K420/K450
DIE GOLDENE KAMERA: 2008 für 3D Videoprojekt „Stretching the Limits – A Deeper Insight“
LIGHTING DESIGN AWARD: 2007 für Siteco Novaluna S

KORB + KORB ARCHITEKTUR KOMMUNIKATION DESIGN

AUSTRALIAN INTERNATIONAL DESIGN AWARD: 2009 SENSE
IDEA INTERNATIONAL DESIGN EXCELLENCE AWARDS: 2009 Finalist SENSE
ICFF EDITOR'S AWARD FOR BODY OF WORK: 2008 SENSE FOR HOME
DESIGN ZENTRUM NORDRHEIN-WESTFALEN: 1995 Design Innovation 95 OPTIONAL; 1997 Design Innovation 97 SPIRIT; 1999 Design Innovation 99 P.O.S.
REDDOT DESIGN AWARD: Best of the Best FRAMELIGHT 1; 2001 Produktdesign P.O.S. ELEGANCE; 2003 Produktdesign IN TWO; 2008 Produktdesign SENSE
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2000 für STEP; 2007 für SYSTEM 24
IF HANNOVER: 1995 Preis für gutes Industriedesign OPTIONAL; 2003 Preis für gutes Industriedesign IN-TWO; 2006 Preis für gutes Industriedesign SYSTEM 24
GOOD DESIGN AWARD: 2003 Preis für gutes Industriedesign IN-TWO
IF CHINA: 2003 Preis für gutes Industriedesign P.O.S.; 2003 Preis für gutes Industriedesign IN-TWO
I.DOT ITALY: 2002 P.O.S. ausgewählt für „Italien Design on Tour“
RANKING DESIGN: 2002 10. Position in der Kategorie Office and Object Design
INNOVATIONSPREIS ARCHITEKTUR UND OFFICE 2000: 2000 AiT, ABiT und intelligent architecture SYNTHESE
ARCHITEKTUR UND WOHNEN: 1998 ausgewählt für die 125 besten Innenarchitekten und Designer
BEST OF NEOCON CHICAGO: 1998 Gewinner des Silver Award K. NET
THE CHICAGO ATHENAEUM: 1998 ausgewählt für die Ausstellung good design 98 P.O.S.
JOSEF BINDER AWARD VIENNE: 1997 Design Award SPIRIT

KOREFE - KOLLE REBBE FORM UND ENTWICKLUNG

Preise 2009

ONE SHOW DESIGN: 2009 Shortlist Packaging Wodka Deli Garage; 2009 Shortlist Packaging Öl Deli Garage; 2009 Pencil/Silber Grafik Honig Deli Garage; 2009 First Cut Print Secret Talents Google/YouTube
D & AD: 2009 In-Book Packaging Honig Deli Garage; 2009 In-Book Illu/Packaging Wodka Deli Garage; 2009 In-Book Packaging Öl Deli Garage
CLIO BRONZE PACKAGING: 2009 für Honig Deli Garage
ADC DEUTSCHLAND: 2009 Bronze Grafik Design Wodka Deli Garage; 2009 Bronze Packaging Honig Deli Garage; 2009 Auszeichnung Grafik Design Honig Deli Garage; 2009 Auszeichnung Packaging Öl Deli Garage
FAB AWARD: 2009 Gold Food Design Honig Deli Garage; 2009 Gold Food Design Öl Deli Garage; 2009 Nomination Food Design Wodka Deli Garage
ADC EUROPE: 2009 Auszeichnung Illustration Wodka Deli Garage; 2009 Auszeichnung Packaging Honig Deli Garage
THE NEW YORK FESTIVALS: 2009 Gold Food Design Öl Deli Garage; 2009 Silber Design Wodka Deli Garage; 2009 Silber Guerilla Trauminseln Trauminselreisen; 2009 Bronze Food Design Honig Deli Garage; 2009 Finalist Print Secret Talents Google/YouTube
CANNES: 2009 Bronze Food Design Honig Deli Garage; 2009 Shortlist Promo KissNoFrog KissNoFrog; 2009 Shortlist Food Design Öl Deli Garage
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD GOLD: 2009 Packaging Öl Deli Garage
Folgende Awards stehen noch aus: LIA, Dt. Verpackungspreis, Euro Best, Epica, RedDot, DDC, Berliner Type

KURZ_KURZ_DESIGN

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2009 für Xled, Steinel; 2007 für TWIN 1731, Zwilling; 2006 für sensIQ, Steinel; 2005 für atmoMAG, Vaillant; 2005 für turboMAG, Vaillant; 2003 für EasyLock, Hettich; 2002 für VED-E classic, Vaillant; 2002 für VED, Vaillant; 2001 für InnoTech, Hettich; 1996 für Una 1000, Hüppe
RED DOT DESIGN AWARD: 2009 für senses, spirit of senses; 2006 für Star Z15TT, Wilo; 2003 für Merkur, damixa; 2003 für FiberT1 Automatic, Knirps; 1995 für Una 1000, Hüppe
DESIGN PLUS AWARD: 2001 für VED-E, Vaillant; 1997 für Marano, Hüppe
PLUS X AWARD KÖLN: 2008 für Xled, Steinel
INTERZUM AWARD: 2003 für EasyLock, Hettich; 2001 für InnoTech, Hettich
Q-ROUGE NRW: 2005 für Corporate Design, Dürselen
GOOD DESIGN CHICAGO: 2006 für TWIN Select, Zwilling

PREMIO DESIGN & COMFORT MILANO: 2005 für Atrium, Albatros
GOOD DESIGN JAPAN: 2006 für TWIN Select, Zwilling; 2004 für TWIN M, Zwilling
STADT LAND FORM – DESIGN IM BERGISCHEM LAND: 2000 für Joly, Keuco
EHRENPREIS FÜR PRODUKTDESIGN NRW: 1995 für Una 1000, Hüppe

KW43 BRANDESIGN

ANDY AWARD: 2003
ANIMAGO: 2003
ART DIRECTORS CLUB GERMANY: 1998, 2002, 2006
ART DIRECTORS CLUB NEW YORK: 1998, 2000, 2002
BERLINER TYPE: 2000, 2002, 2004
CORPORATE DESIGN PREIS: 2000
CREATIVITY: 2001
DESIGN_EHRENPREIS DES LANDES NRW: 2005
DT. MARKETINGPREIS: 2003
DT. PREIS FÜR KOMMUNIKATIONSDESIGN: 1998, 2000
DT. PREIS FÜR WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION: 2002
EPICA AWARD: 1998
GLOBAL CORPORATE IDENTITY: 2002
IF DESIGN AWARD: 2002–2004
INTERNATIONAL MIDAS AWARD: 2002
LEAGUE OF AMERICAN COMMUNICATIONS PROFESSIONALS: 2004
LONDON INTERNATIONAL ADVERTISING AWARD: 1998, 2002, 2005
LORIE AWARDS: 1998
MOSKOW INTERNATIONAL ADVERTISING FESTIVAL: 2000
MOEBIUS: 2002
NEW YORK FESTIVALS: 1998, 2000–2002
RED DOT DESIGN AWARD: 2002–2004, 2007
DEUTSCHER DESIGNERS CLUB: 2005, 2006
NOMINIERT ZUM DESIGNPREIS DER BRD: 2007, 2008



LEITWERK. BÜRO FÜR KOMMUNIKATION

NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009, 2004
RED DOT DESIGN AWARD: Communication Design 2008 (Kategorie Editorial);
 2004 (Kategorie Werbung); Best of the Best; 2002 (Kategorie Multimedia)
100 BESTE PLAKATE: 2004
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2002 (Kategorie Multimedia)
3RD INTERNATIONAL DIGITAL TYPE DESIGN CONTEST: Linotype Library
 1999 (2 Preise)
2ND INTERNATIONAL DIGITAL TYPE DESIGN CONTEST: Linotype Library 1997

LENGYEL DESIGN

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2009 für Deutsche Post DHL: Serviceinsel Post 24/7;
 2004 für Mabeg: Twin Glass Leitsystem; 2000 für Berker: Lichtschalter Serien B1, B3, B5, S1;
 1999 für Deutsche Post Posttor und Ausstecktransparent; 1997 für Liesegang: Videoprojektor
RED DOT DESIGN AWARD: 2001 für Insta: DIN-Reiheneinbaugerät; 1999 für Insta: Licht-
 fernbedienung/Funk-Handsender; 1997 für Liesegang: Videoprojektor
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2010 Deutsche Post DHL: Serviceinsel
 Post 24/7; 2004 für Mabeg Twin Glass Leitsystem
GOOD DESIGN AWARD: 2001 The Chicago Athenaeum für Berker: Lichtschalter Serien B1,
 B3, B5, S1,
RANKING-DESIGN, THE TOP TEN IN PUBLIC DESIGN: 2005 Team: LengyelDesign
*PREIS FÜR HERVORRAGENDE WISSENSCHAFTLICHE LEISTUNGEN, UNIVERSITÄT
 STUTTGART*: 1991 Alcatel-Lucent: Telefon-Produktlinie
 Gabor Lengyel bei frog design:
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 1993
THE TOP TEN OF THE YEAR: Biedermann Motech: Knieorthese Ultratech
DESIGN TEAM OF THE YEAR: 1993 (Team: frog design); Sonderauszeichnung
 Rehabilitation 1992
DESIGN ZENTRUM NRW: Biedermann Motech: Knieorthese Ultratech
DESIGNPREIS DES LANDES RHEINLAND-PFALZ: 1994 (Fissler: Magic Line Art
 Kochgeschirr)
AUSSTELLUNG EINES PRODUKTES IM MUSEUM OF MODERN ART (MOMA) in
 New York (Biedermann Motech: Knieorthese Ultratech)



.MOLLDESIGN REINER MOLL & PARTNER

NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2007 für Sanitärprogramm Bellevue,
 Villeroy & Boch AG; 2009 für Multi Source System Caruso, T+A elektroakustik
RED DOT DESIGN AWARD: 2007 für Boxenserie nuLook, Nubert Elektronik; 2008 für
 Essig+Öl Menage, Auerhahn; 2009 für Axos Konferenzmöbel-Programm, Interstuhl; 2009 für
 Multi Source System Caruso, T+A elektroakustik

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2007 für Stehtisch Stand-up und elektr. Stuhlnummerierung
 i-tech, Hiller Objektmöbel; 2007 für LED-Schminkspiegel iLook und Palais Accessoires,
 Keuco; 2007 für Armatur & Accessoires Cult Villeroy & Boch AG; 2009 für Klavierhocker
 Campo, Sauter Pianofortemanufaktur
DESIGN CENTER STUTTGART FOCUS DESIGN: 2007 für Sanitärprogramm Lifetime,
 Villeroy & Boch AG
PLUS X AWARD: 2007 für Boxenserie nuLook, Nubert Elektronik
FORM TENDENCE LIFESTYLE: 2007 für Essig+Öl Menage und Salz+Pfeffer Menage von
 Auerhahn
GOOD DESIGN AWARD: 2007 für Essig+Öl Menage und Salz+Pfeffer Menage von
 Auerhahn; 2007 für Axos Bürostuhlfamilie, Interstuhl; 2007 für Armatur & Accessoires Soul,
 Villeroy & Boch AG; 2008 für Boxenserie nuLook, Nubert Elektronik; 2008 für Multi Source
 System Caruso, T+A elektroakustik; 2008 für Schrankwaschtisch Loop, Villeroy & Boch AG
KÜCHENINNOVATION DES JAHRES: 2009 für Käsemühle von Rösle

MAGMA BRAND DESIGN GMBH & CO. KG

ADC WETTBEWERB: 2008 Bronzener Nagel für Slanted Magazin; 2008 Auszeichnung
 für Slanted Magazin; 2008 Auszeichnung für Buch Wii Love Arts (Nintendo Deutschland);
 2007 Auszeichnung für Slanted Magazin
ADC OF EUROPE: 2008 Auszeichnung für Slanted Magazin
ANNUAL MULTIMEDIA: 2008 Auszeichnung für Slanted Weblog
BERLINER TYPE: 2009 Silber für Slanted Magazin; 2009 Diplom für Konzeption für
 Typodarium 2009; 2008 Bronze für Slanted Magazin; 2007 Bronze für Buch The Denim Bible
 (Sportswear International); 2004 Bronze für Buch VERSUS (Gestalten Verlag)
CORPORATE DESIGN PREIS: 2009 Award für Neues CD FH Mainz
DDC: Silber für Buch Wii Love Arts (Nintendo Deutschland)
DESIGNPREIS DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND: 2009 Silber für Slanted
 Magazin
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009 für Buch Wii Love Arts (Nintendo
 Deutschland); 2009 für Buch The Denim Bible (Sportswear International); 2009 für Plakat
 Machtwerk (Hochschule Pforzheim); 2007 für Slanted Magazin; 2007 für Aroma-Bar der
 Weindüfte; 2007 für Fixie GoldRush
EUROBIKE AWARD (ORGANIZED BY IF): 2008 Award für Fixie ChipRace 953; 2006
 Award für Fixie GoldRush
EUROPEAN DESIGN AWARDS: 2008 Award für Slanted Magazin
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2009 (2x) für The Sports Bible (Sportswear
 International); 2008 für Slanted Magazin; 2007 für Slanted Magazin; 2007 für Denim Bible
 (Sportswear International); 2007 für AKG Produktkatalog
INNOVATIONSPREIS DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE: 2008 2. Preis für Wii Love
 Arts (Nintendo Deutschland); 2007 2. Preis für The Denim Bible (Sportswear International);
 2004 1. Preis für Buch VERSUS (Gestalten Verlag)
LEAD AWARDS: 2008 Gold, Weblog des Jahres: Slanted Weblog; 2007 Auszeichnung für
 Slanted Magazin
LAUS AWARDS: 2009 (Bronze) für Slanted Magazin
RED DOT COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2008 Auszeichnung für Slanted Magazin;
 2004 Auszeichnung für Buch VERSUS (Gestalten Verlag)
RED DOT PRODUCT DESIGN AWARD: 2007 Auszeichnung für Aroma-Bar der Weindüfte
STIFTUNG BUCHKUNST: Die schönsten deutschen Bücher: 2005 Silber für Buch VERSUS
 (Gestalten Verlag)
TYPE DIRECTORS CLUB NY: 2008 Auszeichnung für Slanted Magazin; 2008 Auszeichnung
 für Plakat Machtwerk (Hochschule Pforzheim); 2007 Auszeichnung für Slanted Magazin;
 2007 Auszeichnung für Buch The Denim Bible (Sportswear International); 2006 Auszeichnung
 für Font Gringo

MEHNERT CORPORATE DESIGN GMBH & CO. KG

INTERNATIONALER DESIGNPREIS DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN:
 2001 Ehrenpreis für Produktdesign, Wilo Stratos Heizungsumwälzpumpe
INTERNATIONALER DESIGNPREIS BADEN-WÜRTTEMBERG: 2001 Focus Mobilität,
 Wilo Stratos Heizungsumwälzpumpe; 2006 Focus Energy, Wilo Stratos PARA; 2009 Focus
 Open, Wilo Geniax Heizungspumpensystem
RED DOT DESIGN AWARD: 2002 product design, Wilo Stratos Heizungsumwälzpumpe;
 2003 product design für Salmson Siriux Heizungsumwälzpumpe
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2003 Wilo Stratos Heizungsumwälzpumpe; 2006 für Wilo
 Stratos PARA Heizungsumwälzpumpe; 2003 für Salmson Siriux Heizungsumwälzpumpe;
 2006 für Sauer & Sohn Maschinenbau GmbH, Tornado Hochdruckkompressor; 2006 advanced
 studies, Danone Waters GmbH Wiesbaden, volvic crate
DESIGNPLUS: 2003 ISH Frankfurt, Wilo Stratos Heizungsumwälzpumpe
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2004 Wilo Stratos Heizungsumwälz-
 pumpe; 2007 Wilo Stratos PAR; 2007 Sauer & Sohn Maschinenbau GmbH, Tornado
 Hochdruckkompressor

MEYER-HAYOZ DESIGN ENGINEERING GROUP

RED DOT DESIGN AWARD PRODUCT DESIGN: 2009 für KiBox To Go der Firma Kistler
 Instrumente AG
GOOD DESIGN CHICAGO: 2004 für VITA VM Flasche der VITA Zahnfabrik H. Rauter
 GmbH & Co. KG
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2004 für VITA VM Flasche der VITA
 Zahnfabrik H. Rauter GmbH & Co. KG
IF DESIGN AWARD CHINA: Gold 2003 in Shanghai für VITA VM Flasche der VITA
 Zahnfabrik H. Rauter GmbH & Co. KG
DESIGNPREIS SCHWEIZ: Anerkennung 2003 für VITA VM Flasche der VITA Zahnfabrik
 H. Rauter GmbH & Co. KG

IF DESIGN AWARD SILVER: 2002 für Combi Twist der SIG allCap AG
CDIF CHINA PRODUCT INNOVATION DESIGN AWARD: in Gold 2003 in Shenzhen für VITA VM Flasche der VITA Zahnfabrik H. Rauter GmbH & Co. KG
DIE NEUE SAMMLUNG: Aufnahme in Pinakothek der Moderne München für Ascom Telefonsystem

DESIGNBÜRO WOLFGANG C.R. MEZGER

BRAUN PREIS: 1980
AUSZEICHNUNG VERSCHIEDENER PRODUKTE DURCH AUFNAHME IN DIE DESIGNAUSWAHL DES DESIGN CENTER STUTTGART: 1984, 1985, 1986, 1992 und 1994
MÖBELDESIGN MADE IN GERMANY: 1984
HAUS INDUSTRIEFORM ESSEN: 1985
TOP TEN, ZEITSCHRIFT ZUHAUSE: 1989
TOP TEN, AUSWAHL DESIGNZENTRUM NORDRHEIN-WESTFALEN UND MD: 1991
PRODUCT DESIGN AWARD, INSTITUTE OF BUSINESS DESIGNERS NEW YORK: 1992
IF INDUSTRIE FORUM DESIGN, HANNOVER: 1993
ROTER PUNKT FÜR HOHE DESIGNQUALITÄT VOM DESIGNZENTRUM NORDRHEIN-WESTFALEN: 1993, 1994
ROSCOE DESIGN AWARD, NEW YORK: 1993
NIEDERLÄNDISCHER MÖBELPREIS: Prijs voor het beste nederlandse Meubelontwerp, Amsterdam 1993
„GOED INDUSTRIEEL ONTWERP“: The Foundation Goed Industrial Design, Den Haag, 1996 und 1997
INTERNATIONAL INTERIOR DESIGN ASSOCIATION: Apex Award Gold, New York 1997
BEST OF NEOCON, GOLD AWARD, CHICAGO: 1998
DESIGN INNOVATIONEN '99: Auszeichnung für Hohe Designqualität, Designzentrum Nordrhein Westfalen, 1999
TOP 200 FOR 2000: MD 1/2000
BEST OF NEOCON, SILVER AWARD, CHICAGO: 2000
GOOD DESIGN AWARD: 2000, the Chicago ATHENAEUM Museum Of Architecture And Design
BEST OF DESIGN WEEK: Design Journal, Los Angeles, 2000
RED DOT AWARD: Design Zentrum Nordrhein-Westfalen, Essen 2001
„BEST SELECTION: OFFICE DESIGN“: Design Zentrum Nordrhein-Westfalen, Essen 2001
GOOD DESIGN AWARD: 2002, the Chicago ATHENAEUM, Museum Of Architecture And Design
BEST OF SHOW AWARD – DESIGN JOURNAL, LOS ANGELES: 2002
ADEX PLATINUM AWARD FOR SEATING FURNITURE, USA: 2002
ADEX AWARD, BEST OF COMPETITION, USA: 2002
FOCUS BALANCE, INTERNATIONALER DESIGNPREIS BADEN-WÜRTTEMBERG: 2003
INTERNATIONAL INTERIOR DESIGN ASSOCIATION: BEST OF COMPETITION ACCLAIM AWARDS, LOS ANGELES: 2003
NOMINIERT FÜR DESIGNPREIS DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND: 2008, 2004
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2008, 2007, 2006, 2004
DDC AWARD: 2008, 2007, 2006, 2004
BEST OF NEOCON: 2008 Gold Award, Chicago für Ergonomic Seating; Silver Award, Chicago: 2007, 2006; 2002 Gold Award, Chicago
IIDEX/NEOCON CANADA INNOVATION AWARDS: Silver, 2008

MILLA & PARTNER GMBH

ADC: 2009 Bronze für IdeenPark; 2008 Auszeichnung für Container für Flüchtlinge; 2006 Auszeichnung, für Die Welt von Steiff, Giengen; 2006 Silber für Brockhaus Frankfurter Buchmesse; 2002 Silber für www.milla.de
ADC OF NEW YORK: 2006 Distinctive Merit, Brockhaus Frankfurter Buchmesse
ADAM AWARD: 2004 Sonderpreis für Themenparks: Biovision; 2001 Silber für Nautica, Pavillon des BMWVW Expo 2000
CANNES PROMO LÖWE: 2006 für Brockhaus Frankfurter Buchmesse
DDC AWARD: 2008 Auszeichnung für IdeenPark; 2006 Bronze für Brockhaus Frankfurter Buchmesse
EVA AWARD: 2007 Bronze für Container für Flüchtlinge; 2006 Gold für Brockhaus Frankfurter Buchmesse; 2004 Bronze für Siemens International Sales Meeting Sardinien; 2003 Bronze für E.ON auf der Hannover Messe Industrie; 2002 Sonderpreis für Wir Flüchtlinge in Stuttgart; 2000 Silber für Bosch Pavillon, Expo 2000; 1999 Gold für Weidmüller Messestand HMI; 1998 Gold für OCEANIS Lissabon
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2008 Auszeichnung für E.ON auf der Hannover Messe; 2006 Auszeichnung für Brockhaus Frankfurter Buchmesse; 2004 Auszeichnung für Ausstellung Foyer Bosch Repräsentanz, Berlin; 2002 Silber für www.milla.de
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2004 Auszeichnung für Travego-Exponat, Messeauftritt Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge
INTERNATIONALER DESIGNPREIS BADEN-WÜRTTEMBERG: 2005 Auszeichnung für Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge auf der Nfz IAA
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009 für E.ON auf der Hannover Messe; 2009 für IdeenPark; 2007 für Brockhaus Frankfurter Buchmesse; 2004 Ausstellung Bosch Repräsentanz, Berlin; 2004 für www.milla.de
RED DOT AWARD COMMUNICATION DESIGN: 2006 Auszeichnung für Brockhaus Frankfurter Buchmesse; 2004 Auszeichnung für E.ON auf der Hannover Messe Industrie; 2002 best of the best für www.milla.de
XAVER EVENT AWARD: 2004 Auszeichnung für Opel Signum WindowScapes, Automobilsalon Genf
BEST OF BUSINESS TO BUSINESS: 2002 Silber für www.milla.de
DEUTSCHER MULTIMEDIA AWARD: 2002 Auszeichnung für www.milla.de

VOL 1 164–165: PHOTOS Andreas Keller, Michael Steinle, Walter Wehner, Andrew Alberts, Ole Bader, Berno Buff, Peter Redlin

N

NEO.STUDIO NEUMANN SCHNEIDER ARCHITEKTEN

RED DOT DESIGN AWARD: Winner 2009 für „Konflikt – 2000 Jahre Varusschlacht“

NODESIGN

RED DOT DESIGN AWARD: 2003, 2005, 2006 3 red dot Awards; 2008 2 red dot Awards
PLAKAT GRAND PRIX SILBER: 2004
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2006, 2005 2 iF Awards
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2006 2x; 2007 4x; 2009 2x
GOLD BUCHMARKT-AWARD: 2008

P

PETER SCHMIDT GROUP

BERLINER TYPE AWARD – DIE BESTEN DRUCKSCHRIFTEN: 2007 Silber für HUGO BOSS Geschäftsbericht 2005, HUGO BOSS; 2007 Bronze für Linde Geschäftsbericht 2005, Linde AG; 2007 Bronze für Wöhner Didaktische Broschüre, Wöhner; 2008 Nominierung für Linde Geschäftsbericht 2006; Diplom 2008 Peter Schmidt Group Imagebuch 2008; 2009 Diplom für Elephant Print – Awards
CORPORATE DESIGN AWARD: 2007 Nominierung Corporate Design von KION, Linde / KION; 2009 Nominee für Wataniya Airways – Corporate Design
DEUTSCHER DESIGNER CLUB GUTE GESTALTUNG: 2007 Bronze für Blat Advanced Vodka, Cogrami Canarias; 2007 Bronze für Persil International Relaunch für Henkel; 2007 Auszeichnung für Wöhner Didaktische Broschüre; 2008 GOLD für Juchheim – Die Marke
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2007 für Juchheim Die Meister „Strahlendes Glück“; 2007 für Linde Geschäftsbericht 2006; 2007 iF award GOLD für Persil International Relaunch, Henkel; 2007 für Elephant Print – Reise, Peter Schmidt Group; 2007 für Wöhner Didaktische Broschüre; 2008 für HUGO BOSS Geschäftsbericht 2007; 2008 Linde CR Report 2007; 2008 für Linde Geschäftsbericht 2007; 2008 für Peter Schmidt Group Imagebuch 2008; 2009 für BayWa Geschäftsbericht 2008; 2009 für Elephant Print – Awards; 2009 für Linde Geschäftsbericht 2008, 2009 für Linde Technology 2008; 2009 Wataniya Airways – Corporate Design
IF PACKAGING AWARD: 2008 für Blat Advanced Vodka; 2008 GOLD für Juchheim „Die Meister“ Oil & Perfume Collection
RED DOT AWARD: COMMUNICATION DESIGN: 2007 GMX MultiMessenger; 2007 HUGO BOSS Geschäftsbericht 2006; 2007 Juchheim Die Meister „Strahlendes Glück“; 2007 Linde CR Report 2005; 2007 Linde Geschäftsbericht 2006; 2007 Persil International Relaunch; 2007 Wöhner Didaktische Broschüre; 2008 best of the best für HUGO BOSS Geschäftsbericht 2007; 2008 für Linde CR Report 2007; 2009 für hohe Designqualität Nezu Museum; 2009 für hohe Designqualität Linde Geschäftsbericht 2008
ART DIRECTOR'S CLUB DEUTSCHLAND: Bronze 2009 für Blat Advanced Vodka
BEST CORPORATE PUBLISHING: 2009 Nominierung für Linde Technology 2008
AIGA ANNUAL DESIGN COMPETITIONS OUTSTANDING DESIGN: 2008 Peter Schmidt Group Imagebuch 2008

PHOENIX DESIGN GMBH & CO. KG

LUCKY STRIKE DESIGNER AWARD: 1998 für Tom Schönherr und Andreas Haug
DESIGN PREIS DER BRD: 1x Gold, 1x Silber, 31x nominiert
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 11x Gold, 1x Silber, 129 Award
IF PRODUCT DESIGN AWARD CHINA: 5x
IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2x
GOOD DESIGN AWARD: 15x
GOOD DESIGN AWARD JAPAN: 4x
FOCUS INTERNATIONALER DESIGNPREIS BADEN-WÜRTTEMBERG: 2x Focus Gold, 11x Focus Silber, 18x Award
DESIGN PLUS AWARD: 23x
RED DOT: BEST OF THE BEST: 9x
RED DOT: PRODUCT DESIGN AWARD: 116x
DDC GUTE GESTALTUNG: 2x Bronze, 2x Auszeichnung
GOLDENE FLAMME: 1x Prädikat „herausragend“, 1x Award, 1x nominiert
CEA CONSUMER ELECTRONICS ASSOCIATION: 1x „Best of Innovation 2008“, 1x Innovation 2008
IFA-PREVIEW-AWARD 2008: 2x
DESIGNPREIS SCHWEIZ
UNIVERSAL DESIGN AWARD
ANNUAL DESIGN REVIEW AWARD
I.D. ANNUAL DESIGN REVIEW, BEST OF CATEGORY
STAHL-INNOVATIONSPREIS
AIT INNOVATION ARCHITECTURE AND HEALTH
DEUTSCHER PREIS FÜR 3-DIMENSIONALITÄT
SANITÄR-ARMATUR DES JAHRES 2008
IF CREATIVE RANKING INTERNATIONAL 2009: 1. Platz bei den externen Designstudios

PRODESIGN BERND BRÜSSING

RED DOT DESIGN AWARD: 2009 für CBnes 3967 Kühl-Gefrier-Kombination und CNes 6256 Kühl-Gefrier-Kombination, Kunde LIEBHERR; 2008 für WTes 4677 Vinidor Weintemperierschrank, Kunde LIEBHERR

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2007 für Controlpanel, Kunde Busch-Jaeger Elektro GmbH; 2007 TwinBus Video-Freisprechstelle Color, Kunde RITTO GmbH und Co. KG; 2005 Twinbus Glastürstation Verrano, Kunde RITTO GmbH und Co. KG

NOMINIERT FÜR DESIGNPREIS DER BRD: 2009 für WTes 4677 Vinidor Weintemperierschrank, Kunde: LIEBHERR; 2009 Acero Edelstahl-Türstation Kunde: RITTO GmbH & Co. KG; 2008 für TwinBus Video-Freisprechstelle Color Kunde: RITTO GmbH & Co. KG

DESIGNPREIS BADEN WÜRTTEMBERG FOCUS OPEN: 2009 für priOn, Kunde Busch-Jaeger Elektro GmbH

INNOVATIONSPREIS ARCHITEKTUR UND TECHNIK: 2004 für Twinbus Glastürstation Verrano, Kunde RITTO GmbH & Co. KG

MATERIALICA DESIGN AWARD: 2004 für Twinbus Glastürstation Verrano, Kunde RITTO GmbH & Co. KG

DESIGN PLUS: 2008 für Acero Edelstahl-Türstation, Kunde RITTO GmbH & Co. KG

GOOD DESIGN CHICAGO: Twinbus Indoor Telephone Handlink, Kunde RITTO GmbH und Co. KG

PLUS X AWARD: 2009 für WKEes 553 GrandCru Weinklimaschrank, Kunde LIEBHERR und CNes 6256 Kühl-Gefrier-Kombination, Kunde LIEBHERR; 2008 für SBSes 7273 PremiumPlus BioFresh NoFrost, Kunde LIEBHERR

PRODUCT INNOVATION LOUNGE

MIA SEEGER PREIS: 1995 für eine selbstfahrende Saatbettkombination (Diplomarbeit Christian Pilgram)

DESIGN PLUS: 2007 für den WC-Sitz Mondo, verliehen vom Rat für Formgebung im Rahmen der ISH Frankfurt

PULS

IF PRODUCT DESIGN AWARD: Gold Award 2009 und Auszeichnung 2009, 2008, 1996

NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS BRD: 2010

Q**QUADESIGN PARTNER AG**

JOSEF BINDER AWARD: 1997 für Garsystem, AMC International; 1997 für oecos Büromöbelprogramm, DER HOLZHOF GmbH

DESIGN PREIS SCHWEIZ: 2001 für Patientenliege, Swissray Medical AG

GOOD DESIGN USA: 2002 für Messersystem, AMC International

GOOD DESIGN JAPAN: 2002 für Bürostuhlprogramm G63, Stoll Giroflex AG

GOLDENER KREATIVITÄTS-OSKAR: 2004 für Abfalleimer Abfallhai, Brüco Swiss AG

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2005 Gold Award für Rohrleitungssystem iFit, Georg Fischer AG; 2005 Gold Award für Küchenmodule „Eisinger Blocks“, Franke Küchentechnik AG; 2006 für OptiFlex mobile Pulverbeschichtungs-Anlagen, ITW Gema GmbH; 2007 für J5 Kaffeevollautomat, Jura Elektroapparate AG; 2008 für Küchenlüftung EVMC 207, Wescos AG; 2008 für Küchenlüftung EVMC 211, Wescos AG

DESIGN PLUS: 2005 für Rohrleitungssystem iFit, Georg Fischer AG

NOMINIERT FÜR DEN DESIGN PREIS DER BRD: 2006 für Küchenmodule „Eisinger Blocks“, Franke Küchentechnik AG; 2006 für Rohrleitungssystem iFit, Georg Fischer AG; 2009 für J5 Kaffeevollautomat, Jura Elektroapparate AG

RED DOT DESIGN AWARD: 2007 für J5 Kaffeevollautomat, Jura Elektroapparate AG

GOOD DESIGN: 2007 für J5 Kaffeevollautomat, Jura Elektroapparate AG

R**REALDESIGN GMBH**

IF AWARD: 1991 für Portaldrehkran, Kranbau Eberswalde; 1991 für Eisenbahndrehkran, Kirow Leipzig

BUNDESPREIS PRODUKTDESIGN: 1992 für Portaldrehkran, Kranbau Eberswalde

SÄCHSISCHER STAATSPREIS FÜR DESIGN: 1994 für Ohrspülgerät, Dantschke Leipzig

RINCÓN2 MEDIEN GMBH

RED DOT DESIGN AWARD: 2007, corporate design für die Geschäftsausstattung von Kunde Creutz & Partners, Aachen

INNOVATIONSPREIS DER „INITIATIVE MITTELSTAND“: 2008 für das agentureigene Content-Management-System webVanilla®

S**SCALA DESIGN**

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 1995 für Diamant Kernbohrgerät – HILTI DD-250-E; 1996 für Schlitzgerät – HILTI DC-S E19; 1997 für Akku Montageschrauber – HILTI SB 10; 1997 für Meißelhammer – HILTI TE 704; 1997 für Kombihammer – HILTI TE 55; 1997 für Kombihammer – HILTI TE 75

INTERNATIONAL DESIGN AWARD BADEN-WÜRTTEMBERG: 1998 für Hochgeschwindigkeitsplotter HSP – Lasercomb Laser-Kombinations-Systeme GmbH; 1998 für Rotationslaser – HILTI PR 10; 1998 für Rotationslaser – HILTI PR 50; 1998 für Meißelhammer HILTI TE 905

RED DOT PRODUCT DESIGN AWARD: 2008 für Kombihammer – Metabo KHE 56

SCHMIDDEM

Auswahl DESIGNPREISE

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2008 für Blue Moon/Duravit; 2004 für Pinselhalter/Dropex; 2004 für BettePur/Bette; 2001 für Cocoon/Hansgrohe

RED DOT DESIGN AWARD: 2006 für BetteContura/Bette; 2004 für Pinselhalter/Dropex;

2003 für BetteSchmidem/Bette

NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009 für Blue Moon/Duravit;

2008 Multifunktionskabine/Duravit; 2006 BetteContura/Bette; 2004 BettePur/Bette;

2004 Pinselhalter/Dropex

GOOD DESIGN CHICAGO: 2009 für Blue Moon/Duravit

SCHÜNEMANN DESIGNSOLUTIONS

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2006 Gold Award für Tonmischpult „aurus“;

1997 für Tonmischpult „cantus“

NOMINIERT FÜR DEN DESIGN PREIS BRD: 2007 für Tonmischpult „aurus“

SIEGER DESIGN GMBH & CO. KG

RED DOT DESIGN AWARD: 13 x

DESIGNPREIS DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND: 2 x

DDC DESIGNPREIS: 17 x

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 15 x

IF COMMUNICATION AWARD: 3 x

RED DOT PRODUCT DESIGN AWARD: 3 x

GOOD DESIGN CHICAGO: 20 x

GOOD DESIGN JAPAN: 4 x

DESIGN PLUS AWARD: 5 x

KÜCHENINNOVATIONSPREIS: 2008

AIT INNOVATIONSPREIS: 2007

„BEST OF WOOL“ AWARD DER KATEGORIE „BESTE FARBPALETTE“: 2007

AUSZEICHNUNG „ORT DER IDEEN“: 2007

STAHLINNOVATIONSPREIS: 2006

WALLPAPER AWARD:* 2006

RED DOT COMMUNICATION AWARD: 2005

LIMA GERMANY AWARD: 2005

TDC 51 / TYPE DIRECTORS CLUB: 2005

CORPORATE DESIGN PREIS: 2005

GRAPHIS PACKAGING 9: 2004

ELLE DECORATION INTERNATIONAL AWARD: 2004

TOP TEN DESIGN NRW FÜR UNTERNEHMERISCHE GESAMTLEISTUNG: 2003

AIT INNOVATIONSPREIS ARCHITEKTUR UND TECHNIK: 2003

INTERNATIONALER DESIGNPREIS BADEN-WÜRTTEMBERG: 2002

CORE DESIGN: 2002

CHRONOS INNOVATIONSPREIS: 2002

EUROPEAN PACKAGING AWARD: 2000

CERTIFICATE OF DESIGN EXCELLENCE: 1997

STAATSPREIS AMSTERDAM: 1989

STAATSPREIS JAPAN: 1986

SIGN KOMMUNIKATION GMBH

Auszug (seit 2004):

IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2009 für Magazin „Hear the World 9“; 2007 für Magazin „Hear the World“, Buch „Bathrooms“, Bücher „the design annual“; 2006 Gold Award für Buch „Switch“; 2006 für Buch „Blanko“, „100 Jahre e15“, Katalog „e15“; 2005 für Buch „20 Jahre serien.lighting“, Buch „Office Solutions“; 2004 für Buch „Blockade“

RED DOT DESIGN AWARD: 2009 „best of the best“ für „Sakura“; 2009 für „Dossier/Claus Richter“, Buch „B/Lack“, Buch „Flight“; 2007 für Katalog „e15“; 2006 für Buch „Blanko“

BERLINER TYPE: 2008 Diplom für Magazin „Switch“; 2005 Diplom für Buch „Blanko“

BEST OF CORPORATE PUBLISHING (BCP): 2009 Silber für Magazin „Switch“; 2008 Silber für Magazin „Switch“; 2007 Gold für Magazin „Hear the World“; 2005 Silber für Magazin „Stylepark“

TDC NY 28: 2007 „Certificate for Typographic Excellence“ für Signage „Touchy-feely“, Buch „Blanko“

TOKYO TDC: 2007 Buch „Switch“, Buch „Blanko“; 2006 Buch „A word is worth a thousand pictures“; 2005 Buch „Barock 2004“; 2004 Buch „Logotypographic“, Buch „Blockade“, Poster „Stylepark“, Buch „Furnished Ways“

SIGNCE

RED DOT DESIGN AWARD: 2005 für WACOM Intuos3 Grafiktablett; 2007 für Bamboo Grafik Stifttablett; 2007 für Leica Geosystems Lino Kreuzlinienlaser; 2007 für Grundig FineArts LCD TV; 2008 für Bamboo Fun Grafik Stifttablett; 2008 für Leica Geosystems Disto D3 Laser Distanzmesser; 2009 für Grundig Vision 9 LCD TV; 2009 Melitta Stage Filterkaffeemaschine
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2008 für Vodafone 720 3G flip phone; 2008 für Grundig Audiorama Kugellautsprecher; 2009 für Leica Geosystems Roteo Rotationslaser
GOOD DESIGN AWARD: 2007 für Bamboo Grafik Stifttablett
NOMINIERT FÜR DEN DESIGN PREIS DER BRD: 2009 für Bamboo Fun Grafik Stifttablett
IDEA DESIGN AWARD: 2005 Gold Award für WACOM Intuos3 Grafiktablett; 2008 Bronze Award Bamboo Grafik Stifttablett; 2009 Gold Award für Nymphenburg Porzellan Environment; 2008 Finalist für Grundig Audiorama; 2008 Finalist für Grundig FineArts

SOLUTIONS

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2008, 2007 2x, 2006 2x
RED DOT DESIGN AWARD WINNER: 2009, 2008, 2007, 2006
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009, 2008, 2007, 2006
DEUTSCHER VERPACKUNGSPREIS: 2005
DER PROMOTIONAL GIFT AWARD: 2008
GOOD DESIGN JAPAN
WORLDSTAR FOR PACKAGING
FOOD SERVICE PACKAGING AWARD
HAMBURGER DESIGNPREIS

UWE SPANNAGEL™

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2009 für die Duschbadewanne Easy In von Repabad; 2008 für die freistehende Badewanne Ovalis für Repabad; 2003 für den LCD Fernseher TV-Familie von 23–50 Zoll; 1996 für Fast Security Softwareschutz-Adapter Hardlock Twin
DESIGN PLUS AWARD: 2009 für die Duschbadewanne Easy In von Repabad; 2008 für das Luxus-Dampfbad Aspen von Repabad; 2005 für das Küchenplanungsprogramm Steelart der Firma Blanco
RED DOT DESIGN AWARD: 2009 für die Einbauspüle Kristall von Blanco; 2004 für den Plasma Fernseher MD 40333 von Medion; 2003 für den Medion TFT Display MD 9404 QB
GOOD DESIGN CHICAGO: 2004 für den Medion PC für den Massenmarkt

STENGELE•CIE.

ADAM AWARD: 2004 3. Preis Award der ausgezeichneten Messeauftritte in der Kategorie „Messeauftritte über 1500 m²“ für den Messeauftritt Heidelberger Druckmaschinen AG „Created with passion, made for Success“ auf der drupa 2004, Düsseldorf
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2006 für Heidelberger Druckmaschinen AG „Created with passion, made for Success“
NOMINIERT FÜR DEN DESIGN PREIS DER BRD: 2006 für Heidelberger Druckmaschinen AG drupa 2004, Düsseldorf Messestand/Exhibitionstand; 2007 für Heidelberger Druckmaschinen AG drupa 2004, Düsseldorf Messestand/Exhibition stand
BDA ARCHITEKTURPREIS JUNGE ARCHITEKTEN IN HESSEN: 2006 Erweiterung einer Zahnarztpraxis Franz Liszt Konzertsaal

STOTZ-DESIGN.COM GMBH & CO. KG

DESIGN CENTER STUTTGART MIA-SEEGER-PREIS: 1992 „Schwimmende Struktur Ponton“
BRAUN PREIS: 1992 „Wasser-Abdeckungssystem“
EHRENPREIS TOP TEN DESIGN NRW: 2003/2004
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2002/2006
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2009 für Einreichung „Systemkoffer für professionelles Malerwerkzeug“
INTERNATIONALER AUDI DESIGN PREIS: 1998 ARIADNE – Orientierungssystem für blinde Leistungssportler und -sportlerinnen
INTERNATIONALER DESIGNPREIS BADEN WÜRTTEMBERG: 2001 für Einreichung ARIADNE – Orientierungssystem für blinde Leistungssportler und -sportlerinnen
DESIGNPREIS DES LANDES NRW: 2005 für Einreichung ARIADNE – Orientierungssystem für blinde Leistungssportler und -sportlerinnen

STRUPPLER INDUSTRIEDESIGN

NOMINIERUNG FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009 für e-mood; 2007 für Relations; 2007 für F45 Elmo; 2006 für Bagnotherm; 2004 für ZikZak – Steelcase
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2008 für das Badmöbelprogramm e-mood – Duravit; 2008 für die Formatkreissäge WA 80 – Altendorf; 2007 iF Gold Award für die Formatkreissäge F45 Elmo – Altendorf; 2006 für den Badheizkörper Bagnotherm; 2004 für ZikZak – Steelcase
RED DOT DESIGN AWARD: 2007 für Relations – Sedus Systems; 2005 für den Badheizkörper Bagnotherm; 2002 „best of the best“ für ZikZak – Steelcase
NEOCON GOLD AWARD: 2006 für den Bürostuhl Mitos – Interstuhl
BEST OFFICE SELECTION: 2003 für den Bürostuhl Mitos
AUSSTELLUNG DES BÜROMÖBELSYSTEMS FRISCO: 2000 im MOMA, NY

STUDIO EBERHARD SAUER

CANNES LIONS: 2006 in Gold für VW Golf R32
THE NEW YORK FESTIVALS: 2006 Grand Award; 2006 in Gold; 1996 Finalist
IAAA: 2004 in Bronze für Mercedes-Benz G-Klasse; 2004 in Bronze für Toyota Verso; 2004 in Silber für Toyota Prius
ADC NEW YORK: 2000 in Gold für Mercedes-Benz Brand Mission

ADC DEUTSCHLAND: 2000 in Gold und Silber

IAAA: 2000 in Silber und Bronze

EUROBEST: 2000 Finalist

KONTAKTER ANZEIGE DER WOCHE: 1999 Auszeichnung

CANNES FESTIVAL: 1999 Shortlist

LONDON INTERNATIONAL ADVERTISING AWARD: 1999 Finalist

EPICA: 1999 Finalist

GEWINNENDE WERBUNG: 1999 in Gold

ANDY ADVERTISING CLUB OF NEW YORK: 1999 Finalist

DIE ANZEIGE: 1999 in Bronze

JAHRBUCH DER WERBUNG: 1997 Phoenix Product Design Branchensieger

BERLINER TYPE: 1996 in Silber für Mercedes-Benz SLK-Silberfibel

EUROPEAN REGIONAL DESIGN ANNUAL: 1995 Design Excellence für VW Käfer

Kalender

STUDIO LAEIS

NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009 für Fachanzeige „Natürliche Kauffunktion“; 2007 für Anzeigenkampagne „VITA Zähne“ und Fachanzeige „Auf die Gerüste! Fertig! Los!“

IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2007 für Fachanzeige „Natürliche Kauffunktion“;

2005 für Anzeigenkampagne „VITA Zähne“

RED DOT DESIGN AWARD: 2005 für Fachanzeige „Auf die Gerüste! Fertig! Los!“

HEINRICH STUKENKEMPER INDUSTRIAL DESIGN TEAM

RED DOT DESIGN AWARD: 2001 für Bleistift grip 2001, Faber-Castell; 2004 für Schreibgeräte emotion Softlack, Faber-Castell; 2005 für Serviersystem, Rösle; 2008 für Designbleistift, Faber-Castell

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 1991 für Rollstuhl Genius 522, Meyra; 1995 für Rollstuhl

Eurostar, Meyra; 1997 für Rollstuhl Optimus, Meyra; 2001 für Bleistift grip 2001,

Faber-Castell; 2007 für Vorlege-Serie, Rösle; 2008 für Radierer sleeve, Faber-Castell

DESIGN CENTER STUTTGART: 2000 für Bleistift grip 2001, Faber-Castell

DESIGN PLUS AWARD: 1994 für Bleistifte und Cassette, Graf von Faber-Castell; 1995 für

Radierer und Spitzer UFO, Faber-Castell

GOOD DESIGN AWARD: 2007 für Ambition Cocos, Faber-Castell

NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2006 für Serviersystem, Rösle; 2007

für emotion Edelharz, Faber-Castell; 2008 für Vorlege-Serie, Rösle; 2009 für Ambition Cocos,

Faber-Castell; 2009 Designbleistift, Faber-Castell; 2009 Radierer sleeve, Faber-Castell

SYNOPSIS DESIGN GMBH

INTERNATIONALER DESIGNPREIS BADEN-WÜRTTEMBERG FOCUS DIALOG

SILBER: 2004 für Maxium, HF-Chirurgiegerät, KLS Martin GmbH & Co.KG

IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2009 für miniTwin4, Lichtgitter, SICK AG ; 2006 für Curis,

RF-Chirurgiegerät, SUTTER Medizintechnik; 2005 für M4000, Lichtgitter, SICK AG; 2005 für

UE403, Elektronikbox, SICK AG

RED DOT DESIGN AWARD: 2009 für miniTwin4, Lichtgitter, SICK AG; 2009 für GM32,

Abgasmessgerät, SICK Maihak GmbH

NOMINIERT FÜR DEN DESIGN PREIS DER BRD: 2006, 2005

SYZYGY FRANKFURT

ADC AWARDS 2009: Auszeichnung für Microsite „Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für Helden“

DDC GUTE GESTALTUNG: 2009 Bronze für Microsite „Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für Helden“

DMMA 2009: Bronze für Microsite „Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für Helden“

IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2009 Gold Award für Mercedes-Benz Viano;

2009 in Kategorie Screendesign: Website „uniquedigital GmbH“ und Microsite

„Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für Helden“; in Kategorie Animation: Trailer

„DARWIN“ und Microsite „Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für Helden“

THE NEW YORK FESTIVAL: 2009 Finalist Certificates für Best consumer-targeted website:

Microsite „Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für Helden“; Best design: Microsite

„Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für Helden“; Best use of sound/music: Microsite

„Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für Helden“; Banner „Bird of prey“

ANNUAL MULTIMEDIA: 2009 Auszeichnung für Bannerkampagne „Bird of prey“;

Microsite „Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für Helden“

NOMINIERT FÜR DEN DESIGN PREIS DER BRD: 2010 für Microsite „Mercedes-Benz

Viano: Der beste Platz für Helden“

HORIZON INTERACTIVE AWARDS: 2009 2 Mal Gold, jeweils 1 Mal Silber und Bronze;

Gold für Website HSBC Private Bank; Gold für Website „Dolce & Gabbana“; Silber für

Website Mazda 2; Bronze für Bannerkampagne „HSBC“

ANNUAL MULTIMEDIA: 2008 für Rotwild-Banner „Downhill“

GOLDEN AWARD OF MONTREUX: 2008 Shortlist für Rotwild-Banner „Downhill“

CANNES CYBER LIONS: 2008 Bronze für Rotwild-Banner „Downhill“

ONLINE STAR: 2008 Bronze für Rotwild-Banner „Downhill“

EPICA: 2008 Bronze für Microsite „Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für Helden“

MOBIUS AWARDS: 2008 First Place für Microsite „Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für Helden“

THEFWA: Site of the Day (Oktober 2008) für Microsite „Mercedes-Benz Viano: Der beste

Platz für Helden“

JAHRBUCH DER WERBUNG: 2009 diverse Auszeichnungen für Bannerkampagne „Sticky!“

(Pritt); Bannerkampagne „Bird of prey“; Microsite „Mercedes-Benz Viano: Der beste Platz für

Helden“; Bannerkampagne „Natural born schredder“ (Dt. Post)

T

TRICON DESIGN AG

NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2010 für Produkt „Fahrradträger euro-select“; 2009 Nominierung für Produkt „Opal Warnbalken“
RED DOT DESIGN AWARD: 2009 für Produkt „Fahrradträger euro-select“; 2007 für Produkt „Glacier Express – Panorama-Reisezugwagen“; 2000 für Produkt „Fluggaststz FAST PRIMO“; 2000 für Produkt „Kunststoffsitzschale Pino“; 1997 für Produkt „Fahrgastsystem Wing“
IF PRODUCT DESIGN AWARD: 2009 für Einreichung Produkt „Vio Fußschalter“; 2007 für Produkt „Glacier Express – Panorama-Reisezugwagen“; 2006 für Produkt „Reisebusstz Grand Turismo“; 1997 für Einreichung Produkt „Fahrgastsystem Wing“
INTERNATIONALER DESIGNPREIS BADEN-WÜRTTEMBERG FOCUS SICHERHEIT: 2007 für Produkt „Opal Warnbalken“

U

UEBERHOLZ GMBH

EXHIBIT DESIGN AWARD: 2009 Silber für GIRA, Giersiepen GmbH & Co. KG; 2008 Silber für KME Germany AG & Co. KG; 2007 Gold für Steute Schaltgeräte GmbH & Co. KG; 2007 für INSTA Elektro GmbH; 2006 Gold Award für GIRA, Giersiepen GmbH & Co. KG
IF DESIGN AWARD: 2008 für INSTA Elektro GmbH; 2008 für Ueberholz. Wir bauen Atmosphäre; 2005 Gold Award für LONZA AG; 1999 Gold Award für LFF Leuchten GmbH
ADAM DESIGN AWARD: 2005 Silber für Ueberholz. Wir bauen Atmosphäre; 2004 Bronze für D-ZWO GmbH Leuchttechnologie; 2004 Bronze Tischler NRW; 2001 Gold Award für GIRA, Giersiepen GmbH & Co. KG
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009 und 2008 für GIRA, Giersiepen GmbH & Co. KG; 2007 für LONZA AG; 2007 für Ueberholz. Wir bauen Atmosphäre; 2006 für D-ZWO GmbH Leuchttechnologie; 2006 für Tischler NRW
RED DOT DESIGN AWARD: 2007 für GIRA, Giersiepen GmbH & Co. KG; 2005 für Ueberholz. Wir bauen Atmosphäre
DDC DESIGN AWARD: 2007 Bronze für GIRA, Giersiepen GmbH & Co. KG
XAVER DESIGN AWARD: 2005 Gold für LONZA AG; 2005 für Ueberholz. Wir bauen Atmosphäre
EDGE AWARD: 2006 für Ueberholz. Wir bauen Atmosphäre

V

VALENTINITSCH DESIGN

STAATSPREIS FÜR GUTE FORM: 1978 Gas Check 949, AVL; 1979 Myocard Check, AVL; 1984 Combison 320, Kretz Technik; 1986 BA 350, Battenfeld; 1992 Serie 101, Wittmann; 1996 Flugsicherungssysteme, Frequentis
NOMINIERUNG FÜR DEN STAATSPREIS DESIGN: 1994 Rubble Master, HMH Engineering; 1996 Flugsicherungssysteme, Frequentis; 2001 Fenstersystem, iku; 2003 EM 1600, Battenfeld
NOMINIERUNG ZUM EUROPEAN DESIGNPRICE: 1996 Flugsicherungssysteme, Frequentis
ECODESIGN: 1996 Condensor, Gebe
JOSEF BINDER AWARD: 1997 Stadtbahn Saar, Bombardier
BIO: 2000 Goldene Medaille Fenstersystem, iku; 2002 Auszeichnung mach 1.4, Wintersteiger
RED DOT DESIGN AWARD: 2001 Fenstersystem, iku; 2006 W721, Wittmann
ANERKENNUNGSPREISE: 1974 Wandgarderobe, WFM; 1978 Dialog 5000, Elge; 1979 Hukerak, Ender; 1980 Test Commander, AVL; 1984 AVL 982, AVL; 1989 FDU 51, Frequentis; 1996 Elektronik, Bachmann; 1996 Eurorail, Bombardier; 1996 Robotersysteme, Wittmann; 1997 Psydis Testgerät, KfV; 1997 DSG 200, Wintersteiger
DESIGN AUSGEWÄHLT: 1985 BA 100, Battenfeld; 1985 PC64, Walla; 1987 AVL 995, AVL; 1987 Nursery Master, Wintersteiger; 1988 Top Line, Gollner; 1988 Skitronic, Wintersteiger; 1988 Dynamic, Wintersteiger; 1989 Alleshäcksler, Viking; 1989 Rebkar, Agrarprodukte GmbH; 1989 BR 400 Yeti, Bombardier; 1991 PT 600c, Bachmann; 1992 Sterilog, Odelga; 1993 U6 Wien, Bombardier; 1993 Assistina, W&H; 1993 Elcomed, W&H; 1993 Temprom 1, Wittmann; 1993 Atlantic, Ott; 1994 Cassetta, Dolenz-Gollner; 2000 Ölfaschen Redesign, ÖMV

W

REGELINDIS WESTPHAL GRAFIK-DESIGN

IMCA AWARDS: 2007 Bronze in der Kategorie Exhibition Campaign für Albert Einstein. Ingenieur des Universums

WIEGE ENTWICKLUNGS GMBH

IF PRODUCT DESIGN AWARD
RED DOT DESIGN AWARD
DESIGNPREIS DER BRD
FOCUS DESIGN AWARD
GOOD DESIGN AWARD
INNOVATIONSPREIS ARCHITEKTUR UND OFFICE
ADAM AWARD

X

XXD PRODUKTDESIGN GMBH

ROTER PUNKT FÜR HÖCHSTE DESIGNQUALITÄT: 1997 Bodennahe Liege „C4“
LIGHT OF THE FUTURE AWARD: 2004 Leuchtkubus „lux-us“
FORM: 2006 Virtuelle Airline „MyFirstJet.com“; 2007 Picknickset „Erstversorgung“; 2008 Ladeschale „Load-ding.com“
INDUSTRIEPREIS 2008: 2008 Ladeschale „load-ding.com“
DESIGN PLUS: 2008 Salatschüssel „laguna+surf“; 2008 Schale „bahia“
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2009 Salatschüssel „laguna+surf“; 2009 Schale „bahia“

Z

ZWÖLFTON DESIGN

IF COMMUNICATION DESIGN AWARD: 2008 Kategorie: Screendesign
www.zwoelfton.com
 Annual Multimedia: Webdesign www.zwoelfton.com
NOMINIERT FÜR DEN DESIGNPREIS DER BRD: 2010 Kommunikationsdesign/
www.zwoelfton.com



DESIGNER-PROFILE.DE

DIE ONLINE-DATENBANK ZUM BUCH

*HIER FINDEN SIE ÜBER 700 DESIGNER
MIT IHREM FIRMENPROFIL UND IHREN
NEUSTEN PROJEKTEN.*





**Naturkundemuseum
Karlsruhe**

Erbprinzenstraße 13 76133 Karlsruhe
Telefon: 0721/1752161 Fax: 0721/1752110
E-Mail: museum@naturkundeka-bw.de

www.smnk.de

IMPRESSUM / IMPRINT

HERAUSGEBER UND VERLAG / EDITOR AND PUBLISHER

Birkhäuser Verlag AG
Basel • Bosten • Berlin
P.O.Box 133, CH-4010 Basel, Switzerland
Member of Springer Science + Business Media
www.birkhauser.ch

VERLAGSLEITUNG / PUBLISHING DIRECTOR FORM

Ramona Rockel

PROJEKTLEITUNG / PROJECT MANAGEMENT

Elena Dinter

INTERVIEWS / INTERVIEWS

Gerrit Terstiege, Chefredakteur form
Credits: Franco Clivio: Verborgene Gestaltung, Birkhäuser Verlag AG;
Dieter Rams: The Making of Design, Birkhäuser Verlag AG;
Britta Pukall: form 228

HERSTELLUNG / PRODUCTION

Amelie Solbrig

GESTALTUNG / ART DIRECTION

MAGMA Brand Design, Karlsruhe

COVER- UND TIERABBILDUNGEN / COVER AND ANIMAL PHOTOS

Staatliches Museum für Naturkunde, Karlsruhe:
Titel, Vorsatz, 3, 6, 7, 22–24, 152, 202
Fotografie/Photography: Lars Harmsen

SATZ UND LITHOGRAFIE / TYPESETTING AND SEPARATION

Jung Crossmedia Publishing GmbH, Lahnau

ÜBERSETZUNG / TRANSLATION

Jeremy Gaines, Frankfurt

DRUCK / PRINT

Kösel GmbH & Co. KG, Altusried-Krugzell

PAPIER / PAPER

gedruckt auf NopaCoat Prestige, 150 g/m², exklusiv von der Papier Union
Peydur Lisse, 115 g/m²

SCHRIFT / FONTS

Simple, Times New Roman

Das „Who is Who“ der Designer erscheint auch online.
www.designer-profile.de

Bibliographic information published by Die Deutsche Bibliothek.
Die deutsche Bibliothek lists this publication in the Deutsche Nationalbibliografie; detailed bibliographic data is available on the Internet at <http://dnb.ddb.de>

This work is subject to copyright. All rights are reserved, whether the whole or part of the material is concerned, specifically the rights of translation, reprinting, re-use of illustrations, recitation, broad casting, reproduction on microfilm or in other ways, and storage in data bases. For any kind of use, permission of the copyright owner must be obtained.

© 2010 Birkhäuser AG
Basel • Bosten • Berlin

Printed in Germany

VOLUME 1 INDUSTRIAL & EXHIBITION DESIGN
ISBN 978-3-0346-0059-0

VOLUME 2 GRAPHIC DESIGN, CORPORATE & MULTIMEDIA DESIGN
ISBN 978-3-0346-0060-6

SET (VOLUME 1 & 2)
ISBN 978-3-0346-0061-3



NopaCoat – ein Bilderuck-Papier mit Spitzenpositionen in allen Disziplinen des Drucks und der Weiterverarbeitung
NopaCoat Prestige ist die matte Ergänzung zum glänzenden NopaCoat Stratos. Es übertrifft alle anderen vergleichbaren Sorten im Weißegrad und ist dadurch besonders geeignet für Bildvorlagen mit feinen Abstufungen im hellen Bereich. Hinzu kommt ein Höchstmaß an Alterungsbeständigkeit. NopaCoat ist in Format und Rolle in identischer Qualität verfügbar. Sie erhalten NopaCoat nur bei der Papier Union.

Mit freundlicher Unterstützung der

**PAPIER
UNION**
Inapa Deutschland