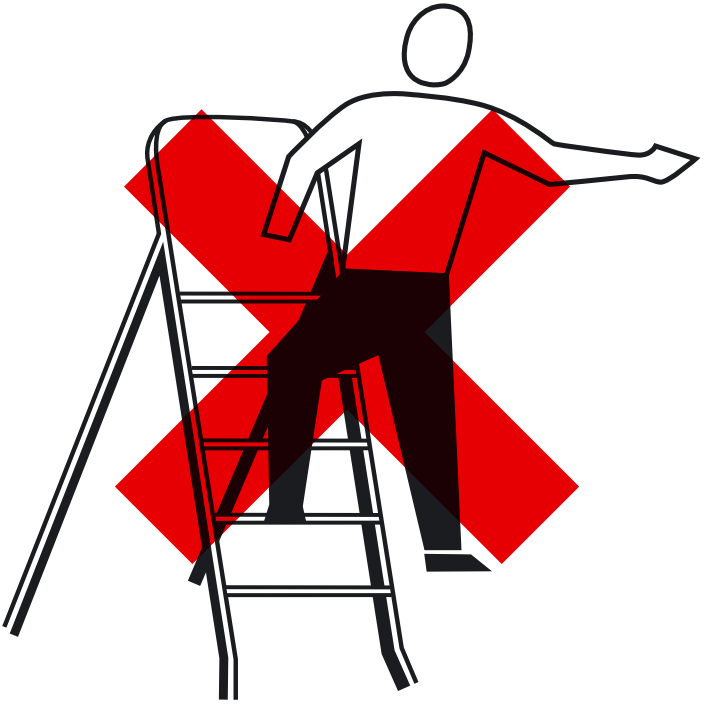
KARRIERELEITER Ⓐ



3-85211-138-2

(K)eine Anleitung zur Designarbeit!

Eine Filmdokumentation über DesignabsolventInnen der Angewandten

Herausgegeben von Thomas Geisler und Ingrid Mückstein

© Universität für angewandte Kunst Wien und ARTist – Verein zur Förderung der AbsolventInnen der Universität für angewandte Kunst Wien.

Vorwort

Design als Wort, als Begriff, ist in aller Munde. Auch in Österreich erkennen immer mehr Menschen, dass Design nicht nur ein modisches Accessoire ist, sondern ein elementares Qualitätsmerkmal. Design ist weit entfernt davon, bloße Oberflächengestaltung zu sein. Design ist vielmehr ein disziplinenübergreifender, strategischer Denk- und Handlungsprozess. Und ein wesentlicher Teil dabei ist, dass dieser Prozess nach vorwärts, in die Zukunft gerichtet ist, Veränderung, Erneuerung beinhaltet. Dieses Bewusstsein ist die Basis für die Designkultur eines Landes, ja mehr noch: für das kulturelle und gesellschaftliche Klima eines Landes.

Die Universität für angewandte Kunst Wien nimmt eine Schlüsselposition im Bereich Design ein. Als Österreichs führende akademische Ausbildungsstätte für Designerinnen und Designer steht sie in der Verantwortung, zukünftigen Designergenerationen einen Ort für die bestmögliche Entwicklung der eigenen Kreativität zu bieten, einen Ort der Konzentration und Kommunikation, einen Ort des Experimentierens und Analysierens. Ebenso wichtig ist aber die Funktion der Universität als Schnittstelle mit aktiven Designerinnen und Designern und der produzierenden Wirtschaft. Neben der Interaktion zwischen Lehrenden und Studierenden wird in Zukunft mehr noch als bisher die Kommunikation mit den Absolventinnen und Absolventen sowie mit Wirtschaftsunternehmen ein wesentliches Aktivitätsfeld der Angewandten sein.

Das Projekt „Karriereleiter“ ist ein gutes Beispiel dafür, wie ein Austausch, eine Vernetzung zwischen der Universität und bereits erfolgreich im Beruf stehenden AbsolventInnen funktionieren kann. Denn eines ist gewiss: Das Erklimmen von Karriereleitern wird immer weniger ein Vorhaben, das im Alleingang zu bewältigen ist.

GERALD BAST
Rektor der Universität für
angewandte Kunst Wien

5 Die Leiter, der Leiter, die Leiterin

Eva Blimlinger, *Historikerin und Beamtin, 1999-2004 Forschungskoordinatorin der Historikerkommission, leitet seit 2004 die Stabstelle für Projektkoordination Kunst & Forschungsförderung an der Universität für angewandte Kunst und hat das AbsolventInnenförderungsprogramm ARTist entwickelt.*

6 Wer sind wir? Wie arbeiten, wovon leben wir?

Karrieren zwischen Kunst und Industrie

Thomas Geisler und Ingrid Mückstein, Designforscher und Projektmanagerin, *ProjektautorInnen der „Karriereleiter – (K)eine Anleitung zur Designarbeit!“ und AbsolventInnen der Universität für angewandte Kunst Wien*

10 Die Wand, an der die Leiter lehnt

Kreativität als Kapital

Doris Rothauer, *Wirtschaftswissenschaftlerin und seit 1986 an der Schnittstelle zwischen Kunst und Ökonomie tätig. Stationen waren u.a. das Museum moderner Kunst Wien, die Wiener Festwochen und der steirischen herbst. Von 1997-2002 war sie Direktorin des Künstlerhauses Wien. Seit 2006 Gründerin und Geschäftsführerin des BÜRO FÜR TRANSFER.*

12 Kompetenzmanagement

Keine Leiter ohne Sprossen

Christina Thurnher, *Consultant bei IVENTA Personalentwicklung GmbH (Konzeption und Umsetzung strategischer Personalentwicklungskonzepte) studierte Psychologie mit Schwerpunkt Wirtschaftspsychologie und Diagnostik.*

14 Abbildungen

16 Kurzbiografien

Vierzehn AbsolventInnen der ehemaligen „Meisterklasse für Produktgestaltung“ an der Universität für angewandte Kunst Wien und TeilnehmerInnen am Projekt „Karriereleiter“

20 Impressum

Die Leiter, der Leiter, die Leiterin

EVA BLIMLINGER

Die Leiter, *das Instrument zum Emporsteigen, die Angelehnte, die Geneigte*↗, ist auch in Zusammensetzungen zu finden, wie zum Beispiel beim vielfach in Vergessenheit geratenen Leiterwagen *die wände des rüst- oder bauerwagens, welche verhindern, dasz von der last während des fahrens nichts herabfalle* oder die heute selten verwendete Schrotleiter, *ein an einen wagen gelehntes gerät, auf welchem man schwere fässer herabrollt* oder die Tonleiter, die an *die stufenweise folge der diatonischen töne von einem tone bis zu dessen octave; in freierem sinne, und an die bildliche verwendung* von Leiter erinnert. Dann gibt es noch die Karriereleiter, aber von der wussten die Gebrüder Grimm noch nichts, auch nichts von der Karriere, ein Fremdwort, das im 18. Jahrhundert aus dem Französischen *carrière, Rennbahn, Laufbahn* entlehnt wurde und vermutlich auf das *gallisch-lateinische Stammwort carrus „Wagen“* zurückgeht. Die Karriereleiter eine Wagen-Leiter? – Wiewohl kein Leiterwagen - oder doch?

Der Leiter leitet sich von leiten ab, geht ursprünglich auf *leiden* zurück und *bedeutet* demnach eigentlich *„gehen oder fahren machen“*. Der Leiter bringt also etwas in Bewegung. Das kann er aber nur, wenn er überhaupt ein Leiter geworden ist, auf der Leiter Sprosse für Sprosse hinauf, vielleicht wieder eine hinunter, wo er dort auf der vorigen Sprosse jene Personen trifft, die ebenfalls eine Sprosse höher hinauf wollen, aber noch Sprösslinge sind.

Oder vielleicht ist es doch der eigene Leiterwagen, mit dem man durch die Lande fährt, sein eigener Leiter, der Wagen schön begrenzt von Leitern, damit nichts herunterfällt, und es lässt sich das eine oder andere drauf legen, voll gepackt fahren sie von Ort zu Ort und bieten ihre Projekte an, auf den Jahrmärkten der Auftraggeber und Auftraggeberinnen.

Die Karriereleitern stehen hoch aufgerichtet, sind angelehnt, befestigen den eigenen Wagen, werden zur Seite gelegt, hie und da brechen Sprossen weg, da und dort stehen zwei Leitern nebeneinander und man überlegt: auf welche soll ich steigen? Die Angewandte mit ihrem Programm ARTist unterstützt ihre Absolventen und Absolventinnen bei der Suche nach den richtigen Leitern, hilft die erste Sprosse so zu bauen, dass man auch drauf steigen kann, hilft beim Leiterwagenbau, stellt da und dort eine Leiter hin.

PS: Die Leiterin ist nicht die Leiter, man möge sie nicht verwechseln.

↘ Die kursiv gesetzten Stellen stammen alle aus: Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm. 16 Bde. [in 32 Teilbänden]. Leipzig: S. Hirzel 1854-1960. -- Quellenverzeichnis 1971 und Duden. Das Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache. Bd 7, Mannheim, Wien, Zürich 1989.

Wer sind wir? Wie arbeiten, wovon leben wir?

Karrieren zwischen Kunst und Industrie

THOMAS GEISLER UND INGRID MÜCKSTEIN

In *The Rise of the Creative Class* (Pittsburgh, 2002) geht der amerikanische Wirtschaftswissenschaftler Richard Florida dem Phänomen von **Kreativität** als treibender Kraft einer postkapitalistischen Wissensgesellschaft und neuen Ökonomie nach. Seit Mitte der 1990er Jahre waren es vor allem die „Spin Doctors“ aus Wirtschaft und Politik, die das „kreative“ Potenzial erkannten und in das Zauberwort **creative industries** verpackten. Damit lösten sie einen bis heute andauernden Boom aus, der als positiver Effekt vor allem Fördermittel freisetzte, aber auch eine Verortung vornahm und ein unternehmerisches Anforderungsprofil für kreativ Schaffende vorgab. Freilich haben sich mittlerweile auch die kreativ Schaffenden selbst Gedanken zu ihrem Selbstverständnis gemacht, sie sehen sich neuerdings ihre Lebens- und Arbeitsweise betreffend als die Bohemiens des 21. Jahrhunderts.

„Wenn wir Bohème sagen, sprechen wir von einer Gruppe, die ihr Schicksal arbeitstechnisch in die eigenen Hände nimmt und dabei mehr Wert auf Selbstprogrammierung und individuelle Freundschaften legt als auf karrierefördernde Anpassung. Es deutet viel darauf hin, dass diese Gruppe derzeit starken Zulauf erfährt, nicht nur an den klassischen Standorten der Bohème, zu denen einem für Europa sofort Paris, London, Wien und Berlin einfallen, sondern über den gesamten Globus verstreut.“ meinen Holm Friede und Sascha Lobo in ihrem Buch *Wir nennen es Arbeit – die digitale Bohème oder intelligentes Leben jenseits der Festanstellung* (Berlin, 2007).

Design, gesehen als Teil der „Kreativwirtschaft“ und möglicher Konjunkturmotor für Städte und Regionen, wurde seit Mitte der 1990er Jahre für die Politik interessant und zum beliebten Aushängeschild. Das Zusammenfassen der unterschiedlichen Kreativdisziplinen (Architektur, Mode, Grafikdesign, Produkt- und Industriedesign, Werbung, Neue Medien, Musik, etc.) unter *einen* Begriff verweist auch auf ihre Entgrenzung hinsichtlich ihrer fachübergreifenden **Arbeitsweisen** und gemeinsamen Interessen. Inwiefern der politische und mediale Hype dem Verständnis für und der Wahrnehmung von Design (insbesondere Produkt-, Möbel-, Industrie-) als Teil einer Kreativszene in der Öffentlichkeit zugute kommt, lässt sich noch nicht sagen. In den persönlichen Reflexionen der AbsolventInnen, die für das hier vorgestellte Projekt *Karriereleiter* interviewt wurden, wird dies jedenfalls großteils positiv bewertet.

„Was aus Absolventen und Absolventinnen einer prominenten Kunsthochschule wird und wie sie rückblickend über Ausbildung denken, könnte, wenn die Umstände anders wären, ein ständiges öffentliches Thema sein. Stattdessen findet ein Austausch von Klischees statt.“ So reflektiert Christian Reder, Leiter des Zentrums für Kunst- und Wissenstransfer an der Universität für angewandte Kunst Wien, im Vorwort der von Elisabeth Al Chihade im Jahr 1998 durchgeführten und später veröffentlichten Studie *Die Hochschule für angewandte Kunst in Wien und ihre Absolventen von 1970 bis 1995 – Aus-*

wertung von Fragebogenantworten, Beurteilung der Ausbildung und beruflicher Werdegang (Wien, 1998). Was hier für die gesamte ‚Angewandte' über eine Zeitspanne von 25 Jahren an Datenmaterial und Aussagen recherchiert, in Tabellen, Diagrammen und Statistiken zusammengefasst und mitunter aufschlussreich ausgewertet wurde, soll mit dem Projekt *Karriereleiter* im kleinen und vor allem persönlichen Rahmen am Beispiel eines ausgewählten Personenkreises ehemals Studierender der Fachrichtung Industrial Design (Produktgestaltung) betrachtet und dokumentiert werden.

Karriereleiter geht der Frage nach, welchen beruflichen Werdegang AbsolventInnen der Universität für angewandte Kunst genommen haben. Vierzehn ehemalige Designstudierende begegnen einander zehn Jahre nach dem gemeinsamen Projekt *Ladder no.↗* unter der Professur von Ron Arad, tauschen sich aus und stellen sich Fragen zu Karriere, Job und Arbeitswelt. Was sie verbindet ist sich zur selben Zeit am selben Ort zum selben **Studium** getroffen zu haben.

„Wozu?", wird man fragen. Wolfgang Zinggl, als Kunsthistoriker ehemals Lehrender an der ‚Angewandten' und heute als Kultur- und Minderheitensprecher Abgeordneter zum Nationalrat, äußerte in Bezug auf die Studie von Chihade, dass die Recherchen keinem helfen würden, sie politisch nutzlos seien und keine Zielgruppe auszumachen wäre, der man diesen Beitrag empfehlen könne. *„Aber wenn es schon nichts zu verbessern gibt, wollen einige zumindest erfahren, was denn nicht zu ändern ist"*, so Zinggl weiter, dessen Auffassung mit der Ansicht verbunden scheint, *„dass das Leben und Treiben auf den Kunstuniversitäten wohl immer so bleibt, wie es war und wie es ist."*

Rückblickend lässt sich Zinggls Betrachtung wohl auch durch das Projekt *Karriereleiter* nicht widerlegen. Denn Teil der Auseinandersetzung der ehemaligen StudentInnen der ‚Angewandten' im Rahmen eines zweitägigen Workshops unter der Leitung von Doris Rothauer (BÜRO FÜR TRANSFER) im Mai 2007 auf Einladung des AbsolventInnen-Vereins ARTist war die Diskussion mit den gegenwärtigen Design-Studierenden. Man befand, dass sich abgesehen von Details im Studienplan, personellen (oder nicht einmal das) und räumlichen Veränderungen sowie der Namensänderung der ehemaligen *Meisterklasse für Produktgestaltung* in *Studio Industrial Design 2* an der „freien" Gestaltung des Studiums und einer gehörigen Portion an nötiger Selbstorganisation jedes/er Einzelnen, wenig verändert hat. Was damals wie heute als persönlichkeitsbildend goutiert oder als strukturlos kritisiert wurde zeigt einmal mehr, dass es *das* prototypische Designstudium oder *den/die* DesignstudentIn nicht gibt. Beide Generationen waren sich darüber einig, dass das Bild von Design und dem/der **DesignerIn** in der breiten Öffentlichkeit aber auch bereits in der Zusammenarbeit mit Auftraggebern unklar und von Klischees behaftet ist. Ebenda schließt sich der Kreis zu Christian Reders zitierter Äußerung in Bezug auf die öffentliche Wahrnehmung von KunsthochschulabgängerInnen und Zinggls Überlegungen zur Sinnhaftigkeit und Notwenigkeit eines Projekts wie der *Karriereleiter*.

Zunächst diente das Projekt einem reinen Selbstzweck, nämlich der persönlichen Standortbestimmung der InitiatorInnen, die selbst zum Kreis der dokumentierten AbsolventInnen gehören. Trotz „künstlerischen" Studiums im Produktdesign sieht der berufliche Alltag beider vorwiegend gar nicht die Entwicklung von Gebrauchsgegenständen oder die Gestaltung „schöner Dinge" vor. Wenn, dann schon die Entwicklung, Umsetzung und Vermittlung von Projekten, sowohl im kulturellen wie im wirtschaftlichen Kontext. Idealerweise

teilen sich hier die Interessen und Arbeitsschwerpunkte in Theorie und Praxis auf, die sich im Team hervorragend ergänzen, weshalb die *Karriereleiter* auch schon auf eine Basis bereits gemeinsam durchgeführter Projekte zurückgreifen kann. Während der eine sich als „Designforscher“ bezeichnet und die andere „Projektmanagerin“ auf der Visitenkarte stehen hat – zumindest vorläufig – sind nun beide über ihre ungleichen Werdegänge nach dem gemeinsamen Studium überrascht und fragen sich: Was wurde eigentlich aus den anderen, deren Karrieren nicht in einschlägigen Fachmagazinen nach zu verfolgen sind? Wozu hat sie die Designausbildung qualifiziert – wo und wie bringen sie inzwischen ihre Kompetenzen und ihr Wissen ein?

Dass ein Fachstudium nicht unbedingt in eine fachspezifische **Karriere** münden muss, gilt für den Großteil aller StudienabgängerInnen. Dass AbsolventInnen eines künstlerischen Studiums, die nicht als KünstlerIn (oder eben DesignerIn) „Karriere machen“ oft glauben, „versagt“ zu haben, sei das mit Blick auf sich selbst oder aus Sicht der anderen, ist jedoch ein Spezifikum der Branche, das sich nicht leugnen lässt. Vielleicht erklärt dies, weshalb von den zum Workshop eingeladenen AbsolventInnen nicht alle den Weg zurück zur ‚Angewandten’ gefunden haben. Für ein repräsentatives Spektrum an Werdegängen und Definitionen von **Erfolg** wäre gerade ihre Sicht der Dinge wertvoll gewesen.

An dieser Stelle erscheinen einige weitere Bemerkungen Christian Reders aus bereits erwähntem Beitrag passend, deren Konsequenzen – berufliche Möglichkeiten wie ökonomische und gesellschaftliche Folgen betreffend – müssen sich Studierende eines künstlerischen Fachs erst noch selbst bewusst werden: *„Gerade wenn Kunst als Organisationsform für offene Handlungsfelder aufgefasst wird, in denen es nicht primär und ausschließlich um den Rang in einer Disziplin, um ein Herstellen von Produkten, von ‚Objekten’ geht, sondern um ein Denken, das im Symbolischen und Realen Wirkungen entfaltet, dann nimmt sie Stellung, formuliert Positionen, stellt Fragen nach Bedeutung und erzeugt letztlich – um in der so dominierenden wirtschaftlichen Sprache zu bleiben – ihre Nachfrage selbst, aber auch Arbeit für jene, die in die Umsetzung, in die Multiplikation, in die mediale Vermittlung eingeschaltet sind.“* (Christian Reder)

Solche Worte sollten zweifelsohne das Selbstwertgefühl von AbgängerInnen einer Kunstuniversität steigern, vorausgesetzt, sie wissen um ihre **Kompetenzen** und wie diese Gewinn bringend anzubringen sind – sei es in Anstellung oder als UnternehmerIn. Wobei Letzteres sich laut der Studie von Chihade mit durchschnittlich 56% (53% weiblich, 60% männlich) als der häufigere Weg herausstellt. Aus der Statistik geht allerdings nicht hervor, ob die Selbständigkeit eine frei gewählte ist oder in Ermangelung einer fixen Anstellung passierte. Die Bedeutung von ‚Selbständigkeit’ lässt sich hier nicht klar definieren. Man könnte es ‚selbstbestimmtes Arbeiten’ nennen: *„keine Vorgesetzten, kein fixes Gehalt, keine Rechte und keine Pflichten außer denen, die man sich selber macht“*, so Chihade in ihrer Auswertung.

Für manche umschreibt diese Situation der „Neuen Selbständigkeit“ - der im Übrigen alle AbgängerInnen von Kunstuniversitäten automatisch als „Selbstversicherte“ zugeordnet werden - einen prekären Zustand im Arbeitsalltag, für andere das Programm einer neoliberal orientierten Wertegesellschaft oder aber den Traum von der „großen Freiheit.“ Um jedoch diese Situation zu meistern – physisch und psychisch – bedarf es mehr als nur Talent im künstlerischen Fach. Die viel beschworene Kreativität mischt sich da mit anderen Kompetenzen und hält einen irgendwie finanziell über Wasser oder aber es

gelingt tatsächlich der Sprung hin zum erfolgreichen „Kleinunternehmer“ bzw. Ich-AG als quasi Personalunion aus Arbeitgeber und Arbeitnehmer.

Ein Grund mehr, sich das Kompetenzmanagement dieses Personenkreises einmal bewusst mit Methoden aus dem Sektor der Wirtschaft anzusehen. Ein Experiment, auf das sich die AbsolventInnen und die IVENTA Personalentwicklungsfirma schon im Vorfeld des Workshops einließen. Dass der in der Beratungsbranche übliche strukturierte Ansatz und Aufbau im Widerspruch zum freien Umgang mit Aufgabenstellungen steht, führte im Ablauf des Workshops zur Reibung. Diese ermöglichte letztlich aber auch neue Perspektiven auf beiden Seiten. Entzieht sich Kreativität/kreatives Potenzial der Analyse?

Wie es den in *Karriereleiter* Befragten im Berufsalltag ergeht, wurde, ohne es von Projektbeginn an zu beabsichtigen, zu einer sehr designspezifischen Betrachtung und Wiedergabe von Arbeitswelten. Durch die Konfrontation und Auseinandersetzung mit dem Fremd- und Selbstbild eines kreativ Arbeitenden war es unumgänglich, auch unangenehme und problematische Bereiche zur Diskussion zu stellen. Und man sollte meinen, dass Konkurrenz so ein Knackpunkt in kreativen Kreisen ist: *„Kollegen gerade in der Welt der Kunst stehen miteinander in einem dauernden Kampf um Originalität und dem näheren Platz an der Sonne [also am Ende der Leiter!]. Jeder will als die würdigere Person erscheinen. Dass dies möglich wird, bedarf es eben gewisser Strategien und Niedertracht.“* Meint der Kulturwissenschaftler Roland Girtler in Chihades Studie.

Interessanterweise führt diese Konkurrenz, mit der umzugehen schon zu Studienzeiten geprobt wurde, im Fall der in diesem Projekt Befragten nicht zu „Niedertracht“, sondern eher zu einer Art Verschworenheit untereinander. Unabhängig von der Intensität an Kontakten über die vergangenen Jahre, die an einem **Standort** der Größe Wiens fast zwangsläufig scheinen, wurde die erneute Begegnung am Ort der Ausbildung als Chance für ein **Netzwerk** zum Austausch gesehen, gerade auch um berufliche „Problemfälle“ zu besprechen.

Die vorliegende filmische Dokumentation entstand während und im Anschluss an den Workshop *Karriereleiter*. Die Interviews reflektieren die darin gemeinsam behandelten Themen (im Text fett markiert). In Summe erzählen sie von individuellen Positionen und persönlichen Strategien im beruflichen Alltag von kreativ Schaffenden. Die uns durchaus sympathische Bezeichnung „Bohemien“ bleibt unausgesprochen (vielleicht auch besser so!). Das Projekt ist zugleich ein zeitgeschichtliches Dokument über die Arbeitsweisen im Design und einer jungen österreichischen Kreativszene, deren **Ausblicke** die Umwelt und Gesellschaft von morgen formt.

Karriereleiter richtet sich an alle Studierenden und AbsolventInnen der Angewandten und auch an jene, die überlegen ein Designstudium zu beginnen oder etwas über die Spezie DesignerIn erfahren wollen. In jedem Fall ist es (k)eine Anleitung zur Designarbeit!

➘ *Ladder No.* war ein Semesterprojekt im Sommer 1996 zum Thema Haushaltsleitern, welches in einem leer stehenden Lokal in der Wipplingerstrasse/Stoss im Himmel 1, im 1. Wiener Bezirk öffentlich präsentiert und 1997 auf der Messe BAUEN & WOHNEN in Wien ausgestellt wurde. Die Finanzierung durch einen Baumarkt ermöglichte die Beilage einer Werbebroschüre in einer österreichischen Tageszeitung, die die Leiter-Prototypen und ihre Gestalter zeigt. *„Wir tun was für Ihr Geld!“* lautete der Slogan als Reaktion auf das erste Uni-Sparpaket der damaligen Bundesregierung. Das Faltplakat, gestaltet von Andreas Pawlik, machte als Beispiel österreichischen Designs in der Ausstellung „Design Now. Austria“ von Eichinger oder Knechtl kuratiert eine Welttournee und ist jetzt in der ständigen Sammlung des MAK – Museum für angewandte Kunst/Gegenwartskunst Wien archiviert.

Die Wand, an der die Leiter lehnt

Kreativität als Kapital

DORIS ROTHAUER

***„Bevor man eine Leiter besteigt, sollte man sich vergewissern, ob sie an der richtigen Wand lehnt.“* - So lautet ein italienisches Sprichwort.**

Wer heute als Designer Karriere machen will, sieht sich mit einer Reihe von Fragen und Entscheidungen konfrontiert, die bereits während der Ausbildung beginnen: Fachhochschule oder Kunstuniversität? Dienstleister, Kulturunternehmer oder angewandter Künstler? „Master“ oder „Meister“ bezeichnen in etwa die Positionen, die sowohl polarisieren als auch den gegenwärtigen gesellschaftlichen Diskurs um die Ökonomisierung der Kultur und die Kulturalisierung der Ökonomie bestimmen.

Was hinter dieser Entwicklung steckt, ist ein fundamentaler Gesellschafts- und Wertewandel, der sich auf alle Lebensbereiche und Systeme auswirkt. So zumindest der Befund führender Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler. Ein Wandel, der die Überführung von der kapitalistischen Industriegesellschaft in die postkapitalistische Wissensgesellschaft begleitet. Und ein Wandel, der sich auch am veränderten Konzept und Gebrauch von *Kreativität* beschreiben lässt. Waren die Produktionsfaktoren der Industriegesellschaft Kapital, Arbeitskraft sowie Grund und Boden, so sind es heute Wissen, Information und Kreativität. Denn ohne Kreativität keine Innovation. Kreativität ist zu einem Kapital geworden, das zunehmend über Zukunftsfähigkeit und Marktchancen jedes Unternehmens, aber auch jedes Einzelnen am Arbeitsmarkt entscheidet. Die Urdomäne der (angewandten) Kunst avanciert vom künstlerischen Mythos zum wirtschaftlichen Imperativ zum gesellschaftlichen Lifestyle.

Ein Lifestyle, der den globalen Wirtschaftsmarkt beherrscht. Die abnehmende Bedeutung der Produktion geht einher mit der zunehmenden Konzentration auf die Vermarktung von Produkten und Ideen. Unser Informations- und Medienzeitalter ist geprägt von visuellen Botschaften und Bildwelten, die im Sinne dieser Vermarktung um unsere Aufmerksamkeit werben. Kreativität als Lifestyle operiert damit, dass Geschmack und Trends ebenso wie Werthaltungen zu Waren geworden sind. Bildende und angewandte Kunst liefern dazu – gewollt oder ungewollt – den Input. Kunst, Design, Mode, Architektur, Film und Medien werden zu Wachstumsbranchen erklärt, Kunstschaffende (in der Form des „Kulturunternehmers“) zu Vorbildern für die Umgestaltung der Arbeitsgesellschaft.

Will man diesem Wandel des Kreativitätskonzepts nachgehen, hilft ein Blick in die Vergangenheit. Der Wortursprung liegt im lateinischen „creare“, zu deutsch „erschaffen, hervorbringen“. Als wissenschaftlicher Arbeitsbegriff geht Kreativität in der Übersetzung des englischen Wortes „creativity“ auf die Kreativitätsforschung der Psychologie in den USA ab 1950 zurück. Im Interesse nationaler Wettbewerbsvorteile versuchte man damals als Alternative zum Intelligenztestverfahren mittels Testpsychologie Kreativität als Form von Begabung frühzeitig zu erkennen und zu fördern. Das wissenschaftliche Interesse am Ursprung außergewöhnlicher künstlerischer und geistiger Leistungen setzte zwar bereits im 19. Jahrhundert ein, man schrieb diesen aber zumeist eine krankhaft psychische Konstitution zu. Erst das 20. Jahrhundert führte den

Begriff des Talents ein und veränderte damit die Kreativitätsforschung. Heute billigt man Kreativität nicht nur außergewöhnlichen Menschen und Leistungen, sondern auch ganz unscheinbaren Personen und Handlungen des Alltags zu.

Die Urdomäne der Kreativität aber war und bleibt die Kunst. Von der Antike bis in die Anfänge des 20. Jahrhunderts wurde sie fast ausschließlich dem künstlerischen Schaffen zugeordnet. Ein Streifzug durch die Kunstgeschichte belegt, dass Kreativität immer schon eng mit dem Genie-Begriff verbunden war. Ein Begriff, der nicht nur den historischen Künstlermythos begründet, sondern bis heute zur Diskussion steht, wenn es um das Künstlerbild in der Gesellschaft geht.

In der griechischen Antike waren es die Dichter, die das Bild vom Künstler repräsentierten. In der Person des Dichters waren Kunst und Religion zu einer göttlichen Berufung vereint. Künstler zu sein war ein Geschenk der Götter, die durch das Werkzeug des Künstlers bzw. Dichters wirken konnten. Die Spätrenaissance nahm den göttlichen Künstler-Typus wieder auf und kultivierte ihn im *Genie*, nicht zuletzt, weil der Mythos der göttlichen Inspiration dabei half, das Ansehen in der Öffentlichkeit zu heben und auch materiell zu profitieren. Der Genie-Begriff der Renaissance, der bis ins 20. Jahrhundert wirkte, war jedoch im Gegensatz zur Antike mit dem *Wahnsinn* als Wahn-Ausdruck eines hervorragenden Geistes verknüpft. Eine Auffassung, die im 19. Jahrhundert in der Genie-und-Irrsinn-Theorie gipfelte. Der antike Genius – die Wortwurzel „gen“ steht für lateinisch „ingenium“ und heißt „zeugen“ – meinte demgegenüber das Wesen einer Lebenskraft, die Krankheit, Zerfall und Tod überdauert und Schutz und Entfaltung neuen Lebens sichert.

Kreativität ist mittlerweile zu einem allgegenwärtigen Begriff geworden, der Kreativitätsmarkt boomt. *„Die aktuelle Kreativitätssemantik richtet sich allerdings nicht mehr an ein emphatisches Konzept des Ausnahmeindividuums, etwa das künstlerische Genie. Kreatives Handeln und Denken werden nun von allen BürgerInnen und LohnarbeiterInnen der westlichen Industriegesellschaften gefordert. (...) Kreativitätstrainings fordern und fördern ein Einverständnis mit den gesellschaftlichen Bedingungen und die Unterordnung des Individuums unter die Regeln des Marktes, bei gleichzeitiger Befreiung der schöpferischen Potenziale. Kreativität erweist sich so als demokratische Variante der Genialität.“* So die Kuratorin und Künstlerin Marion von Osten im Katalog zur Ausstellung „Be Creative! Der kreative Imperativ“ im Museum für Gestaltung in Zürich 2002.

Der skizzierte Wertewandel ist jedoch noch lange nicht vollzogen, die Gesellschaftsszenarien hinken der Realität weit hinten nach. So ambivalent der Begriff der Kreativität an sich bereits ist, so ambivalent ist er etwa auch im wirtschaftlichen und betrieblichen Umfeld konnotiert. Dies belegt beispielsweise eine (noch immer aktuelle) Studie des Fraunhofer Institutes in Stuttgart aus dem Jahr 2000. Kreativität als individuelle Eigenschaft rief bei der Mehrheit der befragten Unternehmen Assoziationen hervor wie der einsame Tüftler, das realitätsfremde Genie, der chaotische Freak. In Bezug auf wirtschaftliche Prozesse meint dies unberechenbar, exzentrisch, undiszipliniert, und daher schwer in Abläufe und Strukturen von Wirtschaftsbetrieben einzugliedern. Andere Studien beklagen etwa das Defizit der Wirtschaft, Design als Wettbewerbsfaktor zu erkennen und einzusetzen. Entsprechende wirtschaftspolitische Maßnahmen sollen in Österreich ebenso wie EU-weit derzeit den Unternehmen auf die Sprünge helfen. Wo also ist die Wand, an die wir unsere (Karriere)leiter anlehnen wollen? Die Antwort wird – hoffentlich – sehr individuell ausfallen (müssen).

Kompetenzmanagement
Keine Leiter ohne Sprossen

CHRISTINA THURNHER

Das Konzeptionsteam des Workshops *Karriereleiter* bat uns in der Auseinandersetzung mit den Anforderungen, Fähigkeiten sowie Fertigkeiten der einzelnen Karrieren und Entwicklungspfade der TeilnehmerInnen einen Beitrag zu leisten. IVENTA beschäftigt sich damit, aus Arbeitsbeschreibungen Kompetenzen herauszuarbeiten und messbare Kompetenzfelder zu differenzieren. Dabei werden im wirtschaftlichen Kontext Potenziale von MitarbeiterInnen erhoben bzw. die Stärken festgehalten sowie mögliche Lernfelder identifiziert.

Der Begriff „Qualifikation“ erlangt zusehends eine neue Bedeutung. Aufgrund der demographischen, sozialen und wirtschaftlichen Veränderungen wird es immer wichtiger, flexibel, vernetzt und global arbeiten zu können. Dies auch im Hinblick auf sich verändernde Werthaltungen. Beispiele hierfür sind die immer unschärfer werdende Abgrenzung zwischen Arbeitsleben und Privatleben, der Wertewandel im Karrierebegriff (Verwirklichung persönlicher Potenziale vs. Anerkennung), Verflachung von Karrierekurven (vorwärts statt aufwärts), professionelle Entwicklung durch eigene Profession (häufiger Arbeitsplatzwechsel) sowie sich verändernde Anforderungen und Arbeitsbedingungen. Dies hat zur Folge, dass sich das „ideale Jobprofil“ immer weniger klar beschreiben und darlegen lässt. Im wirtschaftlichen Berufskontext wird vom Einzelnen ein lebenslanger Lern- und Entwicklungsprozess als zukünftige Notwenigkeit gefordert.

Im Rahmen des Workshops *Karriereleiter* war es unser Angebot, gemeinsam mit der Zielgruppe der „kreativ Schaffenden“ bzw. „im Design Tätigen“ einen Katalog ihrer vielschichtigen und umfangreichen Kompetenzfelder zu erarbeiten und eine differenzierte Sicht darauf zu erhalten.

Die Kompetenzen der TeilnehmerInnen umfassen eine weite Bandbreite von Kompetenzfeldern. Diese sind u.a. intensive Beobachtungsgabe, starke visuelle Vorstellungskraft, die Fähigkeit, Zusammenhänge zu erkennen und zu nutzen, Kenntnisse über die Designgeschichte sowie aktuelle Trends, ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit, Verkaufsorientiertierung bis hin zu unternehmerischem Denken. Diese zu diskutieren und weiter zu differenzieren wäre aus unserer Sicht nicht nur interessant sondern auch hilfreich für TeilnehmerInnen, ArbeitgeberInnen, Ausbildungsstätten und viele mehr.

Spannend war für uns, die TrägerInnen dieser Bandbreite an Kompetenzen sowie der Zuschreibungen „Kreativität“ und „Innovationskraft“ kennen zu lernen und mit Ihnen diese Themen gemeinsam besprechen zu können. Insbesondere auch deswegen, weil dies allseits geforderte Fähigkeiten sind, die bis zu diesem Zeitpunkt weder wissenschaftlich begrifflich geklärt noch testpsychologisch eingrenzbar sind.

Die Zielgruppe der im Design tätigen Personen bzw. auch jene, die ihren Ursprung dort hatten, ist mit Tätigkeiten, Arbeitssituationen und -anforderungen der Zukunft wirtschaftlicher Berufe sehr vertraut. Dies möglicherweise

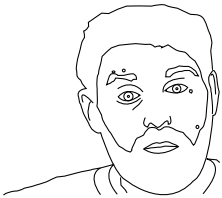
aufgrund Ihrer Ausbildung, ihren unterschiedlichsten Karrierepfaden und oftmals unkonventionellen beruflichen Mehrfach- und Parallelleistungen (z.B. bei der Durchführung verschiedenster Jobs innerhalb eines Auftrags: Initiierung von Ideen und Projekten, Projektleitung und -steuerung, Umsetzung und Gestaltung bis hin zu Verkauf und Vermittlung von Ästhetik und Nutzen). Das Kompetenzspektrum, das sich hier als erforderlich zeigt, ist entsprechend umfassend! Für die Ausbildungsstätten ist dies in mehrfacher Hinsicht eine Herausforderung.

Besonders die Qualität der Kompetenzfelder Kreativität und Eigenverantwortung konnte im Rahmen dieses Workshops erlebt werden. Die Motivation der Teilnehmer zur Umsetzung und Mitgestaltung prägte den Verlauf dieses Teils des Workshops. Es zeigte sich ein kreativer und flexibler Zugang bei der Entwicklung eines gemeinsamen Prozesses, der wie im Design ebenso wichtig scheint wie das Endprodukt selbst.

Die Auseinandersetzungen durch den Workshop *Karriereleiter* zeigten, dass die zukünftig noch intensiver nachgefragten und geforderten Schlüsselkompetenzen bereits gelebt und umgesetzt werden können.

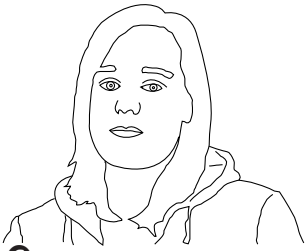
Danke für den intensiven Austausch!

❶



❷

❺



❻

❾

❶❍

❶❸

❶❹

❸

❹

❼

❽

❶❶

❶❷

Michele Falchetto
Gebrauchsgrafiker ❶

Michele Falchetto (*1972) erhielt seine Ausbildung zum Designer an der Universität für angewandte Kunst. Nach seinem Abschluss sammelte er vielseitige Berufserfahrungen, so etwa im Bereich der Kulturvermittlung am Technischen Museum Wien, als selbständiger Entwickler und Programmierer für Spiele für Mobiltelefone im Auftrag von Volkswagen und als Produktdesigner mit Schwerpunkt Möbel, was ihm 1998 auch den Staatspreis für Innovatives Produktdesign einbrachte. Seit 2006 ist er als Chefgrafiker des Laser Verlags tätig und gründete zudem zur Umsetzung eigener Projekte allesgrafik, ein Büro für Grafik und Design.
www.allesgrafik.at

Martino Gamper
Designer ❷

Martino Gamper (*1971) absolvierte in seiner Heimat Südtirol eine Tischlerlehre und studierte anschließend Bildhauerei und Produktdesign an der Akademie der Bildenden Künste und der Universität für angewandte Kunst in Wien. 1996 ging er nach Mailand und arbeitete dort frei für renommierte Designstudios wie Ê Studio Thun and Studio Barazzuol. 1998 wechselte er nach London und machte dort einen Master am Royal College of Art, wo er heute auch lehrt. Seither arbeitet er an eigenen Projekten und entwickelt verschiedenste Objekte und Installationen, wobei sein Schwerpunkt im Möbeldesign liegt. Seine Arbeiten wurden u.a. im V&A, London Design Museum, Sotheby's, Oxo Tower, Kulturhuset Stockholm, MAK Wien, National Gallery Oslo und diversen privaten Galerien ausgestellt.
www.gampermartino.com

Thomas Geisler
Designer, Designforscher ❸

Thomas Geisler (*1971) studierte Produktdesign in Wien sowie an der Danmark Designskole in Kopenhagen und machte einen MAS in Exhibition and Cultural Communication Management. Seit 2001 kuratiert und gestaltet er, u.a. als Partner des Kollektivs maupi, Ausstellungen im In- und Ausland. Nach Lehrtätigkeit an der FH Joanneum Graz und der Technischen Universität Wien seit 2005 Zusammenarbeit mit Prof. Alison J. Clarke am Institut für Design/Geschichte und Theorie, Universität für angewandte Kunst Wien. Ein Forschungsprojekt zu Victor Papanek (1923-98), Autor von „Design for the Real World", sowie 2008 eine Ausstellung im Design Museum London zu Design und Krieg sind in Vorbereitung.
www.thomasgeisler.com

Thomas Hasenbichler
Produktdesigner ❹

Thomas Hasenbichler (*1972) studierte Produktdesign an der Universität für angewandte Kunst und ist seit 2001 selbständiger Designer mit dem Schwerpunkt Tischkultur, Licht und Möbel. Für die Entwicklung seiner Objekte beschäftigt er sich mit deren kultureller Bedeutung und grundlegenden Funktion. Seine Arbeiten wurden international ausgestellt, etwa bei „Austrian Design Now" (New York) und zuletzt „360° Design Austria" (Wien) und sind auch in der ständigen Sammlung des MAK vertreten. Er erhielt mehrere Auszeichnungen, etwa bei der 15. International Biennial for Creative Interior Design, Kortrijk, Belgien (2001) die Adolf Loos-Auszeichnung im Rahmen des Staatspreises für Experimentelles Design, 2003 wurde er für den Staatspreis für Design nominiert.

Christian Horner
Designer ❺

Christian Horner (*1968) wuchs in Italien auf und schloss sein Designstudium in der Meisterklasse von Ron Arad an der Universität für angewandte Kunst in Wien 1994 ab. Erfahrung sammelte er in renommierten Designbüros in Paris und Mailand und in seiner langjährigen Tätigkeit für Bene Büromöbel. 2000 gründete er mit Nada Nasrallah das Designlabel Soda Designers. Gemeinsam entwickelten sie Projekte für Fontana Arte, MDF Italia, Rapsel, Ligne Roset und Wittmann. Er erhielt mehrfache Auszeichnung mit dem Red Dot Award, 2001 und 2005 eine Nominierung zum Adolf Loos Staatspreis für Design sowie 2007 eine Nominierung zum Designpreis der Bundesrepublik Deutschland.
www.soda.at

Ingrid Mückstein
Projektmanagerin, Designerin, Künstlerin ❻

Ingrid Mückstein (*1971) studierte Produktgestaltung in Wien und Fine Arts and Visual Culture in London (MA) und ist akademische Referentin für feministische Bildung und Politik. Seit 2005 ist sie Universitätslektorin mit Lehrtätigkeit im Projektmanagement am Institut für Industrie Design und verantwortlich für das Projektmanagement der Konferenz DESIGN06 und DESIGN07 an der Universität für angewandte Kunst Wien. 2004 und 2005 war sie am Anton Proksch Institut für Drogenabhängige im Rahmen des sozialpolitischen Projekts equalARTworks tätig. Seit 2001 arbeitet sie als freischaffende Künstlerin und Projektmanagerin in Zusammenarbeit mit Marie Rahm, Wolfgang Zinggl (ÖKU), Veronika Reich und Christian T. Thurner. Ausstellungsbeteiligungen unter anderem bei „Global Tools“ im Künstlerhaus, 2001, bei „Produkt Muttertag“ im Volkskundemuseum, 2001 und bei den Dienstagsgesprächen im Forum Stadtpark Graz, 2000. Nominierung beim Animationsfilmfestival Tricky Women, 2003.
www.designzerosix.com

Nada Nasrallah
Designerin ❼

Nada Nasrallah (*1970) studierte Produktdesign in Wien und Paris, arbeitete für Sottsass Associati in Mailand und später für Philips Design Wien/Singapur und Sagem. 2000 gründete sie mit Christian Horner das Designlabel Soda Designers. Es folgten Projekte für Fontana Arte, MDF Italia, Rapsel, Ligne Roset und Wittmann, sowie Kooperationen mit Architekturbüros. 2004 und 2005 freie Lehrtätigkeit am New Design Center/Kingston University-St.Pölten. Daneben war sie als Jurorin für die Stadt Wien und IP Creativwirtschaft tätig. In diesen Jahren war sie auch an Ausstellungen im In- und Ausland beteiligt. 2005 Nominierung zum Adolf Loos Staatspreis für Design. 2007 Nominierung zum Designpreis der Bundesrepublik Deutschland.
www.soda.at

Andreas Pawlik
Künstler ❽

Andreas Pawlik (*1971) erhielt eine grafische Ausbildung an der grafischen Lehr- und Versuchsanstalt in Wien, wechselte danach auf die Universität für angewandte Kunst, wo er zuerst Kommunikationsdesign und dann Produktgestaltung studierte. Nach dem Studium gründete er das Designbüro

D+. Er arbeitet mit unterschiedlichen Kooperationspartnern in den Bereichen der Innerarchitektur und Ausstellungsgestaltung außerdem als Grafiker für zahlreiche Katalog- und Buchgestaltungen sowie Corporate Design-Projekte. ✂ Zu seinen jüngsten Arbeiten zählen Projekte für die Dokumenta 2007, darunter das Onlinemagazin, ein Buchprojekt, das Konzept „Bilderbuch“ in Zusammenarbeit mit dem Taschen Verlag so wie zahlreiche weitere Publikationen der dokumenta12. Weiters erarbeitete Pawlik jüngst das Corporate Design der Wiener Psychoanalytischen Akademie.

Karl Emilio Pircher
Designer ❾

Karl Emilio Pircher (*1963) erhielt seine Ausbildung zum Designer an der Universität für angewandte Kunst in Wien und während eines postgradualen Studiums am Royal College of Arts in London. Als ausgebildeter Maschinenbauer zeigt sich in seinen Arbeiten oft die Affinität zur Technik. Zu seinen bisher bekanntesten Designarbeiten gehören die Fotokameras Supersampler und Color Flash, die er für die Lomographische Gesellschaft Wien entwarf. 🎖 Er gewann mehrere künstlerische Wettbewerbe, seine Arbeiten wurden in zahlreichen Ausstellungen gezeigt und fanden ihren Weg auch nach Japan, wo Pircher 2000 mit einer Einzelausstellung in der E+Y Gallery in Tokio reüssierte. ✈ Gemeinsam mit dem Schweizer Designer Fidel Peugeot gründete er 2002 das Designstudio Walking-Chair, das sich in der jungen Wiener und internationalen Designszene bereits einen Namen gemacht hat, im Herbst 2006 kam die Walking-Chair Gallery als Plattform für unkonventionelles Design hinzu.
🗎 *www.walkingchair.com*

Christiane Posch
Designerin ❿

Christiane Posch (*1976) begann ihre künstlerische Ausbildung an der School of Visual Arts in New York, wandte sich aber schon bald dem Schwerpunkt Design zu und wechselte auf die Universität für angewandte Kunst in Wien und von dort auf das Royal College of Arts in London, wo sie das Designstudium abschloss. Im Anschluss sammelte sie Berufserfahrung in zahlreichen Designbüros, beispielsweise bei Fisher Enterprises, eichinger oder knechtl, Schäfer Design oder Share architects. 2004 gründete sie ihr eigenes Label PoschProducts unter dem sie in Kooperation mit anderen Designern, Programmierern und Architekten Allround-Design-Leistungen anbietet. Seit 2005 ist sie bei Embacher als Grafik-, Produkt- und Interieurdesignerin tätig. ✈ Christiane Posch nahm an zahlreichen Gruppenausstellungen und Wettbewerben teil.
🗎 *www.poschproducts.com*

Marie Rahm
Designerin ⓫

Marie Rahm (*1975) studierte auf der Universität für angewandte Kunst in Wien und auf dem Royal College of Art in London. Zu ihren Lehrern gehörten Ron Arad, Borek Sipek und Michael Young. Nach dem Studium machte sie sich als freischaffende Designerin selbständig und es gelang ihr bald, die Aufmerksamkeit der Industrie auf sich zu lenken und zahlreiche 🎖 Preise und Wettbewerbe zu gewinnen, beispielsweise für Stiegl Bier und One Telekommunikation. Sie nahm an der Design-Schau „Design Now.Austria“, an der Ausstellung „talents“ der Frankfurter Messe sowie anderen namhaften Talentschauen teil. Gemeinsam mit

Monica Singer bildet sie seit 2004 das Designerduo Polka, das zu den Hoffnungsträgern der österreichischen Designszene zählt. Zu ihren Auftraggebern gehören unter anderem Wittmann, Riess Email und Laufen.
www.polkaproducts.com

Sylvia Anna Rehrl
Allronderin ⓬

Sylvia Rehrl (*1964) studierte nach Absolvierung der Lehrabschlussprüfung für Bau- und Möbeltischlerei an der Hochschule für angewandte Kunst Wien in der Meisterklasse für Produktgestaltung und diplomierte dort 1997. 1991 bis 97 leitet sie Berufsorientierungskurse für Mädchen und Frauen in den Bereichen Tischlerei und Metallverarbeitung, 1997 und 98 ist sie in den Bereichen Kundenbetreuung und Architektenbetreuung für die Firma Vola in Leibnitz, Stmk. tätig. Sie arbeitet als freie Illustratorin, Grafikerin und Designerin in Wien und Salzburg, ebenso als Ordinationsassistentin in einer Facharztpraxis in Wien.
www.rehrldesign.com

Christian Rupp
Bildender Künstler ⓭

Christian Rupp (*1970) studierte auf der Universität für angewandte Kunst in Wien Produktgestaltung und absolvierte ein Gaststudium an der Högskolan för Design och Konsthantverk in Göteborg, Schweden. Sein Interesse gilt der Verbindung von Kunst und Design, wobei er sich im Laufe der Zeit zunehmend auf künstlerische Ausdrucksformen verlegte. Er nahm an zahlreichen künstlerischen Ausstellungen im In- und Ausland teil, beispielsweise 2003 an der Schau „Quo vadis Logo“, Museumsquartier Wien (2004), bei der „Grafist“ in Istanbul und an der „cheapart 10“, cheapart-gallery, Athen (2004). Als Co-Kurator und Teilnehmer wirkte er 2006 auch bei der „ART-mART“ im Rahmen der viennaartweek im Wiener Künstlerhaus mit. Zu seinen aktuellen Projekten gehört die Teilnahme an der Aktion „selfportrait – a show for Bethlehem“, die in Museen weltweit gezeigt wird.
www.christian-rupp.com

Walter Thaler
Designer ⓮

Walter Thaler (*1968) startete seine künstlerische Ausbildung auf der Kunstschule in Gröden, Südtirol, begann ein Architekturstudium in Venedig und absolvierte schließlich das Studium der Produktgestaltung auf der Universität für angewandte Kunst in Wien. Seit 1999 arbeitet er als selbständiger Innenarchitekt und Designer. Als Schwerpunkt seiner Tätigkeit entwickelte sich die feinfühlige Inszenierung von Alltagsräumen. Zu seinen Kunden gehören sowohl private Auftraggeber als auch Firmen wie beispielsweise Atzwanger, für die er Konzepte für den Wellnessbereich erarbeitete. Aber auch Ausstellungs- und Bühnenbildgestaltung in Südtirol sowie ein Lehrauftrag an der Landesberufsschule Bozen-Meran gehören zu seinen Tätigkeiten.

Impressum

Eine Publikation der Universität für angewandte Kunst Wien
in Zusammenarbeit mit ARTist- Verein zur Förderung der
AbsolventInnen der Universität für angewandte Kunst Wien

Karriereleiter – (K)eine Anleitung zur Designarbeit!
Herausgegeben von Thomas Geisler und Ingrid Mückstein

Verlag: Universität für angewandte Kunst Wien
Oskar Kokoschka-Platz 2, 1010 Wien, Österreich
Wien 2007

Redaktion und Lektorat: Tina Thiel
Grafik Design: Christof Nardin
Porträt-Illustrationen: Anna Szilit
Druck: Rema Print

Buch und Regie: Thomas Geisler und Ingrid Mückstein
Kamera: Klemens Hufnagl
Schnitt: Julia Drack

www.karriereleiter.co.at

Das Werk ist einschließlich aller seiner Teile urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ohne Zustimmung des Verlags ist unzulässig. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen und die Speicherungen in elektronischen Systemen

ISBN: 3-85211-138-2
Printed in Austria

Unser Dank gilt insbesondere den AbsolventInnen für ihre Teilnahme und Offenheit sowie Ron Arad, Gerald Bast, Eva Blimlinger, Felix Muhrhofer, Doris Rothauer (BÜRO FÜR TRANSFER), Tina Thiel, Christina Thurnher (IVENTA Personalentwicklung GmbH), Felix Zabel und der Klasse für Industrie Design, Prof. Hartmut Esslinger.

Gefördert durch Mittel der Universität für angewandte Kunst Wien, Programm ARTist und des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur