We lack an appreciation for the meaning of the limits, and the awareness of the importance, of our planet's resources.

Stewart Udall

What effects all people, can only be solved together.

Friedrich Dürrenmatt

Planet Earth

Directions for use

Four leaflets that give instructions and contain suggestions for correct use of our planet. Atmosphere, Biosphere, Hydrosphere, and Litho- and Pedosphere. Created using classical medical instruction leaflets as a model, this charming form of information provision should inspire the reader to inform him/her self and to act. Every voice counts.
The demand determines the supply. Because environmental-preservation is self-preservation.

Press release

The duty of responsibility...

With her (multiple-)awardwining masters thesis „Planet Earth – Directions for use", the young graphic designer Angie Rattay is looking to offer us motivation to take responsibility into our own hands.

Just as every form of medication is an instrument that can mean survival, so should her instruction leaflets be an instrument that show us how to care for our means of survival, planet earth. Four leaflets (Atmosphere, Biosphere, Hydrosphere, and Litho-/Pedosphere) invite us to: „read carefully before and during use, and keep *within* reach of children".
»Unwelcome side-effects" are treated in the same light as „Areas of application" or „Special precautions for proper use". A possible "Expiry date" for each individual sphere is also discussed.

Through familiar design we are given a reminder. The drastic changes that our planet is undergoing are identified, and suggestions are made that each of us, without great sacrifice, can understand and implement. This project does not intend to point any fingers nor to play the role of a guilty conscience, but to create awareness about diligent use of our planet. To be sucessful:
„We must be the change we wish to see in the World"
(Quoted after M. Gandhi).

With the support of renowned sponsors such as the University of applied arts in Vienna, Ford, gugler-crossmedia, Ja! Natürlich or Bank Austria, this project ran ist first edition, of 40,000 in english and german, in 2007. On 22 June 2007 the project held ist release press conference in the design forum, in the Museumsquartier, Vienna.
The speakers included Dr. Ulrich Foelsche of the Wegener Center for Climate and global Change, Dr. Hildegard Aichberger director of WWF-Austria and Dr. Gerald Bast, rector of the University of applied Arts, Vienna.

A further 20,000 boxes (80.000 leaflets) were produced as a Special-Edition for the environmental ministry, and sucessfully distributed in September 2007 at the Agricultural fair in Ried/Austria.

After a cover story in RONDO (Der Standard – Austria's biggest broadsheet newspaper) on the 14th September 2007, the responses to and the enthusiasm for the project exploded. After the article's publication, Rattay recieved well over 500 elated emails. During a three month stay in New York (in the office of the graphic designer Stefan Sagmeister), Rattay met the Austrian prime minister and presented him with a box, and managed to come into contact with a renomated New York publisher, who wishes to distribute the instruction leaflets across the U.S. Back in Vienna, many inquiries followed, both from Austria and abroad.

For 2008 - proclaimed "International Year of Planet Earth" by the UN – the plan is to release a new Public Edition, translate into several further languages, as well as producing a childrens edition (8-12 year old's), and to present the instruction leaflets as a supplement in an Austrian newspaper. As of May, the non-profit organisation NEONGREEN NETWORK, should be in place to organise the project.

In April 2008, the second, high-quantity, Special-Edition was distributed at Europe's largest congress of geologists (EGU-Congress) to all 8.276 participants from 92 countries.

*The 4 instruction leaflets in the form of the **Public-Edition**, in both English and German, will be distributed in the entire german-speaking region (in return for a contribution for the printing costs) , and available to the public for free.*
*The translation into other languages to facilitate further distributions through ordered **Special-Editions** is currently ongoing!*

www.neongruen.net

Previous media coverage:

› Der Standard: RONDO (Coverstory)
› Ö1 - Randnotizen
› PAGE (Graphic Design)
› Novum, World of Graphic Design
› BIORAMA
› Lebensart
› 4C-Magazin
› Apotheker-Kundenzeitung
› Wiener Apothekerzeitung
› BOKUlumni
› Libro-Magazin
› Ö1 - Bericht April 2008

› Radio Deutsche Welle - Bericht
› IVY (D) - Sommer 2008
› Lebensart - Porträt (06/2008)

NEON GREEN NETWORK

© Harald Seisenbacher, www.seisenbacher.net

Scientific backing is given by the co-authors of:

› WWF - Austria

Jurisdiction: **Biosphere and Hydrosphere**

Armand Colard (Public Relations)
Gerhard Egger (Water)
Christoph Litschauer (Protection of species)
Emil Benesch (Biodiversity)
Georg Scattolin (Fishing, Soy)

Herbert Schwaiger (Animal-transports, Meat)

› Wegener Center for Climate and global change

Jurisdiction: **Atmosphere**

Prof. Dr. Ulrich Foelsche

› Institute for Earth Sciences, Uni Graz and Austrian Ecology Institute

Jurisdiction: **Litho- and Pedosphere**

Dr. Werner E. Piller
DI Christian Pladerer
Mag. Michael Nemecek

WWF

Wegener Center
www.wegcenter.at

ÖSTERREICHISCHES ÖKOLOGIE INSTITUT

Photo: Jansenberger, fotostudio.at

Previous sources of supply:

- Das Möbel, Cafe and Geschäft
- St. Charles Apotheke, Alimentary, Apothecary, Refugium
- Apotheke am Schöpfwerk
- Technisches Museum
- MQ-Point
- Designforum, MQ
- Grüne Wirtschaft
- Merchzilla
- Galerie unik.at
- Haus der Wissenschaft, Graz
- Biohotel Wagner, Semmering
- Lebensministerium
- Wegener Center, Graz
- WWF Österreich
- Austrian Cultural Forum, NYC

NEON GREEN NETWORK

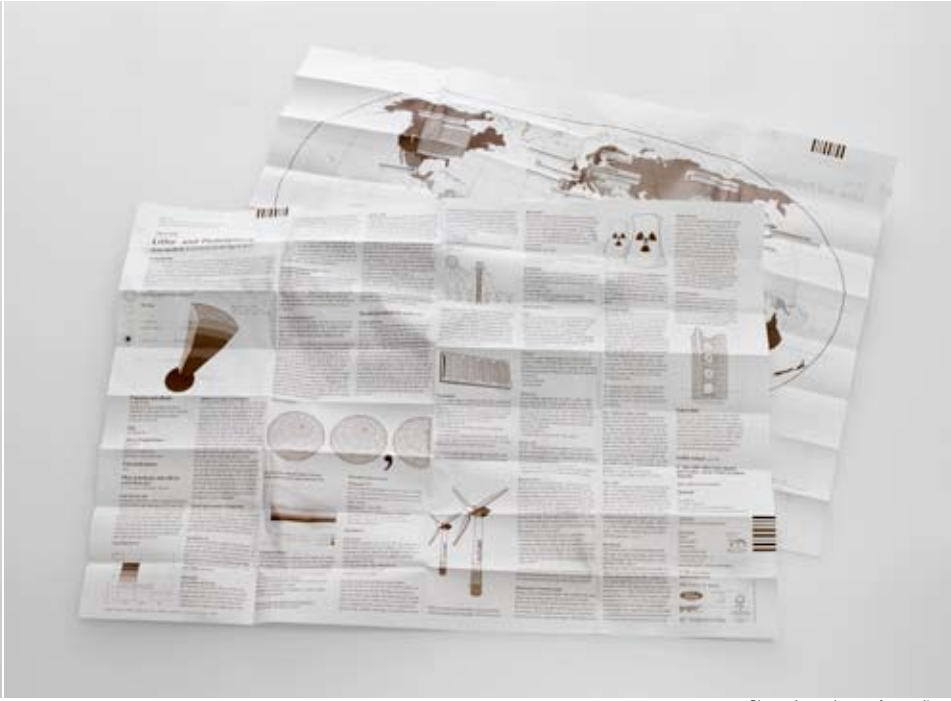
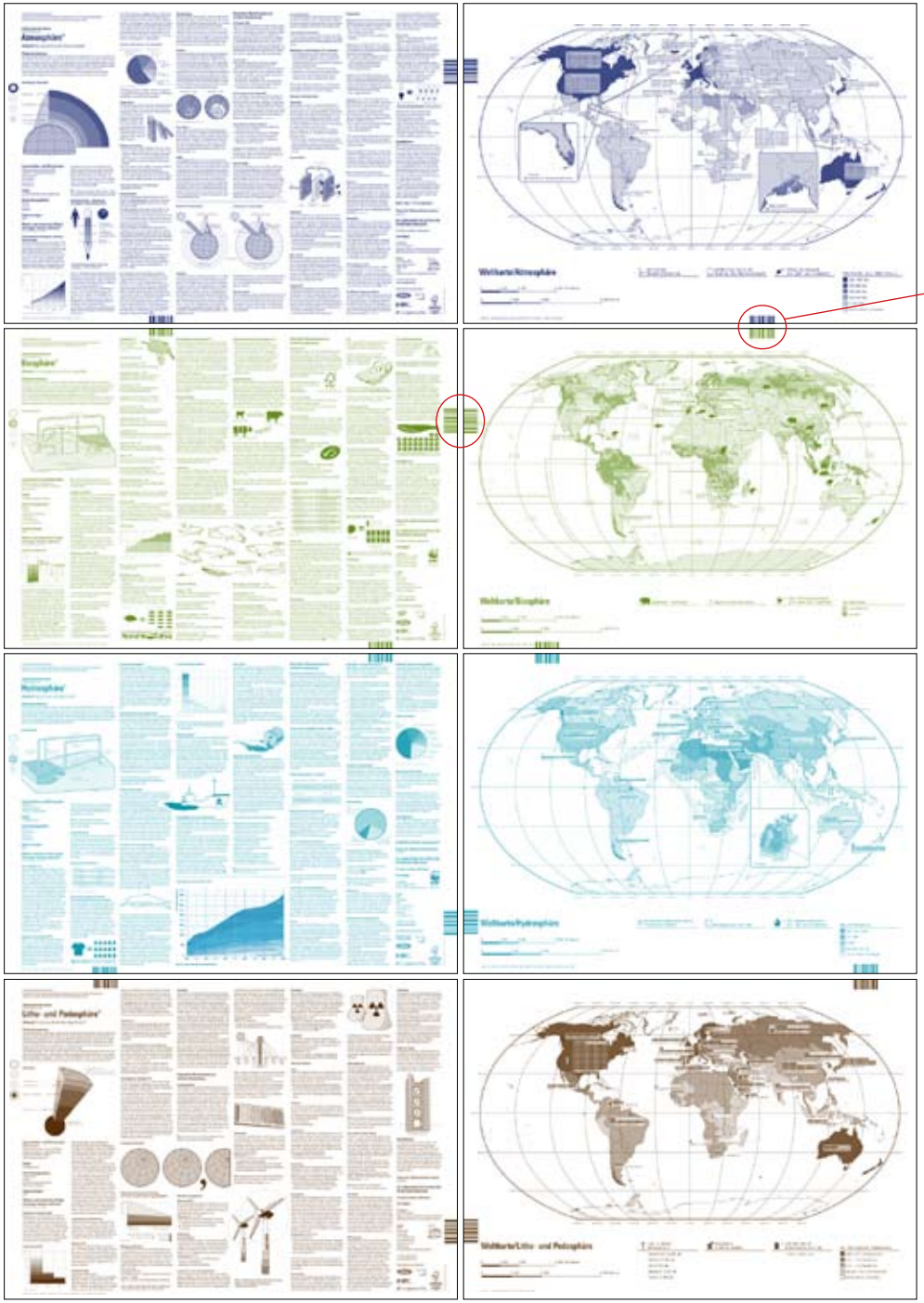


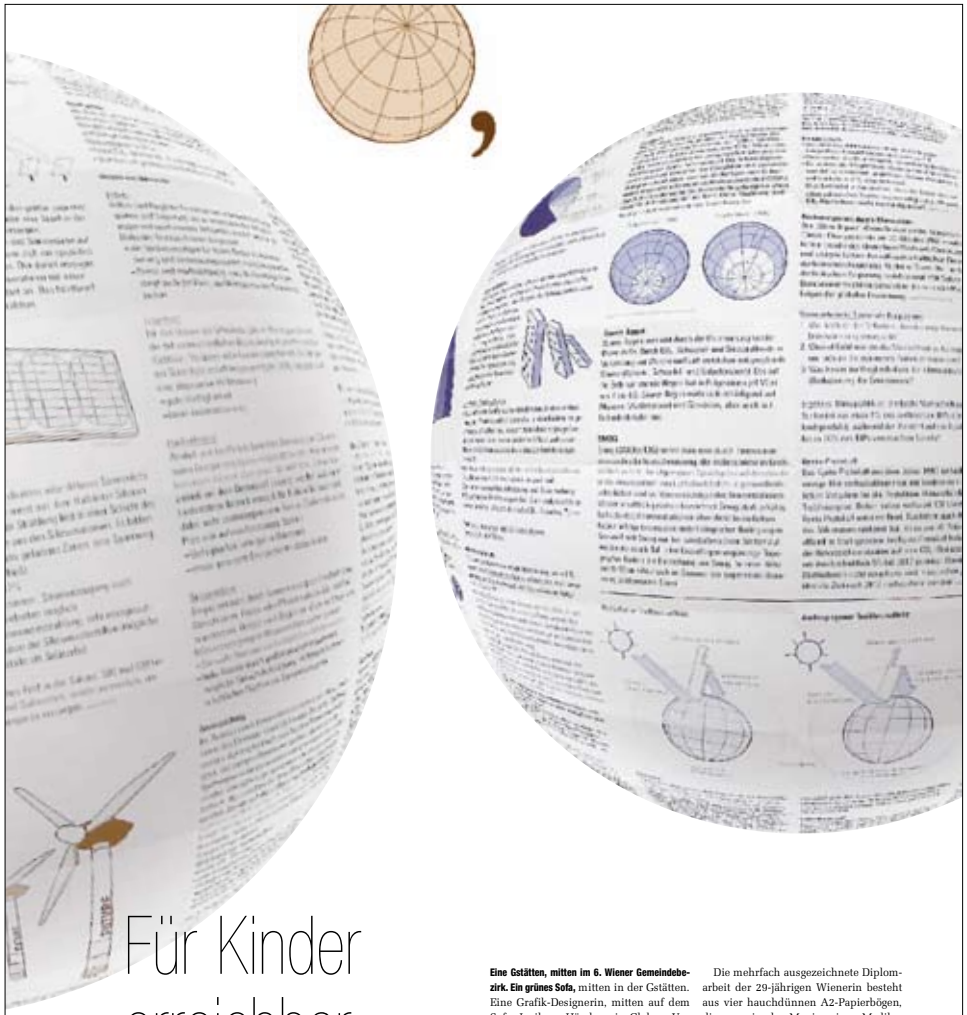
Photo: Jansenberger, fotostudio.at



The bar codes enable the putting together of the front and rear sides of two sets

NEON GREEN NETWORK

Design You want to save the world? The Graphic-Designer Angie Rattay tells you how



Für Kinder erreichbar aufbewahren!

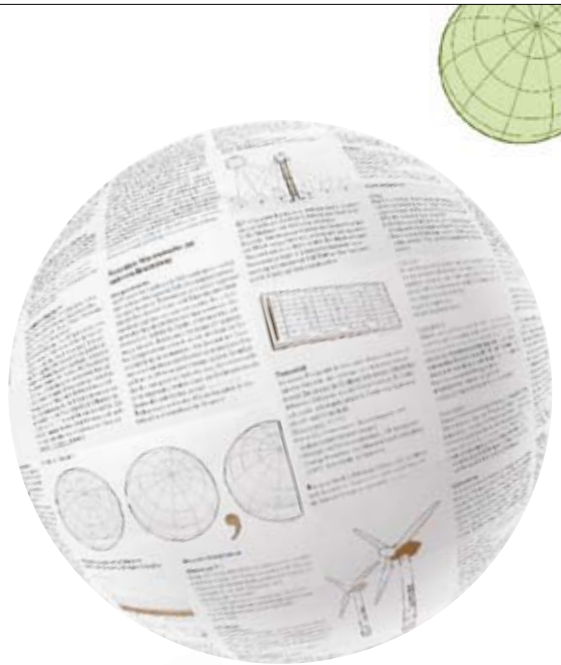
Die „Gebrauchsinformation für den Planeten Erde" widmet sich unerwünschten Nebenwirkungen und Risiken des irdischen Daseins. Die Arbeit der Grafik-Designerin Angie Rattay gibt aber auch Behandlungstipps. Von *Michael Hausenblas*

Eine Gstätten, mitten im 6. Wiener Gemeindebezirk. Ein grünes Sofa, mitten in der Gstätten. Eine Grafik-Designerin, mitten auf dem Sofa. In ihren Händen ein Globus. Vor dem Sofa ein Fotograf. Hinter dem Sofa Ameisen bei der Arbeit und ein Redakteur, mit eingezogenem Kopf. Dies deshalb, weil das verstoßene Möbel dazu neigt, samt Designerin und Weltkugel nach hinten zu kippen. Das Sofa mieft wie ein nasser Hund. Der Kauernde denkt an Müll. Dann an die Ameisen. An alle Ameisen. Deren Biomasse beträgt das Vierfache jener aller Menschen, aber sie produzieren keinen Müll, brauchen nicht einmal einen Aschenbecher.

„Der Mensch ist das einzige Lebewesen, das Abfall erzeugt", steht in der „Gebrauchsanweisung für den Planeten Erde" zu lesen, einem Grafik-Projekt der Designerin Angie Rattay, die gerade auf dem Sofa ihre Beine übereinanderschlägt. Dies und viel mehr erfährt man aus ihrem ganz besonderen Beipackzettel, der sich den Risiken und unerwünschten Nebenwirkungen rund um den Erdball widmet.

Die mehrfach ausgezeichnete Diplomarbeit der 29-jährigen Wienerin besteht aus vier hauchdünnen A2-Papierbögen, die ganz in der Manier eines Medikamenten-Beipackzettels gefaltet sind und in einer Verpackung stecken, in der man etwas Heilendes zwischen Aspirin und Zinksalbe vermuten würde.

Der Titel der schlichten Kartonschachtel, die bisher unter anderem im Technischen Museum Wien, im Designforum Wien, der St. Charles Apotheke, in „das Möbel" und beim WWF auffliegt, gibt ordentlich was vor. Schließlich wären die meisten Artgenossen schon heilfroh, es gäbe eine Gebrauchsinformation für das eigene, irdische Dasein. Aber gleich eine Gebrauchsanleitung für den ganzen Planeten, noch dazu gratis? Hat Angie Rattay hier nicht zu dick aufgetragen? Sie verhandelt unter anderem Fakten zum Artensterben, zum Treibhauseffekt, zur Endlichkeit fossiler Brennstoffe, aber auch Aussichten und Lösungsvorschläge für die vielen Leiden unserer „Riesen-WG", wie Rattay den Heimatplaneten auch nennt.



Auf insgesamt vier, in klassischer Medikamenten-Schachtel-Manier gefalteten Beipacktexten verhandelt die Grafik-Designerin Angie Rattay mit fachlicher Unterstützung eine Menge Probleme der Welt und führt Lösungsvorschläge an. Auch auf mögliche Verfallsdaten, z. B. in Sachen Wasservorrat, wird in der Übersicht nicht vergessen.

Fotos: Christoph Pirnbacher, Matthias Cremer, A. Rattay, fotostudio.at
Bildmontage: Karl Lux

Die Gestalterin, die wenige Tage nach ihrer Sitzung auf erwähntem grünen Sofa ein Praktikum beim österreichischen Grafik-Design-Zampano Stefan Sagmeister in New York antrat, will sich nicht als Krankenschwester für Mutter Erde profilieren, sie will keine Panik machen, will nicht dramatisieren, aber noch weniger banalisieren. Angst kann man sich je nach Umweltbewusstsein immer noch selbst einjagen. Rattay will aufzeigen, „dass wirklich jeder etwas dazu beitragen kann, die Probleme der Erde kleiner werden zu lassen, ohne gleich sein ganzes Leben umkrempeln zu müssen. Meine Arbeit soll eine möglichst neutrale Übersicht bieten", sagt sie, während der Fotograf sie auf dem Sofa hin und her dirigiert und dem katzenbuckelig hockenden Redakteursknäuel dahinter die Beine einschlafen.

Rattays Beipackzettel, von dem bis dato 120.000 Bögen gedruckt wurden, ist kein Stein der Weisen, sondern eine willkommene Orientierungshilfe in der Flut aus Tipps, Schätzungen, Gütesiegeln sowie unter- und übertriebenen Gerüchten. Die Absolventin der Meisterklasse für Grafik bei Fons Hickmann an der Wiener Universität für angewandte Kunst führt alternative Energieformen an und erklärt sie in verständlicher und knapper Form. Sie informiert über diverse Initiativen, wirbelt Feinstaub auf oder erklärt die Vorteile von „fahrenden Schlachthöfen". Der Erdbewohner erfährt etwas über die bedrohtesten Arten, etwa über die Mittelmeermönchsrobbe, den großen Panda oder den Borneo-Zwergelefanten. Vom Yangtse-Flussdelfin wurden 1997 überhaupt nur noch dreizehn Stück gezählt.

Apropos gezählt: Wussten Sie, dass jeder Österreicher unbewusst täglich bis zu 5000 Liter Wasser in Form von Luxus- und Gebrauchsgütern verbraucht? Oder dass man für ein Kilo Seezunge oder Scholle 14 Kilo Beifang in Kauf nimmt – Tiere, die verletzt oder tot wieder ins Meer geworfen werden? Angie Rattay erzählt uns dies und noch viel mehr mithilfe ihres Schächtelchens. Sie gibt mit Rückendeckung diverser Fachleute Einkaufstipps, führt tierversuchsfreie Kosmetik an, erklärt Gütesiegel, den Begriff „ökologischer Fußabdruck", der unseren Ressourcenverbrauch im Verhältnis zur Verfügbarkeit misst, und zeigt, wie man beim Erdbeereinkauf Erdöl sparen kann. Dazwischen gibt es klare, unaufdringliche Grafiken und das eine oder andere Zitat, zum Beispiel, „Hüten wir uns davor, aus Schaden dumm zu werden", was Karl Kraus empfahl.

Dass die Informationen über Design, ihr Design, transportiert werden, ist der Clou, ihr Clou und all derer Nutzen, die sich die Box einstecken. Nicht, dass es Designer in Sachen Abfallvermeidung mit den Ameisen aufnehmen könnten. Aber sie haben, wie auch Rattay mit ihrer Arbeit beweist, das Zeug dazu, über ihre Gestaltung Probleme zu kommunizieren.

„Die meisten glauben, ich erfülle das Klischee einer perfekten Öko-Tante, dabei fahr' ich zum Beispiel total gern mit dem Auto herum. Es würde mich auch reizen, mit einem Lkw durch die Gegend zu brummen. Aber ich interessiere mich gleichzeitig auch sehr für alternative Antriebsstoffe. Vegetarierin bin ich seit zehn Jahren. Seit dem Zeitpunkt, zu dem ich mich dann doch getraut habe, eine Doku über Tiertransporte anzuschauen", so Rattay.

„Die Menschen wollen getäuscht werden." Mit genau diesem Satz prägte sich der große Designer und Designkritiker Victor Papanek bei Rattay ein. „Die Menschen wollen also nicht hinschauen", kombiniert die Designerin, in der Papanek eine fleißige Schülerin im Geiste und auf dem (hauchdünnen) Papier fand.

Ihr ausgeprägtes, aber unaufgeregtes Gewissen gegenüber Mutter Erde war es wohl auch, das ihr zu Beginn ihrer Diplomarbeit klarmachte, dass sie etwas Vernünftiges und Brauchbares erarbeiten wollte und sich „nicht monatelang mit irgendetwas herumplagen wollte, das dann eh nur in einer Schublade verschwindet. Schließlich geht es doch darum, Kommunikation zu gestalten", meint Rattay, die noch immer in die Kamera blinzelt. Der Fotograf will ihre Zähne sehen. Ihre Eckzähne sind so spitz wie die des Grafen Dracula. Der Vergleich liegt nahe. Noch näher, als die bekennende Hundenärrin erzählt, dass ihre Urgroßmama aus Transsylvanien stamme und dass sie „schon zu Beginn ihrer Karriere als Kreative nach etwas suchte, mit dem sie Inhalte transportieren konnte, so wie ein Sänger das mit seinen Texten und Liedern tut". Mit Grafik-Design scheint's zu klappen, eine englische Fassung, die „Planet Earth – Directions for Use", gibt es bereits, das London Design Museum und Tate Modern als „Apotheke" sind angefragt, und an einer Kinderedition arbeitet die rastlose Designerin ebenfalls.

Vor hat sie also viel mit ihrem Projekt: Museen, Galerien, Bahnhöfe, Supermärkte, Tageszeitungen, jeder Platz ist Angie Rattay recht, ihre Gebrauchsinformation an den Erdbewohner zu bringen, schließlich gilt dieser Beipackzettel an jedem Ort dieses Planeten. Und auch auf die Gefahr hin, dass es pathetisch klingt, Rattay hat etwas getan, das in ihr schlummert, seit sie mit 14 Jahren einen Film über Ghandi gesehen hat, der ihr den folgenden, großen Floh ins Ohr setzte: „Sei selbst die Veränderung, die du sehen willst." Was wer sehen will, ist wieder eine andere Frage. Menschen wie Rattay machen es einem auf jeden Fall schwerer, an den Tatsachen vorbeizuschauen.

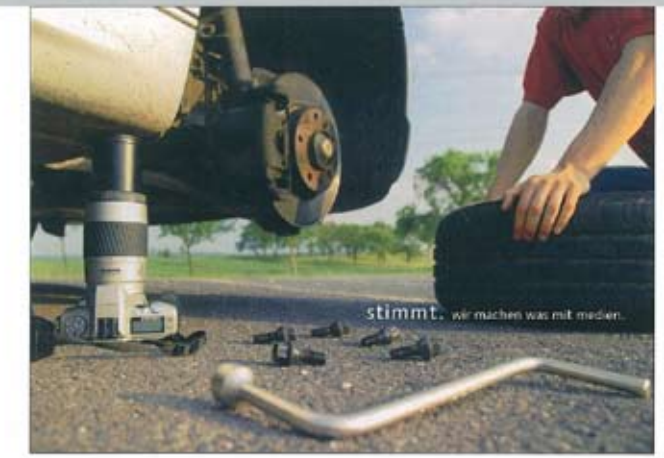
Michael Hausenblas

www.neongruen.net
www.angieraftay.net

Fachlich unterstützt wurde die Designerin unter anderem von WWF-Österreich und dem Alfred-Wegener-Institut für Klima und globalen Wandel. Gefördert haben das Projekt beispielsweise die Universität für angewandte Kunst in Wien, Ford, die Druckerei Gugler, in Sachen Papier die Feurstein GmbH und das Lebensministerium.

Literatur-Tipps:

Michael Braungart, William McDonough: „Einfach intelligent produzieren". € 9,90, Berlinverlage.
Victor Papanek: „Design for the Real World: Human Ecology and Social Change". € 20, Academy Chicago Publishers.
Paul M. Kennedy, J. R. McNeil, und John Robert McNeill: „Blue Planet. Die Geschichte der Umwelt im 20. Jahrhundert". € 14,90, Campus Verlag.



Auf charmante Weise wecken Studierende der Bauhaus-Universität Weimar Interesse für die Studiengänge Medienkultur, Mediengestaltung, Mediensysteme, Medienmanagement und MediaArchitecture

Mediale Aufklärung

■ **Bauhaus-Universität Weimar.** Vor kurzem fanden überall an den Hochschulen die Semesterschauen statt. An der Fakultät für Medien der Bauhaus-Universität Weimar nannte sich die Präsentation mediengang 2007 und wurde von einem besonderen Gestaltungsprojekt begleitet.

Aufgrund der inflationären Verwendung des Begriffs Medien und seines schwer fassbaren Inhalts entwickelten die Studierenden der Bauhaus-Universität Weimar eine Kampagne, die unter dem Motto „stimmt. wir machen was mit medien." mit Aufklebern, Postkarten, einer Website und anderen Printmitteln über das spezielle Lehr- und Forschungsfeld Medien aufklärt. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.uni-weimar.de/mediengang/2007/index.php.

Globale Beipackzettel

■ **Universität für angewandte Kunst Wien.** Unser Globus ist krank und bedarf einer speziellen Behandlung. Das findet Angie Rattay, Absolventin der Meisterklasse für Grafikdesign, und entwarf in ihrer Diplomarbeit diverse „Gebrauchsinformationen für den Planeten Erde". Dabei handelt es sich um vier klein gefaltete DIN-A2-Bögen auf Dünndruckpapier, die wie Beipackzettel daherkommen. Jeder Zettel widmet sich einer Sphäre – Atmosphäre, Biosphäre, Hydrosphäre sowie Litho- und Pedosphäre – und gibt anhand von Illustrationen und Grafiken Tipps, die zu einem sorgsamen Umgang mit der Erde führen sollen.

„Nebenwirkungen" werden ebenso behandelt wie „Anwendungsgebiete", und auch ein „Verfallsdatum" der einzelnen Sphären fehlt nicht

Das Projekt wurde in Österreich bereits mehrfach ausgezeichnet. Gefördert vom Bildungsministerium, konnten die Beipackzettel in einer Auflage von 40 000 Stück auf Deutsch und Englisch gedruckt werden und liegen mittlerweile in öffentlichen Institutionen aus. Angie Rattay strebt jedoch eine Verbreitung der Gebrauchsinformationen über Wien hinaus an. Interesse haben schon das Magazin „Colors" sowie die UNESCO bekundet. Den aktuellen Stand der Sponsorensuche gibt es unter www.neongruen.net.

Ehemaligen Treffen

■ **Hochschule für Gestaltung Offenbach.** Im Jahre 1832 wurde sie als Handwerkerschule gegründet, kurz darauf in eine Kunstgewerbeschule umgewandelt, seit 1970 bekleidet sie den Rang der künstlerisch-wissenschaftlichen Hochschule des Landes Hessen. Die HfG Offenbach wird 175 Jahre und feiert dies unter dem Motto: „Gestalte! Create! – Design Medien Kunst" gleich doppelt: vom 5. Juli bis 26. August mit einer Ausstellung im Museum für Angewandte Kunst in Frankfurt, außerdem erscheint bei avedition eine zirka 480 Seiten starke Monografie.

Da die Hochschule seit jeher einen crossmedialen Ansatz verfolgt, können beide Aktivitäten sowohl von Absolventen als auch von aktuell Lehrenden bestritten werden. Die Ausstellung präsentiert Werke von 56 Ehemaligen und versammelt ein Who's who der Designszene. Die reich bebilderte Publikation zeichnet in zahlreichen Aufsätzen ein facettenreiches Porträt der Institution. Weitere Informationen finden sich unter www.museumfuerangewandtekunst.frankfurt.de sowie unter www2.avedition.de/de/Bucher/Katalog/260.

Auf 300 Quadratmetern findet sich ein vielschichtiges Spektrum ästhetischer Produktion an der Hochschule für Gestaltung Offenbach

Gebrauchsanweisung für die Erde

Ökowissen, kompakt zusammengefasst, in einer witzigen Verpackung: Die Grafik-Designerin Angie Rattay hat eine Gebrauchsinformation entwickelt, die sich den Risiken und unerwünschten Nebenwirkungen rund um den Erdball widmet. Vier hauchdünne A2-Papierbögen, gefaltet wie ein Medikamenten-Beipackzettel, stecken in einem kleinen Karton und sollen zum Nachdenken und Handeln anregen.

Bezugsquellen: Technisches Museum und MQ Wien oder unter www.neongruen.net

Fieber messen ohne Quecksilber

Das Europäische Parlament hat im Juli eine Richtlinie erlassen, nach der neue Fieberthermometer kein Quecksilber mehr enthalten dürfen. Fällt ein Thermometer zu Boden und zerbricht, kann das Quecksilber in kleinen Perlen bis in die hintersten Winkel laufen. Und dann wird es gefährlich: Eingeatmete Quecksilberdämpfe werden über die Lunge zu ca. 80 Prozent aufgenommen. Das kann zu Husten, Atemnot und Entzündungen von Bronchien und Lunge führen.

Wenn sich in Ihrem Haushalt noch ein Quecksilberthermometer findet, können Sie das alte Stück noch bis 25. Oktober 2007 in einer Apotheke abgeben und ein digitales Thermometer zum vergünstigten Preis von einem Euro erwerben. Darüber hinaus bieten die Apotheken im Aktionszeitraum die Broschüre „Gesund leben im Haushalt", mit vielen Tipps, wie sich unnötige Giftstoffe reduzieren lassen, gratis an.

Info: www.apotheker.or.at

Wenn die Flüsse versiegen

Wussten Sie, dass 5.000 Liter Wasser nötig sind, um ein Kilo Reis zu erzeugen? Bis ein „Hamburger" auf dem Teller landet, wurden bereits 11.000 Liter Wasser verbraucht und in einem Kilogramm Kaffeepulver stecken gar 20.000 Liter.

Wir gehen mit Wasser, das in vielen Regionen der Erde ein knappes Gut ist, äußerst verschwenderisch um. Selbst wer zu Hause Wasser spart, weiß selten, wie viel „virtuelles Wasser" er tatsächlich verbraucht. Virtuelles Wasser, so nennt man das Nass, das für die Nahrungsmittel- und Güterproduktion weltweit aufgewendet wird. Der Umweltjournalist Fred Pearce sucht in seinem Buch „Wenn die Flüsse versiegen" Antworten auf die Frage, mit welchen Folgen dieser enorme Wasserverbrauch verbunden ist.

„Wenn die Flüsse versiegen" von Fred Pearce, Antje Kunstmann Verlag, München 2007

Minus 98 Kilo

Ein Postkasten in Wien muss viel aushalten: Pro Jahr wird er mit 98 Kilogramm Werbematerial gefüttert. Wer seinen Postkasten – und die Müllcontainer – auf Diät setzen möchte, kann unerwünschtes Werbematerial ganz einfach abbestellen. „Bitte keine unadressierte Werbung" – dieser Aufkleber an Wohnungstüre und Postkasten verhindert die Zustellung von nicht adressiertem Material durch Verteilungsfirmen. "die umweltberatung" bietet im Infoblatt „Minus 98 Kilo" Formulare, die das Abbestellen von unerwünschter Werbung einfach machen:

✆ 02742/71829
oder Download auf www.umweltberatung.at

5/2007

4c

MAGAZIN für Druck, Grafik und Verpackung

Euro 4,- · P.b.b. · Kostenrechnung/Controlling · Post Maintain Management
Maximilianstraße 2 · 6010 Innsbruck · 02Z033759M

Schlechte Karten
Wie der griechische Spezialdrucker Lykos die Austria Card für nur 30 Millionen Euro bekam | S 7

Neu gemischte Karten
Wie MAN-Roland-CEO Gerd Finkbeiner den Börsengang des Unternehmens vorbereitet. | S 20

Weltkarten
Wie Designerin Angie Rattay mit Beipackzetteln gegen den Klimawandel ankämpft. | S 30

Gute Karten
Wie Papierhersteller nach den Rohstoffen und den Produktionsprozessen der Zukunft fahnden. | S 39

Österreichs Druckereien im Ranking

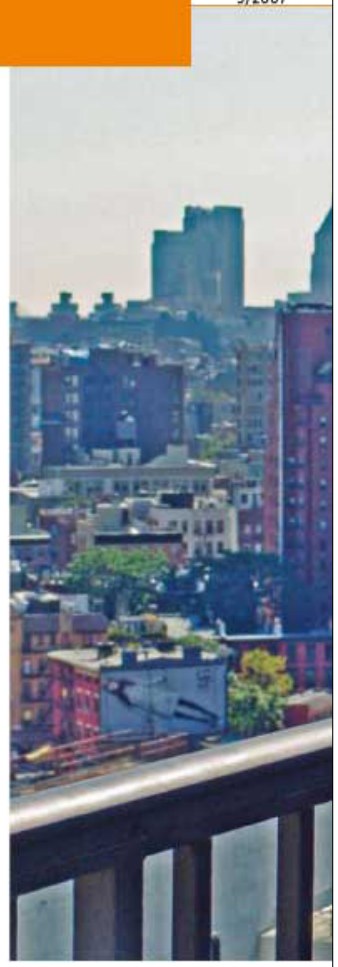
Die Top 5 in den neun Bundesländern

GRAFIK

„Da bleibt bei mir kein Auge trocken"

INTERVIEW Die Wiener Grafikdesignerin Angie Rattay verknüpft mit ihrer „Gebrauchsinformation für den Planeten Erde" anspruchsvolles Design mit noch anspruchsvollerer Botschaft. Im 4c-Interview spricht sie über missionierende Designer, grüne Sponsoren und die Rolle der Scholle im Meer.

Interview: Martin Schwarz



4c: *Sie leben derzeit in New York. Wie beeindruckt sind denn die von ökologischer Sensibilität weitgehend unbefleckten Amerikaner von Ihrem Projekt?*

Angie Rattay: Ich bin ja praktisch im Jahr des Al Gore hier, da ist das Interesse besonders hier in New York besonders groß. Die Supermärkte mit „Organic Food" boomen, es gibt Bauernmärkte und die großen Museen haben keine Angst mehr, dass ein Künstler mit sozialer Message jenseits von politischem Sarkasmus langweilen könnte.

4c: Ihr Projekt besteht aus einer Serie von vier „Beipacktexten" für den Planeten Erde, alle gefaltet wie die klassischen Beipacktexte von Medikamenten und in eine Schachtel verpackt, die jener von Tabletten recht ähnelt. Sie beschreiben in den Texten den bedauerlichen Zustand der Erde, beschreiben die Folgen des Klimawandels und des Ozonlochs. Warum muss ein Designer missionierend in die Zeitläufe eingreifen?

Rattay: Ich glaube, dass es viele Menschen gibt, die gerne Gutes tun würden und nicht wissen, wie sie ihrer Stimme Gehör verschaffen. Im Laufe meines Studiums an der Angewandten in Wien haben mich große Designer wie Tibor Kalman, Victor Papanek und Buckminster Fuller dazu inspiriert, mit meinem Talent Gutes zu tun. 1964 schon hat der britische Designer Ken Garland das „First-things-first"-Manifest herausgegeben, es wurde im Jahr 2000 von 33 Designern unterschrieben. Es hatte zum Ziel, uns Designer aufzufordern, unser Können wertvoll einzusetzen.

Aber läuft man als Designerin mit so einem Projekt nicht Gefahr, in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit als Globalisierungskritikerin oder Öko-Tante dazustehen?

Rattay: Wenn man regelmäßig Nachrichten schaut und sich dabei noch vorstellt, über wie viele Dinge nicht berichtet wird, möchte man doch was tun, oder?

Nur weil man versucht, ernsthaft zu informieren und sich etwas zu sagen traut, muss man noch lange nicht seinen Humor verlieren. Dieses Projekt hat es nun einmal erfordert, all die möglichen Spielereien beiseite zu lassen, mit denen ein Grafiker seine Vielseitigkeit unter Beweis stellen kann. Aber dafür werden nun T-Shirts gestaltet. Da kann ich mich wieder gestalterisch mehr austoben.

Dann können Sie ja nach Feierabend auch die eine oder andere Demo besuchen, statt Design als Mittel der Missionierung zu instrumentalisieren.

Rattay: Demonstrationen sind ein wichtiger Faktor der Meinungsäußerung. Aber das muss doch sinnvolle Designarbeit nicht ausschließen. Ich glaube, dass man mit gutem Design viel erreichen kann. Mit gut organisierten Demonstrationen auch. Es gibt halt verschiedene Arten, zu demonstrieren.

Was war denn das grafisch wirklich Anspruchsvolle an der Gebrauchsinformation?

Rattay: Die größte Herausforderung war wohl, all die Informationen und Grafiken auf einer A2-Seite unterzubringen. Auch wenn ich hin und wieder die strengen Raster gerne durchbrechen wollte, hielt ich mich letztendlich daran, die Gestaltung schnell rezipierbarer Information in den Vordergrund zu stellen. Wie bei einem gut gestalteten Pharma-Beipackzettel eben.

Sie haben die Gebrauchsinformation als Abschlussarbeit für Ihr Studium an der Angewandten in Wien verwendet. Wie sind

Sie denn überhaupt auf die Idee dazu gekommen?

Rattay: Ich habe mir im Jahr 2005 den ganzen Sommer über den Kopf zerbrochen, wie meine Diplomarbeit aussehen sollte. Für mich war aber von Anfang an klar, dass ich mit meiner Arbeit bei Menschen etwas Positives bewegen möchte und dass mein Projekt mit Umweltschutz zu tun haben muss. Jahrelang habe ich Diplomanden zugesehen, die sich abrackerten, um dann ihr Diplom in 15 Minuten der Kommission zu präsentieren, vielleicht ein paar Wettbewerbe zu gewinnen und das war es. Das wollte ich nicht. Ich wollte etwas tun, was ans Herz geht, und damit auch zeigen, was Grafikdesign alles bewirken kann. Und das sollte in jedem Fall mehr sein als bloße Oberflächenbehübschung.

Derzeit gibt es vier Folgen der Gebrauchsinformation. Da werden Litho- und Pedosphäre, Hydrosphäre, Biosphäre und Atmosphäre abgehandelt. Soll es bald Fortsetzungen geben?

Rattay: Es wird eine neue Edition geben, und zwar für Kinder. Die Arbeiten starten im Dezember. In Druck wird die Edition hoffentlich im Frühjahr gehen können, was natürlich auch von der Beteiligung der Sponsoren abhängt. Aber die Suche nach neuen Sponsoren läuft bereits. ▶

Apropos Sponsoren: Wie viel CO_2-Ausstoß verursacht der neue Ford Ranger?

Rattay: Keine Ahnung. Ich könnte schnell im Internet nachschauen, aber das wäre feig. Natürlich gibt es heute noch keinen Autohersteller, der eine weiße Weste vorzuweisen hat. Es gibt nun mal keine alternative Antriebsform, die ohne Nachteile funktioniert. Aber ich persönlich bin gerade dabei, über Luftdruckautos zu recherchieren. Vielleicht gibt das einen interessanten Artikel in einer Neuauflage der Bögen her.

Da wird sich Ihr Sponsor Ford aber freuen. Der hat mit Luftdruckautos, was immer das auch sein mag, bestimmt nichts am Hut.

Rattay: Ford war mir als Sponsor sehr recht. Ich hatte recherchiert, welche Automobilunternehmen bisher am meisten in alternative Antriebstechniken investiert haben. Ich habe auch gelesen, dass Henry Ford der erste Autofabrikant in Amerika war, der das kontaminierte Gelände seiner Fabrik nicht einfach umzäunen ließ, sondern Geld in die Dekontaminierung steckte.

Unglaublich, was Sie alles wissen. Wann haben Sie denn übrigens das letzte Mal Scholle gegessen?

Rattay: Das war so ungefähr 1998.

Werden Sie je wieder Scholle essen?

Rattay: Ich denke nicht. Außer ich strande auf einer verlassenen Insel.

Weiter mit dem Test. Wie viele Kilo Beifang nimmt man für eine Scholle in Kauf?

Rattay: Das sind 14 Kilogramm, und zwar Delfine, Wale, Seeigel, Robben, Haie und so weiter. Auch Fische, die nicht dem Normmaß entsprechen, werden entsorgt, um den Konsumenten nicht zu verärgern. Also bei mir bleibt da kein Auge trocken.

Bei mir tendenziell auch nicht. Sind alle Ihre Arbeiten so mit einem aufklärerischen Impuls ausgestattet wie die Gebrauchsinformationen für den Planeten Erde?

Rattay: Nein, gar nicht. Ich habe zum Beispiel ein Plakat für das kroatische Außenministerium im Rahmen eines Wettbewerbs entworfen, eine „Überdruckmarke“ für die österreichische Post oder eine „Erste-Hilfe-für-Hunde“-Tasche …

Vielen Dank für das Gespräch.

Bedienungshinweise

WEKTKARTEN Die „Gebrauchsinformationen für den Planeten Erde“ von Angie Rattay beschreiben – gestaltet als Beipackzettel – die großen ökologischen Herausforderungen unserer Zeit.

Nebenwirkungen der Zivilisation: Gebrauchsinformationen für den Planeten Erde

Das Projekt der Wiener Grafikdesignerin – bisher 120.000-mal gedruckt – ist mehrfach preisgekrönt und international gefragt: Das London Design Museum und Tate Modern sind an der englischen Fassung interessiert.

Gedruckt wurden die politisch korrekten Informationen von Gugler in Melk. In Wien liegen die Gebrauchsinformationen im Designforum, im Technischen Museum Wien, der St.-Charles-Apotheke und im „Möbel“ auf.

Jetzt Gebrauchsinformationen gewinnen!

4c verlost zehn exklusiv von Angie Rattay handsignierte Gebrauchsinformationen für den Planeten Erde. Beantworten Sie einfach folgende Frage: Von welcher Druckerei wurden die Gebrauchsinformationen für den Planeten Erde gedruckt?

Die Antwort senden Sie bitte an: martin.schwarz@4-c.at

Die Absender der ersten zehn richtigen Antworten erhalten jeweils eine handsignierte Gebrauchsinformation. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

ÖAZ

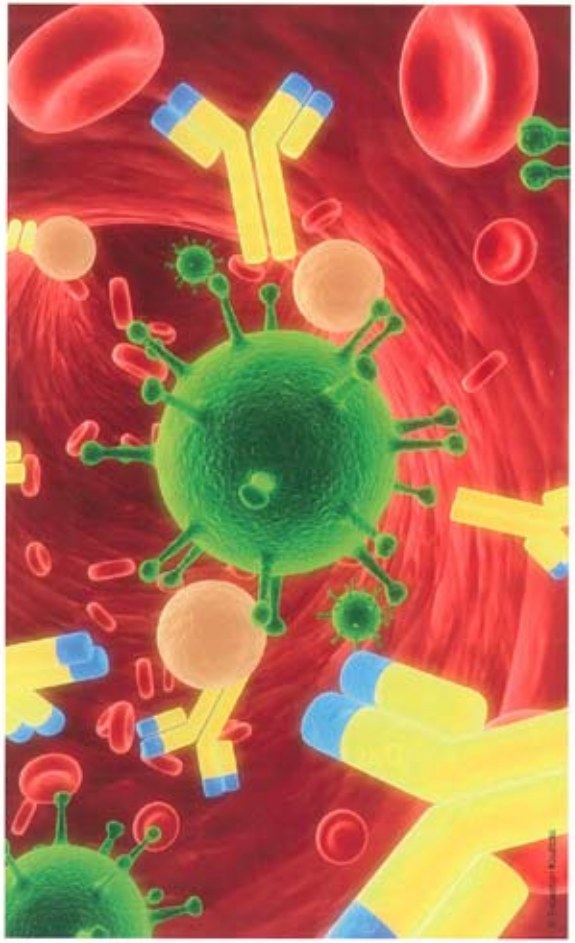
62. Jahrgang 7. Jänner 2008 Nr. 1

Österreichische Apotheker-Zeitung

www.apoverlag.at

Pharmazie in Wissenschaft und Beruf

1



IMMUNSYSTEM
- Biologika bei cP
- Biosimilars
- Impf-News
- Moderne AIDS-Therapie

GEDÄCHTNIS
M. Alzheimer – „Kein Platz für therapeutischen Nihilismus"

KOMPLEMENTÄRMEDIZIN
Herz-Kreislaufbeschwerden

ARBEITSRECHT
Neues von der Gehaltskasse

VAAÖ-BERATUNG
Kinderbetreuungsgeld 2008

UPDATE
Arzneimittelinnovationen 2007

NEUE KAMPAGNE
»Apotheke. Eine Frage der Gesundheit.«

SUCHT
Rauchen und Metabolisches Syndrom

ORALE LIQUIDA
Aufbrauchfristen nach Anbruch

TARA-NEWS
Celsentri®

NEUE WIRKSTOFFE
Ustekinumab

Pb.b. „ÖZ 02Z030427 4W" | Verlagspostamt 1060 Wien | ISSN 0029-8859

DESIGNERIN ANGIE RATTAY

»Gebrauchsinformation für den Planeten Erde«

Umweltschutz, Kiyoto-Protokoll, Klimaverländerung – viel wird geredet, wenig getan. *Mag. Angie Rattay*, eine junge Wiener Designerin, hat sich im Rahmen ihrer Möglichkeiten dieses dringenden Themenkreises angenommen und sich gleichzeitig einen langgehegten Wunsch erfüllt. Mit Unterstützung namhafter Ökologen, allen voran der Umweltsystemwissenschafter *Mag. Michael Neuecek*, kreierte sie im Outfit einer Arzneimittelverpackung die »Gebrauchsinformation für den Planeten Erde«. Als Inhalt liegen 4 Beipacktexte, und als solche auch entworfen, im Format A3 bei. Je nach Sachgebiet – es werden Bio-, Hydro-, Atmo-, Litho- und Pedosphäre analysiert, kann sich der Interessierte auf der Vorderseite z. B. ein Bild über Artenschutz oder verschiedene Energiemaßnahmen machen, auf der Rückseite werden die Schwerpunkte graphisch an Hand einer Weltlandkarte gezeigt. Mittels Skizzen und Tabellen wird der »Patient« – letztendlich sind das wir – über Wirkungen bzw. Nebenwirkungen, Ablaufdaten und sonstige relevante Fragen in Sachen Umweltschutz äußerst detailliert informiert.

Designerin Angie Rattay

Eine wunderbar überraschende und innovative Annäherung an einen Themenbereich, der alle Aufmerksamkeit braucht und verdient, die er bekommen kann. Bestechend daran ist darüber hinaus die implementierte Konsequenz, dass wir als »Patienten« nur die Erde als »Arzneimittel« anzunehmen brauchen, um »gesund« zu werden. Für unser Wohlergehen ist sie das alleinige Heilmittel. Deshalb ist es höchst an der Zeit, jene Sorgfalt, die wir so oft für Nebensächlichkeiten verschwenden, auf sie zu fokussieren – bevor es zu spät ist und sie uns nicht mehr als »Heilmittel« zur Verfügung steht.

„Es gibt bei jedem Medikament einen Beipackzettel zur Information. Aber für unseren Planeten gibt es so etwas nicht. Daher war es meine Idee, eine Serie aus vier Beipacktexten für die Erde zu gestalten. Einerseits zum besseren Verständnis der Menschen, und andererseits, um sie zum Sammeln der Bögen anzuregen. Diese vier Bögen sollen den Menschen Anweisungen geben, wie sie ihren Planeten besser und nachhaltiger behandeln können. Ich habe aber auf jede Art der radikalen Formulierung verzichtet – es werden keine Weltuntergangs-Szenarien beschrieben", erklärt *Angie Rattay*, die bei diesem Projekt wissenschaftlich vom WWF sowie vom Grazer Wegener Zentrum für Klima und globalen Wandel unterstützt wird. Eine Kinder-Edition ist zurzeit in Planung.

Angie Rattay absolvierte 1996 die Handelsakademie mit Schwerpunkt Marketing und belegte als 2. Fremdsprache Japanisch.

1996 bis 1997 studierte sie an der TU-Wien Architektur, um anschließend die Meisterklasse für Graphik und Design an der Wiener Universität für angewandte Kunst unter *Prof. Fons Matthias Hickmann* zu besuchen. Im Jänner 2006 bestand sie das Diplom mit der »Gebrauchsinformation für den Planeten Erde« mit Auszeichnung.

Die »Gebrauchsinformation für den Planeten Erde« ist gratis erhältlich:

das möbel > das geschäft
Gumpendorferstr. 11, 1060 Wien

Saint Charles Apotheke
Gumpendorferstr. 30, 1060 Wien

das möbel > das café
Burggasse 10, 1070 Wien

designforum MQ
Museumsplatz 1, 1070 Wien

MQ Point
Museumsplatz 1/5, 1070 Wien

Technisches Museum
Mariahilfer Str. 212, 1140 Wien

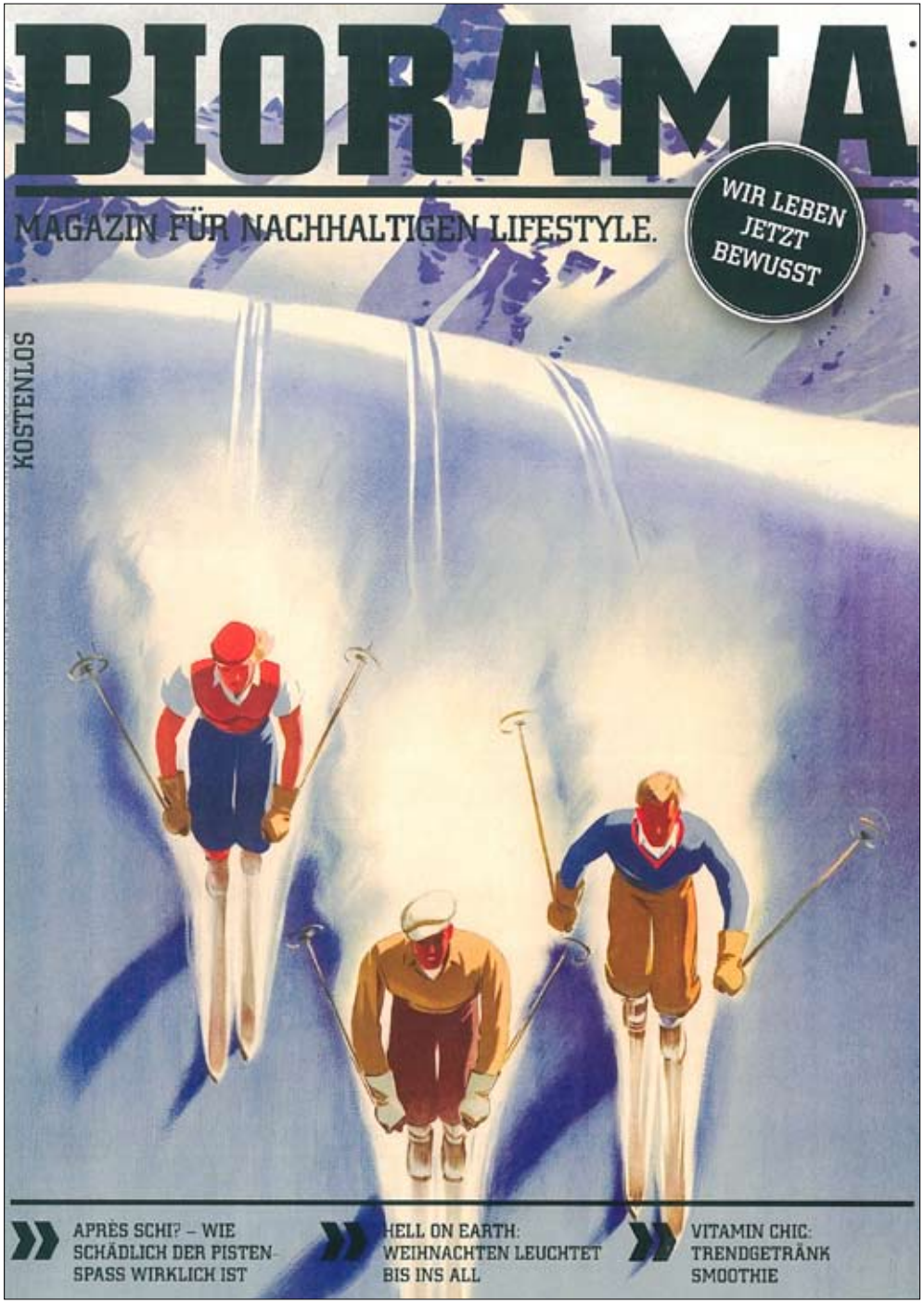
WWF Österreich
Ottakringer Str. 114, 1160 Wien

Haus der Wissenschaft
Elisabethstraße 27, 8010 Graz

Wegener Zentrum
Leechgasse 25, 8010 Graz

Panoramahotel Wagner
Hochstraße 267, 2680 Semmering

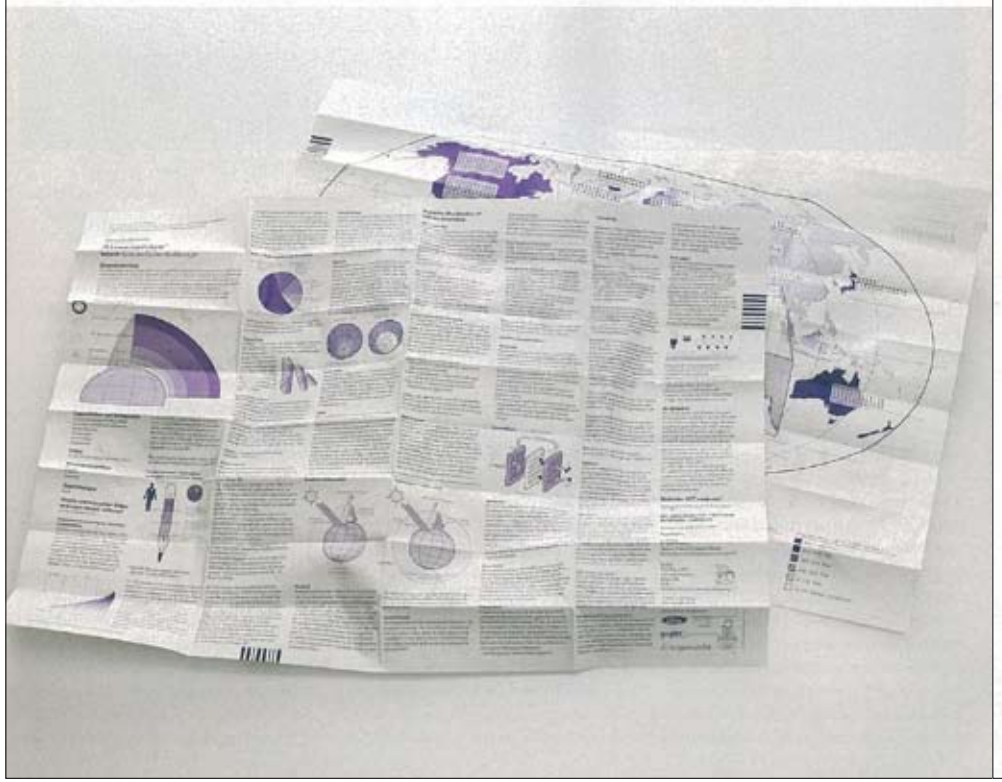
12/2007


BIORAMA
MAGAZIN FÜR NACHHALTIGEN LIFESTYLE.
WIR LEBEN JETZT BEWUSST
KOSTENLOS
APRÈS SCHI? – WIE SCHÄDLICH DER PISTEN-SPASS WIRKLICH IST
HELL ON EARTH: WEIHNACHTEN LEUCHTET BIS INS ALL
VITAMIN CHIC: TRENDGETRÄNK SMOOTHIE

Text Mirjam Bromundt
Foto privat

DAS HOW-TO EINES GESUNDEN PLANETEN ERDE

»Ja, ich bin optimistisch. Ich hoffe nur, dass sich das mit der Zeit ausgeht.«



Angie Rattay ist im Stress. Sieben Termine stehen heute an – das Pensum, das sich während des dreimonatigen Amerikaaufenthalts der 30-jährigen Grafikerin aufgestaut hat. Schwarzer Schal mit weißen Punkten, ausgewaschenes *Transformers*-Shirt, Nadelstreifgilet; auf dem Tisch ihr roter Terminkalender, ein Uralt-Handy und der Autoschlüssel mit WWF-Schlüsselband. Einen Cappuccino, bitte.

»Die Menschen machen eine Menge falsch. Sie sind rücksichtslos, nehmen sich viel zu viel heraus und es gibt sichtbare Effekte«, sagt Angie Rattay und streicht sich die Haare aus dem Gesicht. Rattay weiß, was zu tun ist bzw. wäre, wie es um unseren Lebensraum bestellt ist und sie nimmt uns mit ihrer Diplomarbeit in die Verantwortung. »Gebrauchsinformation für den Planeten Erde« heißt ihr ambitioniertes Projekt, das sie 2006 als Abschlussarbeit an der Universität für angewandte Kunst (Meisterklasse für Grafik Design) unter

Professor Fons Matthias Hickmann mit Auszeichnung realisierte und das ungeahnte Wellen schlägt. »Ich habe mir lange Gedanken über meine Diplomarbeit gemacht. Ich wollte etwas machen, das länger vorhält, als bis zur Präsentation«, sagt Rattay und kam so auf die Idee, ihr seit der Kindheit bestehendes Interesse am Umweltschutz für das Projekt zu nutzen. »Umweltverschmutzung oder Geschichten über den Walfang haben mich als Kind schon zu Tränen gerührt und als wir in der Schule über Mülltrennung gelernt haben, hab' ich das sofort zu Hause eingeführt«, erzählt Rattay mit einem Lächeln. Und auch Gebrauchsanweisungen haben eine Geschichte in Rattays Leben: »Wenn ich früher nicht brav war, hat meine Mutter immer geschimpft, dass der liebe Gott mir keine Gebrauchsanweisung mitgegeben hat.« Flugzeugsicherheit für Kinder, eine Brustgurtanleitung oder Erste Hilfe für Hunde – Instruktion und Aufklärung durch Information und Bildsprache hat Rattay schon während des Studiums immer interessiert.

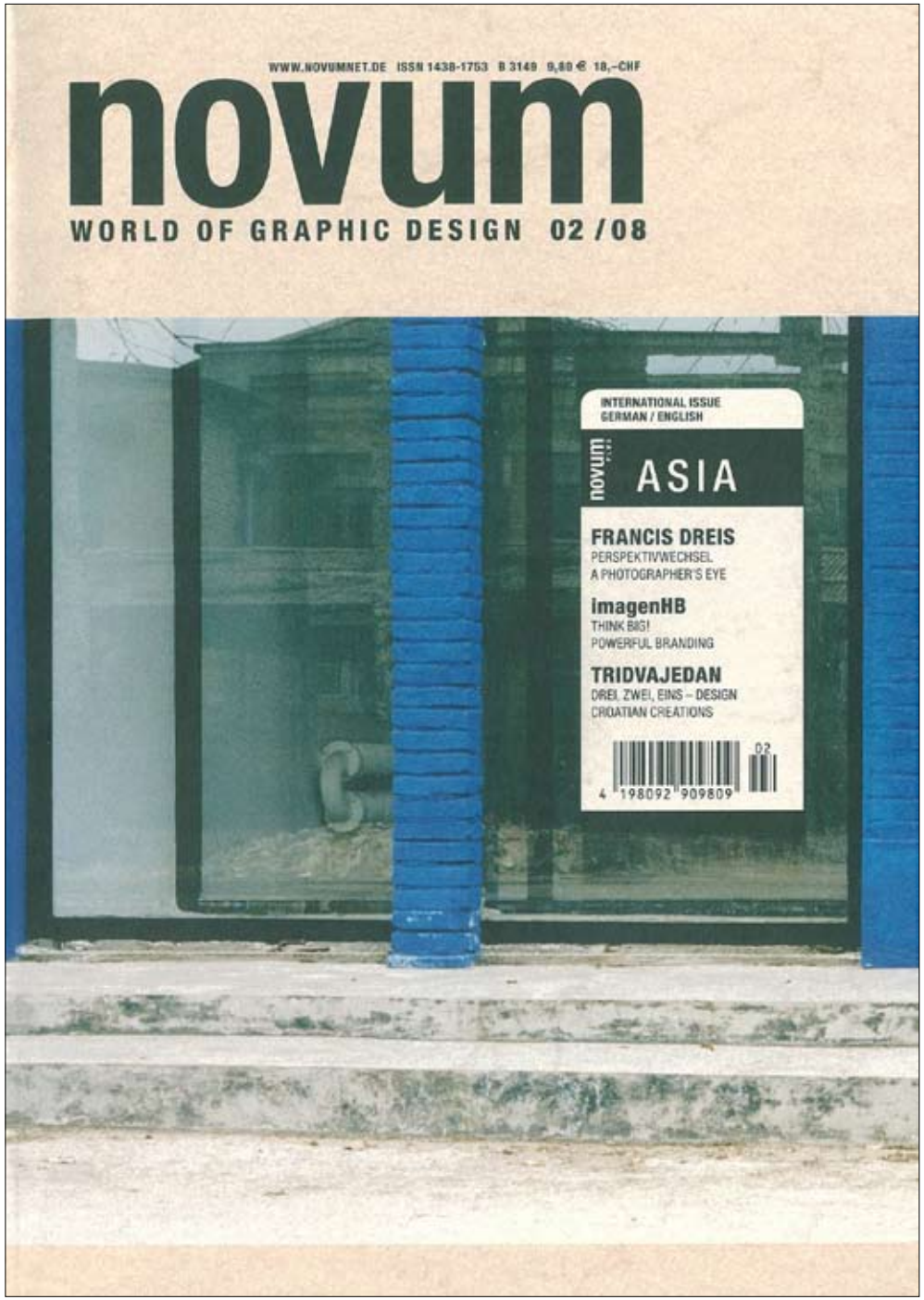
Das Ein-Frau-Projekt der Gebrauchsinformation besteht aus vier Din-A2-Bögen Dünndruckpapier, von denen jeder jeweils eine Sphäre unseres Lebensraumes behandelt: Atmosphäre, Biosphäre, Hydrosphäre sowie Litho- und Pedosphäre. Und auch abgesehen vom Papier besitzt Rattays Gebrauchsinformation sämtliche Merkmale eines Medikamentenbeipackzettels: klassische Faltung, rätselhafte Strichcodes und die typische inhaltliche Struktur. Wirkstoff, Zusammensetzung und Anwendungsgebiete werden genauso behandelt wie unerwünschte Nebenwirkungen oder besondere Warnhinweise zur sicheren Anwendung. Rattay fasst die wichtigsten Fakten zusammen, bewusst neutral, Vor- und Nachteile aufzeigend und hie und da doch mit spürbar besorgtem Blick. »Ich habe versucht, bekannte Streitpunkte wegzulassen und umstrittene Thesen nicht zu integrieren«, sagt Rattay, die den Großteil der Texte selbst zusammengetragen hat und sich anschließend von Institutionen wie dem WWF oder dem Wegener Center Graz bei der genauen Ausarbeitung helfen ließ. Rattay gestaltete eine kompakte und informative Arbeit, mit anschaulichen Statistiken, wertvollen Alternativen zum Andersmachen und auflockernden Illustrationen bzw. Zitaten von Francis Bacon bis Mark Twain. Der Gedanke dahinter: »Die Menschen sollen sich für neue Dinge interessieren und sehen, wie man ein bisschen mehr mit der Umwelt leben kann«.

»Auch ich habe keine weiße Weste«, sagt Rattay, »das ist im Moment noch schwer, weil die Alternativen oft noch nicht ausgereift sind. Aber ich verzichte auf einiges.« Angie Rattay ist leidenschaftliche Vegetarierin, kauft Toilettenartikel bewusst ökologisch bei Bodyshop und Aveda ein und verlässt sich auf von Institutionen wie dem WWF empfohlene Produkte. »Heute bin ich mit dem Auto da, ja«, gesteht Rattay auf Nachfrage, trotzdem fährt sie so wenig wie möglich und wenn ein neues Auto, dann schon ein Mikrohybrid. »Ich find's schön, wenn man als Konsument das Angebot steuert, indem man nach-

fragt: nach Biolebensmitteln, woher das Fleisch kommt oder beim Autohändler, was er für alternative Energien anbietet.«

Mittlerweile sind die vier Beipackzettel in verschiedenen Geschäften bzw. Institutionen in Wien und Graz kostenlos erhältlich, das Lebensministerium ließ eine Special Edition von 20.000 Stück für die Rieder Messe drucken, der österreichische Vertreter des »Year of Planet Earth« 2008 kam auf sie zu und Einladungen zu Vorträgen sind keine Seltenheit. »An einer Schule gab es sogar ein Referat über mein Projekt, das ist sehr schmeichelhaft«, freut sich Rattay – eine Kinderedition ist bereits in Planung. Trotz verschiedener Auszeichnungen und Sponsoren ist das Projekt aber ein Nullsummenspiel. »Schon für's Diplom musste ich Schulden machen, damit ich 500 Bögen Offset drucken konnte und jetzt geht sich's gerade noch aus, den von Museen und Institutionen angeforderten Nachschub zu produzieren.« Angie Rattay hat derzeit keine eigene Wohnung, kommt immer wieder bei Freunden unter und die wichtigsten Dinge sind in einem kleinen Zimmer bei ihren Eltern untergebracht. »Im Moment ist die Situation unerträglich, aber ich werde noch ein bisschen weitermachen«, sagt Rattay, »zum Beispiel in Amerika und da bin ich wirklich optimistisch.«

—



GEBRAUCHSINFORMATION FÜR DEN PLANETEN ERDE

[ ] »So wie jedes Medikament für uns ein Mittel zum Überleben sein kann, soll uns die Bedeutung des richtigen Umganges mit dem Über-Lebensmittel ›Erde‹ bewußt gemacht werden«, so Angie Rattay über ihre Diplomarbeit, die in der Meisterklasse für Grafik-Design an der Universität für angewandte Kunst in Wien (Professor Fons Matthias Hickmann) entstanden ist. Vier Beipackzettel stecken in der grün bedruckten »Medikamentenschachtel«: Atmosphäre, Biosphäre, Hydrosphäre und Litho-/Pedosphäre werden uns hier in vertrauter Unterteilung wie »Anwendungsgebiete« oder aber »Unerwünschte Nebenwirkungen« nähergebracht. Zur Orientierung und Informationsvermitthung der behandelten Themen helfen zudem Illustrationen und Infografiken. Die Strichcodes, die an den Rändern der A2-Bogen zu finden sind, ermöglichen das Zusammensetzen der Vorder- und Rückseiten zu einem noch größeren Beipackzettel – so können alle vier Sphären aufeinandertreffen. Und damit die Mahnung nicht in den Wänden der Uni verhallt, werden die Beipackzettel in deutscher und englischer Sprache in öffentlichen Instituten zur Mitnahme ausgelegt. **www.neongruen.net**

MÄRCHEN DER BRÜDER GRIMM

[ ] Mal ganz ehrlich: Wann hatten Sie zuletzt ein Märchenbuch in der Hand? Aus dem Wunsch heraus, die Märchenwelt für den Leser wieder zugänglicher zu machen, realisierte Uta Nestler für ihr Diplom an der Hochschule Wismar fotografische Illustrationen für die Märchen der Brüder Grimm. Ihren Recherchen nach gibt es zwar verschiedenst gestaltete Bücher dieser Art, jedoch kein einziges mit fotografischen Elementen. »Im Vordergrund meiner Arbeit stehen analoge Fotomontagen im mystisch-märchenhaften Bereich mit Bildkomponenten, die auf eine Art erkannt und doch nicht sofort durch den Betrachter aufgelöst werden können«, so die Newcomerin, die damit den Anspruch einer verzaubert-anmutenden Bücherwelt gerecht wird. Jedem der zehn ausgewählten Grimmschen Geschichten geht solch ein Motiv voran, das eine vage Andeutung durch ein Märchendetail visualisiert. Diese fotografische moderne Inszenierung steht dabei im spannenden Kontrast zur klassisch gewählten Märchenbuch-Typografie mit goldenen Schmuckelementen.
Na, wie wäre es denn einmal wieder mit einer echten Gute-Nacht-Geschichte?
nestler.uta@gmx.de

Project duties:

Design
Illustration
Text+Layout
Art-Direction
Management
Founder of
NEONGREEN NETWORK

Mag. Angie Rattay (www.angierattay.net),
Graphic-Designer, lives and works in Vienna

1977	born in Wien
1996	School leaving examination at Commercial academy Key course element: International Marketing 2nd foreign language: Japanese
1996-97	Architecture-study, Technical University Vienna
1997-99	Course of Advertising-Design
1999-05	Masterclass of Graphic-Design, University of applied arts, Professor Fons Matthias Hickmann
2006	Diploma »Planet Earth - Directions for use« passed with distinction
2006/07	Exhibitions in the designforum, MQ and »das Möbel«
2007	Realising of »Planet Earth - Directions for use«
2007	3 months at Sagmeister Inc., New York
2008	Founding of own studio, Founding of the charitable association NEONGREEN NETWORK
2008	Revision of »Planet Earth - Directions for use«; Childrens-Edition; Newspaper-supplement etc.

Project duties:

Design
Illustration
Data-visualization
Maps
Webdesign+Programming

Mag. Ulrich Einweg (www.kw350.com),
Graphic-Designer, lives and works in Vienna

1977	born in Regensburg
1998	School leaving examination in Art and Physics
1999	Graphic-Designer at Feedback New Media
from 2000	Self-employed Graphic-Designer
2001-06	Masterclass of Graphic-Design, University of applied arts, Professor Fons Matthias Hickmann
2003	Assistance in the class of Eva Wagner at the Int. Sommeracademy of Fine Arts, Salzburg
2004	Assistance in the class of Jiri Salomon at the Int. Sommeracademy of Fine Arts, Salzburg
2006	Graphic-Design Diploma, Movie-project „intersub“ Assistance in the class of Eva Wagner at the Int. Sommeracademy of Fine Arts, Salzburg
2007	Assistance in the class of Xie Nanxing at the Int. Sommeracademy of Fine Arts, Salzburg
2007/08	Assistance of »Planet Earth - Directions for use«
2008	Revision of »Planet Earth - Directions for use«; Childrens-Edition; Newspaper-supplement etc.

NEON GREEN NETWORK

Competitions / Lectures / Incidents:

EUROPEAN DESIGN AWARD, JURY-Prize for
»Planet Earth - Directions for use«, May 18th 2008, Stockholm

Nomination for **»Planet Earth - Directions for use«** at the competition »Love your Earth« by designboom.com with a Posterpresentation at »100%-Design-Tokyo«

Distinction at the JOSEPH BINDER AWARD 2006, for **»Planet Earth - Directions for use«**

GOLDEN PIXEL AWARD 2006. 1st Place / Category Eco-Projects, for **»Planet Earth - Directions for use«**

Creative Club Austria 2006, Distinction in the Category ROOKIE OF THE YEAR for **»Planet Earth - Directions for use«**

Lecture at the „EGU-Congress" presenting the project, Austria Center Vienna, April 16th 2008

Lecture at the symposium „Art & Cartography" organized by the University of Fine Arts and the Technical University Vienna, February 2nd 2008

Eco-Design Lecture at the FH-Joanneum Graz, organized by Pilotprojekt, Graz, Dezember 6th 2007

Consulate General of Austria, NYC, 26/09/2007
Austrian Chancellor Gusenbauer with Angie Rattay

Geological Federal Agency ,
Vienna, 11/2007
Federal Minister Hahn with
Thomas Hofmann (GBA)

NEON GREEN NETWORK

Environmental background

Environmental-preservation is self-preservation. Our ecosystem has been made to suffer a great deal, so that today we can clearly see the marks left behind by reckless exploitation and political power struggles. Even though our generation will probably not have to live through the coming catastrophy, we should return to the habit of leaving things behind as we found them. The seemingly never ending level of resources, and the compensation against man-made interferences, tempt us to continue living in blind luxury.

Over the past 100 years a new philosophy has come to the fore. Eco capitalism. Serving self-interests and sustainable development actually fit together very well. People should be called upon not to abstain, but as time is running out and every one of us counts, to think and to act.

The eco-hysteria of the 70ies, which was induced through the petrol shortage, presumably played its part as well. On the one hand the consciousness for environmental protection would never have developed the way it has without this incident, on the other hand it induced a collective turning a deaf ear (presumably as a self-defense mechanism), as much as the present-day playing down of future scenarios. »People want to be misled«, wrote Victor Papanek in his book, »Design for the real world«. We want to be misled, so as to better ignore the fact that the future lies in our own hands.

Information for a life with, and not at the cost of, our environment, are limited to a flood of tipps, estimations, rumours and seals of approval etc. As a result of this a, as far as is possible, neutral overview of the situation and of the ideas has become imperative. These need to be clear, well arranged and easily comprehendable, and should not come across as being either moral or radical.
An instruction leaflet that gives guidance for the correct use of our planet.

NEON GREEN NETWORK

Design Background

Buckminster Fuller's exhibition »My private sky«, in the London Design Museum, was the most interesting, inspiring and most beautiful exhibition I have ever seen. Seeing this, made »Bucki« to one of my role models, just like Tibor Kalman and Victor Papanek. In 1969, B. Fuller brought out his book »User Manual for Spaceship Earth«, in which he, in a for that time revolutionary way, described a sustainable way of using the spaceship earth. This book nailed down my ambition to implement a project like this myself.

Tibor Kalman was one of the signatories of the new edition of the »first things first manifesto 2000« and, for me, advanced to one of the greatest graphic designers of all time. He pushed the notion of »Designers as Authors« decisively. He challenged designers to decide for themselves, to think proactively, to develop anti-capitalist projects, and not to believe all »the lunatics« as he refered to them.
(…)
Professional designer's time and energy is wasted, covering the demand for things of insignificance. There are more valuable endeavours for our problem-solving skills. Environmental problems, as well as social and cultural crises, such as never before, demand our attention. Many different cultural-action ventures, social marketing campaigns, books, magazines, learning tools, television programmes, films and other design-information-projects urgently need our experience and help! We propose a reversal of our priorities in support of more useful, long-lasting and democratic forms of communication
(…)

Victor Papanek already preached in the 60ies, that designers talent should not be wasted on »Things, the world does not need«. Every designer has the possibility, through his training and his capability to produce differentiated approaches, to change the world.
His book »Miljöu och Miljonerna«, Milieu (=Environment), that had already been released by 1970 and made available to millions, as well as the extended, american edition, »Design for the real world«, are obligatory for all »hopeless dogooder's«!

First Things First Manifesto 2000

Jonathan Barnbrook
Nick Bell
Andrew Blauvelt
Hans Bockting
Irma Boom
Sheila Levrant de Bretteville
Max Bruinsma
Siân Cook
Linda van Deursen
Chris Dixon
William Drenttel
Gert Dumbar
Simon Esterson
Vince Frost
Ken Garland
Milton Glaser
Jessica Helfand
Steven Heller
Andrew Howard
Tibor Kalman
Jeffery Keedy
Zuzana Licko
Ellen Lupton
Katherine McCoy
Armand Mevis
J. Abbott Miller
Rick Poynor
Lucienne Roberts
Erik Spiekermann
Jan van Toorn
Teal Triggs
Rudy VanderLans
Bob Wilkinson

We, the undersigned, are graphic designers, art directors and visual communicators who have been raised in a world in which the techniques and apparatus of advertising have persistently been presented to us as the most lucrative, effective and desirable use of our talents. Many design teachers and mentors promote this belief; the market rewards it; a tide of books and publications reinforces it.

Encouraged in this direction, designers then apply their skill and imagination to sell dog biscuits, designer coffee, diamonds, detergents, hair gel, cigarettes, credit cards, sneakers, butt toners, light beer and heavy-duty recreational vehicles. Commercial work has always paid the bills, but many graphic designers have now let it become, in large measure, what graphic designers do. This, in turn, is how the world perceives design. The profession's time and energy is used up manufacturing demand for things that are inessential at best.
Many of us have grown increasingly uncomfortable with this view of design. Designers who devote their efforts primarily to advertising, marketing and brand development are supporting, and implicitly endorsing, a mental environment so saturated with commercial messages that it is changing the very way citizen-consumers speak, think, feel, respond and interact. To some extent we are all helping draft a reductive and immeasurably harmful code of public discourse.

There are pursuits more worthy of our problem-solving skills. Unprecedented environmental, social and cultural crises demand our attention. Many cultural interventions, social marketing campaigns, books, magazines, exhibitions, educational tools, television programs, films, charitable causes and other information design projects urgently require our expertise and help.
We propose a reversal of priorities in favor of more useful, lasting and democratic forms of communication - a mindshift away from product marketing and toward the exploration and production of a new kind of meaning. The scope of debate is shrinking; it must expand. Consumerism is running uncontested; it must be challenged by other perspectives expressed, in part, through the visual languages and resources of design.

In 1964, 22 visual communicators signed the original call for our skills to be put to worthwhile use. With the explosive growth of global commercial culture, their message has only grown more urgent.
Today, we renew their manifesto in expectation that no more decades will pass before it is taken to heart.

NEON GREEN NETWORK

Kontakt:

Mag. Angie Rattay
NEONGREEN NETWORK
c/o Martschin & Partner
Albertgasse 1A/3/12
1080 Wien

NEONGREEN NETWORK:
change@neongruen.net
www.neongruen.net

Designoffice:
info@angierattay.net
www.angierattay.net

THANK YOU FOR THE KIND HELP
WITH TRANSLATING THE TEXTS
TO ADAM PAWLOFF.

Sponsors/Partners 2008

lebensministerium.at

planetearth®
Earth Sciences for Society

NEON GREEN NETWORK