

# form

Land of Design  
Lithuania



Generative Fashion  
Crowdfunding  
Oddities  
Material Collections

Design Magazine  
N° 264, Mar/Apr 2016  
Established 1957

DE €16.90 AT €17.90 CHF 25.00  
BE €19.50 ES €22.90 FIN €25.50  
LU €19.50 ITA €19.50 FRA €19.50

4194205016907 02



# Editorial

Design Nach Golde drängt, / Am Golde hängt / Doch alles. Ach wir Armen!, seufzt Margarete in Goethes Faust, verführt durch „Säckelchen“, die ihr von Mephistopheles untergeschoben wurden. Eben diese Säckelchen sind es, von denen wir uns immer aufs Neue verführen lassen – ohne nach ihrer genauen Herkunft zu fragen, nach ihrer Substanz, ihrem Sinn und Zweck. Jenseits unseres Verlangens nach schneller Befriedigung scheinen wir immer weniger in der Lage zu sein, unsere im wahrsten Sinne (tat-)sächlichen Bedürfnisse zu hinterfragen; was dazu führt, dass Menschen Dinge nicht mehr konsumieren, sondern nur kaufen und ungenutzt wegschmeißen (↗ S. 102). Die absurde Folge ist, dass entweder immer mehr überfunktionalisierte Produkte entstehen (↗ S. 74) oder Dinge allein aus ökonomischen Erwägungen und politischem Kalkül überhaupt nicht mehr angegangen werden oder aus Achtlosigkeit schlichtweg in Vergessenheit geraten (↗ S. 98).

Kontext Im Goetheschen Sinn Arme wären wir aber nur dann, wenn wir den Hyperfeatures, dem Opportunismus und der Apathie nichts entgegenzusetzen hätten. Und erfreulicherweise ist dies nicht der Fall: aus Nischen heraus (↗ S. 70), mit einem gewissen Augenzwinkern (↗ S. 78) oder sich in Erinnerung rufend, wie viel Kluges schon einmal gedacht, gesagt und getan worden ist (↗ S. 104). Dieser Background begegnet uns übrigens auch, wenn wir uns mit dem Design in anderen Ländern beschäftigen, wie in dieser Ausgabe im Rahmen des Länderschwerpunktes Litauen (↗ S. 36), mit Hongkong (↗ S. 20) oder mit der aktuellen World Design Capital Taipei (↗ S. 24). Zwar interessiert uns in der Redaktion und – so hoffen wir – auch Sie als Leser in erster Linie das jeweils Spezifische des Anderen; gleichzeitig erfahren wir aber immer auch etwas über uns selbst, denn oftmals werden Länder, Unternehmen und auch Medien als nachahmenswerte Vorbilder genannt, in denen die Designorientierung traditionell besonders ausgeprägt ist. Mit dieser Vorbildfunktion verantwortlich umzugehen, bedeutet auch, die eigenen Positionen und Entwicklungen immer wieder kritisch zu hinterfragen.

Situation Kaum ein Produkt ist heute ohne Digitalisierung denk- und produzierbar. Entweder, weil es dank integriertem Prozessor und Interface an sich schon ein analog-digitales Mischding ist (↗ S. 12), oder weil seine Produktion und sein Vertrieb ohne Algorithmen nicht mehr realisierbar sind (↗ S. 14). Heather Martin spricht in diesem Zusammenhang von einem zunehmenden Bedarf an hybriden Designern (↗ S. 83). Gemeint ist damit eine Sensibilisierung gegenüber neuen Entwicklungen, beispielsweise interaktiven Dienstleistungen oder lokalen Anforderungen (↗ S. 88). Daraus die Notwendigkeit abzuleiten, das Design unter dem Vorwand der Spezialisierung immer mehr zu zergliedern, wäre allerdings das falsche Signal. Ein Design, das nicht transformiert, soziale und nachhaltige Belange außer Acht lässt oder ohne spekulatives Moment auszukommen glaubt, ist ohnehin kein Design.

In diesem Sinne bleiben wir gerne ein Designmagazin. Nichts mehr und nichts weniger.

Stephan Ott, Chefredakteur

Design To gold they tend, / On gold depend, / All things! Oh, poverty! sighs Margarete in Goethe's Faust, seduced by the "thinglets" foisted on her by Mephistopheles. And it is by such thinglets that we allow ourselves to be seduced time and time again – without asking where they come from, what they're made of, what they're for. Beyond our hunger for quick gratification, we seem to be increasingly unable to question our real material needs – with the result that people no longer actually consume things, but just buy them and throw them away without even using them (↗ p. 102). The absurd consequence is that, on the one hand, more and more over-functionalised products are created (↗ p. 74) while, elsewhere, new things are left undone or past achievements are simply forgotten due to economic and political choices (↗ p. 98).

Context The poverty referred to by Goethe's Margarete, however, would only afflict us if we had nothing with which to counter the hyper features, the opportunism, and the apathy. And happily, this is not the case: the response comes from niches (↗ p. 70), with a twinkle in the eye (↗ p. 78), or by recalling how many ingenious things have been thought, said or done in the past (↗ p. 104). This background is also present when dealing with design in other countries, as in this issue with our focus theme Land of Design Lithuania (↗ p. 36), Hong Kong (↗ p. 20), and the current World Design Capital Taipei (↗ p. 24). Although our main interest as editors – and we hope the same applies to our readers – is in the specific qualities of the other, we can also always learn something about ourselves, as such features often name countries, companies, and media as role models with a long design tradition. Dealing responsibly with this status as a role model also means constantly questioning one's own positions and developments.

Situation Today, a digital-free product is almost unthinkable – either because it is already an analogue-digital mix thanks to integrated processors and interfaces (↗ p. 12) or because its production and distribution are no longer possible without algorithms (↗ p. 14). In this context, Heather Martin discusses the growing demand for hybrid designers (↗ p. 83), by which she means a sensitivity to new developments such as interactive services or local requirements (↗ p. 88). It would be wrong, however, to see this as evidence of a need for design to be further subdivided in the name of specialisation. Design that does not transform, that ignores sustainability and social concerns, or that imagines itself able to do without a speculative dimension, is not design in any case.

In this spirit, we are glad to remain a design magazine. Nothing more and nothing less.

Stephan Ott, Editor-in-Chief

## Magazine

### [/magazine/form264](#)

Drei ausgewählte Beiträge aus dem Heft mit zusätzlichem Bildmaterial können Sie online lesen.

**You can read three selected articles from the magazine with additional visuals online.**

➤ Generative Mode / Generative Fashion

➤ Designszene Litauen / 16 Personalities

➤ Wanted: Hybrid Designers

### [/magazine/form264/linklist](#)

Hier finden Sie alle Links dieser Ausgabe.

**Here you will find all links for this issue.**



### [/dossiers](#)

Die im Heft mit dem unten aufgeführten Icon markierten Artikel werden auf unserer Webseite in der Rubrik Dossiers erweitert.

**On our website at Dossiers you find further content to the articles in the magazine marked with the icon below.**

➤ Set Up and Play

➤ Verkehrte Welt / Upside Down

➤ Designszene Litauen / 16 Personalities

➤ Wanted: Hybrid Designers

www.

## Events

Während der Munich Creative Business Week (➤ form 263, S. 26) vom 20. bis zum 28. Februar 2016 liegen aktuelle Ausgaben bei verschiedenen Veranstaltungen in der Alten Kongresshalle, auf der Internationalen Handwerksmesse und im Showroom der Wiedemann Werkstätten in München aus. Am 23. Februar 2016 zu MCBW Start Up sind wir zudem mit einem Stand in der Alten Kongresshalle vertreten. Vom 14. bis zum 16. April 2016 finden Sie unsere Hefte außerdem auf der ING Conference in Dubai.

**The latest issues will be on display at various events in the Old Congress Hall during Munich Creative Business Week (➤ form 263, p. 26) from 20 to 28 February 2016 and also at the Internationale Handwerksmesse, the leading trade fair for craft trades, and in the showroom of the Wiedemann Werkstätten in Munich. On 23 February 2016, we are present with a stand at MCBW Start Up in the Old Congress Hall. From 14 to 16 April 2016 our magazines can also be found at the ING Conference in Dubai.**

## 8 Set Up and Play

Ulysses

Cosmos

Mr B

Lelu trifft GT Eesti / Lelu Meets GT Eesti

## 12 UpCycling

Revolights Eclipse+

BeeLine

Nello by Odo Fioravanti

Boncho by Vanmoof

## 14 Generative Mode / Generative Fashion

ShareSchal

PixelWeaver

New Balance

Unmade

Dot One

## 18 Verkehrte Welt / Upside Down

RescEU

KAZbrella

Patrick Tresset

## 20 Hongkong/Hong Kong

Police Married Quarters

M+

Comix Home Base

Business of Design Week

## 24 Fairs

World Design Capital Taipei

## 28 Agenda

Exhibitions, fairs, festivals, events, conferences, symposia and competitions

# Focus

## 38 Kosmopolitische Spuren On Lithuanian Design

Text: Karolina Jakaitė

Nationale Klischees versagen unter Umständen bei dem Versuch, die Komplexität von Kultur und Menschen abzubilden, und doch scheint in den verschiedenen Objekten wie Stühlen, Leuchten, Kleidungsstücken oder Münzen immer auch etwas der litauische Charakter durch.

**National stereotypes may fail to depict the complexities of culture and people, yet something of the Lithuanian character shines in such disparate objects as a chair, lamp, item of clothing or coin.**

## 42 Designszene Litauen 16 Personalities

Eine Auswahl litauischer Designer aus den Bereichen Grafik-, Produkt-, Mode- und Industriedesign.

**A selection of Lithuanian designers from the areas of graphic, product, fashion, and industrial design.**

## 58 Lithuanian Design Policy

Interviews: Stephan Ott, Franziska Porsch

Audronė Drungilaitė, Geschäftsführerin des Lithuanian Design Forum, und Vizewirtschaftsminister Marius Skarupskas sprechen über die aktuelle und zukünftige Designpolitik Litauens.

**Audronė Drungilaitė, director of Lithuanian Design Forum, and vice minister for economy, Marius Skarupskas, speak about the current and future design policy of Lithuania.**

# Files

## 70 Indie Mags Out of the Niche

Text: Angharad Lewis

## 74 Crowdfunding Oddities Fragwürdiger Erfolg

Text: Peter Maxwell

## 78 Archive Freudentränen? Word of the Year

Text: Jochen Gros

## 83 Discourse Wanted: Hybrid Designers

Text: Heather Martin

## 88 Städte der Zukunft Animal-aided Design

Text: Carl Friedrich Then

## 91 Material Material Collections

Text: Aart van Bezooijen

## 98 Carte Blanche Adonian Chan Untitled Speech

Text: Stephan Ott

## 102 Media

New books, DVDs, magazines, websites and apps

## John Thackara: How to Thrive in the Next Economy Designing Tomorrow's World Today

Text: Sarah Dorkenwald

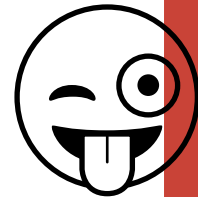
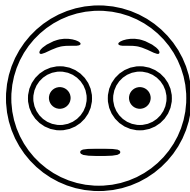
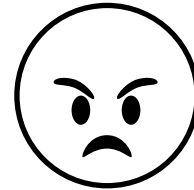
- 3 Editorial
- 109 Imprint/Credits
- 110 Outtakes
- 112 Index
- 114 Preview



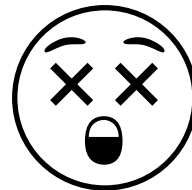
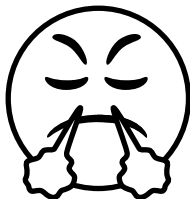
## Freudentränen?



Text: Jochen Gros



## Word of the Year



„Oxford Dictionaries Word of the Year 2015 is ... a tears-of-joy-emoji. That's right – for the first time ever, the Oxford Dictionaries Word of the Year is a pictograph.“<sup>1</sup> Aber was in aller Welt ist an diesem Bildchen so bedeutend? Da ist zunächst einmal seine unglaublich häufige Verwendung und weltweite Verbreitung. Noch bedeutender erscheint jedoch die nun quasi offizielle Wahrnehmung eines Emojis als „Wort“, als Bildwort – sozusagen als neue Hieroglyphe.

### Emojis und andere Bildwörter

Ein Emoji als „Wort“ verändert unseren Blickwinkel. So gesehen können diese Bildchen nicht nur E-Mails, Posts oder Nachrichten illustrieren und emotionalisieren, sie können auch Begriffe visualisieren und repräsentieren. In Japan versteht sich das wohl von selbst. Schließlich bedeutet Emoji wörtlich übersetzt: e=Bild+moji=Schriftzeichen. Da Schriftzeichen in einer Bilderschrift aber nicht ABC-Laute, sondern Wörter bedeuten, übersetzen wir Emoji vielleicht am besten mit „Bildwort“ im Kontext von Bilderschrift.

Doch so, wie wir sie kennen, formulieren Emojis nur eine sehr spezielle Art von Bildwörtern, und alle zusammen entsprechen noch lange nicht dem Anspruch einer wirklichen Bilderschrift. Aber, sie ergänzen in besonderer Weise das Vokabular aller anderen, bereits eingeführten Bildwörter in der Art von Piktogrammen und Icons. Piktogramme sind zunächst einmal vereinfachte Abbilder von Menschen und Gegenständen. Zu verwenden sind sie jedoch, wenn man will, auch als Bildwörter für gegenständliche Begriffe wie „Mann“, „Frau“, „Baum“, „Auto“ und so weiter. Das ist zwar nur die einfachste

Form der visuellen Begriffsbildung, aber aus allen Piktogrammen zusammen entsteht doch schon ein recht ansehnliches Kapitel im Wörterbuch einer jeden Bilderschrift. Icons dagegen, die sich zuerst bei der Bedienung von Computern in Form von Ordnern oder Papierkörben als nützlich erwiesen haben, können zwar aussehen wie Piktogramme, tatsächlich jedoch verstehen wir sie nur nach einem Gedankensprung, das heißt im übertragenen Sinne als anschauliche Metaphern für im Grunde recht abstrakte Sachverhalte. Sowohl Piktogramme als auch Icons gelten nun aber aus ihrer bisherigen Verwendung heraus noch kaum als das, was sie sind, als Kategorien einer Bilderschrift. Wir begreifen sie nach wie vor eher als „Infografiken“, mit denen man Gebäude ausschildert oder Produkte in überwiegend sachlicher Form erklärt. Als Bildwörter dagegen sind Piktogramme und Icons erst zu gebrauchen, wenn man sie auch jedem Einzelnen – so wie Emojis – digital zur Verfügung stellt.

Gleichwohl läuft die nach wie vor dynamische Entwicklung von Piktogrammen, Icons und Emojis zumindest theoretisch auf eine gemeinsame Perspektive hinaus: auf eine „neue Bilderschrift“. Und „neu“ daran ist in der Tat, dass nun bald jeder technisch und ökonomisch dazu in der Lage ist, im Vergleich zu allen früheren Bilderschriften relativ komplexe und daher weitgehend selbstverständliche Bilder in alle möglichen Texte einzuschreiben – so wie Buchstaben und zusammen mit Buchstaben. In seiner ganzen Bedeutung versteht sich dieser Ausblick allerdings erst im Rückblick.

1 Oxford Dictionary, verfügbar unter <http://blog.oxforddictionaries.com/2015/11/word-of-the-year-2015-emoji/> (zuletzt geprüft am 26. Januar 2016).

Translation: Iain Reynolds

“Oxford Dictionaries Word of the Year 2015 is ... a tears-of-joy emoji. That's right – for the first time ever, the Oxford Dictionaries Word of the Year is a pictograph.”<sup>1</sup> But what could possibly make this little image such a big deal? Well, there's its incredibly frequent, global use for one thing. Perhaps even more significant, however, is the fact that the award confers a sort of official recognition on the emoji as a “word”, or at least a picture word – a modern-day hieroglyph, as it were.

### Emojis and Other Pictograms

Describing emojis as “words” changes the way we look at them, making them not just a means of illustrating and emotionalising the text of an email, message or post, but also a form of writing in its own right. In Japan, this notion is probably less new, being encapsulated in the very meaning of the word “emoji”, which comes from “e” for picture and “moji” for character. The characters in a pictorial writing system, however, represent not letter sounds but words, which makes emojis not so much picture characters as “picture words” used in the context of a pictographic script.

On the other hand, emojis in their current guise are a very specific form of picture word, one that falls far short of the criteria for a genuine pictorial writing system. They do, though, represent a significant addition to the already established vocabulary of pictograms and icons. Pictograms are basically simplified representations of people and objects, albeit representations that can also be used as word pictures for physical things

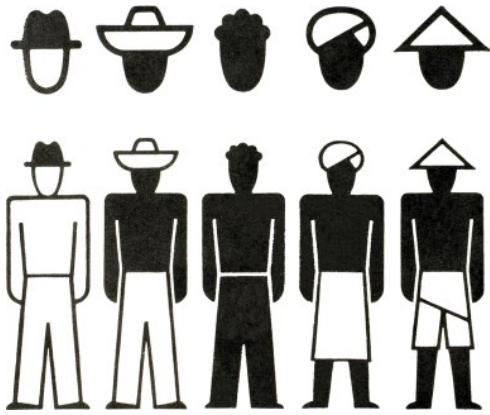
1 Oxford Dictionary, available at <http://blog.oxforddictionaries.com/2015/11/word-of-the-year-2015-emoji/> (last checked 26 January 2016).



Pictograms worker, Isotype “Picture Dictionary”, circa 1932, Otto and Marie Neurath Isotype Collection, University of Reading



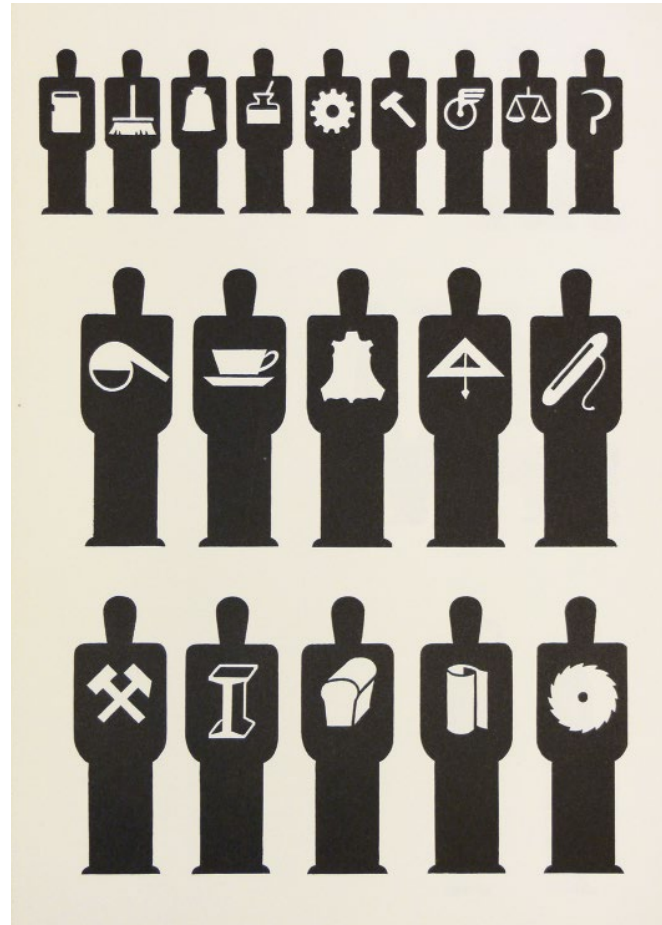
Gerd Arntz, Isotype linocut and print, 1930s, archive Gemeentemuseum The Hague, photo: Max Bruinsma



Gerd Arntz, Isotype symbol, 1930s, archive Gemeentemuseum The Hague



Pictograms woman, Isotype "Picture Dictionary", circa 1930, Otto and Marie Neurath Isotype Collection, University of Reading



Pictograms men, The Hague's "Symbolen voor onderwijs en statistiek" [symbols for education and statistics], circa 1979, Nederlandse Stichting voor Statistiek, The Hague

### Zur Vorgeschichte des „Pictorial Turns“

In unserer langen, mit Büchern und in Bildern belegten Geschichte hat die Dialektik von Wort und Bild, von Schrift und Bilderschrift, von Sachlichkeit und Emotion bekanntlich schon vielfach zu religiösen, im byzantinischen Bilderstreit des achten und neunten Jahrhunderts sogar zu kriegerischen, und im Vorfeld der Moderne immer noch zu erbitterten Auseinandersetzungen geführt – nach denen das Pendel jedoch immer weiter in Richtung Abstraktion und Sachlichkeit ausschlug. Nicht nur am Bauhaus, auch im Sprachgebrauch.

Vor diesem Hintergrund eröffnet sich heute jedoch eine noch nie dagewesene Chance. Denn wenn wir erst einmal beides, Schrift und Bilderschrift, fast mühe- und kostenlos in eine Zeile schreiben, dann sind womöglich auch die uralten Gegensätze von Wort und Bild, von Sachlichkeit und Emotion in ihrem Kernbereich, der Sprache, unter einen Hut zu bringen. Zu dieser Vision gehört nun aber auch ein erneutes Interesse an beiden Seiten der Medaille, also auch am vielfach schon vergessenen Widerstand gegen die historische Verdrängung der Sinnbilder bis hin zum Ornamentverbot. Nehmen wir zum Beispiel

such as “man”, “woman”, “tree”, “car”, etc. Although this is merely the most basic form of visual expression, all these pictograms together would add up to a sizeable chapter in the lexicon of any pictorial writing system. Icons, which first became useful with the operation of computers such as folders and trash cans, on the other hand, might resemble pictograms but actually are symbols for which we have to make a mental leap; in other words, they are easily understandable metaphorical representations of what are essentially rather abstract concepts. In the case of both pictograms and icons, however, their practical usage to date means that we barely see them for what they actually are, namely categories of a pictorial writing system. Instead, we still regard them as “infographics” that are useful for signage or for chiefly emotionless explanations of products. If pictograms and icons are to be used as picture words, they need to be available in digital form to every individual – as is the case with emojis.

Nonetheless, the rapid changes in pictograms, icons, and emojis seem, at least in theory, to be moving in one particular

direction: towards the establishment of a “new pictorial writing system”. What is indeed “new” here is that, before long, it will be technically and economically feasible for anyone to insert what are, compared to earlier pictorial writing systems, relatively complex and therefore largely self-explanatory pictures into all kinds of text – using them together with letters and in much the same way. The full significance of this, however, is something that will only become apparent with hindsight.

### The “Pictorial Turn”

In our long history much documented in books and pictures, the dialectics of words and images, of letter- and picture-based writing systems, of rationality and emotionality, has, as we know, repeatedly resulted in religious disputes and, as in the case of the Byzantine iconoclasm of the eighth and ninth centuries, occasionally even in violence. Indeed, disputes over these opposing forces remained bitterly fought right up until the latter days of the pre-modernist era, after which the pendulum began to swing increasingly towards abstraction and rationality,

Jean Paul (1763–1825), den deutschen Dichter, der zu seiner Zeit mehr gelesen wurde als seine Zeitgenossen Goethe und Schiller. Denn während die damals tonangebende Ästhetik und Linguistik grundsätzlich alle, also auch alle wörtlichen Metaphern, als „unsachlich“ und sogar als „Lüge“ diffamierte, bestand Jean Paul erst recht auf eigenwilligen Metaphern, auf einer „Bildersprache“, die unsere in Abstraktion erstarrte Sprache wieder beleben sollte: „Jetzo durch die Übung der geistigen Springfüße, durch das leichtere Verbinden aller Ideen, durch den Tauschhandel in allen Teilen des Gehirns muss die Welt zuletzt mit kühnen Bildern aufhören, wie sie anfang.“<sup>2</sup>

Grafisch formuliert wurde das Projekt einer „neuen Bildersprache“ aber erst vor rund 100 Jahren, als Otto Neurath und Gerd Arntz nicht nur bahnbrechende Piktogramme entwickelten, sondern damit auch eine sogenannte „Bilderhilfsschrift“ vorstellten. Zudem bekannte Neurath trotz verschiedener Anfeindungen (zum Beispiel aus dem Werkbund): „Da ich persönlich von Hieroglyphen und anderen Arten von Bilderschrift tief beeindruckt bin, zögere ich nicht, meine Tätigkeit [...] als Renaissance der Hieroglyphen zu beschreiben.“<sup>3</sup> Dann kam der Computer und Autoren wie Timothy Leary und Vilém Flusser entwickelten noch viel weitreichendere Visionen. So prophezeite Flusser tatsächlich schon einen allgemeinen „Übergang von den alphabetischen zu bildhaften Codes.“<sup>4</sup> Aber das war noch reine Theorie, extrapoliert allein aus einer grundlegend neuen technischen Logik. William John Thomas Mitchell dagegen diagnostizierte nur wenige Jahre später bereits aufgrund vielfältiger Beobachtungen in der Kunst und in den Medien einen „Pictorial Turn“<sup>5</sup>, eine im digitalen Zeitalter wieder allgemein zunehmende Bedeutung der Bilder, des visuellen Denkens und Kommunizierens. In dieser bildtheoretischen Betrachtung spielten allerdings gestalterische Projekte, wie das einer „neuen Bilderschrift“, noch keine Rolle. Und so ist es heute wohl weniger ein Verdienst von Dichtern und Denkern, wenn aus einer ganz anderen Sphäre heraus ein putziges Bildchen auftaucht und zum „Wort“ des Jahres gekürt wird. Diese Kür erscheint vielmehr als herausragendes Anzeichen für eine globale Grassroot-Bewegung in der Art, wie sich Sprachen nun einmal entwickeln, bevor man sie studiert und kultiviert. Eine ganz besondere Rolle spielt in diesem Zusammenhang aber schon von Anfang an die grafische, oder besser gesagt, die typografische Gestaltung der Bildwörter, vom Piktogramm bis zum Emoji.

### **Typografie mit zusätzlicher Bedeutung**

Selbstverständlich eröffnet die grafische Gestaltung von Bildwörtern wesentlich größere Spielräume, als die Typografie der Buchstaben. Und doch erscheinen zum

Beispiel die Emojis in ihrer typischen Form als Mondgesichter heute bereits weitgehend festgelegt und in ihren Möglichkeiten ausgereizt. Zusätzliche Bedeutung ist hier nur zu formulieren, wenn zum Beispiel die Mimik von Emojis mit der Körpersprache von Piktogrammen verbunden wird – selbst wenn sich dadurch der Zeilenabstand vergrößert. (In den so entstehenden Zwischenraum passen dann auch noch wesentlich komplexere, vielsagendere Bilder.) Die Frage ist nun, ob wir Emojis weiterhin nur aus mehr oder weniger gut sortierten Menüs herausklauben sollten? Schließlich sind Bildwörter viel einfacher mit Wörtern aufzurufen und in den Text einzuschreiben, so wie man in China einen alphabetischen Wortlaut (Pinyin) eintippt und damit zugleich bildhafte Zeichen generiert. Diese Zeichen oder Bilder müssen dann allerdings in einem Buchstaben- und Bilder-Font tausendfach zur Verfügung stehen. Technisch wäre das natürlich auch bei uns kein Problem, doch auf die Einführung solcher Fonts müssen wir wohl noch eine Weile warten. Mit einer ganz anderen Technologie können wir dagegen heute schon alle möglichen Bildwörter auch ohne Menüs und Fonts digital aufzeichnen. Diese Entwicklungslinie beginnt mit dem Touchscreen und mit immer mehr Apps, die inzwischen nicht nur eine „digitale Renaissance der Handschrift“ ermöglichen, sondern auch eigenhändiges Zeichnen und Malen<sup>6</sup>.

### **Ein erneuter Anfang mit Bilderhandschrift**

Tatsächlich ist es noch gar nicht so lange her, dass wir mit Smartphones und iPads auch einen Touchscreen in die Hand bekommen haben. Und nun können wir mit Apps wie Upad und NotesHelf nicht nur digitale Tagebücher, sondern zum Beispiel auch E-Mails eigenhändig schreiben und mit dem Finger oder einem Stift selbst illustrieren. Seit iOS9 funktioniert das auch mit den ins Apple-Betriebssystem eingebauten Notizen. Und demnächst können wir vermutlich sogar in allen E-Mail-Programmen mit der Hand schreiben und zeichnen, so wie heute schon in Gmail. Wer nun aber erst einmal eine E-Mail mit der Hand schreibt, der kann auch Strichgesichter, selbst kritzeln. Aber nicht nur Strichgesichter auch Strichmännchen und -weibchen sind keine Kunst. Und selbst krakelige Versionen können eine persönliche Nachricht noch bedeutsamer, auf jeden Fall aber individueller auszeichnen. Alles in allem

- 2 Beate Allert, *Die Metapher und ihre Krise. Zur Dynamik der ‚Bilderschrift‘ Jean Pauls*, New York: Peter Lang, 1987.
- 3 Otto Neurath, *Gesammelte bildpädagogische Schriften*, Bd. 3, Wien: Hölder-Pichler-Tempsky, 1991.
- 4 Vilém Flusser, *Ins Universum der technischen Bilder*, Göttingen: European Photography, 1985.
- 5 William John Thomas Mitchell, *The Pictorial Turn*, in: *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago: University of Chicago Press, 1994.
- 6 Jochen Gros, Font Shop, „Tod der Handschrift? Von wegen...“, verfügbar unter <http://www.fontshop.de/fontblog/tod-der-handschrift-von-wegen/> (zuletzt geprüft am 23. Dezember 2015).

and not just in the designs of the Bauhaus but in language use, too.

In this context, the current situation represents an entirely new opportunity. After all, if letter- and picture-based writing systems can be incorporated in the same line with very little effort and at no cost, then we could see the age-old antithetical relationship between words and pictures, between rationality and emotionality, reconciled in the key arena of language. For this to happen, though, there needs to be a renewed interest in both sides of the coin, including in the often forgotten resistance to the historical antipathy towards symbolism, up to and including the anti-ornament attitudes of modernism. In people such as Jean Paul (1763–1825), the German poet whose work was, in its day, more widely read than that of his contemporaries Goethe and Schiller. While the then prevailing aesthetic and linguistic current rejected all metaphors on principle, even written ones, disclaiming them as “non-rational” and even “lies”, Jean Paul insisted on using them liberally and idiosyncratically, championing a new “picturesque language” that would reinvigorate a tongue that had become stale with abstraction, writing for instance that “given the exercise of the mind’s spring heels, the increased ease with which all ideas may be combined, the interexchange between all parts of the brain, the world must surely end as it began: with bold pictures.”<sup>2</sup>

It wasn’t until around 100 years ago, however, that the idea of a new “picture-based language” gained a graphical form, when Otto Neurath and Gerd Arntz not only developed groundbreaking pictograms but also presented them as a complete pictorial “helping language”. Despite hostility from various quarters (including the Werkbund), Neurath publically acknowledged: “As I am under the deep impression of hieroglyphs and other forms of pictorial writing I do not hesitate to describe my work [...] as the renaissance of hieroglyphs.”<sup>3</sup> With the rise of computers, writers such as Timothy Leary and Vilém Flusser then developed much more far-reaching visions, the latter even prophesying a general move away from alphabet-based languages towards pictorial codes<sup>4</sup>, although that was little more than a theory extrapolated from a fundamentally new technical logic. Just a few years later, however, William John Thomas Mitchell, in writings informed by wide-ranging observations on art and the media, identified what he dubs a “pictorial turn”<sup>5</sup>, pointing to the renewed general

- 2 Beate Allert, *Die Metapher und ihre Krise. Zur Dynamik der ‚Bilderschrift‘ Jean Pauls*, New York: Peter Lang, 1987.
- 3 Otto Neurath, *Gesammelte bildpädagogische Schriften*, Vol. 3, Vienna: Hölder-Pichler-Tempsky, 1991.
- 4 Vilém Flusser, *Ins Universum der technischen Bilder*, Göttingen: European Photography, 1985.



ist jetzt wohl anzunehmen, dass sich das Vokabular allgemein verständlicher Bildwörter mit unterschiedlichen Techniken und in vielfältigen Formen auch weiterhin, so wie bisher, entwickelt und verbreitet. Eine „neue Bilderschrift“ allerdings, von der kann eigentlich erst die Rede sein, wenn man damit anfängt, Bildwörter zu kombinieren, wenn Zusammenhänge ersichtlich werden, wenn sich visuelle Sätze herausbilden – mehr oder weniger nach dem Vorbild der ägyptischen und chinesischen Grammatik.

### Visuelle Grammatik – selbstverständlich

Wer Wörter formuliert, der bildet gewöhnlich auch Sätze, und das erfordert zumindest implizite grammatische Regeln. Im Hinblick auf unsere Bildwörter, Piktogramme, Icons und Emojis, zeigt sich dafür jedoch zurzeit, allem Anschein nach, noch kein nennenswerter Bedarf. Dabei liegen die Grundzüge einer visuellen Grammatik auf dem heutigen Stand der Technik schon fast auf der Hand. So zum Beispiel visualisieren aus dem Comic bekannte „Speedlines“ oder Animationen nach dem Muster des Daumenkinos eine Bewegung. In einer Bilderschrift wäre damit aber auch eine Figur wie selbstverständlich als Tätigkeitswort, das heißt als Verb, zu veranschaulichen. Genauso selbstverständlich wären zum Beispiel Personalpronomen mit piktografierten Fingerzeigen für „Ich“ und „Du“ zu visualisieren, man könnte den Plural unter anderem, wie im Chinesischen, mit verdoppelten Bildern darstellen. Kurz: Über unsere selbstverständlich gewordenen Bildwörter hinaus könnte sich unter den heutigen Bedingungen durchaus auch eine visuelle Grammatik wie von selbst herausbilden.<sup>7</sup> Und wer mag da noch kategorisch ausschließen, dass wir mit einer „neuen Bilderschrift“ am Ende doch noch mehr anzufangen wissen, als nur Haikus zu illustrieren oder die zehn Gebote zu übersetzen?

7 Jochen Gros, *Pictoperanto: Pictograms, Icons, Pictorial Fonts*, Norderstedt: Books on Demand, 2011.

- Jochen Gros hat von 1974 bis 2004 als Professor für Designtheorie an der HfG Offenbach gelehrt und begleitete verschiedene Forschungsprojekte zur Theorie der Produktsprache sowie zur Verwendung von computer-gesteuerten Werkzeugen. Er hat als freier Autor unter anderem für Fachzeitschriften wie *form*, *Designreport*, *Domus*, *Bauwelt* und *Page* geschrieben und zudem eigene Bücher veröffentlicht.

emphasis on pictures, on visual thinking and communication, brought about by the digital age. These reflections on picture theory, however, made no mention at all of designed projects, such as the establishment of a “new pictorial writing system”, meaning these writers and thinkers can hardly claim the credit when a cute little pictogram comes out of an entirely different field and goes on to be named “word” of the year. Instead, this award is a prime example of a grass roots shift in language use that happens even before it is studied and cultivated, one in which the graphic, or rather typographic, design of picture words of all kinds, from pictograms to emojis, plays a key role from the outset.

### Typography Plus Meaning

Word pictures, of course, offer graphic designers far more scope than typographic letters. And yet, already, the form of emojis with their familiar moon-shaped faces seems to be pretty well defined and its possibilities more or less exhausted. Additional meaning can only be generated if, for example, the facial expressions of emojis are combined with the body language of pictograms – even though this might well require greater line spacing (space that could also be used for even more complex and expressive pictures). The question is, however, whether we should then still be selecting our emojis from well- or not-so-well-stocked menus? It is, after all, far easier to generate word pictures by typing the appropriate words, much as the Chinese are able to use the Latin alphabet to enter transcriptions of Chinese words (Pinyin) and thus generate the corresponding Chinese characters. These characters or pictures, however, need to be made widely available in a font that combines letters and pictures. Technically, that could be done over here, too, but it seems we will have to wait a while longer for the introduction of such fonts. We can, though, already use an entirely different kind of technology to digitally draw all manner of picture words without the recourse to menus and fonts. This line of development began with the touchscreen and is being fuelled by a growing number of apps, apps that are not only paving the way for a “digital renaissance in handwriting” but also allowing users to draw and paint by hand.<sup>6</sup>

### Pictorial Writing Goes Digital

In fact, it’s only fairly recent that we have been able to carry around our own personal touchscreens thanks to smartphones and iPads, but, already, apps such as *Upad* and *Notes* mean we cannot only keep digital diaries on them but also use them to write handwritten emails and to illustrate emails using either a finger or a stylus. Since the launch of iOS9, users of Apple’s native *Notes*

app have been able to do the same. And with Gmail already allowing users to handwrite and draw, presumably it won’t be long before every other email program follows suit. Users who already handwrite their emails, meanwhile, can also draw their own smileys – and not just smileys: stick figures, too, can be added with ease. And even untidy versions can lend a message extra weight and will assuredly make it seem more personal. All in all, we can probably assume that the vocabulary of widely understood picture words will continue to grow and spread, using different technologies and taking various forms. We can, though, only really think in terms of a “new pictorial language” when we start combining picture words, when connections can be visualised, when the individual elements can be used to form sentences – more or less in the manner of Egyptian and Chinese grammar.

### Visual Grammar – The Logical Next Step

When we form words, we generally also form sentences, and that requires at least an implicit form of grammatical rules. With regard to word pictures, pictograms, icons, and emojis, however, there seems to be little demand for such a thing at present. And yet the basics of a visual grammar are already within reach using today’s technology. With comics’ “speed lines” and animations of the flick book kind both already clearly communicating movement, it is, for instance, easy enough to imagine how figures in a pictorial writing system might represent such actions and thus visualise verbs. It would be equally easy to visualise personal pronouns like “me” and “you” via pointed finger pictographs, while plurals could, as in Chinese, be represented by multiplying symbols. In short: given the means already available, adding a visual grammar to our now ubiquitous pictograms would be a natural next step.<sup>7</sup> And who’s to say that this new pictorial writing system wouldn’t, in fact, be good for more than just illustrating haikus, or translating the Ten Commandments?

5 William John Thomas Mitchell, *The Pictorial Turn*, in: *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago: University of Chicago Press, 1994.

6 Jochen Gros, *Font Shop*, “Tod der Handschrift? Von wegen ...”, available at <http://www.fontshop.de/fontblog/tod-der-handschrift-von-wegen/> (last checked on 23 December 2015).

7 Jochen Gros, *Pictoperanto: Pictograms, Icons, Pictorial Fonts*, Norderstedt: Books on Demand, 2011.

- Professor of design theory at the HfG Offenbach from 1974 to 2004, Jochen Gros has overseen a variety of research projects on the theory of product language as well as the use of computer-aided tools. He has contributed to specialist magazines such as *form*, *Designreport*, *Domus*, *Bauwelt* and *Page* as a freelance writer and also authored publications of his own.

# form

Design Magazine  
Established 1957

Verlag form GmbH & Co. KG  
Holzgraben 5  
60313 Frankfurt am Main  
T +49 69 153 269 430  
F +49 69 153 269 431  
redaktion@form.de  
form@form.de  
form.de

Herausgeber/Publisher  
Peter Wesner

Chefredakteur/Editor-in-Chief  
Stephan Ott (SO)

Redaktion/Editorial Team  
Carolin Blöink (CB)  
(Bildredaktion/Picture Desk)  
Susanne Heinlein (SH)  
(Editorial Design)  
Franziska Porsch (FP)  
Jessica Sicking (JS)  
Marie-Kathrin Zettl (MKZ)

Mitarbeiter dieser Ausgabe / Contributors  
Nijolė Adomavičienė, Aušrinė Augustinaitė,  
Aart van Bezooijen, Artiom Brančel, Adonian  
Chan, Aric Chen, Shikuan Chen, Sarah  
Dorkenwald, Vilnius Dringelis, Audronė  
Drungilaitė, Vytautas Gečas, Simona  
Gluškevičiūtė, Jochen Gros, Karolina Jakaitė,  
Saulius Jarašius, Moses Kang, Kristina  
Kruopienytė, Denis Kuchta, Angharad Lewis,  
Inesa Malafej, Heather Martin, Peter Maxwell,  
Jonė Miškinytė, Denis Orlenok, Tomas  
Ramanauskas, Marius Skarupskas, Karolis  
Strautniekas (Folio, London), Jörg  
Stürzebecher, Carl Friedrich Then, Patrick  
Tresset, Alex Trimmer (Folio, London),  
Monika Vaitkienė, Dziugas Valančauskas,  
Egle Ziemyte, Kotryna Zukauskaitė

Art Direction  
Carolin Blöink  
Susanne Heinlein  
(form.de)  
Sarah Schmitt  
(sarahjaneschmitt.com)

Übersetzung/Translation  
Lisa Davey, First Edition Translation Ltd.  
Nicholas Grindell, Berlin  
Susanne Heinlein, Frankfurt am Main  
Franziska Porsch, Frankfurt am Main  
Iain Reynolds, Whaley Bridge  
Bronwen Saunders, Basel  
Jessica Sicking, Frankfurt am Main

Korrektorat/Proofreading  
Jessica Sicking, Frankfurt am Main

Managing Director  
Philipp Wesner

Marketing, Sales  
Melanie Aufderhaar (Praktikum/Internship)  
Franziska Bronold  
Janette Wrzyciel

Creative Director/  
form Editions  
Barbara Glasner

Anzeigenleitung/Head of Advertising  
Peter Wesner  
T +49 69 153 269 446  
F +49 69 153 269 447  
peter.wesner@form.de

Leserservice/Subscription Service  
Verlag form GmbH & Co. KG  
abo@form.de

Vertrieb Buchhandel / Distribution Book Trade  
Verlag form GmbH & Co. KG  
buchhandel@form.de

Vertrieb Zeitschriftenhandel /  
Distribution Press Retail  
DPV Network GmbH  
dpv.de

Bezugspreise  
form erscheint sechs Mal im Jahr:  
Februar, April, Juni, August, Oktober,  
Dezember. Jahresabonnement Deutschland  
(inkl. 10,50 Euro Versand und der zurzeit  
gültigen USt. soweit anwendbar): 93,60 Euro;  
Studenten: 66 Euro. Jahresabonnement  
außerhalb Deutschlands (inkl. 29,40 Euro  
Versand zuzüglich der zurzeit gültigen USt.  
soweit anwendbar): 116,40 Euro; Studenten:  
86,40 Euro. Einzelheft Deutschland: 16,90  
Euro (inkl. der zurzeit gültigen USt. soweit  
anwendbar, zuzüglich Versand). Auslands-  
preise auf Anfrage.

Subscription Prices  
form is published six times a year:  
**February, April, June, August, October,  
December. Annual subscription in Germany  
(incl. 10.50 euros postage and VAT, if applic-  
able): 93.60 euros; students: 66 euros.**  
**Annual subscription outside Germany (incl.  
29.40 euros postage plus VAT, if applicable):  
116.40 euros; students: 86.40 euros.**  
**Single issue (Germany): 16.90 euros (excl.  
postage and incl. VAT, if applicable).**  
**International prices available on request.**

Konditionen für Mitglieder  
Mitglieder folgender Verbände erhalten  
20 Prozent Rabatt auf das Jahresabonnement  
(Grundpreis): aed, AGD, BDG, DDC, DDV,  
Descom Designforum RLP, Designerinnen  
Forum, DJF, Hessen Design, Icoagrada,  
ICSID, IDSA, IF, TGM, VDID.

Conditions for Members  
Members of the following associations  
are eligible for a 20 per cent discount on an  
annual subscription (basic price): aed, AGD,  
BDG, DDC, DDV, Descom Designerforum RLP,  
Designerinnen Forum, DJF, Hessen Design,  
Icoagrada, ICSID, IDSA, IF, TGM, VDID.

Lithografie und Druck /  
Separation and Printing  
printmedia-solutions GmbH,  
Frankfurt am Main  
printmedia-solutions.de

Basislayout (Relaunch 2013)  
Michael Heimann und Hendrik Schwantes  
heimannundschwantes.de

Papier/Paper  
Novatec matt (300 g/m<sup>2</sup>)  
Claro Bulk (115 g/m<sup>2</sup>)  
BVS (150 g/m<sup>2</sup>)

Schriften/Fonts  
Theinhardt, Optimo  
Academica, Storm Type

ISBN: 978-3-943962-21-5  
ISSN: 0015-7678

© 2016 Verlag form GmbH & Co. KG

**form** Gegründet 1957 als „form – Internatio-  
nale Revue“ von Jupp Ernst, Willem Sandberg,  
Curt Schweicher und Wilhelm Wagenfeld.  
1972–1998 als „Zeitschrift für Gestaltung“  
von Karl-Heinz Krug fortgeführt.  
**Founded as “form – Internationale Revue”  
in 1957 by Jupp Ernst, Willem Sandberg, Curt  
Schweicher and Wilhelm Wagenfeld. Con-  
tinued 1972–1998 as “Zeitschrift für Gestal-  
tung” by Karl-Heinz Krug.**

Diese Ausgabe der Zeitschrift form, einschließlich aller  
ihrer Teile und Beiträge, ist urheberrechtlich geschützt.  
Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheber-  
rechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen  
schriftlichen Zustimmung des Verlages. Dies gilt ins-  
besondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Über-  
setzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung  
und Verarbeitung in elektronischen Systemen.  
Trotz sorgfältiger Recherchen konnten nicht alle Rechte  
inhaber der verwendeten Fotos einwandfrei ermittelt  
werden. Falls ein Foto ungewollt wiederrechtlich verwendet  
wurde, bitten wir um Nachricht und honorieren die  
Nutzung im branchenüblichen Rahmen.

**This issue of form magazine, as a whole and in part, is  
protected by international copyright. Prior permission  
must be obtained in writing from the publishers for  
any use that is not explicitly permissible under copyright  
law. This applies in particular to duplications, processing,  
translations, microfilms, storing contents to memory  
and processing in electronic form.**  
**Despite intensive research, the publishers have been  
unable to find all the copyright owners of the featured  
images: Should any image prove to have been unwittingly  
published in breach of copyright, we are prepared to settle  
legitimate claims for fees within the customary guidelines  
for this sector upon receiving the appropriate information.**

Bildnachweis/Picture Credits:  
Cover: Illustration © Kotryna Zukauskaitė Filter: S./p. 6–7  
© Grilli Type, refurbished+ S./p. 8 Ulysses: © LONDJI S.L.,  
photo: Josep Curto; Cosmos: © huzi design, Young Once  
Limited S./p. 9 Mr B: © David Weeks Studio, e15 Design and  
Distributions GmbH S./p. 10 © Grilli Type, refurbished+  
S./p. 12 Revolutigs Eclipse+: © Revolutigs; BeeLine: © Bee-  
Line S./p. 13 Nello by Odo Fioravanti: © Odo Fioravanti  
Design Studio; Boncho by Vanmoof: © Vanmoof S./p. 14  
ShareSchal: © Woolaa, one/one GbR; PixelWeaver: ©  
Sosolimited S./p. 15 New Balance: © New Balance S./p. 16  
Unmade: © Unmade; Dot One: © Dot One S./p. 18 RescEU ©  
RESCUE foundation; KAZbrella: © KAZbrella S./p. 19 Pat-  
rick Tresset: Seoul © photo: Patrick Tresset S./p. 20 Police  
Married Quarters: © photo: Stephan Ott; Home Works, Hong  
Kong On Steps © PMQ MANAGEMENT CO. LTD S./p. 21 M+:  
M+ Hong Kong, park view © Herzog & de Meuron Basel S./p. 22  
Comix Home Base (CHB): © Comix Home Base – Hong  
Kong Arts Centre; Business of Design Week © Hong Kong  
Design Centre S./p. 24 Eatapei in Tent London © World  
Design Capital Taipei 2016 S./p. 25 © World Design Capital  
Taipei 2016 S./p. 26 Valve for Toastliving; Bamboo for Yii,  
Breeze for Yii © Kevin Yu-Jui Chou for Yii, S./p. 28 Ronan and  
Erwan Bouroullec: © Studio Bouroullec; Transformers: Dis-  
arm © Pedro Reyes; Die Entdeckung der Dinge: Joachim  
Fliegner, o.T., um 1995 © Joachim Fliegner S./p. 29 Made in  
Portugal. ColorADD © Miguel Neiva; Brutal schön: 04  
(Magenta Yellow), 2012, C-Print, 70 x 95 cm / 120 x 163 cm  
© Taiyo Onorato & Nico Krebs, RaebervonStenglin,  
Sies+Höke und Peter Lav Gallery; Beauty – Cooper Hewitt  
Design Triennial: Afreaks series © Haas Brothers, Joe  
Kramm / R & Company S./p. 30 Alexander Girard: Miller  
House, Columbus, Indiana, USA, Alexander Girard, 1953–  
1957, photo: Balthazar Korab, courtesy of The Library of  
Congress; Studio Job Mad House: The Birth, 2009 Hand-  
blown stained glass, lead, Indian rosewood © Studio Job,  
photo: Robert Kot S./p. 31 Bike to the Future: Aero Bicycle,  
2015 © Atanas Zhelev, Mariya Korolova, Martino Hutz; Eero  
Aarnio: Pipe Ball chair, 1966 © Eero Aarnio; Undressed:  
Man's top and pants, designed by Sibling, SS 2013 © Victo-  
ria and Albert Museum, London; Der eigene Antrieb: „Der  
eigene Antrieb – oder wie uns das Rad bewegt“, Kunstgew-  
erbemuseum © SKD, design: Pixelgarten – Adrian Nießler,  
Catrin Altenbrand S./p. 32 Bogotà Design Festival: ©  
Bogotà Design Festival BGD; Design Days Dubai: © Marcin  
Rusak; Boston Design Week: New Collectors Opening Night,  
International Poster Gallery, photo: Caitlynn Doocey S./p.  
33 Salone del Mobile: 081 RÉACTION POÉTIQUE, design:  
Jaime Hayon © CASSINA; Designmonat Graz: Design in the  
City, Kokomari © CIS/Podesser; ICFF: © Emerald Exposi-  
tions; OFFF Barcelona 2016: © OFFF Barcelona S./p. 34  
Typo 2016: © Gerhard Kassner Monotype; By Design Con-  
ference 2016 © By Design Conference S./p. 35 Die Schön-  
sten deutschen Bücher: © Stiftung Buchkunst; Designpreis  
der IKEA Stiftung: Simit, Carlota Stürmer; Interieur Awards  
2016: © Biennale Interieur Focus S./p. 36 Illustration © Kot-  
ryna Zukauskaitė S./p. 38 Mom, rocking armchair © Neringa  
Dervinytė S./p. 40 Ku-dir-ka, rocking chair © Paulius Vit-  
kauskas; © Jonas Prapuolenis, photo: Rimantė Ropytė,  
photo: Rimantė Ropytė; Möbel für Hotel "Camayne" in  
Conakry (Guinea), 1962 © Vytautas Beiga S./p. 41 Hoover  
Constellation, vacuum cleaner, 1952 © Techtronic Floor  
Care Technology Limited; Saturnas, vacuum cleaner, 1962;  
Magnetola, Neringa, tape recorder S./p. 43 © D.EFFECT S./p.  
44 Moon in co-operation with Jinghua Luo; A Working  
Desk, Wooden Iron © Aušrinė Augustinaitė S./p. 45 © Newl  
Creative Agency S./p. 46 © Simona Gluškevičiūtė S./p. 47 ©  
Naked Bruce; © Naked Bruce in co-operation with Tomas  
Markevicius S./p. 48 50 Talonai, bank note; Ačiū, first Lithu-  
anian two-euro commemorative coin, design: Liudas Parul-  
skis, Giedrius Paulauskis S./p. 50 © Tadam! Design; Pigeon,  
kick scooter © Ignas Survilas; Morning Trio, Bucket of Light ©

Severija S./p. 51 LT Identity © Studija LT S./p. 52 NO Focus,  
poster; design for American Sales and Marketing Service  
Company; Art Vilnius'15, visual identity; Art Vilnius'15,  
exhibition and environment, photo: by Rytis Seskaitis ©  
Denis Kuchta S./p. 53 My Small Writing Desk and Naive chair  
for Emko; Widen Chair for Ro; Unsealed pattern for  
Rosenthal Studio Line, shape design: Christoph de la Fon-  
taine © etc.etc. design studio S./p. 54 © Vilnius Dringelis S./p.  
55 Branding for „What's Next?“ conference, photos: Greta  
Gedminaitė; Icon for Jonas III and Vaza and Kotryna  
Jogailaitė; Visual reviews of the books, „Hunger“ by Knut  
Hamsun and „Make Enemies & Gain Fans“ by Snask, photo:  
Greta Gedminaitė © Jonė Miškinytė S./p. 56 computer vision  
module for Rubedo Sistemas; City Charge, charging station  
© Saulius Jarašius S./p. 57 Prawn Star for Ethel Vaughn;  
packaging design for Narvesen Kiosks, agency: McCann  
Erickson Astos Dizaina; poster for Sandra Malaskeviciute  
jewellery exhibition © Dziugas Valančauskas S./p. 63 © Kris-  
tina Kruopienytė, photos: Kęstutis Žilionis, model: Sandra  
Gajauskaitė, make up/hair: Tania Popova, stylist: Marius  
Stanevičius, assistant: Jurgita Žaromskytė S./p. 64 © A. Bran  
S./p. 65 © Moses Kang Industrial Design in co-operation  
with Julius Bucellis, Marija Puipaitė S./p. 66 © Denis Orlenok  
S./p. 67 MDF experiments © Vytautas Gečas; © Magnetic  
Mirror for March Design Studio Files S./p. 68 Material-  
Archiv der Zürcher Hochschule der Künste S./p. 70 issue 06,  
issue 00 © The Gourmand S./p. 72 Arctic issue, Megacities  
issue © Weapons of Reason S./p. 73 issue 04–06 © The  
Outpost S./p. 74 Whoop.de.doo © Anna Marešová Designers  
S./p. 75 Floating Record – Vertical Turntable © Gramovox;  
Nebia Shower © Nebia S./p. 76 travel jacket © Baubax S./p.  
77 Tauchsieder mit Induktionstechnik © MIITO S./p. 78 ©  
Sarah Schmitt für Verlag form GmbH & Co. KG S./p. 79 Picto-  
grams Arbeiter/worker, Isotype "Picture Dictionary", circa  
1932 © Otto and Marie Neurath Isotype Collection, University  
of Reading; Gerd Arntz, Isotype linocut and print, 1930s ©  
archive Gemeentemuseum The Hague, photo: Max Bruinsma  
S./p. 80 Gerd Arntz, Isotype symbol, 1930s © archive  
Gemeentemuseum The Hague; Pictograms „Frau“, Isotype  
"Picture Dictionary", circa 1930 © Otto and Marie Neurath  
Isotype Collection, University of Reading; Pictograms „Men-  
schen“, The Hague's "Symbolen voor onderwijs en statistiek"  
[Symbols for Education and Statistics], circa 1970 © Natio-  
landse Stichting voor Statistiek Den Haag S./p. 88 Testent-  
wurf Generalszug Berlin, Schnittansichten © Rupert Schelle  
S./p. 89 Testentwurf Fassadenbetrieuer in München ©  
Rupert Schelle S./p. 90 Testentwurf Fairtree in Croydon,  
London © Rupert Schelle; Broschüre AAD © Grafik: Sophie  
Jahneke; Lebenszyklusdiagramm Rotkehlchen, Grafik: Sophie  
Jahneke S./p. 91 © Sarah Schmitt für Verlag form GmbH & Co.  
KG S./p. 93 © Material Design Lab, Copenhagen School of  
Design & Technology, KEA S./p. 94 Burg Material © photo:  
Raisa Galofre; photo: Aart van Bezooijen S./p. 95 Materials  
and Products Collection, Central Saint Martins College, Lon-  
don, © University of the Arts London, photo: David Braecgir-  
dle S./p. 96 © Institute of Making, London S./p. 97 © Mate-  
rial-Archiv der Zürcher Hochschule der Künste S./p. 99–101  
© Adonian Chan and Chris Tsui Sau Yi, Trilingua design S./p.  
102 © Thames & Hudson Inc. S./p. 105 Radio Star: © Lars  
Müller Publishers, Zürich; Fashioning Value: © Onomatopoe,  
Eindhoven; Kontrolle: © The MIT Press, Cambridge S./p. 106  
The Future Chronicles: © Daniel Kiendl, Volker Toller; Italo-  
modern 2: © Park Books AG, Zürich; Transformation Design:  
© Walter de Gruyter GmbH; Harvard Design Magazine: ©  
2016 President and Fellows of Harvard College, With Pro-  
jects, Inc. S./p. 110 → 10 © Grilli Type → 19 © Patrick Tresset  
→ 22 © photo: Stephan Ott → 64 © A. Bran → 78 Jochen Gros  
→ 41 Titelseite der „Neuen Werbung“, 1959, Grafiker: Werner  
Klemke → 8 © LONDJI S.L., photo: Charles Fargas → 51 © Ila-  
dienā, Rapolas Vosylius, Petras Navickas → Cover, Focus ©  
Kotryna Zukauskaitė S./p. 114 „A million Times“, engineering:  
David Cox, photo: Tim Meier © Humans since 1982