



Booklet zur Diplomarbeit

Katerina Dimitrova
Matrikelnummer: 01574059
Studienrichtung: Grafik und Werbung



**SEESTADT
TOWER**

Wintersemester 2020

Betreuung: Univ.-Prof. Matthias Spaetgens
gemeinsam mit Anthony Guedes, Ingmar Thies
und Eva Buchheim

INHALTSVERZEICHNIS

01. IDEE

1.1 AUSGANGSPUNKT.....	4
1.2 KONZEPT.....	5
1.3 RECHERCHE.....	6
1.4 GESELLSCHAFTLICHE RELEVANZ DES PROJEKTS.....	9
1.5 BEZUG ZUM BEZIRK.....	9
1.6 RÄUMLICHKEITEN.....	10
1.7 AUSWAHL DER KÜNSTLER_INNEN.....	10
1.8 DIE AUSSTELLUNG	12
1.9 KÜNSTLERISCHES EXPOSÉ DER AUSSTELLUNG.....	13

02. DESIGN

2.1 KREATIVE RECHERCHE.....	15
2.2 ERSCHEINUNGSBILD.....	17
2.3 INSPIRATION.....	18
2.4 LOGOS & LAYOUT.....	19
2.5 ZIELGRUPPEN.....	20
2.6 MARKETINGSTRATEGIE.....	21

03. DANKSAGUNG.....	25
---------------------	----

04. BILDVERZEICHNIS.....	26
--------------------------	----

01. IDEE



AUSGANGSPUNKT

Ausgangspunkt für dieses Projekt ist der Wunsch, Kunst für Alle und Jeden zu öffnen, Künstler_innen einen erschwinglichen Arbeitsplatz zu bieten und Kunst mit Menschen zu verbinden. Damit verbunden ist der Gedanke ungenützte und leerstehende Räume zu bespielen. Der Umstand zu weniger Ateliers und zu vieler leerstehender Räume ließ diese Idee wachsen und schöpft aus der Hoffnung diesen in sein positives Kontra kehren zu können. Als Arbeitsplatz für die künstlerische Tätigkeiten werden zwei Räumlichkeiten ausgewählten bildenden Künstlern zur Verfügung gestellt.

KONZEPT

Ich selbst hatte als Künstlerin oft das Problem dass in meinem zwölf Quadratmeter großem Zimmer größere Kunstwerke keinen Platz finden, oder dass ich den Esstisch in der Küche mit Ölfarben zerstört habe. In solchen Momenten habe ich mir schon Gedanken gemacht ein Atelier zu mieten, die aber in Wien ziemlich teuer sind. Als junger Künstler man hat es finanziell besonders schwer. Man kommt ohne einen Nebenjob fast nicht aus und dann ist die Frage „Wie viel Zeit bleibt für die Kunst übrig?“.

So hat sich mein Konzept für das Seestadt Atelier und den Seestadt Tower ergeben. Ich wollte einen Raum, der zuvor keinen grossen Nutzen hatte in ein kostenloses Co-Working Künstler Atelier umwandeln.

Durch einen Bekannten bin ich auf die Seestadt gekommen und konnte die Verantwortlichen von meiner Idee überzeugen. Ich wurde durch den ganz neuen und zukunftsorientierten Stadtteil geführt und mir wurden diverse leere Räumlichkeiten gezeigt. Mir wurde sofort bewusst dass ich den Arbeitsplatz und den Ausstellungsraum trennen will, aber sie sollten dabei trotzdem in nächster Nähe zueinander sein.

Für das Atelier habe ich einen ca. 100 Quadratmeter großen Raum in einem Parkhaus Gebäude ausgewählt und als Ausstellungsraum entschied ich mich für das sogenannte Flederhaus. Das Flederhaus war eines der ersten Gebäude, die in der Seestadt errichtet wurden und genau neben der U-Bahn Halltestelle sollte es Nachhaltigkeit, Kreativität und smarte Architektur symbolisieren.

Bei dem Projekt habe ich nicht nur die konzeptionelle und organisatorische Rolle inne, sondern habe mich auch dazu entschieden es zu meinem Diplomprojekt zu machen und das Erscheinungsbild, Logos, Plakatdesign, Werbung etc. zu gestalten.

Bei der Umsetzung des Projekts im Jahr 2021 werde ich als Projektleiterin auftreten und sowohl für Dokumentation als auch für Publikation zuständig sein.

RECHERCHE

Es gibt mehrere Beispiele weltweit wo nicht genutzte Räumlichkeiten als Platz für zeitgenössische Kunst und kulturelle Produktion wiederverwendet werden.

Zum Beispiel wurde das Atelier Montez' in Rom als Projekt des Künstlers Gio Montez gegründet um den Stadtraum einer ehemaligen Autowerkstatt, die aufgelassen worden war, wiederzueröffnen und die alte Fabrik wurde in ein Atelier für zeitgenössische Kunst umgewandelt. Das Atelier arbeitet mit etablierten Künstlern zusammen, hat Residenzen für internationale Künstler geschaffen und einige Initiativen für jüngere Künstler initiiert.

La Escocesa in Barcelona ist ebenfalls eine alte Fabrik, die von einer Gruppe von Künstlern renoviert, wiedereröffnet und in Betrieb genommen wurde. Die Künstlergruppe hat in den 90er Jahren beschlossen die Nutzung der Fabrik neu zu interpretieren. Ende 2017 begann man damit La Escocesa als offene Fabrik der analogen Schöpfung zu bezeichnen und sie wurde auch für Besucher geöffnet.

Das Creative Cluster ist Wiens größte Künstlerkollektiv-Gruppe. In 2017 hat das Projekt von Künstler und Architekt Karim El Seroui mit der Wiederbelebung der Traktorfabrik in Floridsdorf gestartet. Der Cluster funktioniert wie eine „Leerstandsaktivierung“, bei der die nicht benutzten Gebäude als Arbeitsplatz für das Künstlerkollektiv dienen.

Plus 359 Gallery in Sofia ist eine Galerie für zeitgenössische Kunst, die in im Gebäude eines ehemaligen Wasserturms der 1929 in Sofia errichtet wurde, ihren Platz fand. Der Wassertank des Turms, in dem jetzt verschiedene Video- und Audioprojekte stattfinden, hat ein Volumen von 100 Kubikmetern.

Mox – Katong in Singapur ist ein Co-Working Art Space. Es ist für verschiedene Projekte geeignet, da es mit Laserschneidern, 3D-Druckern, Nähmaschinen, Holzbearbeitungsstationen oder auch Design-Räumen mit Computern ausgestattet ist. Ein Teil davon ist eine Kunsthalle, in der Werke von verschiedenen lokalen und internationalen Künstlern ausgestellt werden.



Atelier Montez' in Italien



La Escocesa in Barcelona



Creative Cluster in Wien



Plus 359 Gallery in Sofia

GESELLSCHAFTLICHE RELEVANZ DES PROJEKTS

In Zeiten, in denen nichts für selbstverständlich gehalten wird, sollte Solidarität und Generativität gefördert werden. Kunst ist in dieser Zeit ein Motor der auf die Kreativität der Anrainer einwirkt, ihr kritisches Denken und ihre Offenheit anregt und sie dazu bringt, Vielfalt als Chance zu sehen. Die zeitgenössische Kunst fördert die soziale Vielfalt und stärkt das positive Image einer gesunden, blühenden Stadt.

Das Ziel ist nicht nur jungen und talentierten Künstlern einen stark benötigten Arbeitsplatz zu geben, sondern auch Leuten die nicht aus der Kunst-Szene kommen eine Austauschplattform und Interaktionsmöglichkeit mit dem Thema Kunst zur Verfügung zu stellen. Dadurch sollen die Beziehungen zwischen Menschen, Gemeinde und Landschaft gestärkt werden.



BEZUG ZUM BEZIRK

In Wien ist ein sehr großer Teil der Kunstszene in den inneren Bezirken (1,3,6,7 Bezirk) konzentriert. Mit diesem Projekt möchte ich diese Grenzen erweitern und einen neuen Treffpunkt zwischen Kunst und der Gesellschaft aufbauen. Das Projekt soll nicht nur Künstler_innen und Kunstinteressierten helfen, sondern auch eine Austauschplattform für eine Gemeinde mit vielfältigem Hintergrund bieten. Darüberhinaus soll es das kulturelle Leben im 22. Bezirk bereichern. Das Ziel ist die Produktion, Innovation und Kommunikation von Kunst und Kultur im 22. Bezirk zu erweitern und Menschen die Möglichkeit bieten einen Bezirk für sich zu entdecken den sie womöglich bisher kaum besucht haben.

RÄUMLICHKEITEN

Dank einer Kollaboration mit Wien 3420 Aspern Development hat sich die Idee von "Seestadt Atelier & Seestadt Turm" ergeben und momentan werden zwei nicht genutzte Räumlichkeiten für den Zeitraum des Projekts zur Verfügung gestellt.

Ein 100 m² großes Loft und ein fünfstöckiger, halboffener Turm in der Seestadt-Aspern werden der Schauplatz des Projektes sein. Das Loft wird 4 Künstler_innen für 4 Monate als Arbeitsatelier dienen und der Turm sollte der perfekte Ort sein um während der finalen Ausstellung die Kunstwerke in Szene zu setzen. Momentan sind diese Lokalitäten nicht in Verwendung und dadurch kann man das Projekt durchaus auch als eine Wiederherstellungsinitiative des öffentlichen Raums bezeichnen. Ziel ist einen angenehmen Arbeitsraum für die Künstler_innen zu schaffen und die urbane Kultur eines neu geschaffenen Viertels zu bereichern.

AUSWAHL DER KÜNSTLER_INNEN

Um möglichst faire Bedingungen für die Auswahl der Künstler_innen zu schaffen wird diese durch eine Jury, die aus Personen von verschiedenen Kunstrichtungen besteht, kuratiert. Während eines Open Calls im Februar 2021 wird es Künstlern mit Wohnsitz in Wien möglich sein sich für das Projekt „Seestadt Atelier & Seestadt Tower“ zu bewerben.

Im März wird die Jury die Künstler_innen auswählen und ab April 2021 kann die künstlerische Arbeit anfangen.



DIE AUSSTELLUNG

Es ist mein Ziel Künstler_innen aus den verschiedensten Kunstrichtungen eine Chance in meinem Projekt zu geben um dem Publikum bei der finalen Ausstellung das ganze Spektrum der Kunstwelt darzubieten.

Ich habe mich dazu entschlossen dem ganzen Projekt ein Thema/Konzept zu geben, damit die Kunstwerke bei der finalen Ausstellung gewissermaßen aufeinander abgestimmt sind.

Ein weiteres Ziel ist es die Künstler untereinander zu einem Diskurs zu bringen, denn jeder wird das Thema auf seine Weise interpretieren, aber vielleicht wird durch den Austausch sogar die Sicht von anderen Künstlern in das eigene Kunstwerk einfließen.



KÜNSTLERISCHES EXPOSÉ DER AUSSTELLUNG

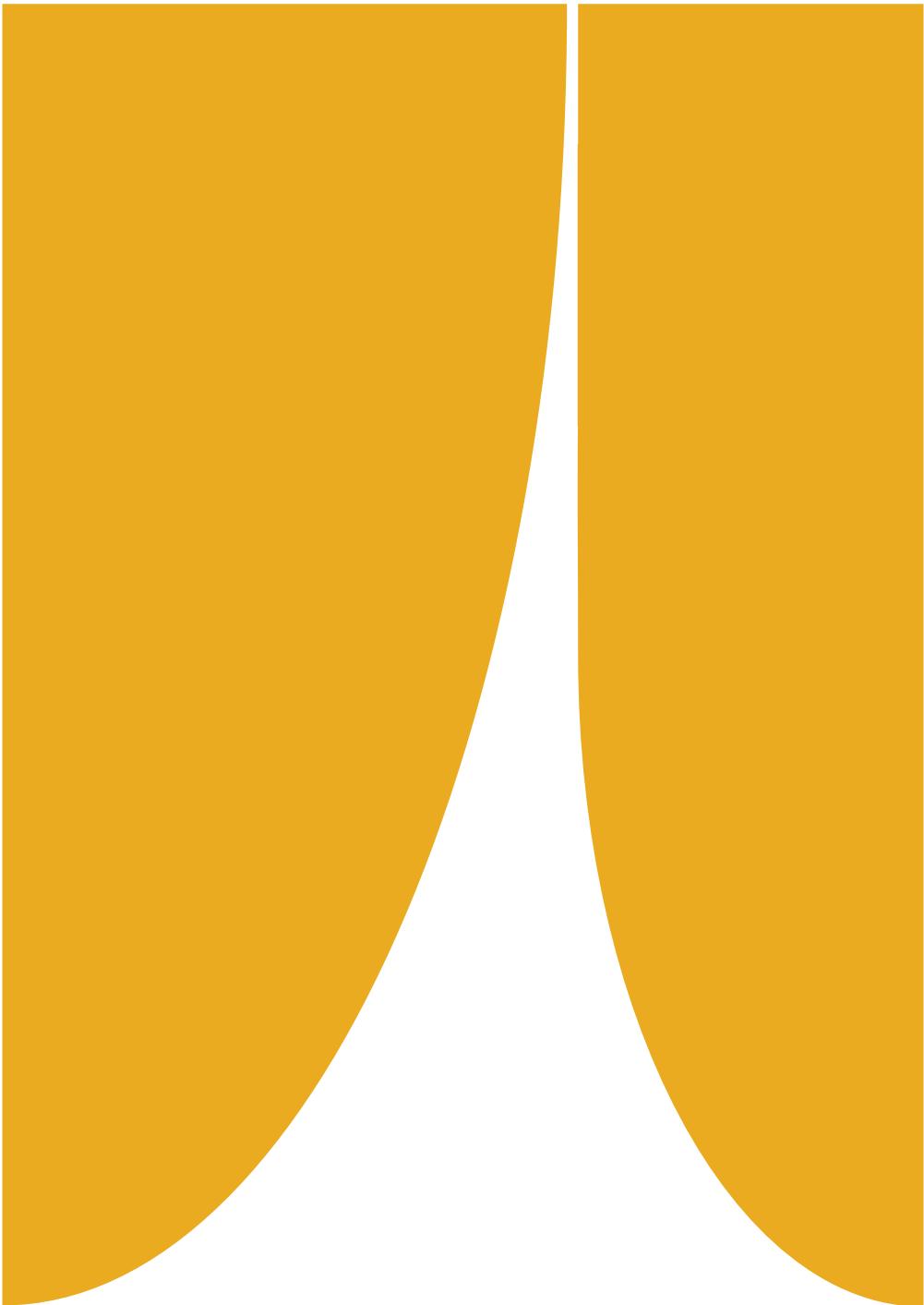
Die Ausstellung "Urban Biodiversity" ist der Höhepunkt eines 5-monatigen Projekts (April - August 2021), das in der Seestadt durchgeführt wird. Es wird sich mit aktuellen ökologischen, natürlichen und sozioökonomischen Fragen befassen und die Stadt als Raum für das Zusammenleben zwischen Menschen und anderen Lebewesen/Pflanzen erkunden. Die ausgewählten Künstler präsentieren Werke aus den Bereichen Zeichnen, Malen, Installationen, Ortsbezogene Kunst, etc.

Die biologische Vielfalt wird häufig herangezogen, um zu messen, wie gesund ein Ökosystem ist. Ein gesundes Ökosystem wird in der Lage sein, eine Vielzahl von Leben zu erhalten. Der Mangel an biologischer Vielfalt in einem Gebiet kann zu vielen Problemen führen, die die Lebensqualität beeinträchtigen. 51% der Weltbevölkerung leben heute in Städten, was uns zu der Frage führen soll: "Wie sieht eine gesunde Beziehung zwischen Natur und Mensch in Städten aus?".

Wir verwenden diesen Schwerpunkt in der Ausstellung und geben den Künstlern die Aufgabe Nachhaltigkeit, biologische Vielfalt, Arten von urbanen Lebewesen, Wassernutzung, Natur als Kulturform und andere Themen in Form von zeitgenössischer Kunst visuell darzustellen.

Durch die Bereitstellung von temporärem Kunstraum für drei Künstler in einem der größten Stadtentwicklungsprojekte möchten wir die Künstler_innen in ein neues Umfeld bringen, das sich stark mit Umweltfragen und städtischer Biodiversität befasst. Unser Ziel ist es die Öffentlichkeit zu sensibilisieren und den Gedanken zu fördern dass Nachhaltigkeit das Vertrauen in eine bessere Zukunft voraussetzt und auch ein Verantwortungsbewusstsein für die Weitergabe einer lebenswerten Welt an zukünftige Generationen kreiert.

02. DESIGN



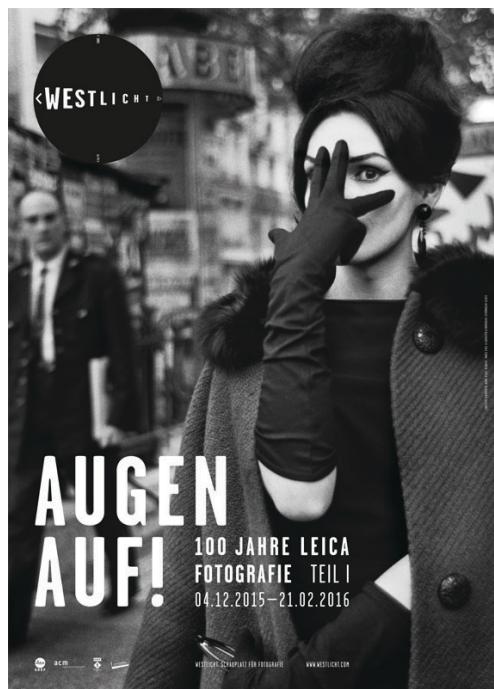
KREATIVE RECHERCHE

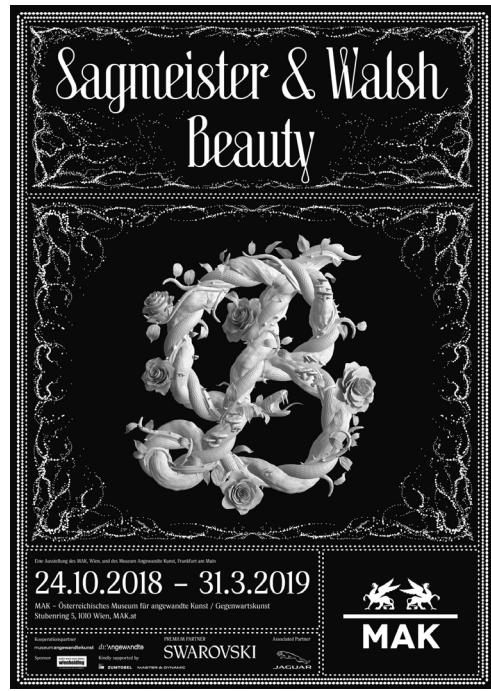
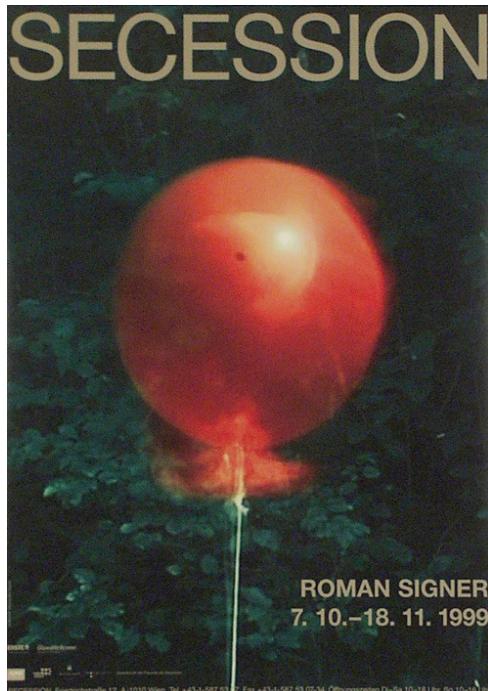
Wien hat ein riesiges kulturelles Angebot und deswegen war es notwendig eine umfassende Konkurrenz-Recherche durchzuführen.

Das Element das die Konstante in allen Werbeplakaten von Museen darstellt ist das Foto eines Kunstwerks. Bei Solo Ausstellungen ist das Kunstwerk vom ausstellenden Künstler und bei Gruppen Ausstellungen war dies ein ausgewähltes Kunstwerk, meistens vom bekanntesten Künstler, der an der Ausstellung Teil nimmt.

Ansonsten ist das Logo des Museums immer sehr präsent. Der Name des Künstlers/der Gruppe und die Ausstellungsdauer finden auch immer Beachtung.

Mein Ziel war es nun mein Projekt ein Teil dieser Museumswelt werden zu lassen und meine Plakate dementsprechend ähnlich zu entwerfen. Durch die Verwendung ähnlicher Merkmale will ich mein Projekt dem Erscheinungsbild der Museum Kunstszene annähern, aber dann doch durch eine eigene Formensprache als Alleinstellungsmerkmal kennzeichnen.





ERSCHEINUNGSBILD

Es gab zwei wichtige Überlegungen bei der Entwicklung des visuellen Teils meines Diploms. Erstens war es mir wichtig ein starkes Erscheinungsbild zu schaffen, welches einen starken künstlerischen Ton hat. Um das zu erreichen arbeite ich mit Kunstwerken (in dieses Fall sind es meine eigenen). Dadurch dass verschiedene Kunstwerke visuell sehr unterschiedlich sind, war es wichtig einen Weg zu finden um den ganzen Erscheinungsbild eine zusammenhängende Formensprache zu verleihen.

Zweitens, einen engen Bezug zu dem Ort entwickeln in dem das ganze Projekt stattfindet. Um das zu erreichen habe ich mich von der Umgebung inspirieren lassen und habe die ganze Formensprache angepasst an Teile der hiesigen Architektur.

Seestadt Atelier & Seestadt Tower ist ein Hybrid zwischen einem Artist in Residency Program und einem Museum für zeitgenössische Kunst und um dieses Dualität zu betonen, bedient sich das Projekt zweier separater aber zueinander passender Logos.

Das eine Logo präsentiert und wirbt für das Seestadt Atelier Programm und benutzt Medienkanäle wie Instagram, Facebook, lokale Plakate in Universitäten, Sticker, Newsletter und Videowerbung. Das andere wirbt für den Seestadt Tower Ausstellungsraum und geht in die „klassische“ Museumschiene mit Plakatkampagnen, großformatiger Werbung, gedruckten Einladungen, Broschüren etc.

INSPIRATION



Als Inspiration zu meiner Formensprache des Logos und des ganzen Erscheinungsbildes diente die äußere Architektur des Atelier-Gebäudes. Dieses Design war bereits Teil des Umfeldes lange bevor mein Projekt gestartet wurde. Die Formensprache konnte aus der innovativen Architektur des Gebäudes entstehen, sich weiterentwickeln, neue Formen bilden und kann während der Projektdauer wieder mit der Umgebung verschmelzen.

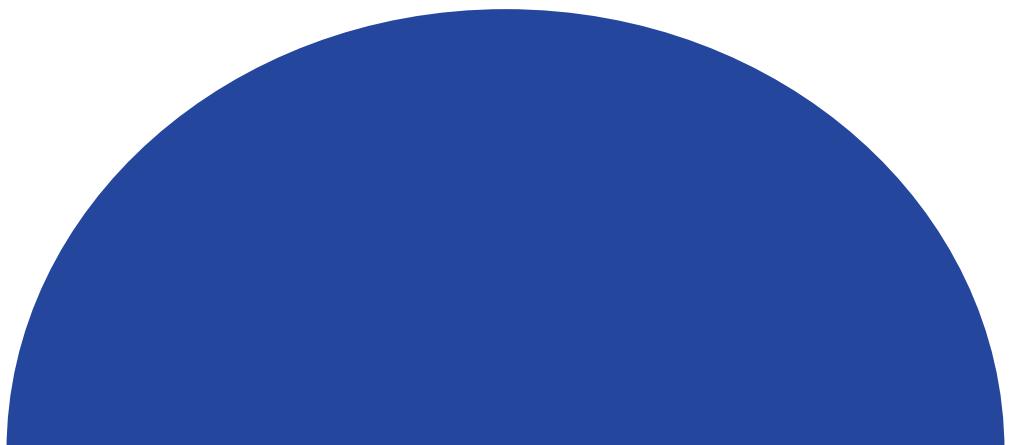
LOGOS & LAYOUT

Mein Projekt besteht aus zwei miteinander stark verbundenen Teilen, nämlich Seestadt Atelier und Seestadt Tower. Diese bilden eine Symbiose. Das eine könnte ohne das andere nicht existieren. Diese Dualität wollte ich unbedingt auch im Design einbringen.

Die visuelle Dualität entsteht durch die Verwendung zweier Logos, die von der selben Formensprache leben, aber immer noch separat sind. Durch diese Abtrennung sind die zwei Teile des Projekts deutlich leichter dem Publikum kommunizierbar. Deswegen ist in der Plakatkampagne für Seestadt Atelier nur das Seestadt Logo zu sehen. Die deutliche und pregnante Formensprache, die sich durch das Logo entwickelt hat ist in alle Werbemitteln zu sehen und schafft ein zusammengehörendes Erscheinungsbild.

Die Werbemittel für Seestadt Atelier haben mehr informativen Charakter und deswegen ist deutlich mehr Text vorhanden, der Künstler über die Bedingungen für eine Projektteilnahme informiert.

Bei den Werbemitteln für Seestadt Tower wurde mehr Wert auf die Erregung von Aufmerksamkeit gelegt. Dies merkt man direkt durch die visuelle Darstellung von farbenfrohen Kunstwerken. Die verwendeten Kunstwerke sind im Moment Teil meines Portfolios. Während des Projektes werden diese aber sukzessive durch Werke der Künstler_innen des Projekts ersetzt. Im Idealfall sind dies sogar Werke, die während des Projektes entstanden sind.



ZIELGRUPPEN

Bei mein Projekt habe ich drei Zielgruppen definiert.

1. Künstler_innen mit Wohnsitz in Wien

Information

Name: Adah

Beruf: freie Künstlerin

Demografie

Alter: 25

Geschlecht: Weiblich

Bezirk: 1070

Ausbildung: Universität für
angewandte Kunst



Warum ist das Projekt für sie relevant?

Als junge Künstlerin ist für Adah sehr wichtig ihr Kunstnetzwerk aufzubauen und Publicity zu bekommen.

Wie kann ich Adah über das Projekt informieren?

Online Werbung auf den Webpages von - Neuer Kunstverein Wien
Die Schöne, die Angewandte, die Bildende. Adah informiert sich regelmäßig und hat diverse Kunst Newsletter abonniert

2. Bewohner des 22. Bezirks und der Gemeinde Seestadt

Information

Name: Josef

Beruf: Buchhalter



Demografie

Alter: 55

Geschlecht: Männlich

Bezirk: 1220

Ausbildung: Wirtschaftsuniversität

Warum ist das Projekt für ihn relevant?

Als Bewohner des 22 Bezirks, haben Josef die Plakate und die

Werbung des Kunstprojekts aufmerksam und neugierig gemacht.

Er informiert sich öfters was in seinem Bezirk passiert und liest sich die Bezirkszeitung durch. Dort ist das Projekt Seestadt Atelier und Seestadt Tower erwähnt.

Wie kann ich Josef über das Projekt informieren?

Josef geht gerne in seinem Bezirk spazieren und man kann ihn mit lokaler Werbung im 22. Bezirk wie z.B. Plakaten, Plakatwänden bei Haltestellen und der direkten Außenwerbung auf dem Turm erreichen.

3. Kunstinteressiertes Publikum in Wien

Information

Name: Peter

Beruf: student



Demografie

Alter: 21

Geschlecht: Männlich

Bezirk: 1100

Ausbildung: Universität Wien

Warum ist das Projekt für ihn relevant?

Als Student trifft sich Peter gerne draußen mit seinen Freunden. Er feiert gerne, findet Events mit vielen Leute im Sommer super und findet Kunst cool. Er hat von der Seestadt zum ersten Mal gehört und plant einen Tagesausflug mit Freunden zu machen um die Ausstellung anzuschauen und im See schwimmen zu gehen.

Wie kann ich Peter über das Projekt informieren?

Peter schaut täglich in seinen Instagram Account. Er besucht auch öfters den Karlsplatz, das Museumsquartier oder die Donauinsel und es ist wahrscheinlich dass er über das Projekt via Plakatwerbung erfährt.

MARKETINGSTRATEGIE

Um ein vielfältiges und großes Publikum aus den verschiedensten Bevölkerungsschichten zu erreichen ist es notwendig durch unterschiedliche Werbekanäle die oben erwähnten Zielgruppen anzusteuern. Es wird davon ausgegangen, dass die Zielgruppen auf eine kreative Art und Weise angeprochen werden müssen.

Das Projekt hat zwei Teile (Atelier & Ausstellung), dadurch hat die Marketingstrategie zwei Phasen, die aber immer noch das selbe Erscheinungsbild und die selbe Markenidentität vermitteln sollen.

01. Erste Phase: Werbekampagne für Atelier (Open Call)

Ziel: Es sollen hauptsächlich Künstler_innen mit Wohnsitz in Wien erreicht werden. Sie sollen über das Projekt informiert werden. Es soll ihre Neugierde wecken und sie sollen dazu gebracht werden sich zu bewerben.

Tone of voice: Informativ, Einladend, Kreativ

Kanäle:

- Social Media (Instagram, Facebook)
- Plakatkampagne
- ARTist - Verein der AbsolventInnen (email)
- Alumniverein der Akademie der bildenden Künste Wien (email)
- Neuer Kunstverein Wien (email)
- OÖ Kunstverein (email)
- Webpage der Stadt Wien, Abteilung Kunst & Kultur

02. Zweite Phase: Werbekampagne für Ausstellung

Ziel: Ein möglichst großes und vielfältiges Publikum soll zur Ausstellungsvernissage gelockt werden. Die Werbung soll Interesse am Projekt Konzept wecken und Besucherandrang während der gesamten Ausstellungsdauer generieren. Als Zielgruppe sind hauptsächlich Bewohner der Gemeinde Seestadt, Anrainer des 22. Bezirks und kunstinteressierte Personen des Wohnraumes Wien vorgesehen.

Tone of voice: Künstlerisch, Visuell erregen , Aufmerksamkeit erzeugen, off-beat

Kanäle:

- Aussenwerbung auf dem Turm
- Social Media (Instagram)
- Plakatkampagne
- Lokale Werbung im 22. Gemeindebezirk
- Einladungskarten (sollen durch Bekannte verteilt werden)
- Gallery Guide
- Werbung in Kunstzeitschriften
- Werbung in der Bezirk Zeitung

DANKSAGUNG & BILDVERZEICHNIS

DANKSAGUNG

Danken möchte ich meinen Eltern Rositsa Getsova und Hristo Dimitrov, auch meinen Großeltern Katia Getsova, Kolio Getsov und meinem Onkel Stefan Getsov. Dank meiner Familie war mein Studium überhaupt erst möglich und deswegen werde ich ihnen mein ganzes Leben lang dankbar sein.

Eine riesige Unterstützung während meines Projekts war Chris Pittesser, sowie Miryana Sarandeva, die unendlich lange Arbeitsnächte mit mir geteilt hat.

Großen Dank auch an meine Betreuer Matthias Spaetgens und Ingmar Thies, die mir sehr wertvolle Verbesserungsvorschläge vorgeschlagen haben. Auch an Anthony Guedes, Lip Comarella, Lisa Schultz, Paulus Dreibholz und Manuela Hausmann.

Ich möchte ebenfalls danke sagen an Eva Buchheim und Sonja Himmer, die mir eine super wertvolle berufliche Erfahrung ermöglichten.

Ein Dank auch an Nikolaus Jantsch und die Klasse für Malerei und Animationsfilm für die wertvolle Erfahrung, die ich dort sammeln durfte.

Ein großes Dankeschön an die Universität für angewandte Kunst, die mir 5 wunderschöne und spannende Studiumsjahre bereitet haben.

Dieses Projekt wäre nie möglich gewesen ohne die große Unterstützung der Wien 3420 AG und art:phalanx GmbH. Insbesonders möchte ich mich bei Rossitza Palina, Kurt Nemec, Alexander Kopecek, Clemens Kopetzky, Cornelia Bredt und Sandra Voser bedanken.

BILDVERZEICHNIS

<https://www.pexels.com/photo/a-man-sketching-on-a-white-cardboard-3778850/>

<http://www.thedreamingmachine.com/atelier-montez-let-the-arts-inhabit-a-productively-shared-space-interview-with-marcella-megaletti/>

<https://ajuntament.barcelona.cat/fabriquescreacio/es/fabriques/fabrica-a-fabrica/la-escocesa>

<https://www.crecluster.at/gallery>

<https://www.youtube.com/watch?v=3JkTJ3g7Uss>

<https://www.facebook.com/plus359gallery/photos>

<https://www.pexels.com/photo/young-skater-with-backpack-sitting-on-ramp-3761523/>

<https://www.pexels.com/photo/man-wearing-white-dress-shirt-and-black-blazer-2182970/>

<https://studiosuperplus.com/21erhaus>

<https://www.westlicht.com/westlicht/de/programm/archiv>

<https://www.mumok.at/en/events/exhibition-opening-0>

<https://www.derstandard.at/story/1319182278362/neues-logo-neue-schriften-design-re-launch-fuer-die-albertina>

https://architektur.hoerbst.com/wp-content/uploads/2017/12/006_garage-seestadt-wien-aspern_wgazt_by_kurt-hoerbst_143405.jpg

