

## Einladung zur Bewerbung für die Teilnahme am geladenen Wettbewerb „Relaunch Corporate Design Kunstuniversität Linz“

Linz, am 24. Juli 2020

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Universität für künstlerische und industrielle Gestaltung Linz (Kunstuniversität Linz/ University of Art and Design Linz) sucht eine/n Partner\*in für die Entwicklung eines visuellen Systems, welches diese als junge, dynamische, zukunftsorientierte Universität in allen Kommunikationsmedien repräsentiert, deren Identität abbildet sowie ein einheitliches Auftreten nach innen und außen sicherstellt und mit dem/der vor allem im Sinne gelebter Nachhaltigkeit ein flexibles und schnelles Arbeiten - auch vor Ort - möglich ist.

Aus diesem Grund lädt die Kunstuniversität Linz herzlich zur **Bewerbung für die Teilnahme am geladenen Wettbewerb „Relaunch Corporate Design“**.

**Im Anhang finden Sie folgende Informationen:**

- Aufgabenstellung
- Zeitplan
- Einzureichende Bewerbungsunterlagen
- Kunstuniversität Linz

**Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!**

Brigitte Hütter  
Rektorin Kunstuniversität Linz

## Die Aufgabenstellung

Mit dem neuen Rektorat, das im Herbst 2019 die Arbeit aufgenommen hat und mit einem transparenten Prozess zur Erarbeitung einer gemeinsamen Strategie im Frühjahr 2020 hat die Kunstuniversität Linz, zu deren Kernaufgaben die Lehre, die Kunst und die Forschung zählen, begonnen, eine Schärfung ihres Profils vorzunehmen und die Schwerpunkte ihrer Arbeit klar zu formulieren. Das Corporate Design soll diese Schärfung sichtbar machen.

Im Rahmen des zu vergebenden Auftrags soll das Logo der Kunstuniversität Linz überarbeitet bzw. weiterentwickelt sowie ein visuelles System von Gestaltungselementen wie Farbwelt, Schriftwahl, grafische Elemente, Bildwelt, generelle Sprachform und Umgang mit den Elementen, die es ermöglichen, einen konsistenten visuellen Ausdruck des Selbstverständnisses der Kunstuniversität Linz nach außen zu tragen, entwickelt werden.

Die Kunstuniversität Linz wünscht sich ein Design, das sich durch Leichtigkeit und Beweglichkeit auszeichnet. Es soll alltagstauglich, authentisch mit hohem Wiedererkennbarkeitswert und dennoch von großer Flexibilität sein. Es soll so konzipiert werden, dass damit

- in **digitalen Medien**, wie Websites (z.B. universitätseigene Website und diverse Projekt-Websites der Institute und Abteilungen) und auch Social Media Plattformen (derzeit Facebook und Instagram) sowie den diversen digitalen Newsletter der Kunstuniversität Linz (Kunstuni-Newsletter, Alumni Informationen, Newsletter der diversen Abteilungen, etc.) und somit auf großen Bildschirmen sowie auf mobilen Geräten kommuniziert werden kann.
- Es muss gleichzeitig so **einfach anzuwenden** sein, dass alle offiziellen Dokumente, die in Abteilungen verfasst und an andere Personen versendet werden, eine konsistente Linie zeigen. Dazu gehören sämtliche Schriftstücke, wie Konzeptpapiere, Rechnungen, interne Memos, sämtliche Informationspapiere, die auch auf der Website zum Download angeboten werden, etc. (In diesem Zusammenhang stellt sich u.a. auch die Frage, ob es alternative Systeme zu Microsoft Word gäbe, die es ermöglichen, mithilfe von Vorlagen schnell und flexibel derartige Schriftstücke zu erstellen.)

- Es muss darüber hinaus auch so flexibel sein, dass **weitere Druckunterlagen** wie Werbemaßnahmen – z.B. Einladungen zu Veranstaltungen und Ausstellungen, Plakate, (Ausstellungs)Kataloge, (Image-)Publikationen, Info-Folder, Events (Tag der offenen Tür, individuelle Symposien und Festivals, Präsentationstage von Departments, etc.) und deren digitale Pendants ihre jeweilige Individualität behalten können.
- Es gilt zu bedenken, dass derzeit viele Abteilungen mit eigenen Teilidentitäten, sich ändernden Farbwelten, Schriften und individuellen Logos agieren. Das neue Corporate Design muss einen Weg bieten, dass Personalisierungen/Individualisierungen möglich sind und dabei dennoch die Kunstuniversität Linz als Dachmarke erkennbar bleibt.

#### **Wichtige interne und externe Kommunikationspartner\*innen sind**

- aktiv Studierende,
- potentielle Studierende (16 – 22 Jahre),
- Lehrende der Kunstuniversität Linz (künstlerisch-wissenschaftliche Mitarbeiter\*innen),
- sonstige universitätsnahe Personen (Forschungs- und Projektpartner\*innen, Kooperationspartner\*innen, Kunst- und Kulturinteressierte, Medienvertreter\*innen, Absolvent\*innen)
- sowie Mitarbeiter\*innen der Verwaltung.

**Der Start für eine schrittweise Umsetzung ist mit Februar 2021 geplant.**

### Zeitplan bis zur Umsetzungsphase

28. 08. 2020	Frist für die Bewerbung zur Teilnahme am geladenen Wettbewerb
KW 36	Jury: Auswahl der Bewerber*innen, die zur Teilnahme am Wettbewerb eingeladen werden
KW 36/ 37	Verständigung aller & Zusendung detailliertes Briefing inkl. konkreter Aufgabenstellung an die ausgewählten Agenturen
KW 42	Präsentation Konzept & Kostenübersicht durch Agentur (digital und analog) => pro Präsentation sind 30 Minuten vorgesehen plus weitere 15 Minuten für eine anschließende Diskussion (die konkreten Termine sowie der Ort werden zeitnah mitgeteilt); Jene Agenturen und Designer*innen, die von der Jury zur Präsentation eingeladen werden, erhalten ein Abschlagshonorar.
KW 43	Jurysitzung (die Jury setzt sich voraussichtlich zusammen aus Mitgliedern des Rektorats und der Abteilungen Kommunikation_PR_Veranstaltungen und Visuelle Kommunikation der Kunstuniversität Linz sowie einer/ einem externen Expert*in; Beurteilungskriterien sind u.a. Vereinbarkeit zur Ausrichtung der Marke, Originalität, Ästhetik, Einfachheit, Umsetzbarkeit, Preisgestaltung
KW 43	Bekanntgabe der Zuschlagsentscheidung
KW 43	Detailabstimmung mit Sieger-Agentur
KW 47	2. Präsentation des angepassten Konzeptes
Bis KW 51	Ausarbeitung
Ende 01/ 2021	Fertigstellung CD-Manual (digital)
02/ 2021	Start schrittweise Umsetzung (beginnend mit Standardtools)

**Für die Bewerbung einzureichende Unterlagen:**

- Vorstellung Ihres Unternehmens/ Ihrer Agentur
- Ihre Unternehmensphilosophie
- Referenzbeispiele (zur Demonstration Ihrer Expertise auf dem Gebiet Re-Design Corporate Design auf dem Sektor Universität - Kunst – Kultur)

Bitte prüfen Sie vor Einreichung Ihrer Bewerbung die Umsetzbarkeit in Bezug auf den Projektumfang sowie den vorgegebenen Zeitplan.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte bis **spätestens Freitag, 28. August 2020**, in digitaler Form an: [pr.office@ufg.at](mailto:pr.office@ufg.at) .

**Kontakt für Rückfragen:**

Kunstuniversität Linz  
Kommunikation\_PR\_Veranstaltungen  
Hauptplatz 6  
4020 Linz

Alexandra Furtner  
T: +43 (0)732 7898 2286  
M: +43 (0)676 84 7898 286

Julia Gschwendtner  
T: +43 (0)732 7898 2282  
M: +43 (0)676 84 7898 282

Mail: [pr.office@ufg.at](mailto:pr.office@ufg.at)

## Über die Kunstuniversität Linz

Die Kunstuniversität Linz ist mit 1.400 Studierenden aus 60 Ländern eine international am Puls der Zeit agierende Ausbildungsstätte mit modernster Rauminfrastruktur. Sie agiert im dynamischen Spannungsfeld von freier, künstlerischer und angewandter, wirtschaftsorientierter Gestaltung sowie von Wissenschaft und Kunst. Dabei stehen **Interaktivität, Digitalisierung, Nachhaltigkeit** sowie **interdisziplinäres, praxisorientiertes Arbeiten** im Mittelpunkt.

Es ist der Anspruch der Kunstuniversität Linz, eingebunden in das öffentliche Leben in Linz und in Resonanz mit einer globalisierten Welt, **zukunftsfähige Gesellschaft mitzugestalten**. Ihre Mittel dafür sind

- die kunstbasierte Lehre,
- die freie Entfaltung der Künste,
- die Entwicklung von gestalterischen Lösungen sowie
- ein transformativer Ansatz in Forschung und Bildung.

### **Die Kunstuniversität Linz steht vor großen Herausforderungen:**

- Forschung und Lehre im Sinne der Nachhaltigkeit
- ein kreativer und kritischer Umgang mit der Digitalisierung
- die Entwicklung von Weltbürgerschaft als Haltung, um lokal mit Globalisierungseffekten umgehen zu können.

Die Kunstuniversität Linz versteht sich als Ort des unbeschränkten, mutigen und visionären Denkens sowie als kritische Experimentierzone an den Schnittstellen Kunst, Technologie, Wissenschaft und Gesellschaft sowie Kreation, Forschung und Vermittlung.

Formen des Miteinander und Formate der Kommunikation sollen geprägt sein von interkultureller Verantwortung, wechselseitigem Respekt, inklusiven Denk- und Handlungsstrukturen und einer Perspektive, die Diversität schätzt.

Die Stärkung der Marke und des Außenauftritts der Kunstuniversität Linz hat zum Ziel, die **internationale Mobilität von Studierenden und Lehrenden** zu fördern. Insofern ist es wichtig, auf der internationalen Ebene eine größere Sichtbarkeit zu erzeugen.

## **Die vier profilbildenden Schwerpunkte:**

### **Zeitgenössische Zukunftskünste**

Der Beitrag der Künste für gesellschaftliche Veränderungen liegt in ihrer Fähigkeit, Zukünftigem, noch nicht Sichtbarem oder noch nicht Darstellbarem einen Ausdruck zu verleihen. Künstlerische Arbeiten sind Seismographen, die frühzeitig Veränderungen von Lebenswelten erfahrbar und kommunizierbar machen. Insofern ist Kunst immer, egal in welchem Medium sie zum Ausdruck kommt, eine Spekulation über Zukünfte. Aufgrund dieser Schwellenstellung – zwischen Gegenwartswahrnehmung und Zukunftsantizipation – ist nicht vorhersehbar, welche künstlerische Spekulation bedeutsam werden wird. Damit die Künste des Zukünftigen florieren und zukünftige Künste entstehen können, bedarf es der Förderung der ganzen Breite möglicher künstlerischer Ansätze und Strategien.

Die Kunstuniversität Linz wird sich in den nächsten Jahren noch stärker als Ort der international sichtbaren künstlerischen Produktion und Reflexion positionieren. Sie fokussiert Kunst als Form der kritischen Auseinandersetzung und des radikalen, mutigen und überdisziplinären Neudenkens von Gegenwarts- und Zukunftsfragen. Alle Aktivitäten in Lehre, Entwicklung und Erschließung der Künste sowie in der Forschung sind mit der künstlerischen bzw. gestalterischen Produktion und deren kritischen Reflexion verbunden.

### **Postdigitale Kulturen**

Immer deutlicher, gerade auch durch die ad-hoc-Steigerung der Erfahrungen mit Home Office und Distanzlehre, tritt zu Tage, dass Verhältnisse wie die von digital und analog, von Distanz und Nähe, von Automatisierung und spontaner Kommunikation/Kreation Kernfragen eines wachen Umgangs mit digitalen Technologien sein werden. Im Schwerpunkt „Postdigitale Kulturen“ nähert sich die Kunstuniversität Linz diesen Kernfragen kritisch analysierend, experimentierend, nachhaltig gestaltend.

Die Universität hat über Jahrzehnte große Expertise im Bereich der digitalen und analogen Medien aufgebaut und einen künstlerisch-forschenden Zugang zu Medienkultur entwickelt, der sich von künstlerischen Realisierungen von Medien- und Interfacekunst über die Kreative Robotik bis hin zur Malerei als Medium der Reflexion des Digitalen erstreckt.

## **Nachhaltige Gestaltung**

Vorhandene Stärkefelder: BASEhabitat, Lehrgang überholz, Fashion & Technology, kulturtankstelle.

Das große angewandte Kompetenzfeld Raum und Design wird sich der Herausforderung stellen, gesellschaftliche Prozesse zu analysieren und kritisch zu hinterfragen, ein Bewusstsein für ökologische und soziale Herausforderungen unserer Zeit zu schaffen, an nachhaltigen, innovativen Lösungen und Prozessen zu forschen und damit auch in die Industrie hineinzuwirken.

Neben der inhaltlichen Auseinandersetzung im künstlerischen, gestalterischen und wissenschaftlichen Bereich ist die Universität als Gesamtorganisation der nachhaltigen Nutzung von vorhandenen Ressourcen verpflichtet. Sie wird in allen Bereichen nachhaltiges Handeln fördern und sich an überregionalen Nachhaltigkeitsnetzwerken beteiligen. Teil des Selbstverständnisses der Universität sind auch soziale Dimensionen der Nachhaltigkeit. Soziale Inklusion, Geschlechtergerechtigkeit und Diversität sind nicht nur gesellschaftspolitischer Auftrag und Teil eines modernen Universitätsverständnisses, sie ergeben einen unschätzbaren Mehrwert für die Organisationsentwicklung der Universität.

## **Transformative Forschung und Bildung**

Mit diesem Schwerpunkt bekennt sich die Kunstuniversität Linz zum weiteren Aufbau von Kunst, Gestaltung und Forschung zur Transformation von Gesellschaft sowie zu einem partizipativen Vermittlungsansatz.

Die Beiträge von wissenschaftlicher und künstlerischer Forschung sollen für wichtige gesellschaftliche Zukunftsfragen in einer vielfältigen Öffentlichkeit zur Diskussion gestellt werden.

Ihrem gesellschaftlichen Auftrag kommt die Kunstuniversität Linz in besonderer Weise im Rahmen ihrer Pädagog\*innenbildung nach. Diese steht im Zeichen der freien, kritischen, praxisorientierten und wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Kunst in gesellschaftlichen Kontexten im Sinne von Kunst und Bildung für eine kreative Gesellschaft. In der Überzeugung, dass Kunstpädagog\*innen dort ausgebildet werden sollen, wo auch Künstler\*innen ihre akademische Heimat haben, positioniert sich die Kunstuniversität Linz als verantwortliche Trägerin der künstlerischen Gestaltungsfächer im Rahmen des Verbundes Mitte zur Pädagog\*innenbildung und ist dabei qualitätssichernd aktiv.