

Kurzfassung

Reinhard Gassner

Corporate Design und Typografie zur Handhabung durch typografische Laien

Presented on **10 July 1997** at the international and interdisciplinary symposium **Vision Plus 3** "Design on the fly / The structuring and processing of information for instant use", organized by the International Institute for Information Design (IIID) in co-operation with Fachhochschul-Studiengänge-Vorarlberg and the Austrian Federal Ministry of Science and Transport under the patronage of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) at the Angelika-Kauffmann-Saal at Schwarzenberg, Vorarlberg, Austria.

Key words:

Corporate Design, Corporate Identity, Typography, Templates, Style sheets

ISBN 3-901816-15-1

Language indicators:

D = Deutsch (German)

E = English.

Whichever letter complementing a Monograph number is shown first indicates the original (= manuscript) version.

The other language version is based on the (unedited) simultaneous translation of the presentation.

Various Vision Plus Monographs are available only in their original language version.

© Reinhard Gassner, 1997

Waldrain 24, A-6824 Schlins, Austria

T: +43 (0)5524 8452; F: +43 (0)5524 8840; E: at@gassner.vol.at

Publisher/Medieninhaber:

International Institute for Information Design (IIID), Joerggerstrasse 22/2, A-1170 Wien/Vienna, Austria, Europe

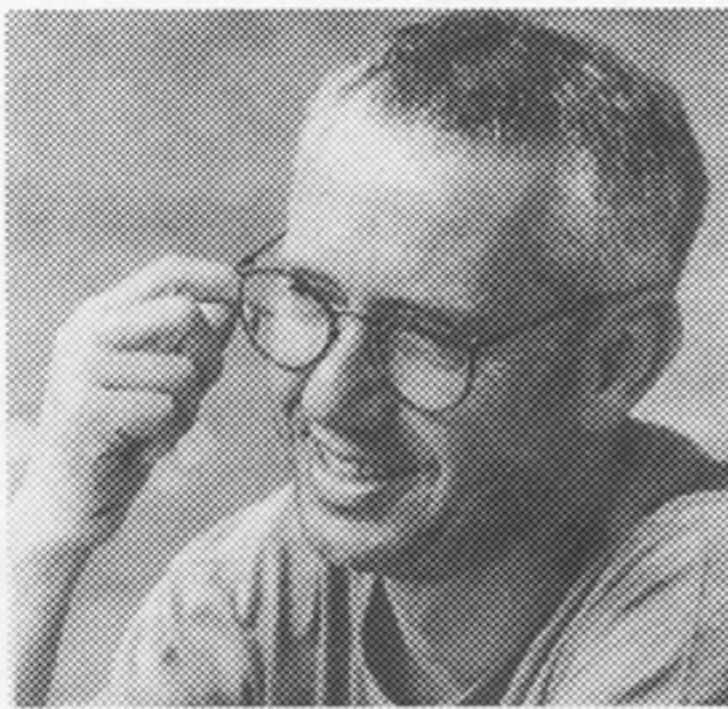
T: +43 (0)1 4036662; F: +43 (0)1 4088347; E: ps.id@magnet.at ; URL: <http://www.simlinger-iiid.magnet.at/simlinger-iiid/>

Corporate Design and Typography for the Use of Amateur Typographers

Präsentiert am **10. Juli 1997** beim internationalen, interdisziplinären Symposium **Vision Plus 3** „Design on the fly / Informations-Strukturierung und -Verarbeitung für sofortige Verwendung“, veranstaltet vom Internationalen Institut für Informations-Design (IIID) in Zusammenarbeit mit den Fachhochschul-Studiengängen-Vorarlberg und dem Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr unter der Patronanz der United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) im Angelika-Kauffmann-Saal in Schwarzenberg, Vorarlberg, Österreich.

Schlagwörter:

Corporate Design, Corporate Identity, Typographie, Mustervorlagen



Am Beginn des beruflichen Werdeganges von Reinhard Gassner stand die Ausbildung zum Repro-fotograf und Positiv-Retoucheur. Dann folgte ein zweijähriges Praktikum im Atelier seines Bruders, eine weiterbildende Medienschulung in München und einige Engagements in verschiedenen Werbe-agenturen. Seit 1976 ist Reinhard Gassner als frei-schaffender Gestalter tätig.

Seit 1988 stellt Reinhard Gassner seine Arbeiten an internationalen Ausstellungen vor und erhielt mehr-fach Auszeichnungen für seine Plakat-, Buch- und Erscheinungsbild-Gestaltung.

Reinhard Gassner ist seit 1996 zusätzlich als gestalterischer Leiter des Fachhochschul-Studien-ganges InterMedia in Dornbirn/Vorarlberg tätig.

Trained as reprophotographer Reinhard Gassner continued his professional education at the Media Center in Munich. He attended various design seminars and began his professional career working for different advertising agencies. In 1976 he established his own studio.

Since 1988 he has taken part in various international exhibitions. Reinhard Gassner was awarded several prizes not only for his poster design but also for his corporate and book design.

Language indicators:
D = Deutsch (German)
E = English

Whichever letter complementing a Monograph number is shown first indicates the original (= manuscript) version.
The other language version is based on the (unedited) simultaneous translation of the presentation.
Various Vision Plus Monographs are available only in their original language version.

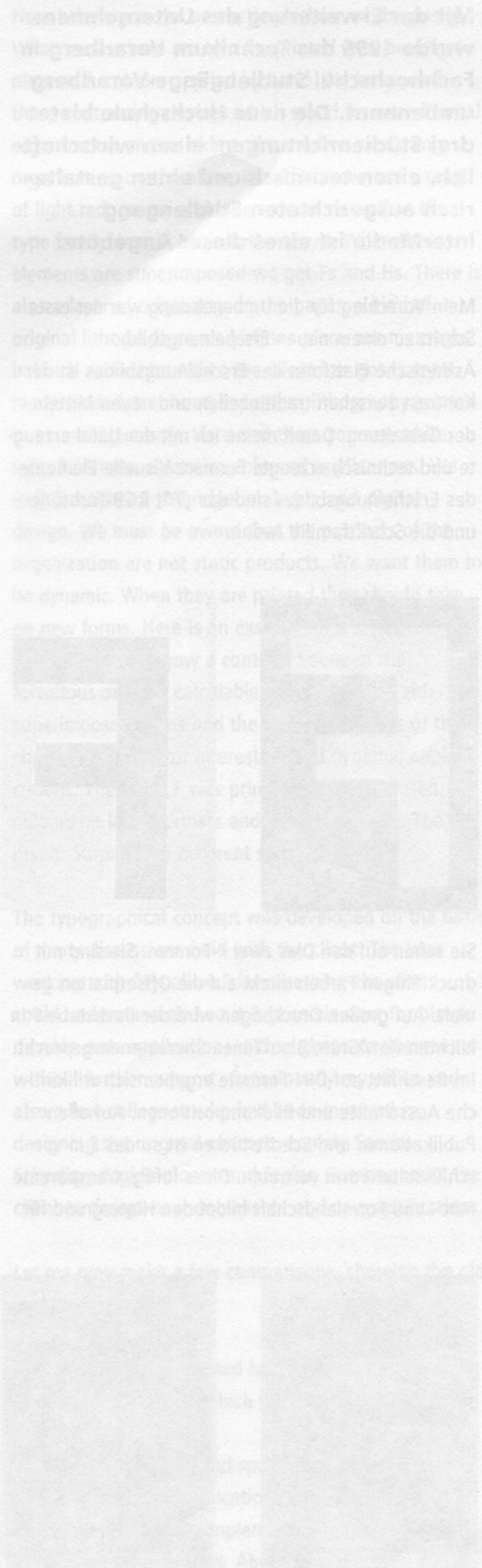
© Reinhard Gassner, 1997
Waldrain 24 A-6824 Schlier, Austria
T: +43 (0)2524 8422; F: +43 (0)2524 8840; E: r@gassner.vol.at

Publisher/Mediengestalter:
International Institute for Information Design (IID), Jostingerstrasse 22/2, A-1170 Wien/Vienna, Austria, Europe
T: +43 (0)1 403882; F: +43 (0)1 403847; E: ps.lid@mgnet.at; URL: http://www.zumliedger.lid.mgnet.at/istinger-iiid/

Kurzfassung

Corporate Design und Typografie zur Handhabung durch typografische Laien ist ein provokanter Titel. Er bezeichnet aber die alltägliche Praxis. Die ästhetischen Vorgaben eines Corporate Designs werden in den meisten Fällen durch gestalterisch tätige Laien umgesetzt. Bisher wurde versucht, durch strenge Anweisungen diese Umsetzung zu beherrschen. Mir geht es darum, die Menschen in den Gestaltungsprozeß mit einzubeziehen. Mit den heutigen technischen Möglichkeiten hat jede Sekretärin ein kleines Grafikatelier auf dem Schreibtisch. Keine Gestaltungsrichtlinie kann so strikt sein, als daß sie nicht mit einem Mausklick durchbrochen werden könnte. Eine große Gefahr, sagen die Profis. Ich glaube, es ist eine große Chance, wenn wir diese Tatsache bewußt als Faktor der angewandten Gestaltung berücksichtigen.

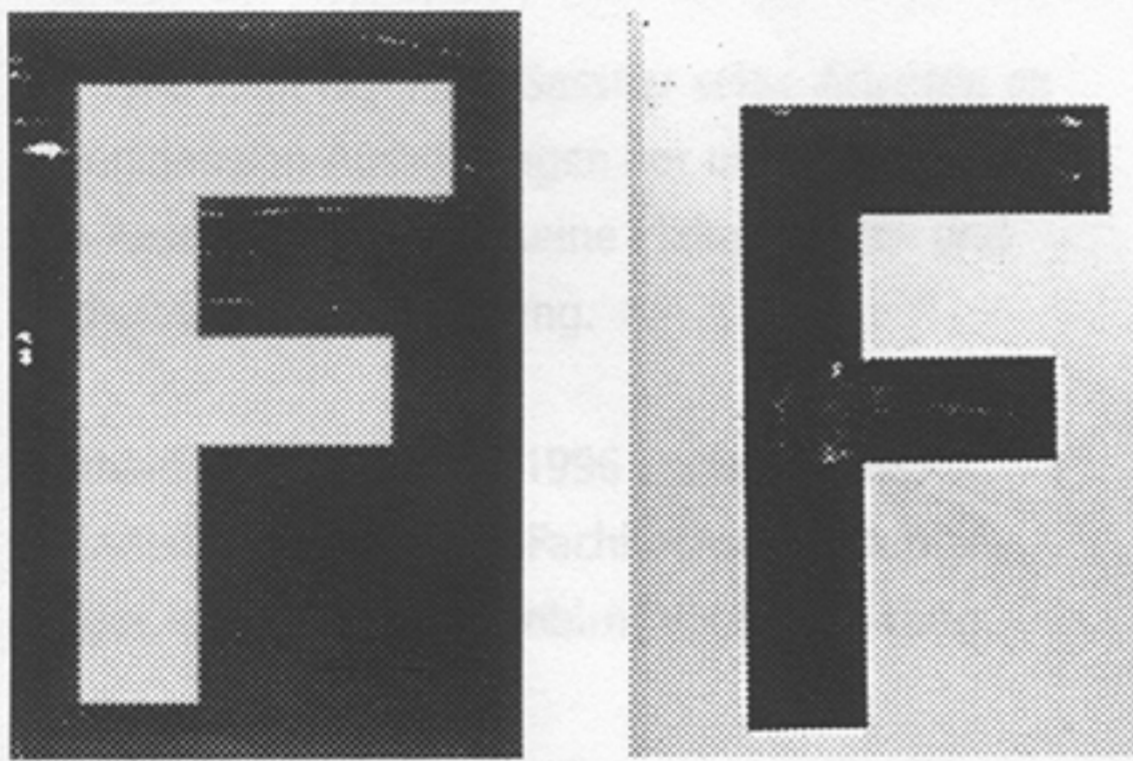
Mein Hauptaugenmerk liegt also auf einem Bereich, in dem häufig Gestalter ihre Arbeit längst schon als abgeschlossen betrachten. Ich meine damit die Phase nach den großen Ideen. Die gestalterischen Ansprüche werden umfassender, sie beziehen sich direkt auf die Menschen, die unsere Ideen nutzen und benutzen. In diesem Punkt sehe ich mich als *Installateur* von ästhetischen Rahmenbedingungen, die auch typografische Laien nachvollziehen und weiterentwickeln können. Mit anderen Worten: Entwicklung und Veränderung wird zum gestalterischen Programm. Der Kunde arbeitet auch für und nicht nur mit dem Erscheinungsbild. Bei zwei Auftragsarbeiten habe ich mich speziell auf diesen Bereich konzentriert und möchte Ihnen einige Zwischenergebnisse vorstellen. Es handelt sich um die Gemeinde Lech am Arlberg und um die Fachhochschule Vorarlberg.



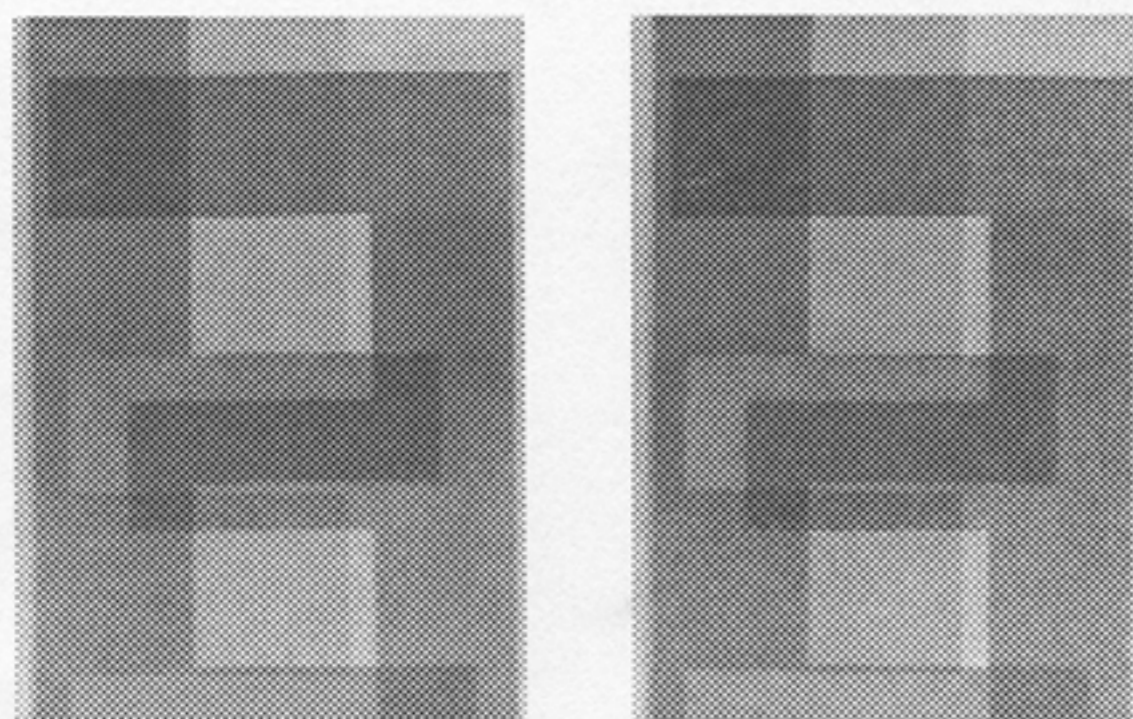
Mit der Erweiterung des Unternehmens wurde 1996 das Technikum Vorarlberg in Fachhochschul-Studiengänge-Vorarlberg umbenannt. Die neue Hochschule bietet drei Studienrichtungen: einen wirtschaftlich, einen technisch und einen gestalterisch ausgerichteten Studiengang. InterMedia ist eines dieser Angebote.

Mein Vorschlag für die Umbenennung war der erste Schritt zu einem neuen Erscheinungsbild.

Ästhetische Plattform des Erscheinungsbildes ist der Kontrast zwischen traditionellen und neuen Mitteln der Gestaltung. Damit meine ich mit der Hand erzeugte und technisch erzeugte Formen. Visuelle Elemente des Erscheinungsbildes sind das „F“, RGB-Farbtöne und die Schriftfamilie Avenir.



Sie sehen auf den Dias zwei F-Formen. Sie sind mit druckfähigen Farben direkt auf die Offsetplatten gemalt. Auf großen Druckbögen wird der Buchstabe F in leichten Rot/Grün/Blau-Tönen übereinandergedruckt. Im Beschnitt auf DIN-Formate ergeben sich willkürliche Ausschnitte und Bildkompositionen. Auf allen Publikationen und Schriftstücken ist so das F in verschlüsselter Form vertreten. Diese luftig, transparente Farb- und Formlandschaft bildet den Hintergrund für



I wanted to do something a bit striking at this symposium so I thought I will show you a few old-fashioned slides. Corporate design and typography and how this should be used by the lay person, that's a very provocative subject for a designer if you want to include design and the creative aspects. We've seen some interesting examples from MetaDesign already. They were interesting with very strict specifications for corporate design but what I want to talk about is something quite different. I work and live here in this small region and so we have small clients and I would like to show how we can implement intelligent solutions and intelligent practice in terms of corporate design in such an environment. We know that every secretary today has a kind of graphic design studio on her desk in the form of a PC or a Macintosh and that there is no design guideline today that is so strict that it cannot be broken with a simple mouseclick.

My approach therefore is not to treat this as a danger but as an opportunity in terms of the implementation of a corporate design. My main focus in this context is on a field where the traditional designer has stopped working, that is the area after the big ideas. I have two examples to show: One is a village in Vorarlberg and the other is this Fachhochschule we have just been hearing about.

Let me start with the Fachhochschule which brings us to the letter F: F for Fachhochschule. Let me start off by explaining the basic concept and the idea so that I can show you that kind of elements I am working with and I will show you some examples so you can make your own comparisons between old and new applications.

When the organization of the Technikum Vorarlberg expanded it was given the name Fachhochschul-Studiengänge-Vorarlberg. That long name had to be chosen for legal reasons. One element of the new corporate design had already been determined and that was the name itself, this long name. We have heard already that the organization offers three courses. One is called InterMedia, that's a design course. Another one is Business Process and Project Management which is a kind of business administration course and then there is an Automated Production course. It combines elements of technology and management.

konkrete Informationen in schwarz/weiß. Die Grundpapiere für die traditionellen Kommunikationsmittel sind also Originallithografien. Das F haben wir auch als Verbindung zwischen der analogen und digitalen Gestaltung eingesetzt. Aus F-Formen gebildete Buchstabencomics nutzen wir für die Produkt-Kommunikation.



Im Kontrast von Zufälligkeit und Berechenbarkeit, von sich spielerisch überlagernden Formen und strengen schwarzen Schriftlinien entstehen offene und spannende Anwendungen. Festgelegt ist lediglich der Modulator und die einheitliche Schrifttype.

Das vorbedruckte Papier und die einfache Anlage der Dokumente ist plattformübergreifend. Zuerst wurden noch einzelne Dokumente beispielhaft angelegt. Eine intensive Phase des Dialoges begleitete die Entwicklung des Anwendungskonzeptes. Die Betroffenen im Unternehmen wurden mit Fragen der Gestaltung konfrontiert, nicht mit fertigen Lösungen. Ich sah mich als Trainer für eine kreative Interpretation eines gemeinsam entwickelten Gestaltungskonzeptes. Ohne aufwendige grafische Betreuung entstehen jetzt laufend neue Anwendungen in unterschiedlichen Programmen und Systemen. Ich habe das Gefühl, die Menschen haben eine Freude, damit zu arbeiten. Es gibt keine formale Einbahnstraße; die Form geht von den Menschen aus und kehrt zu ihnen zurück.

Now I show you the aesthetic platform of the design. What we see here are two Fs, printed with an offset plate and colours applied by hand. We have used these contrasting devices which stand for a traditional organization on one side and a modern mediating organization on the other. In addition we use a range of light red, green, and blue colours as well as the type family Avenir. Look at the result. When these elements are superimposed we get Fs and Hs. There is also a layer of originality on the paper, a kind of original lithography on which we place our messages in black and white. What the client has got is not a ready-made letter head but rather lithography printed in an analogue way. Here and there you see white, light RGB tones, but also coloured applications. We took the letter F to bridge analogue and digital design. We must be aware that the products of the organization are not static products. We want them to be dynamic. When they are printed they should take on new forms. Here is an example of a series of brochures. They show a contrast between the fortuitous and the calculable, between calculable superimposed forms and the strict black lines of the copy. This allows for interesting and dynamic applications. The letter F was printed in superimposed colours on large formats and then cut to size. The result: Surprisingly different shapes.

The typographical concept was developed on the basis of many discussions held with the client. The idea working with "typelines" is something the client could understand and so it is possible now for him to develop new applications and to generate documents without further support. Occasionally my office and also a few colleagues who had been involved in designing the original concept, namely Sandro Scherling, Sigi Ramoser, and Stefan Gassner assist the client to design new documents and new applications.

Let me now make a few comparisons, showing the old and new looks.

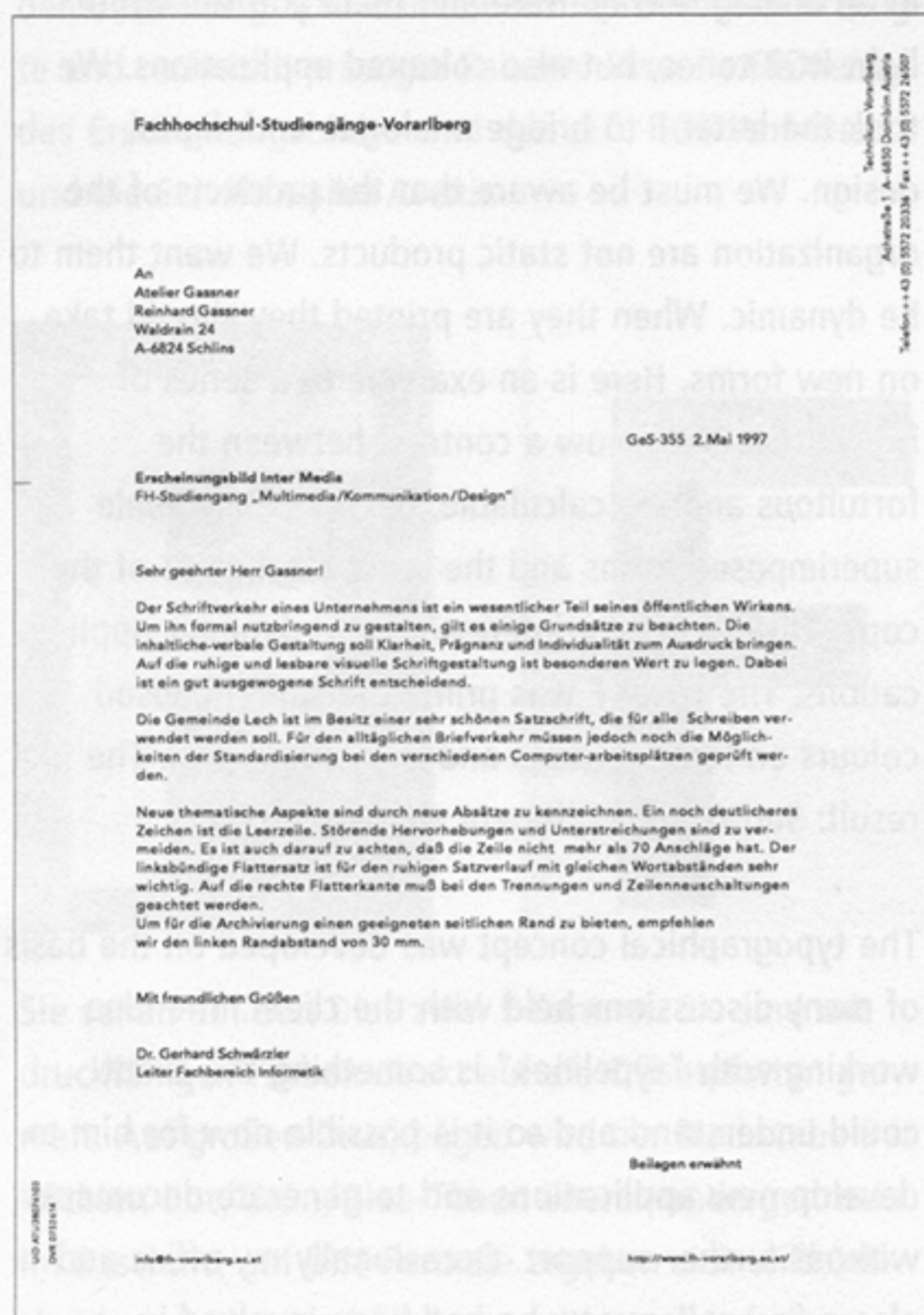
Perhaps you are interested hearing about the implementation stage which was carried out in three phases.

First we all sat down and spoke to the professionals. About 30 different applications were identified. Thereafter we had an implementation phase for various digital platforms. About ten people of the

Ich zeige Ihnen jetzt einige Beispiele und Vergleiche der alten (*hier nicht abgebildet*) mit den neuen Dokumenten.

Die Realisierung lief in 3 Phasen ab:

- **Grafischer Entwurf mit beispielhafter Anlage für ca 30 verschiedene Dokumente: schon bei der Gestaltung mit Linien und Schriftlinien wurden die Möglichkeiten anderer Plattformen mitbedacht.** Als freie Gestaltungspartner arbeiteten und arbeiten mit mir Sandro Scherling, Sigi Ramoser und Stefan Gassner.

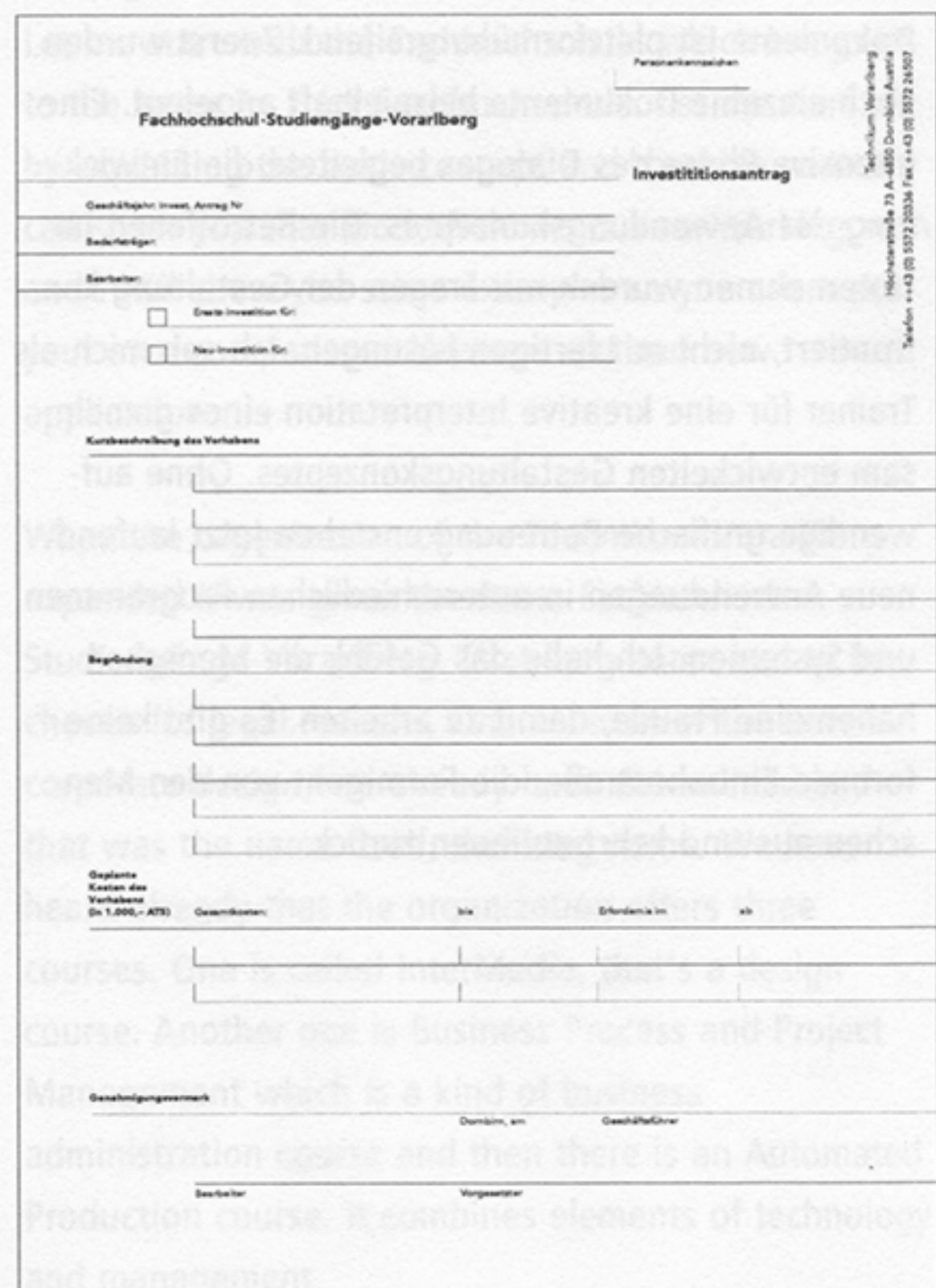


- **Umwandlung in Vorlagen und Erarbeitung eigener Applikationen seitens des Kunden auf verschiedenen Soft- und Hardware-Plattformen: X-Press, Word, Power Point, FileMaker, Oracle auf Mac, PC und Windows NT.** Etwa 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Fachhochschule waren miteinbezogen und finalisierten bis heute ca 60 Vorlagen.
- **Anwendung der Dokumente von typografischen Laien;** ca 50 Personen haben so innerhalb eines Jahres an die 60.000 Dokumente verfaßt.

staff of the client had been involved. Until today they completed about 60 different templates and style sheets.

Finally the results had been handed over to be used for individual applications, involving about 50 different people. It can be said that within a year about 60.000 letters, forms, certificates, order forms, expense accouts and so on and so forth had been created. Now and in the near future work is being done on publications of all kinds, on reports, title pages, inside pages, index pages, including the various guidelines governing stylistic considerations as well as graphs, charts, and tables. I must admit, that when it comes to titel pages of brochures and that like, the client still relays on graphic support.

However, it is my intention to make myself redundant as soon as possible.



Nun zu einem anderen Beispiel mit gleichem Effekt: die Erscheinungsbild-Installation für die Gemeinde Lech am Arlberg.

Lech ist ein Dorf in den Alpen: es liegt auf 1.400 m Höhe, hat 1.300 Einwohner, in der Urlaubszeit die dreifache Zahl an Saisonarbeitern, 8.000 Gästebetten und 900.000 Nächtigungen pro Jahr. In diesem vom Fremdenverkehr geprägtem Leben sollte ein neues Erscheinungsbild die Einheimischen enger zusammenschließen und eine neue Identität vermitteln. Eine Corporate Communication für die Gemeinde selbst, für die Menschen die hier leben. Der Entwurf eines neuen Logos, also wieder eines neuen Wappentieres, interessierte mich nicht. Wir haben das alte Wappen der Gemeinde Lech aufgenommen und behutsam stilisiert. Seine heraldisch begründeten Farbelemente bestimmen auch das Farbmenü des Erscheinungsbildes.

Dann ging es um die Frage der Schrift. Protokolle, Gemeindezeitung, Bescheide: die Flut interner und externer Schriftstücke einer kommunalen Verwaltung sind auch in einer kleinen Gemeinde kaum zu überblicken. Um so wichtiger nahmen wir diese Frage.

Bei meinen Besuchen von Lech imponierte mir der Kontrast von den sanften Linien des Hochtales und dem schroffen Auf und Ab der mächtigen Bergwelt. Eine Entsprechung dieser Atmosphäre fand ich in der Schriftfamilie Trinité von Bram de Does. Die Trinité ist in ihrer Qualität und Exklusivität ein Novum. Laut Peter Matthias Noordzij von Enschedé ist die Gemeinde Lech der bislang einzige Nutzer dieser Schrift in Österreich.

Die normalen Schnitte dieser Schrift sind leicht in Leserichtung geneigt; die einzelnen Buchstaben sind in hoher formaler Qualität geschnitten: Ergebnis ist ein souveränes und ruhiges Satzbild, eine gute Lesbarkeit und Anmut. Das Spezielle an dieser Antiqua ist die Erweiterung der Schriftfamilie mit 3 unterschiedlichen Ober- und Unterlängen.

This was one project I wanted to show. Now you will see a very different example of my work. It concerns the resort of Lech am Arlberg. Lech is a village located in the Alps at an altitude of about 1400 meters above sea level. It has about 1300 inhabitants. In the season this figure quadruples because of all the season workers. There is a total of about 8000 beds in the hotels and private residences which generate about 900.000 bednights per year. You see: Lech is a real intensive tourist resort.

The mayor of Lech called me, saying "we have no more space for our own people with all those tourists and I would like to create a corporate design for my local community, for the local people so we have something we can identify with". In fact I basically pursued the same basic believes. The idea was generated to set up a system which can be understood by the employees of the local community and interpreted and also changed, whenever necessary. In fact they can become co-designers. Or what I rather wanted to say: they don't have to be experts in reading corporate design manuals.

It wasn't a question of creating a logo, I didn't want to have another heraldic beast. In fact they already have their logos with their own heraldic biographies. So I took their coat of arms, I adjusted it manually and digitized it. Its colours got also used for various related purposes. The next point was the type. The word is "Lech" and the community itself is located in a gentle alpine valley surrounded by the precipitous faces of the mountains. This reminded me of the Trinité type by Bram de Does which I had seen a short time before. It triggered off the idea to base the Lech identity programme on a typeface and to make it the cornerstone of the design. It should work whether the text is large or small, whether it is used for formal communication or advertising. I realized that Trinité would do the job. In fact it is a very exclusive type. We paid 10.000 German Marks for a licence for three or four or five workstations. The next question was: how should we make use of this type family, how should the various versions relate to the various applications. One must know that an outstanding feature of this typeface is its three different ascender and descender lengths.

Gemeinde Lech

Walsermuseum Lech-Tannberg

Projekt Lech

Bergrettung Lech

Hauptschule Lech

Urkunde der Gemeinde Lech

Ortsfeuerwehr Lech

Philosophikum Lech

ddd
ggg

Anwendungsbereiche; beispielhafte Zuordnung

	Trinité 1 kleine Ober- und Unterlängen	Trinité 2 mittlere Ober- und Unterlängen	Trinité 3 große Ober- und Unterlängen	
Condensed	Leitsysteme	Publikationen	Billetts	offiziell
Wide	Vereine	Amt/Schulen	Projekte	neutral
Italic	Volkstum	Heimatkunde	Urkunden	traditionell
Bold		Fuhrpark		deftig
	gesellig	ausgewogen	individuell	

Ich habe eine Matrix der Charakteristik der gewählten Schriftschnitte erarbeitet; schmale, normallaufende, schrägliegende, fette Schriften passen zu Begriffen wie *offiziell*, *neutral*, *traditionell* und *deftig*. Die kurzen, mittellangen und großen Ober- und Unterlängen

I defined ten categories and tried to develop a physiognomy of the types with the narrow lines and the bold lines which I tried to assign certain characteristics to. Then it was relatively easy to decide on the various applications.

Here we have the letter head: In fact it looks as if something is missing and I always think that's good. If a letter head looks as if something is missing you know it's right. I remember the Joseph Binder award last year where I saw so many letter heads which had been handed in for the corporate design price. Not any one single entrant went to the trouble of submitting a typed out letter. I thought those days were long gone.

Let me show you an example, a comparison of the old and the new of such banal things as a minutes. Minutes have to be legible, they have to be communicated with a certain culture and a degree of joy. This is an official notice or an announcement which relates to what David was talking about in terms of

Matrix der Schriftfamilie: Ausprägung und Physiognomik

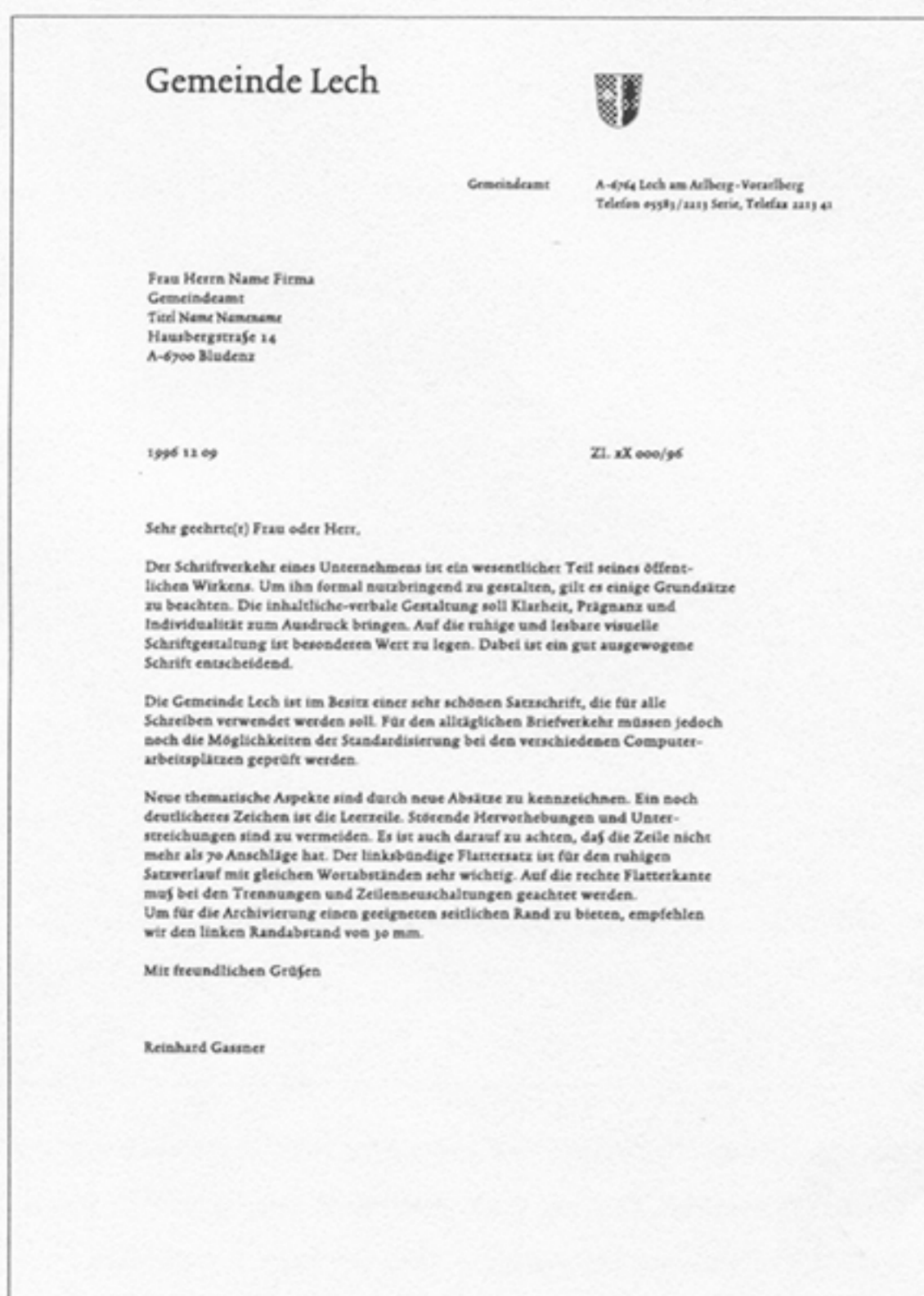
	Trinité 1 kleine Ober- und Unterlängen	Trinité 2 mittlere Ober- und Unterlängen	Trinité 3 große Ober- und Unterlängen	
Condensed	Lech	Lech	Lech	offiziell
Wide	Lech	Lech	Lech	neutral
Italic	Lech	Lech	Lech	traditionell
Bold		Lech		deftig
	gesellig	ausgewogen	individuell	

friendliness and politeness. This one looks as if a civil servant is being impolite and the other looks as if he is being friendly and expressing esteem and expressing respect for his addressee. Here too is an official notice.

besetzte ich mit Wahrnehmungs-Aspekten wie *gesellig, ausgewogen und individuell*. So war es mir möglich, gemeinsam mit dem Kunden die Zuordnungen zu den verschiedenen Bereichen der kommunalen Verwaltung zu bestimmen. Ich habe auch hier als gestalterische Verständigung mit dem Kunden einen individuellen Modulor für das A4-Format erarbeitet. Auf ihm basieren alle weiteren Gestaltungslösungen.

Ich möchte einige Beispiele aus der alltäglichen Praxis zeigen: wieder im Vergleich zu den alten Dokumenten (*hier nicht abgebildet*).

Es ist mir wichtig zu betonen, daß es sich hier um keine Layouts, oder von mir extra bearbeitete Einzelteile handelt. Es sind reale Dokumente, die heute in der Gemeindestube produziert werden: Briefe, Verhandlungsschriften, Kundmachungen, Bescheide etcetera. Ein großes Thema war die Zeitung. Nach Beratung mit dem zuständigen Verantwortlichen in der Gemeinde haben wir einen Mac-Arbeitsplatz eingerichtet und die Mitarbeiter eingewiesen. Teile dieser Installation waren nachvollziehbare Textrahmen und Stilvorlagen, viele Gespräche über typografische Pointierung, Fließtextqualitäten und Bildanwendun-



Here you see how the local newsletter looked like.

What we did, we created style guides, a text framework and went a step further and installed a Macintosh workstation for the community. They now have got a scanner and a colour printer and a Macintosh computer. We instructed two or three people; that didn't take very long. What you see here like everything else I've shown: it's not just the layout but the result of the design work produced by the client himself. Of course, they are not designers but we have drawn their attention to the requirements of type and typography and graphic elements and this is the kind of result they are capable of attaining.

This is a page I only saw when I was looking for a few examples for my presentation. Of course, the title pages and that like are still sometimes given outside support. However, the client is responsible for all the copy, he/she scans the photos, adds the visuals and I receive the whole thing and when I have time I take a quick look and say that's okay and refer it on to the printer. It's all done by the telephone wire in a short period of time without having to wait for the graphic artist.

Her we have an example of a folder with very simple elements. It has been beautifully designed not by me but by the secretary in the office. This is a tourism brochure for a conference in Lech where they did want our support so that we are not going out of business but we don't always want to execute our own ideas when the customers can do the work themselves.

My conclusion: If we sit down and talk to each other, to our clients, we will find ways and means once the basics have been established to enable the client to carry on: Today customers can do a lot themselves. Of course, that won't be the case with a huge corporation but we also live from small organizations and small jobs and I think in that case the experiment is running very well. In the next phase we want to sit down with our client to produce a corporate design manual and here again it's not me who will be in charge of the task but the client himself. I want the client to produce the pages, to write down the various points, to publish the results, to produce them in whatever way he wants. I'm not gonna do that work,

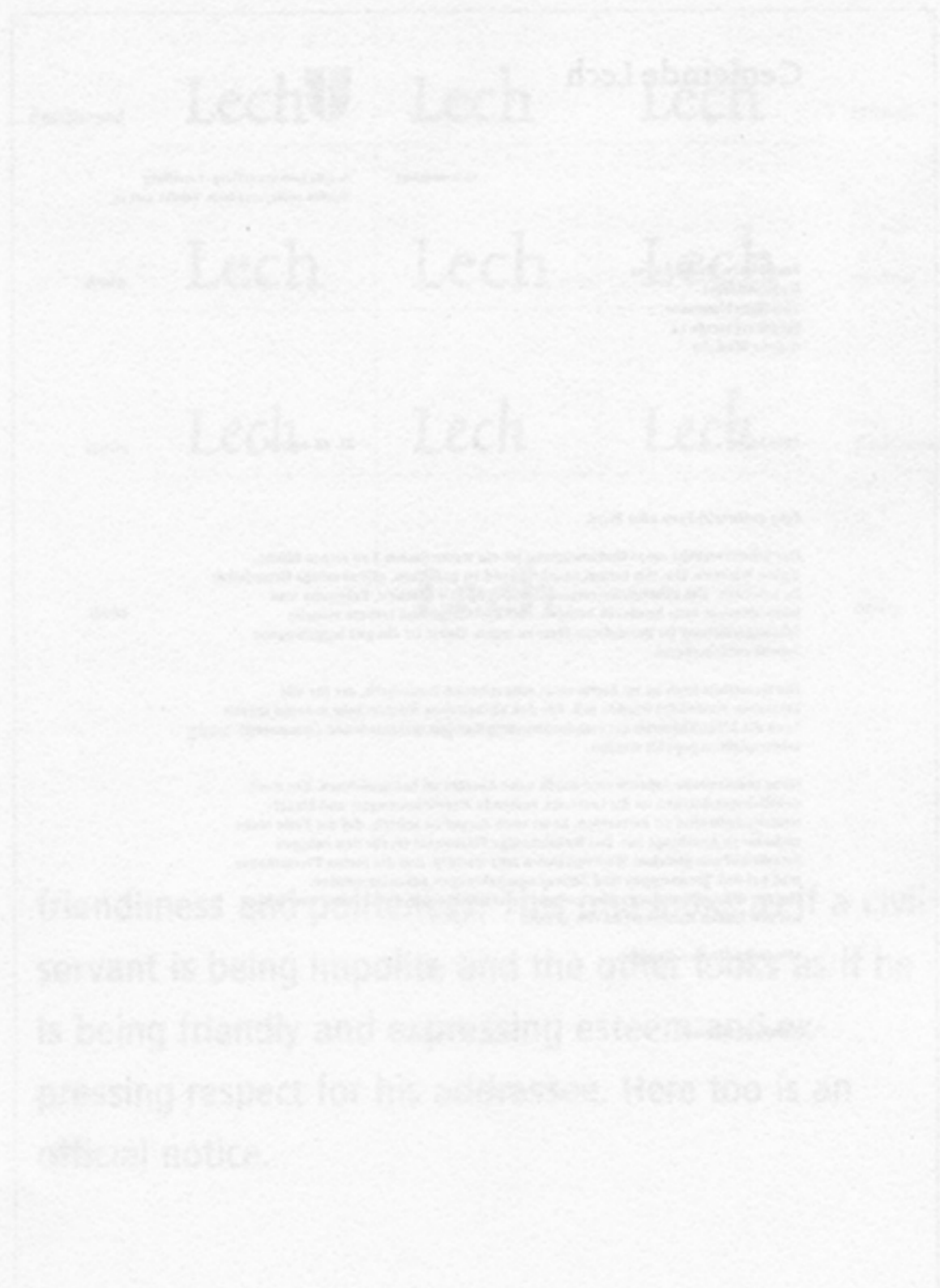
gen mit typografischen Laien in der Gemeinde. Wir überwachen die einzelnen Applikationen mit Hilfe der Computer-Datenverbindung. Unser Aufwand ist dabei minimal. Der Kunde gestaltet und setzt selbst seine Zeitung, scannt die Bilder und schickt das fertige Dokument per Telefon in die Druckerei. Und alles in kürzester Zeit, mit beträchtlicher Kostenreduktion: Allein durch die Herausgabe der Lecher Zeitung hat sich die Mac-Anlage innerhalb eines Jahres amortisiert.

Unsere eigentliche Gestaltungsarbeit war, die Gemeinde in die Lage zu versetzen, selbständig Mittel der Information und der Kommunikation zu gestalten und teilweise auch zu produzieren. Als nächstes werden wir uns mit dem gemeinsamen Erarbeiten des Corporate Design Manuals befassen. Mir ist wichtig, hierfür dem Kunden die Schriftleitung zu übertragen.

Meine Schlußfolgerung: Der Wille eines jeden Menschen zur eigenschöpferischen Arbeit ist in einem moderierten Prozeß zwischen Gestalter und Anwender kein Störfaktor sondern eine konstruktive Hilfe. Eine strikte Trennung zwischen *Designer* und *Nicht-Designer* kann ich nicht mehr akzeptieren.

I will merely be there to accompany the procedure.

So that was what I wanted to say to you with regard to my ideas. Thank you very much!



IIID

The International Institute for Information Design (IIID), affiliated to the International Council of Graphic Design Associations (ICOGRADA), is recommended by UNESCO as a partner organization for world wide co-operation on matters of information design (Resolution 4.9 of the 28th General Conference of UNESCO, 1995, Paris).

Das Internationale Institut für Informations-Design (IIID) ist affiliertes Mitglied des International Council of Graphic Design Associations (ICOGRADA). IIID wird von UNESCO als Partner-Organisation für weltweite Kooperationen auf dem Gebiet des Informations-Design empfohlen (Resolution 4.9 der 28. General-Konferenz der UNESCO, 1995, Paris).

Fachhochschul-Studiengänge-Vorarlberg

By operating various study courses "Fachhochschul-Studiengänge-Vorarlberg" is planned to become the "Fachhochschule" of Vorarlberg, a business related not-for-profit organization, which aims at the creation, distribution and the management of "Productivity Factor Knowledge".

Wir sind Träger von Fachhochschul-Studiengängen und die zukünftige Fachhochschule Vorarlbergs, eine wirtschaftsnahe Non-Profit-Organisation, die auf die Schaffung, die Vermittlung und das Management des "Produktionsfaktors Wissen" ausgerichtet ist.



bm:ww

Federal Ministry of Science and Transport

Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr



United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur

Sponsor:

Bank Austria

1. Auflage, 1998

Hersteller: Haltmeyer Gesellschaft m.b.H. & Co. KG, Wien

A list of all Vision Plus Monographs can be looked up at the IIID Web Site or can be ordered by phone or in writing from IIID. Its address etc. is given on page 1.

Ein Verzeichnis aller Vision Plus Monographien ist der Web Site des IIID zu entnehmen. Es kann auch telefonisch oder schriftlich von IIID angefordert werden. Die Adressen sind auf Seite 1 angeführt.