

HAND

BUCH

GRAFIK

DESIGN

HAND
BUCH
GRAFIK
DESIGN

Theo
Inglis

PRESTEL

München • London • New York

Inhalt

Einleitung	6	Fotografie	156
Kapitel 1 - Historie:		Art Direction	160
Ursprünge	16	Abstraktion	162
Avantgarde	20	Collage	164
Bauhaus	26	Barrierefreiheit	166
Neue Typografie	32	Protest	168
Mid-Century Modern	34	Umwelt	172
Schweizer Stil	38	Klischee	176
Kreative Revolution	42	Retro	178
Designagenturen	44	Pastiche	180
Internationaler Stil	46	Trompe-l'œil	182
Gegenkulturen	50	Schrift als Bild	184
Postmoderne	56	Kapitel 4 - Typografie:	
Digitales Grafikdesign	64	Typografisches Lexikon	190
Kanon	68	Ursprung der Typografie	194
Kapitel 2 - Theorie:		Serifenschriften	198
Semiotik	72	Serifenlose Schriften	206
Ästhetik	76	Akzidenzschriften	214
Gestaltpsychologie	78	Schreibschriften	218
Farbtheorie	82	Nicht-lateinische Schriften	222
Logo	88	Lettering	226
Ornament	90	Postmoderne Typografie	232
Standards	92	Digitale Typografie	236
Vernakuläres Design	94	Schriftpsychologie	242
Propaganda	98	Kapitel 5 - Medien:	
Designpolitik	102	Plakate	246
Ethik	106	Werbung	254
Geschlechterrollen	108	Buchcover	260
Rassismus	112	Bücher	266
Sexualität	116	Editorial	270
Kulturelle Aneignung	118	Schallplattencover	276
Design als Kunst	120	Markenidentität	280
Designer als Autoren	122	Verpackungen	288
Kapitel 3 - Praxis:		Orientierungssysteme	292
Raster	128	Infografiken	294
Hierarchie	132	Grafikanimationen	296
Proportion	134	Webseiten	298
Stil	136	UI/UX-Design	302
Problemlösung	140	Soziale Medien	306
Grafischer Witz	142	Quellen	308
Piktogramme	146	Bibliografie	310
Visuelle Sprache	148	Index	312
Zufall & Unfall	150	Bildnachweis	318
Illustration	152	Danksagung	320



Oben: *Give 'em both barrels*, Plakat für das US Office for Emergency Management, Jean Carlu, 1941

Unten rechts: *America's answer!* Production, Plakat für das US Office for Emergency Management, Jean Carlu, 1942



Einleitung

„Design ist die Methode, die Form und Inhalt zusammenbringt. Für Design gibt es ebenso wie für Kunst mehrere Definitionen; es gibt keine einheitliche Definition. Design kann Kunst sein. Design kann Ästhetik sein. Design ist so einfach, deshalb ist es auch so kompliziert.“ Paul Rand¹

„Grafikdesign ist nicht besonders selten oder speziell. Es ist kein Beruf, es ist ein Medium. Es ist eine Form der Ansprache, ein Mittel der Kommunikation. Es wird in der gesamten Kultur in unterschiedlicher Komplexität und mit unterschiedlichem Erfolg genutzt. Das ist es, was am Grafikdesign wichtig ist. Das ist es, was es interessant macht. Und es ist überall dort im Einsatz, wo es Worte und Bilder gibt.“ Tibor Kalman, J. Abbott Miller und Karrie Jacobs²

Grafikdesign deckt ein breit gefächertes Themenspektrum ab: Es ist ein Medium, ein Arbeitsfeld, ein Handwerk, eine Disziplin, ein Beruf und eine ganze Industrie. Es berührt nahezu jeden Aspekt der menschlichen Gesellschaft - von Wirtschaft und Politik bis zu Kunst und Kultur. Um die vollständige Geschichte des Grafikdesigns zu erzählen, braucht es Bezüge zu so unterschiedlichen Welt ereignissen wie der Entwicklung des Alphabets vor etwa 4000 Jahren, der Arbeit antiker römischer und griechischer Steinmetze, den Manuskripten mittelalterlicher Schreiber, der Geburt des Buchdrucks, dem Beginn der industriellen Revolution und dem darauf folgenden modernen Konsumkapitalismus bis hin zur Erfindung des Internets im späten 20. Jahrhundert und darüber hinaus in eine unbekannt Zukunft.

Wenn Grafikdesign richtig gemacht wird, bleiben manche Resultate in unserem Alltag unbemerkt, während andere über den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens oder Produkts entscheiden können. Grafikdesign kann alltäglich oder glamourös sein, kreativ erfindetrisch oder streng organisiert, dekorativ schön oder funktional zweckmäßig, gesellschaftlich wertvoll oder ethisch fragwürdig, technologisch fortschrittlich oder in seinen Mitteln extrem einfach. In Anlehnung an die Worte des großen amerikanischen Dichters Walt Whitman: Grafikdesign ist weiträumig, es enthält Vielheit.

Grafikdesign kann ikonisch werden, historisch bedeutsam, vielfach reproduziert, international gesammelt und ausgestellt, doch landet es häufiger auf einer Mülldeponie als in einem Museum.

Ein Großteil des Grafikdesigns ist von Natur aus flüchtig, alltäglich und ver-gänglich, und doch erzählt es uns immer etwas über die Gesellschaft, die es hervorgebracht hat. Mit jedem Jahrzehnt, jeder kulturellen Neuerung, jeder tech-nologischen Entwicklung entwickelt sich das Grafikdesign weiter. Während es sich in vielerlei Hinsicht unwiderruflich verändert, bleibt es in manch anderer gleich und bewahrt Kernprinzipien und -anliegen, die dem Sturm der sich wan-delnden Moden und ästhetischen Trends trotzen. Wie der Grafikdesigner und Historiker Richard Hollis es ausdrückte: „Augen und Gehirne haben über Generatio-nen hinweg auf die gleiche Weise funkti-oniert. Das Umfeld ändert sich, aber die Grundsätze der visuellen Kommunikation bleiben bestehen.“³

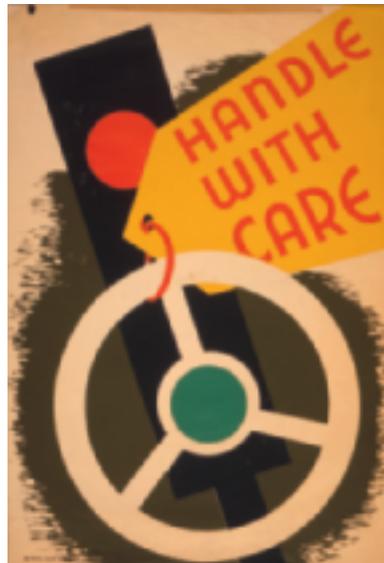
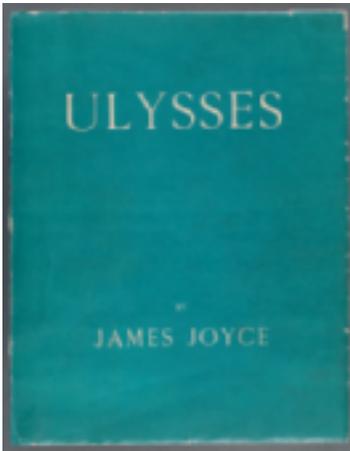
Der Schlüsselaspekt, der verschie-dene kreative Tätigkeiten unter dem Dach des Grafikdesigns verbindet, ist das Ziel der Kommunikation: Grafikdesign soll dem Publikum eine gewisse Bedeutung vermitteln; es muss zu einem bestimmten funktionalen Zweck hergestellt worden sein, sei es, um zu werben, zu infor-mieren, zu kennzeichnen, zu interes-sieren oder zu steuern. Eine Definition des Grafikdesigns ist ein schwieriges Unterfangen, ebenso wie die Frage, wann genau es historisch entstanden ist oder wohin es sich entwickelt. Die Abgren-zung zu verwandten Disziplinen wie Druck, Werbung, Typografie, Illustration, Kunst oder Medien (ganz zu schweigen von Design im Allgemeinen) ist nahezu unmög-lich. Wie der Designer und Autor David Reinfurt (geb. 1951) feststellt, hat Grafikdesign „keinen wirklichen eigenen Gegenstand“; es „arbeitet immer mit fremden Inhalten. Es ist eine Methode, die auf die Arbeit mit anderen Themen

angewandt wird.“⁴ Das soll nicht heißen, dass es eine nebensächliche Angelegen-heit ist – man stelle sich nur einmal eine Welt ohne Grafikdesign vor!

Über dieses Buch

Das *Handbuch Grafikdesign* befasst sich mit der Geschichte, den Ideen, Theorien und Kontexten des Grafikdesigns sowie den Herausforderungen, denen es als zeitgenössisches Handwerk unterliegt. Dies ist kein Anleitungsbuch. Wer praktische Grafikdesign-Fertigkeiten erlernen möchte, findet andere Bücher und – in unserem modernen digitalen Zeitalter – andere Wege, die vielleicht besser für die rasanten technologi-schen Entwicklungen geeignet sind, die heutzutage das Designgeschehen beein-flussen. Das *Handbuch Grafikdesign* ist auch keine Enzyklopädie: Viele Bereiche wurden nicht abgedeckt und jeder Abschnitt hätte weiter vertieft werden können, wenn es der Platz erlaubt hätte. Wo es möglich war, habe ich weiterfüh-rende Literatur vorgeschlagen und im Text auf andere Quellen verwiesen, die zusätzliche, weniger knappe Informatio-nen liefern können. Jedem Abschnitt in diesem Buch könnte problemlos ein ganzes Buch gewidmet werden und für die meisten ist das bereits geschehen. Die Welt des Grafikdesigns ist sehr komplex und je tiefer man in die Materie eintaucht, desto mehr gibt es zu entdecken und zu reflektieren.

In diesem Buch dominieren nicht die Bilder. Zwar handelt es sich um ein rein visuelles Thema, aber um es richtig zu erklären und zu ergründen, braucht es Text. Glücklicherweise sind Bücher im Internetzeitalter für Grafikdesigner nicht mehr die wichtigste Quelle für visuelle Beispiele. Mein Leben als



Oben links: *Ulysses*, James Joyce, Cover der Erstausgabe, 1922

Oben rechts: *O: Kurske, O Komsomole, O Mae*, Coverdesign von Ruvim Mazel, 1924

Unten links: *Gay 90's Art Ball*, Plakat, Illinois WPA Art Project, 1939

Unten rechts: *Handle with care*, Plakat, Missouri WPA Art Project, 1943

Umseitig: *Mass communication of complicated issues*, Posterdesign für das MIT, Dietmar R. Winkler, 1970

Designer ist ein Online-Leben, und ich bin der festen Überzeugung, dass es für alle Designer, ob angehende oder etablierte, unglaublich wertvoll ist, sich so viele und so unterschiedliche Grafikdesigns wie möglich anzuschauen; es hat meine eigenen Ideen und Interessen jedenfalls geprägt. Als Designer lernen wir vor allem durch Betrachten und Ausprobieren, doch gibt es viele Aspekte des Grafikdesigns, die man übersieht, wenn man nur betrachtet und ausführt. Was wir tun, ist natürlich das, wonach wir beurteilt (und meist auch bezahlt) werden, aber ohne das Warum und Wie gäbe es kein Grafikdesign. Dies ist gegenwärtig besonders relevant, da KI-generierte Bilder weit verbreitet und ein heiß diskutiertes Thema sind. Sollte die Rolle des Grafikdesigners darin bestehen, einfach nur das Vorhandene zu reproduzieren und Bilder ohne Verständnis für das Warum oder eine klare Begründung zu gestalten, können wir davon ausgehen, dass wir schon bald überflüssig sein werden.

Zum Glück bleibt Grafikdesign vorerst eine menschliche Tätigkeit; das beste Grafikdesign verlangt Kreativität, Ideen und Konzepte, eine Mischung aus Herz, Seele, Gehirn und Geschmack, nicht nur Augen. Einige Elemente des Grafikdesigns werden uns unweigerlich aus den Händen genommen werden. Schon jetzt ist es weit weniger arbeitsintensiv und viel schneller geworden als noch vor einigen Jahrzehnten, aber das macht den Einsatz des Intellekts, die Kenntnis von Ideen und Theorien und einen kritischen Geist für Designer nur noch wichtiger, wenn wir weiterhin notwendig, relevant und vor allem erwerbstätig sein wollen.

Das *Handbuch Grafikdesign* besteht aus fünf Kapiteln, die sich mit Geschichte,

Theorie, Praxis, Typografie und Medien befassen. Jedes dieser Kapitel ist in kleinere Abschnitte unterteilt, die zwischen zwei und acht Seiten lang und mit unterschiedlich vielen Bildern illustriert sind. Zwar ist die Typografie eine eigenständige Disziplin, doch sind das Verständnis und die Anwendung von Schrift für Grafikdesigner von so großer Bedeutung, dass es ein Versäumnis wäre, sie nicht einzubeziehen. Die Grenzen des Grafikdesigns sind durchlässig, manchmal sogar unscharf, und das gilt besonders für Grafikdesign und Typografie.

Die Geschichte des Grafikdesigns bildet zwar nur eines der fünf Kapitel (eher ein Streifzug als eine vollständige Chronologie), doch widmet sich ein Großteil des Buches historischen Erklärungen. Um den Stand des zeitgenössischen Designs zu verstehen, ist es wichtig, sich bewusst zu machen, wie wir hierhergekommen sind, was sich verändert hat und was gleich geblieben ist. Losgelöst vom Zeitgeist, der sich mit Trends beschäftigt, und mit dem Vorteil der Rückschau ist es einfacher, das Warum des Grafikdesigns aus historischer Sicht zu begreifen. Das Studium der Designgeschichte vermittelt Kenntnisse, die uns helfen, die Gegenwart und die Ideen und Ansätze, die wir in unsere heutige Arbeit einbringen können, besser zu verstehen. Die Kehrseite der Geschichte ist, dass sie ausgesprochen homogen ist, insbesondere die vorherrschende Erzählung über die Entwicklung des Grafikdesigns: Die Protagonisten sind meist weiß, männlich, amerikanisch oder europäisch und spiegeln wider, wer die Gesellschaft des 20. Jahrhunderts dominierte, aus der die Disziplin hervorging. Das bedeutet nicht, dass



heutige Studierende und Nachwuchsdesigner und -designerinnen die Geschichte verwerfen sollten, doch es ist wichtig zu erkennen, dass diese Geschichte nur eine von vielen möglichen ist, und dass wertvolle Arbeit geleistet wird, um diversere Alternativen zu entdecken und herauszuarbeiten. Wie der Architekturhistoriker Sigfried Giedion schrieb: „Geschichte ist nicht statisch, sondern dynamisch. Keine Generation ist in der Lage, ein Kunstwerk von allen Seiten zu begreifen; jede aktiv lebende Generation entdeckt neue Aspekte des Werks.“ Er fügt hinzu, man müsse „vom Geist seiner eigenen Zeit durchdrungen sein“, um „jene Teile der Vergangenheit zu entdecken, die frühere Generationen übersehen haben“.⁵

Es gibt Abschnitte über Rassismus, Geschlechterrollen, Sexualität, Politik und Aneignung in diesem Buch, die einigen

Grafikdesignern früherer Generationen, die mit Ideen von Neutralität und dem Vorrang der Form über den Inhalt aufgewachsen sind, fehl am Platz erscheinen würden (Paul Rand schrieb 1992: „Ein Student, der den Kopf mit Dingen voll hat, die nicht direkt mit Design zu tun haben [...], der von sozialen Problemen und politischen Fragen überflutet wird, ist ein verunsicherter Student“).⁶ Sie spiegeln jedoch nicht nur meine eigenen Ansichten wider, sondern umfassendere gesellschaftliche Veränderungen, die sich in den letzten Jahren auf das Grafikdesign ausgewirkt haben und dies zu Recht auch weiterhin tun werden.

Oben: *Broadside 5*, Alan Kitching / The Typography Workshop, 1992

Gegenüber: *Dgtl fmmn – Lab #disconnect* Plakat, Anja Kaiser, 2019



dgtl freem Lab
tickets@helleru.org
Tickets +49 301 254 6246
www.helleru.org

SHARE
dgtl

Kapitel 1: Historie

Ursprünge

Was sind die Wurzeln des Grafikdesigns? Der Begriff *graphic design* wird häufig dem US-amerikanischen Buchgestalter W. A. Dwiggins (1880-1956) zugeschrieben, der ihn 1992 in einem Artikel verwendete.¹ Dwiggins war jedoch sicherlich nicht der Erste, der „graphic“ - ein Wort, dessen etymologischer Ursprung im altgriechischen *graphikós* liegt (zum Malen geeignet, malerisch) - mit „design“ kombinierte, das aus dem lateinischen *designare* abgeleitet ist und bezeichnen, angeben, andeuten, entwerfen oder bestimmen bedeutet.² Allerdings sprach man bis zur zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts eher von „Grafik“ und „Gebrauchsgrafik“ und nur selten von „Grafikdesign“.

In der Ausbildung und Lehre begann sich um die Mitte des Jahrhunderts die Gebrauchsgrafik hin zu Grafikdesign zu wandeln. Das Londoner Royal College of Art (RCA) änderte 1948 seinen Studiengang Publicity Design in Graphic Design. Und ein Besuch von RCA-Lehrkräften an der Yale University animierte auch diese, als erste Universität in den USA in den 1950er-Jahren das Fach Graphic Arts in Graphic Design zu ändern.³ Dies zeigt die sich wandelnde Rolle des Grafikers in einer sich schnell verändernden Welt. Jegliche Verbindung zur „Kunst“, der immer noch eine primär dekorative Rolle zugeschrieben wurde, war für einen Designer nicht besonders tauglich. Und ebenso wenig eine Verbindung mit „Kommerz“ - Designer waren daran interessiert, wie sie ihre Fähigkeiten jenseits von Öffentlichkeit und Werbung nützlich einbringen konnten. Weitere jüngere Entwicklungen

von Hochschulstudiengängen hin zu Kommunikationsdesign oder Visueller Kommunikation lassen den sich ständig erweiternden Praxisbereich erkennen.

Abgesehen davon, ob der Begriff „Grafikdesign“ semantisch zutreffend ist, gab es immer wieder Debatten darüber, wo dessen Wurzeln tatsächlich liegen, insbesondere seit der Entwicklung des Grafikdesigns als wissenschaftliche Disziplin. Der italienische Designer Massimo Vignelli (1931-2014) meinte 1983 in seiner Grundsatzrede beim First Symposium on the History of Graphic Design am Rochester Institute of Technology (RIT), New York: „Grafikdesign lag lange im Dunkeln. Wir brauchen eine Taschenlampe, wenn nicht gar ein Flutlicht, um seine Geschichte zu beleuchten.“⁴ Für einige wie Josef Müller-Brockmann (1914-1996), Philip B. Meggs (1942-2002) und Paul Rand (1914-1996) liegen die Wurzeln des Grafikdesigns in den prähistorischen Höhlenmalereien. Andere wiederum sehen den Beginn im 15. Jahrhundert beim Druck der Gutenberg-Bibel, dem ersten in Europa vollständig mit beweglichen Lettern und einer Druckerpresse gedruckten Buch (bewegliche Lettern wurden schon früher in China und Korea für Papiergeld und Bücher verwendet).

Ein Hauptunterschied zwischen der Gutenberg-Bibel und einem früheren mit Illustrationen versehenen Manuskript ist die Tatsache, dass Erstere durch ihre Metalllettern mechanisch perfekt reproduzierbar war und eine Konsistenz ermöglichte, die für Schreiber niemals zu erreichen war. Die Option, exakte Kopien in größerer Auflage herstellen

zu können, galt oft als Schlüsselfaktor für die Unterscheidung zwischen Grafikdesign und Handwerk. Bedeutet dies jedoch, dass ein Drucker im 19. Jahrhundert, der für ein Plakat einen Text setzte, eher ein Grafikdesigner war als ein altrömischer Ladenbesitzer, der Text und Bild kombinierte, wenn er eine Terrakottatafel als Schild bemalte? Die Verwendung von Text und Bild in typografischem Zusammenspiel war in vorindustriellen Zeiten, als noch nicht viele Menschen lesen konnten, weit verbreitet und gilt wiederum als Hauptfaktor für die Unterscheidung zwischen Grafikdesign und rein bildnerischen Kunstformen wie die Malerei oder Illustration.

Der Hauptaspekt, der verschiedene kreative Tätigkeiten unter dem Dach des Grafikdesigns verbindet, ist das Ziel der *Kommunikation*: Grafikdesign soll eine gewisse *Bedeutung* vermitteln und muss einen bestimmten funktionalen Zweck erfüllen, sei es, um zu werben, zu informieren, zu kennzeichnen, zu interessieren oder zu steuern. Eine Definition von Grafikdesign ist ein schwieriges Unterfangen, und ebenso schwer ist die Frage zu beantworten, wann genau es historisch entstanden ist oder wohin es sich entwickelt. Die Abgrenzung zu verwandten Disziplinen wie Druck, Werbung, Typografie, Illustration, Kunst oder Medien ist nahezu unmöglich. Wie der Designer und Autor David Reinfurt (geb. 1951) feststellt, hat Grafikdesign „keinen wirklichen eigenen Gegenstand“; es „arbeitet immer mit fremden Inhalten. Es ist eine Methode, die auf die Arbeit mit anderen Themen angewandt wird.“⁵

Viele Historiker sind der Meinung, dass die Entstehung des Grafikdesigns



Oben: Foto eines Plakatierers auf dem Cover der Zeitschrift *Gebrauchsgraphik*, 3, von Michael Engelmann, 1956

Vorherige Seite: Detail von *A London Street Scene*, John Orlando Parry, 1835

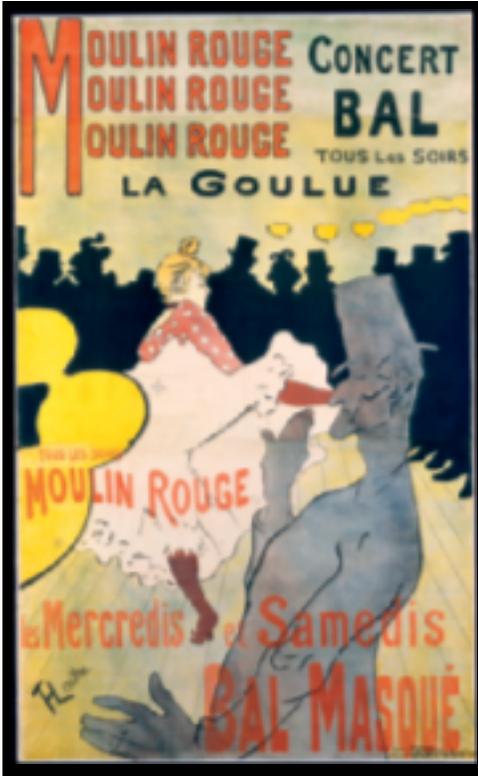
eng mit dem gedruckten Plakat verbunden ist. Plakate des frühen 19. Jahrhunderts waren noch von einer Typografie dominiert, bei der vor allem große Holzlettern verwendet wurden, mitunter auch einfarbige Holzschnittillustrationen. Durch die Erfindung des vollfarbigen Lithografiedrucks entzogen sich Plakate allerdings dem exklusiven Zuständigkeitsbereich der Druckereien, und es konnten nun auch Künstler Arbeiten erstellen, die der heutigen Vorstellung von Grafikdesign sehr nahe kommen. Die Farblithografie, die

durch Fortschritte bei der Tinten-technologie möglich und in den 1860er-Jahren vom französischen Grafiker Jules Chéret (1836-1932) perfektioniert wurde, erforderte, das Werk in drei unterschiedliche Farbschichten aufzuteilen, die auf Steinplatten aufgebracht und nach dem Ätzen gedruckt wurden.

Diese Art der Plakatgestaltung wählten - oft als Werbung für großstädtische Vergnügungen - Künstler wie Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901), Alphonse Mucha (1860-1939) und Aubrey Beardsley (1872-1898) und sie wurde zum Symbol der Belle Époque und des Jugendstils mit seinen dekorativen Elementen. Der lithografische Prozess mit den großen Farbflächen verlieh den Bildern ein „grafisches“ Aussehen, das auch von der asiatischen Kunst inspiriert war. Wenngleich sich die Gestalter jener Poster selbst eher als Künstler denn als Designer sahen, schufen sie mit der Anwendung ihres technischen Know-hows, konzeptionellen Denkens und künstlerischen Könnens Werke, die Text und Bild integrierten, kommunizierende Wirkung hatten und massenreproduzierbar waren.

Farblithografiertechniken verbreiteten sich bald weltweit, und die Zunahme an Quantität und Qualität von Plakaten spiegelte sich in der wachsenden Anzahl von themenspezifischen Publikationen wider, darunter *Art in Advertising* (USA, 1890-1899), *Les Maîtres de l'affiche* (Frankreich, 1895-1900), *The Poster* (Großbritannien, 1898-1900) und *Das Plakat* (Deutschland, 1910-1921). Weiterentwicklungen in der Drucktechnologie, verbunden mit einem rasanten Wachstum des Handels, führten dazu,

dass die Plakatkunst im 20. Jahrhundert große Bedeutung erlangte. Und in einer zunehmend auf visuelle Reize fokussierten Welt fanden die Techniken auch in anderen Bereichen Anwendung, etwa bei der Gestaltung von Inseraten, Titelseiten von Zeitschriften und Bucheinbänden.



Weiterführende Literatur →

Sara De Bondt & Catherine de Smet, *Graphic Design: History in the Writing* (Occasional Papers, 2014)

Richard Hollis, *Graphic Design in the Twentieth Century* (Thames & Hudson, 2021)

Philip B. Meggs & Alston W. Purvis, *Meggs' History of Graphic Design* (Wiley, 2016)

Oben links: *Moulin Rouge: La Goulue*, Plakat, Henri de Toulouse-Lautrec, 1891

Unten links: Werbung für den niederländischen Kamerahersteller Capi, Johann Georg van Caspel, ca. 1899

Unten rechts: Plakat für die Literaturzeitschrift *The Chap-Book*, Will H. Bradley, 1894



Avantgarde

„Wir wollen die Liebe zur Gefahr besingen, die Vertrautheit mit Energie und Verwegenheit.“

Filippo Tommaso Marinetti, *Manifest des Futurismus*, 1909

„Die Zeit der Destruktion ist zu Ende. Eine neue Zeit bricht an: die Zeit der Konstruktion.“

De Stijl, *Manifesto V*, 1923

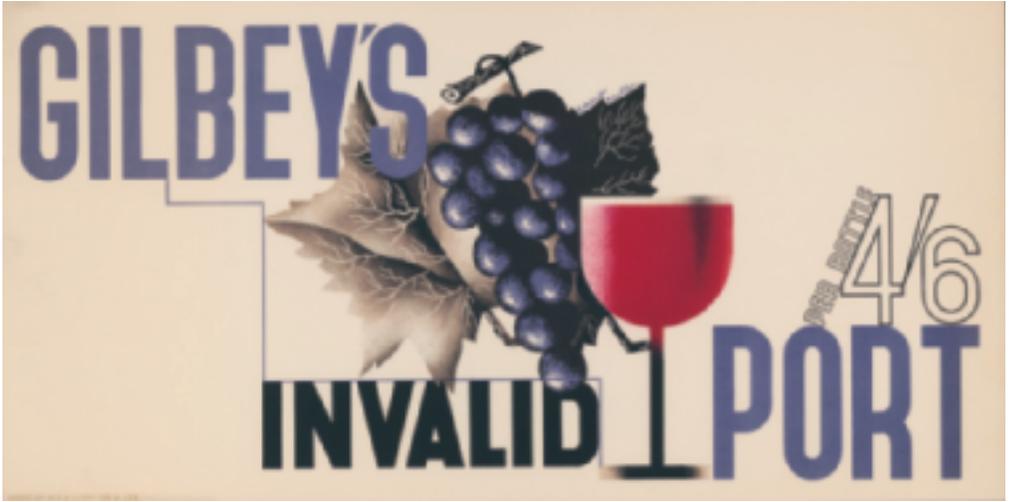
Der von fließenden Linien geprägte ausdrucksstarke Jugendstil, der die Anfangszeit der kommerziellen Kunst beherrschte, verlor zu Beginn des Ersten Weltkrieges 1914 bereits an Bedeutung. Er hatte jedoch dazu beigetragen, das Konzept des *Gesamtkunstwerks* - der Synthese verschiedener Bereiche der Kunst, des Designs und des Handwerks unter einer einheitlichen Ästhetik - zu popularisieren, was die meisten späteren Bewegungen inspirieren sollte. Viele wichtige Vertreter des Jugendstils, wie Charles Rennie Mackintosh (1868-1928) und Henry van de Velde (1863-1957), entwickelten Stile, die sich ebenso gut auf Grafikdesign wie auf Gebäude oder Möbel anwenden ließen.

Die organischen Formen des Jugendstils wurden abgelöst von einem kantigeren und geradlinigeren Stil, rückblickend als Art *déco* bezeichnet, einer Ästhetik der frühen Moderne, die technologische Innovationen und Geschwindigkeit zelebrierte. In diesem Stil arbeiteten Grafikdesigner wie der Franzose Cassandre (Adolphe Jean-Marie Mouron, 1901-1968) und der Amerikaner Edward McKnight Kauffer (1890-1954), der 1938 schrieb: „Der Künstler in der Werbung ist ein neuartiges Wesen“.⁶ Die Grafikdesigner waren vor allem von Strömungen geprägt,

welche die europäische Kunst erschütterten, insbesondere vom Kubismus, der die traditionellen perspektivischen Konventionen verwarf, und vom Surrealismus, der die Bildsprache des Traums und des Unbewussten aufgriff.

Diese Strömungen zeichneten sich durch neue internationale Netzwerke aus, die durch Printmedien und verbesserte Kommunikationstechnologien ermöglicht wurden, und waren Teil der sogenannten Avantgarde, nach dem französischen Begriff für die Soldaten, die als Erste in die Schlacht zogen. Als Avantgarde wurde jede Form von Kunst bezeichnet, die neue Wege beschritt und den Status quo infrage stellte, sei es in Bezug auf Ästhetik, Ideen oder auch Politik. Radikale politische Ideen wie Sozialismus, Kommunismus und Faschismus übten häufig Einfluss auf Künstler aus, die ihre Arbeit als Vorhut einer die Gesellschaft umgestaltenden Kraft sahen. Die Avantgarde-Bewegungen, die im Europa des frühen 20. Jahrhunderts entstanden, bildeten den Schmelztiegel für die Moderne. Künstler, Designer und Schriftsteller experimentierten mit neuen Ausdrucksformen, die für eine Zeit der rasanten Modernisierung und des tiefgreifenden sozialen Wandels geeignet waren.

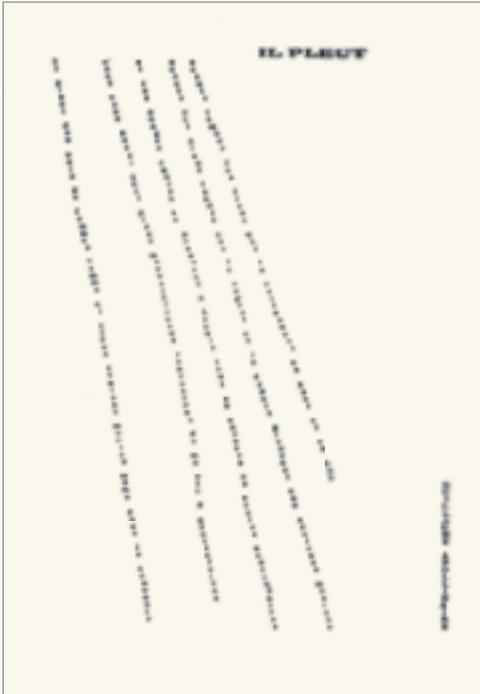
Eine der frühesten Bewegungen entstand in Italien: Mit einem



Oben: Werbung für Gilbey's Invalid Port, Edward McKnight Kauffer, 1933

Unten links: *Harper's Bazaar*, Titelseite, Cassandre, 1938

Unten rechts: *Keep Clean*, Plakat für das Federal Art Project, Erik Hans Krause, ca. 1936-1939



Oben links: *Il pleut* (Es regnet), Gedicht aus *Calligrammes*, Guillaume Apollinaire, 1918
 Oben rechts: *Zang Tumb Tumb*, Buchcover, Filippo Tommaso Marinetti, 1914

Manifest, das Industrie, Geschwindigkeit, Technologie, Jugend und selbst den Krieg feierte, rief der Dichter Filippo Tommaso Marinetti (1876–1944) 1909 den Futurismus ins Leben und forderte gleichzeitig die Zerstörung von Museen und Bibliotheken, um Italien vom „Krebsgeschwür der Professoren, Archäologen, Fremdenführer und Antiquare“ zu befreien.⁷ Während solche Aufrufe zu extremen Maßnahmen oft nur provokative Rhetorik mancher modernistischer Bewegungen waren, hatte der Futurismus enge Verbindungen zu Italiens ultranationalistischer

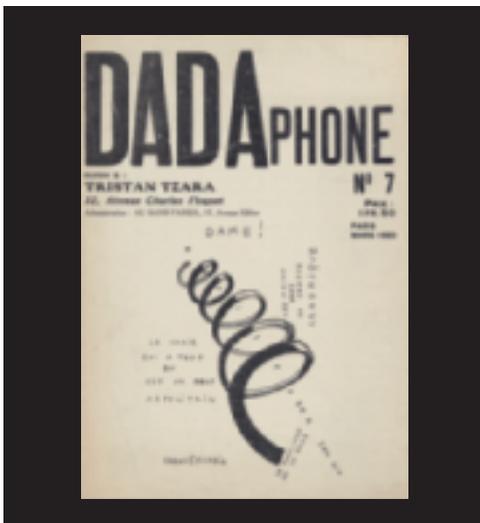
Bewegung, dem Faschismus, und zelebrierte im wahrsten Sinne des Wortes die Zerstörungskraft des Krieges und des italienischen Kolonialismus. Marinetti und andere Futuristen, wie der Maler und Designer Fortunato Depero (1892–1960), waren bekennende Faschisten und unterstützten Italiens faschistischen Führer Benito Mussolini. Da die Futuristen den kapitalistischen Fortschritt begrüßten, waren ihre Arbeiten für das kommerzielle Design bestens geeignet; Fortunato Depero entwarf Plakate für Campari und Titelseiten für *Vanity Fair*. Eines der

besten Beispiele für das Grafikdesign der Futuristen ist Marinettis Buch *Zang Tumb Tumb*, das von seinen Erfahrungen aus der Schlacht um Adrianopel im Jahr 1912 inspiriert war. Das 1914 veröffentlichte Buch verwendete verschiedene Schriftarten in unterschiedlichen Größen und dynamische, anarchische Layouts, um das überwältigende Chaos des mechanisierten Krieges zu vermitteln. Eine kurzlebige britische Variante des Futurismus war der Vortizismus. Er war inspiriert von Ezra Pounds (1885-1972) Konzept des „Vortex“ (Wirbel), den der amerikanische Dichter als „Punkt maximaler Energie“⁸ definierte, und wurde 1914 vom Maler und Schriftsteller Wyndham Lewis (1882-1957) durch die Zeitschrift *Blast* ins Leben gerufen, deren magentafarbenes Cover und schwere serifenlose Typografie in asymmetrischem Layout England schockierte.

Marinettis Verwendung von Text als eigenständiges visuelles

Ausdrucksmittel sowie die Nutzung der maschinellen Typografie übten einen großen Einfluss auf die Textexperimente anderer Avantgarde-Bewegungen aus. Der französische Dichter Guillaume Apollinaire (1880-1918) verwendete ähnliche Techniken in seiner Gedichtsammlung *Calligrammes* (1918). Bei diesen visuellen Gedichten unterstützte die Anordnung der Wörter deren Bedeutung.

Während die vorwiegend politisch rechts orientierten Futuristen den Krieg als „einzige Hygiene der Welt“ verherrlichten⁹, blickte ein Großteil Europas entsetzt auf den Ersten Weltkrieg. Eine Gruppe mit ausgeprägt antikriegerischen, antibürgerlichen und linken Tendenzen war Dada. Diesen sinnfreien Namen wählte der deutsche Dichter Hugo Ball (1886-1927) für einen kleinen Kreis von Künstlern und Dichtern aus ganz Europa, die sich in seinem satirischen Zürcher Nachtclub



Links: *DADA Phone no.7*, Cover, Francis Picabia, 1920

Rechts: *Merz matinéens*, Event-Flyer, El Lissitzky, 1923



Oben links: *Kino Glaz* (Kino-Auge), Plakat für sechs Filme von Dsiga Wertow, Alexander Rodtschenko, 1924



Oben rechts: *Merz*, Ausgabe 1 (Januar 1923): *Holland Dada*, Magazincover, Kurt Schwitters

Cabaret Voltaire trafen. Ihnen gemeinsam war das Interesse an Anarchie, Nonsense, Irrationalität und Nihilismus als Reaktion auf die sinnlose Brutalität des Krieges. Zu den wichtigsten Techniken des Dada zählten die Collage, die Assemblage (die scheinbar zufällige Kombination von Objekten), die Kollision von Text und Bild, die Verwendung typografischer Symbole und chaotische Kompositionen aus vielfältigen Schriftarten, die den dadaistischen Stil der energiegeladenen Kabarettabende aufgriffen. Die Ideen des Dadaismus wurden durch Zeitschriften weit verbreitet und gaben Künstlern

wie Tristan Tzara (1896-1963), Raoul Hausmann (1886-1971) und Kurt Schwitters (1887-1948) den Impuls zu experimentieren und eine dadaistische grafische Ästhetik zu entwickeln, die sich durch die Missachtung von Konventionen auszeichnete. Das von Schwitters herausgegebene Magazin *Merz* mit seinen modernistischen Layouts war ein Sammelbecken europäischer Strömungen. Schwitters wurde später eine Schlüsselfigur der „Neuen Typografie“ und entwarf eine experimentelle Schrift, die phonetische Laute nachbilden sollte. Er war Gründungsmitglied des „Rings neuer Werbegestalter“,

einer Gruppe europäischer Pioniere, die avantgardistische Techniken auf die Werbung der späten 1920er-Jahre anwendeten.

Zu Schwitters Mitstreitern gehörte Theo van Doesburg (1883-1931). Er war Mitbegründer von De Stijl (Der Stil), der führenden Kunstrichtung der Niederlande, die nach der 1917 gegründeten Zeitschrift gleichen Namens benannt wurde. Weitere Schlüsselfiguren der Bewegung waren der Maler Piet Mondrian (1872-1944) und der Möbeldesigner und Architekt Gerrit Rietveld (1888-1964), die beide vor allem für ihre geometrischen Werke mit vertikalen und horizontalen Linien und einer begrenzten Farbpalette von Schwarz, Weiß, Rot, Blau und Gelb bekannt sind. De Stijl, auch Neo-Plastizismus genannt, war weitaus rationaler und minimalistischer als der Futurismus oder Dada. Dies spiegelte sich in der Herangehensweise der Gruppe an das Grafikdesign wider, die vor allem von Theo van Doesburg entwickelt wurde. Die Beschränkungen, die sich aus der Vorherrschaft des rechten Winkels ergaben, führten zu einer innovativen blockförmigen Typografie und abstrakten geometrischen Kompositionen.

De Stijl wurde stark von Russland beeinflusst. Dort trafen während der Revolution von 1917, die zum Sturz der Monarchie und zur Gründung einer sozialistischen Republik führte, avantgardistische Ideen und radikale Politik aufeinander. Eine frühe Entwicklung in der modernen russischen Kunst war der Suprematismus von Kasimir Malewitsch (1897-1935), der den vielleicht ersten Versuch einer rein geometrischen, ungegenständlichen abstrakten Malerei darstellte und 1915 mit einem schwarzen Quadrat auf weißem Grund begann.

Malewitschs Inspiration war „die Suprematie der reinen Empfindung in der bildenden Kunst“ und die Ablehnung der bloßen Nachahmung der „Erscheinungen der gegenständlichen Natur“.¹⁰ Diese Zelebrierung neuer Möglichkeiten ging Hand in Hand mit der Revolution, und Malewitsch wurde im reorganisierten Bildungssystem ein einflussreicher Lehrer. Einer seiner Anhänger, El Lissitzky (1890-1941), entwickelte einen suprematistischen Ansatz für das Grafikdesign, der durch viel Weißraum, wenig Farbe und dynamische Winkel gekennzeichnet war.

In der Anfangszeit der Sowjetunion waren die Künstler bestrebt, ihre Werke sozial und politisch nutzbar zu machen, und so bot sich das Grafikdesign als Experimentierfeld an. Der Theoretiker Osip Brik (1888-1945) brachte diesen Gedanken 1923 in der russischen Zeitschrift *LEF* auf den Punkt. Er schrieb, „dass man ins wirkliche Arbeitsleben eintreten, dass man sein eigenes Organisationstalent dorthin tragen muss, wo es gebraucht wird - in die Produktion.“¹¹ Brik bezog sich dabei auf Alexander Rodtschenko (1891-1956), der 1915 zusammen mit dem Architekten Wladimir Tatlin (1885-1953) den Konstruktivismus begründet hatte. Obwohl der Konstruktivismus visuell dem Suprematismus ähnelte, ging es ihm weniger um „Empfindungen“ als um praktischen Nutzen. Er war von der modernen industriellen Produktion inspiriert, wobei auch die Kamera einbezogen wurde.

Weiterführende Literatur →

Jeremy Aynsley, *Pioneers of Modern Graphic Design* (Mitchell Beazley, 2004)
Johanna Drucker, *The Visible Word* (University of Chicago Press, 1997)

Bauhaus

„Wollen, erdenken, erschaffen wir gemeinsam den neuen Bau der Zukunft, der alles in einer Gestalt sein wird: Architektur und Plastik und Malerei, der aus Millionen Händen der Handwerker einst gen Himmel steigen wird als kristallenes Sinnbild eines neuen kommenden Glaubens.“

Walter Gropius, 1919

1919 vom Architekten Walter Gropius (1883-1969) in Weimar gegründet, war das Bauhaus die einflussreichste Kunst- und Designschule des 20. Jahrhunderts. Dies lag sowohl an der Innovationsfreude der Lehrkräfte als auch am multidisziplinären Ansatz, die traditionellen Grenzen verschiedener Disziplinen zu überschreiten, um die Künste zu vereinen. Die Gründungswerte der Schule standen für Ideen und Utopien und basierten auf protomodernen und avantgardistischen Prinzipien sowie auf Einflüssen der Arts-and-Crafts-Bewegung in Großbritannien, insbesondere von William Morris (1834-1896) und John Ruskin (1819-1900).

Das Bauhaus war sehr politisch: Gropius' Manifest sprach von der Bildung einer neuen „Zunft der Handwerker ohne die klassentrennende Anmaßung, die eine hochmütige Mauer zwischen Handwerkern und Künstlern errichten wollte“.¹² Wenngleich nicht alle Lehrkräfte ihre politischen Ansichten miteinander teilten, so hatten ihre Theorien doch oft klare sozialistische Untertöne und sie vertraten die Ansicht, dass man durch Kreativität, Technik und Radikalismus der Masse das Schöne vermitteln könne und Klassenbarrieren niedergerissen werden könnten, um eine gleichberechtigte, moderne Gesellschaft zu schaffen. Geschlossenheit in allen Bereichen war das Ziel, sowohl gesellschaftlich als auch zwischen Kunst und Technik und

zwischen Kunst und Industrie – quer durch Kunst, Architektur, Handwerk und Design. Obwohl das Bauhaus fortschrittlich war, hielt es an weit verbreiteten sexistischen Ansichten fest: Frauen (die Gropius kollektiv als das „schöne Geschlecht“ bezeichnete) waren zwar am Bauhaus zugelassen, sie wurden aber in traditionell weibliche Kunsthandwerksbereiche wie Töpfern und Weben gedrängt.

Obwohl oft angenommen wird, dass das Bauhaus von Anfang an eine ausgeprägte, konsistente Ästhetik der Moderne hatte, war dies nicht der Fall – es bedurfte Zeit und vieler Experimente, bis sich jene Charakteristik herausgebildet hatte, die heute mit der Schule untrennbar verbunden ist. Viele frühe Bauhaus-Lehrer waren noch dem Expressionismus zugewandt, und die Schule war noch weit davon entfernt, eine Bastion von Wissenschaft und Vernunft zu sein. Mystik und Spiritualität übten auf Mitarbeiter wie Paul Klee (1879-1940), Wassily Kandinsky (1866-1944) und Johannes Itten (1888-1967) einen großen Reiz aus. Itten prägte den Vorkurs am Bauhaus, in dem die Schüler fächerübergreifend verschiedene Disziplinen studierten. Im Katalog der Bauhaus-Ausstellung des Museum of Modern Art, New York, schrieb Alexander Dorner 1938: „Von einem eindeutigen ‚Bauhaus-Stil‘ zu sprechen, hieße, zur kulturellen Lähmung des 19. Jahrhunderts



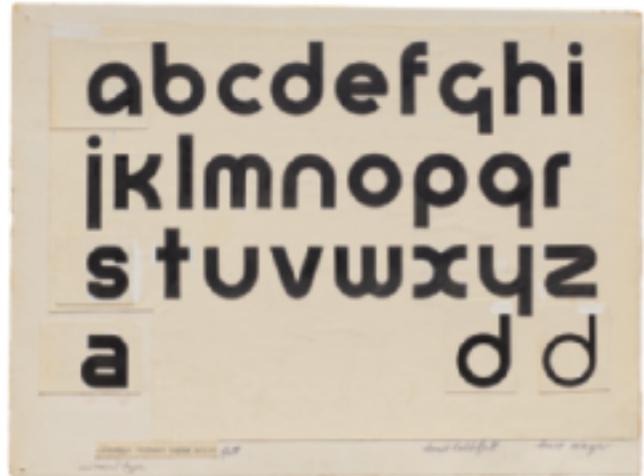
Links: Katalog für die Ausstellung Europäisches Kunstgewerbe, Herbert Bayer, 1927



Oben links: *Bauhaus Ausstellung*, Plakat, Herbert Bayer, 1923

Oben rechts: *Ausstellung Staatliches Bauhaus*, Plakat, Joost Schmidt, 1923

Rechts: Entwurf des Universalschrift-Alphabets, Herbert Bayer, ca. 1925



zurückzukehren ... Der integrale Aspekt des Bauhauses, nämlich die funktionale Basis von Design, war ebenso voller sich verändernder Möglichkeiten wie unser eigenes technisches Zeitalter.“¹³

Grafikdesign und Typografie waren ursprünglich keine Studienfächer am Bauhaus, gewannen aber an Bedeutung, als László Moholy-Nagy (1895-1946) 1923 dort seine Lehrtätigkeit aufnahm. Weitere diesbezüglich wichtige Personen waren Herbert Bayer (1900-1985), Josef Albers (1888-1976) und Joost Schmidt (1893-1948), die zunächst Schüler, später Lehrer am Bauhaus waren und maßgeblich dazu beitrugen, die Prinzipien der Schule in eine anschauliche Bildsprache zu überführen. Albers interessierte sich besonders für die Farbtheorie, und der Bauhaus-Stil war von hellen, großen Farbflächen geprägt, vor allem in den Grundfarben Blau, Gelb und Rot. Hinzu kamen die drei Grundformen Kreis, Dreieck und Quadrat, die in den Primärfarben zum Sinnbild der Schule wurden. Es war Kandinsky, ein Wegbereiter der abstrakten Kunst, der die Verwendung der Grundfarben und Grundformen als Schlüssel zur Bildsprache des Bauhauses etablierte.

Charakteristisch für das Design von Moholy-Nagy, Schmidt, Bayer und ihren Schülern waren Asymmetrie, rationaler Minimalismus, Verzicht auf Ornamente, großzügiger Negativraum, eine begrenzte Farbwahl und geometrische Formen. Einflüsse kamen vor allem von Avantgardebewegungen wie dem Konstruktivismus und der Künstlergruppe De Stijl, aber auch der Wunsch, eine passende und effiziente Bildsprache im Maschinenzeitalter zu finden, war maßgeblich.

Die Bauhaus-Typografie war von fetten, geometrischen, serifenlosen Schriften geprägt. Serifen galten als unnötige ornamentale Verschmückung, und jeglicher Bezug zu typografischen Traditionen sollte vermieden werden. Die Entwicklung neuer Schriftarten lag den Bauhaus-Designern am Herzen. Albers experimentierte mit Schablonen und modularen Elementen und schuf unter anderem die Kombinationsschrift, die ausschließlich auf den geometrischen Grundformen Quadrat, Dreieck und Viertelkreis basierte. Die bekannteste Bauhaus-Schrift ist Bayers Universalschrift (1925), eine schlichte geometrische, serifenlose Schrift, die auf Großbuchstaben verzichtete und bei der Beschilderung des Campus in Dessau Anwendung fand. Die ausschließliche Verwendung von Kleinbuchstaben wurde zum Bauhaus-Markenzeichen - Großbuchstaben galten als unnötig. Bayer meinte 1926, man könne mit einem Alphabet doch dasselbe ausdrücken wie mit zwei Alphabeten.¹⁴ Weder Bayers noch Albers' Schriften wurden kommerziell angeboten, aber sie waren einflussreich und brachten im späten 20. Jahrhundert Nachahmungen und Revivals hervor.

Abstraktion und Geometrie wurden der Illustration vorgezogen, die man als anachronistisch betrachtete, und die „objektive“ Fotografie wurde als Bereich gefördert, in dem Bauhaus-Designer mit Bildern experimentieren sollten. Besonders innovativ im Umgang mit Fotografie war Moholy-Nagy: Er arbeitete mit in der Dunkelkammer erstellten Fotogrammen, verband in seinen „Typofotos“ Typografie mit Fotografie und schuf allein mit der