

The background is a halftone pattern. It features a globe with a network of lines radiating from a central node. The word 'PORT' is visible on the globe's surface. The overall aesthetic is technical and modern.

6. AVANTGARDEKUNST UND GRAFIKDESIGN

Wirtschaftliches und Soziales**Avantgardekunst und Grafikdesign**

Die gesellschaftlichen und politischen Umstände in den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts schufen die Grundlagen für eine Annäherung von Kunst und Design auf der Basis eines gemeinsamen massenkulturellen und technologiefreundlichen Konzepts. Die avantgardistischen Bewegungen der modernen bildenden Kunst beeinflussten die Designszene vor allem im Bereich des Grafikdesigns («Reklamegrafik»)¹. Während einige dieser Bewegungen eine begrenzte Wirkung hatten, beeinflussten andere, wie Kubismus, Futurismus, Dada, Surrealismus, De Stijl, Konstruktivismus und Expressionismus, die Sprache des Grafikdesigns unmittelbar. Das gemeinsame Interesse an der Schaffung einer allgemein verständlichen Zeichensprache, die den gesellschaftlichen Aufbruch ihrer Zeit angemessen zu visualisieren vermag, verband die Reformer unter den (Reklame-) Grafikern mit vielen avantgardistischen Künstlern. Es wäre allerdings falsch zu behaupten, das moderne Design sei ein Stiefkind der bildenden Kunst. Wie schon in den vorhergehenden Kapiteln gezeigt, waren die Chicagoer Schule, die Glasgower Schule, die späte Wiener Werkstätte sowie Adolf Loos und Peter Behrens in ihrem Bewusstsein für Raum und geometrische Formen um die Jahrhundertwende weiter als die damalige moderne Malerei.² Im Folgenden sollen nicht die Avantgardebewegungen der ersten drei Jahrzehnte des europäischen 20. Jahrhunderts dargestellt, sondern anhand exemplarischer Beispiele die ablesbaren Auswirkungen der modernen Kunst auf das Design aufgezeigt werden.

1 1935 veröffentlichte Jan Tschichold, ein Protagonist der «Neuen Grafik», in den «Typographischen Monatsblättern» (Zürich, 1935) einen Aufsatz über «Die gegenstandslose Malerei und ihre Beziehungen zur Typographie der Gegenwart».

2 Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 262.



Abb. 83: George Braque: Häuser in L'Estaque, 1908. H. Honour, J. Fleming, Weltgeschichte der Kunst, München, 1992, S. 574.



Abb. 84: E. McKnight Kauffer: Plakat für den «Daily Herald», 1918. Dieses Plakat zeigt, wie der formale Ausdruck des Kubismus (und des Futurismus) für ein Grafikdesign mit klarer Kommunikation verwendet werden konnte. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 255.



Abb. 85: A.M. Cassandre: Plakat für die Pariser Zeitung «L'Intransigeant», 1925. Ein piktografisches Bild von «Marianne», der symbolischen Stimme Frankreichs, welche Neuigkeiten ausruft, die sie über Telegrafendrähte erhält. Indem er seine Gegenstände auf ikonografische Symbole reduziert, näherte sich Cassandre sehr stark dem synthetischen Kubismus an. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 256.

Kubistische Revolution

Die kubistische Bewegung um Braque und Picasso war die avantgardistische Strömung, die den radikalen Bruch mit den künstlerischen Traditionen des 19. Jahrhunderts zuerst vollzog. Sie entwickelte ein neues Abstraktionsverfahren durch Reduktion aller Formen auf ein System von Würfeln, Zylindern und scharf begrenzten Facetten und Flächen («analytischer Kubismus»). Es war eine grundsätzlich neue Bildvorstellung, die mit dem tradierten naturalistischen Illusionismus brach (Abb. 83). Auf diese Weise wurden die Objekte gleichzeitig von verschiedenen räumlichen und zeitlichen Ansichten präsentiert: eine komplexe Sicht der Realität. Komplexe Prozesse und nicht mehr nur Zustände waren auch der Gegenstand der modernsten zeitgenössischen Forschung in Physik und Chemie. So schufen die KubistInnen eine Revolution in der Malerei, die ein Äquivalent zur Revolution im wissenschaftlichen Weltbild darstellte.¹

Die visuellen Erfindungen des Kubismus wurden zum Katalysator für Experimente, welche auch das Design zu geometrischer Abstraktion und zu einem neuen Zugang zur Illustration brachten. Viele DesignerInnen und IllustratorInnen der so genannten *postkubistischen modernen Illustration*, wie E. McKnight Kauffer, A.M. Cassandre oder Jean Carlu, übertrugen Konzepte und Ideen in ihre Entwürfe, vor allem in Plakate (Abb. 84–86).

Die Formen der Buchstaben in Fernand Légers Malerei und seinem grafischen Werk für Blaise Cendrars Antikriegs-Buch *La Fin du Monde, filmée par l'Ange Notre-Dame* markierten den Weg zu geometrischen Buchstabenformen. Seine beinahe piktografischen Vereinfachungen der menschlichen Figur und der Gegenstände waren eine bedeutende Inspiration für

die moderne Illustrationsgrafik. Légers platte Farbflächen, die städtischen Motive und die schneidige Präzision seiner Maschinen halfen, das Design nach dem Weltkrieg zu definieren (Abb. 87).

Futuristischer Geschwindigkeits- und Technikkult

Auch die futuristische Bewegung proklamierte den Bruch mit der Vergangenheit der Museen und Akademien, die Zerstörung des Alten und die Sprengung der künstlerischen Tradition. Dagegen stellte sie die «Pracht des durch die siegreiche Wissenschaft verwandelten zeitgenössischen Lebens.»² Die futuristische Kunst wollte die rauschhaft erlebte moderne Welt in ihre Texte, Bilder und Skulpturen übersetzen. Sie wollte die Welt der Technik «als allgegenwärtige Geschwindigkeit» spiegeln. In dem von Filippo Marinetti (1876–1944) 1909 verfassten «Manifest des Futurismus» erschienen der Rhythmus des modernen Lebens, die Geschwindigkeit und Ästhetik der Maschinen und die Aggressivität der technischen und militärischen Welt wie eine Verheissung.³ Die gestalterische Umsetzung erfolgte durch simultane Darstellung: Verschiedene Erlebnis- und Ereignisphasen eines Motivs wurden in einem einzigen Bild (oder einer Plastik) simultan dargestellt.

1 Beat Schneider, Penthesilea, S. 291f.

2 Die Zitate stammen aus dem «Manifest des Futurismus» von 1909, zitiert aus: Schneider, Penthesilea, S. 291.

3 In den zwanziger Jahren nahm der italienische Futurismus eine offen faschistische Haltung ein und begrüßte die absolute Verherrlichung der nationalistischen Aggression im faschistischen Staat Mussolinis.

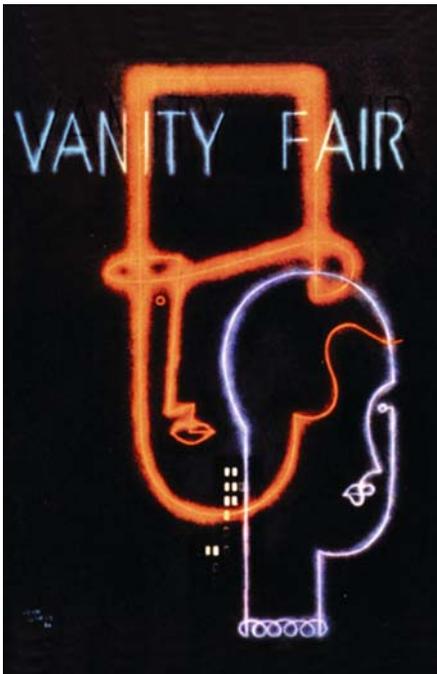


Abb. 86: Jean Carlu: Buchumschlag für «Vanity Fair», 1930. Stilisierte geometrische Köpfe evozieren Neonlicht und Kubismus, während sie in den Nachthimmel glühen. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 258.



Abb. 87: Fernand Léger: Seiten aus «La Fin du Monde, filmée par l'Ange Notre-Dame», 1919. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 233.



Abb. 88: Filippo Marinetti: Montage + Vallate + Strade x Joffre (Berge + Täler + Strassen x Joffre), 1915. Dieses Gedicht beschreibt Marinettis Reise nach Frankreich, an die Front und zu F. Léger. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 234.

Der Futurismus hatte einen revolutionierenden Einfluss auf die andern künstlerischen Bewegungen (Dada, Konstruktivismus und de Stijl). Filippo Marinetti rief auch zu einer typografischen Revolution auf. Seit Gutenbergs Erfindung des Satzes mit beweglichen Typen hatte das Grafikdesign eine strenge horizontale und vertikale Strukturierung gepflegt. Die FuturistInnen gaben diese Tradition auf und animierten ihre Seiten mit dynamischen, nicht linearen Wortkompositionen. Für sie sollten Wortinhalt und Typografie gleichzeitig expressive visuelle Form annehmen. Das neue typografische Design bekam den Namen «parole in liberta» (Worte in Freiheit) (Abb. 88, 89).

Dada

Dada entstand zunächst als literarische Bewegung, die opponierte, rebellierte und provozierte. Die Dadaisten publizierten Nonsense-Gedichte mit absurden Titeln und mit einem ebenso charakteristischen Design (Abb. 90). Dada-KünstlerInnen erfanden die *Fotomontage*, nämlich die Technik, vorgefundene fotografische Bilder zu manipulieren und damit ein widersprüchliches Nebeneinander und Assoziationen des Zufalls zu kreieren.

John Heartfield, der antifaschistische «Fotomonteur», benutzte die Fotomontage als potente Propagandawaffe gegen die Nazis – er gestaltete zum Beispiel die Titelseiten der deutschen «Arbeiter-Illustrierten-Zeitung» (AIZ) (Abb. 91).

Die surrealistische Traumwelt

Die surrealistische Bewegung fand anstelle der realen Welt – dieser «Weltkonstruktion der Vernunft» – eine «nicht weniger wirkliche Welt»⁴, bestehend aus Vorstellungen, Fantasien

und Ahnungen. Es ist eine Welt, die zuvor von Verstand und Logik verhindert wurde. Der Surrealismus rehabilitierte das Reich von Magie und Aberglaube. Die surrealistische Welt ist die Domäne des Unbewussten, der Triebe, der Traumwelt und ihrer Bilderwelt. Es ist eine dunkle, dem logischen Denken verschlossene und absurd erscheinende Region. Der Arzt und Psychiater Sigmund Freud (1856–1939) hatte mit seiner Tiefenpsychologie und Trieblehre den Schlüssel für die Entdeckung dieser Welt des Unbewussten geliefert.

In seinem «Surrealistischen Manifest» (1924) betonte der französische Schriftsteller André Breton die Sinnlosigkeit einer logischen, ästhetischen und moralischen Zivilisationsfassade gegenüber der existenziellen Übermacht des Irrationalen.

Die SurrealistInnen glaubten an eine lebbar Verbindung der neuen Wirklichkeit mit der Alltagsrealität, wenn die Letztere nach ihren Vorstellungen revolutioniert würde. André Breton: «Ich glaube an die künftige Lösung dieser beiden äusserlich so widersprüchlich erscheinenden Zustände – Traum und Wirklichkeit – in einer Art von absoluter Wirklichkeit – von «surréalité».» Der Bruch mit der Tradition und die Utopie einer «surrealen» Gesellschaft brachte die surrealistische Bewegung politisch in die Nähe der revolutionären linken Bewegungen und Parteien. André Breton schrieb: «Der Surrealismus ist im Dienst der Revolution».⁵

Die Wirkung der SurrealistInnen auf das Grafikdesign war unterschiedlich (Abb. 92). Sie bahnten den Weg für neue Techniken und demonstrierten, wie Fantasie und Intuition auf visuelle Art ausgedrückt werden können. Die surrealistischen Bilder und Ideen wurden später von den Massenmedien übernommen und trivialisiert.⁶

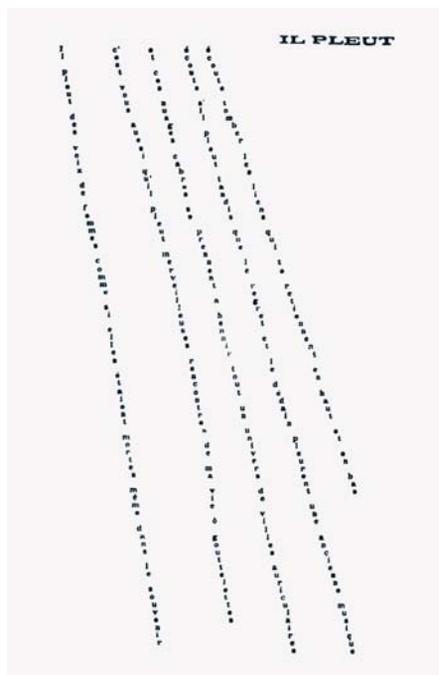


Abb. 89: Guillaume Apollinaire: Kalligramm «Il pleut» (Es regnet), 1918. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 236.



Abb. 90: Hugo Ball: Dada-Gedicht, 1917. Solche Gedichte drückten den dadaistischen Wunsch aus, den logischen menschlichen Unsinn durch einen unlogischen Unsinn zu ersetzen. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 239.



Abb. 91: John Heartfield: Der Sinn des Hitlergrusses, 1932. Titelblatt der «Arbeiter-Illustrierten-Zeitung», Nr. 42. Anlass dieser Fotomontage war die finanzielle Unterstützung Hitlers durch das deutsche Monopolkapital. Quelle: Beat Schneider, Penthesilea. Die andere Kultur- und Kunstgeschichte, Bern, 1999, S. 343.

Der surrealistische Künstler *Max Ernst* (1891–1965) verwendete eine Reihe von Techniken, die im Grafikdesign übernommen wurden. Fasziniert vom Holzdruck der Novellen im 19. Jahrhundert, erfand er diesen neu, indem er technische Collagen schuf, um merkwürdige Nebeneinanderstellungen zu kreieren (Abb. 93). Diese surrealistischen Collagen hatten einen starken Einfluss auf die Illustration.

De Stijl/Konstruktivismus

Der konstruktivistische Einfluss auf das Design durch die russischen und holländischen KonstruktivistInnen ist bereits erwähnt worden (vgl. Kapitel 5). De Stijl und der russische Konstruktivismus suchten nach einer reinen Art der Herstellung von visuellen Beziehungen. Mondrian und Malewitsch verwendeten dazu reine Linien, Flächen und Farben, welche die Basis einer allgemein verständlichen Zeichensprache bilden sollten. Die so gewonnene strenge geometrische Ordnung war für sie ein visionärer Prototyp für eine neue Weltordnung oder anders formuliert: der formal-ästhetische Ausdruck für eine universelle und klassenlose Gesellschaft, welche auf der modernen Industrie und Technik basierte.

Der Gebrauch solcher geometrischer Konstruktionen im Entwurf von gedruckten Seiten hatte durch das ganze 20. Jahrhundert hindurch einen dominierenden Einfluss auf die visuelle Kommunikation:

Das Vokabular von De Stijl wurde direkt im Grafikdesign angewendet. Die konstruktivistisch entwerfenden GrafikerInnen benutzten für das Gesamtlayout und zum Teil auch für die Schrift die horizontalen und vertikalen Strukturen von Mondrians Gitter (Abb. 94; vgl. auch Abb. 59). Sie anonymisierten die Typografie, indem sie statt Zier- und Handschriften

schmucklose, technisch wirkende Satzschriften verwendeten (vor allem die Grotesk), und sie entindividualisierten die Bildelemente, indem sie für Illustrationen das anonymere Medium der Fotografie der individuellen Handzeichnung vorzogen.⁷

Avantgardistische Fotografie

Es war unvermeidlich, dass die neuen visuellen Sprachen der avantgardistischen Bewegungen die Fotografie beeinflussten, genauso wie Futurismus und Dadaismus ihre Wirkung auf die Typografie hatten. Die Fotografie wurde erfunden, um die Realität mit grösserer Genauigkeit zu dokumentieren, als dies die Malerei vermochte. Im frühen 20. Jahrhundert stiess die Kunst die Fotografie jedoch in ein neues Reich der Abstraktion und des Designs.

In seinen Manipulationen von Fotos in der Dunkelkammer und in seinen bizarren Aufbauten im Studio brachte *Man Ray* (1890–1976) Dada und Surrealismus in der Fotografie zum Einsatz. Er war der erste Fotograf, der das kreative Potenzial der Solarisation ausnutzte, indem er eine Emulsion mit grösserer Lichtmenge belichtete, als zur Erzielung der Maximalschwärze notwendig ist, so dass eine Bildumkehr eintrat. Rays kameralose Drucke, die er *rayographs* nannte, waren komplexer als Schattenbilder. Er verwendete auch die Verzerrungstechnik, den Druck durch Gewebe hindurch und die Mehrfachbelichtung, um traumähnliche Bilder und neue Interpretationen von Zeit und Raum zu schaffen und so den Surrealismus im Grafikdesign umzusetzen (Abb. 95).

4 Beat Schneider, Penthesilea, S. 293f.

5 Zitiert aus: Ebenda, S. 294.

6 Philip Meggs, History of Graphic Design, S. 245.

7 Christoph Bignens, Swiss Style, S. 38.

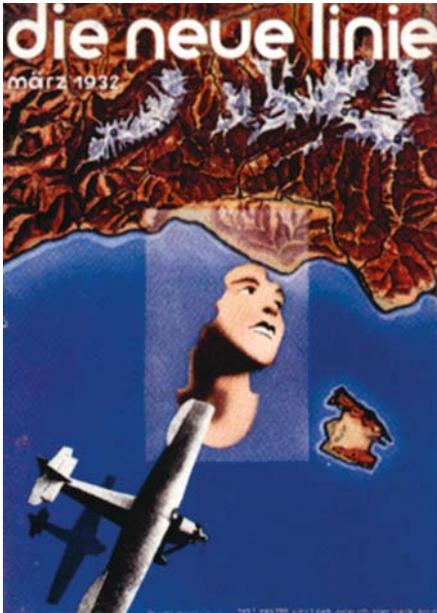


Abb. 92: Herbert Bayer: Titel der Zeitschrift «Die neue Linie», März 1932. Surreale Flugreiseesohnsucht Quelle: Wolfgang Schepers, Peter Schmitt (Hg.), Das Jahrhundert des Design. Geschichte und Zukunft der Dinge, Frankfurt, 2000, S. 105.



Abb. 93: Max Ernst: Collage «Une Semaine De Bonté», 1934. Fotomechanische Drucktechniken machen (Schneide-) Ränder unkenntlich und vereinheitlichen so das Bild. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 244.

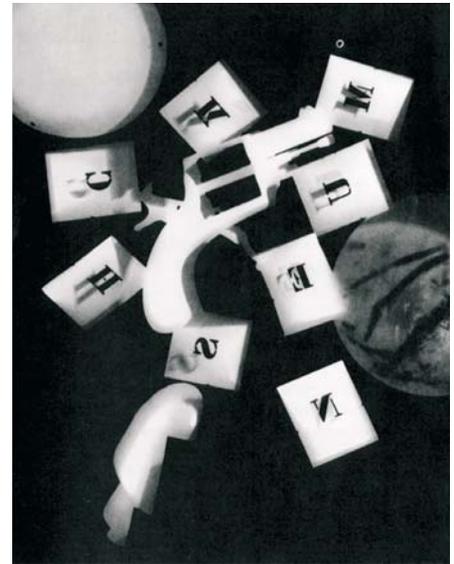


Abb. 95: Man Ray: Pistole mit Buchstabenquadraten, 1924. In diesem «rayograph» verwandeln Mehrfachbelichtungen (Solarisation) und wechselnde Lichtquellen die Gegenstände der Fotografie in eine neue visuelle Ordnung. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 248.

Der «Plakatstil»

Die Geschichte des Plakats als Massenkommunikationsmedium begann im 19. Jahrhundert. Zur Zeit der aufkommenden Markenartikelindustrie wurde das Bild-Plakat zum wesentlichen Werbemittel. Seit der Erfindung der Lithografie durch A. Senefelder (1798) konnte das Plakat in grossem Format und hoher Auflage produziert werden. Um die Wende zum 20. Jahrhundert schufen Jugendstilkünstler wie E. Grasset und A. Mucha einen spezifischen Plakatstil mit fließenden ornamentalen Linien und neuen Schriftformen, der in Europa grossen Einfluss hatte.

Um 1900 begann die Markenartikelindustrie zu florieren. Als Folge davon prosperierten auch Plakat- und Werbegrafik. In dieser Zeit wurde das Plakat beziehungsweise das Illustrationsdesign wie gezeigt stark von der modernen Kunst beeinflusst. Das *reduktive, farbflächige* Illustrationsdesign, das in Deutschland im frühen 20. Jahrhundert entstand, wird «Plakatstil» genannt. In Berlin wurde *Lucian Bernhard* (1883–1972) Schöpfer einer neuen Plakat-Form, des «Berliner Sachplakats». Er reduzierte die Bildelemente auf eine grafisch vereinfachte Produktabbildung und den Firmenschriftzug (Logo); dazu benutzte er intensive Farben (Abb. 96). Mit dieser Vereinfachung des Bildaufbaus sollte die Wahrnehmung der Plakate im Stadtbild verstärkt und der wachsenden Verkehrsdichte Rechnung getragen werden. Sein Stil machte Schule: *H.R. Erdt*, *J. Gipkens* und andere entwarfen ähnliche Plakate (Abb. 97).

Im Ersten Weltkrieg stellten diese Designer ihr Können teilweise in den Dienst der Kriegswerbung – ein Vorgang, der auch im Design der USA zu beobachten war. Im Krieg erreichte das Kommunikationsmedium Plakat seine grösste Ver-

breitung. Die Regierungen benutzten in diesem globalen Konflikt für ihre Propaganda- und Überzeugungskampagnen Plakate, die massenweise verbreitet wurden (Abb. 98).

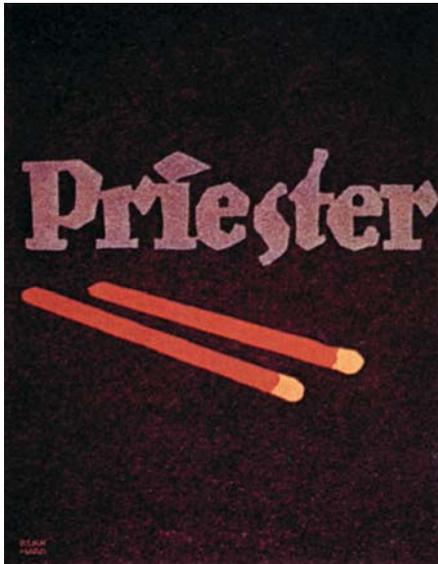


Abb. 96: Lucian Bernhard: Plakat für Zündhölzer der Firma Priester, 1905. Ursprünglich war auf diesem Entwurf für einen Firmenwettbewerb noch ein Tisch zu sehen, auf dem die Zündhölzer und eine Zigarre lagen, und im Hintergrund tanzende Mädchen. Bernhard reduzierte das Plakat kurz vor dem Abgabetermin auf zwei Aussagen. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 249.

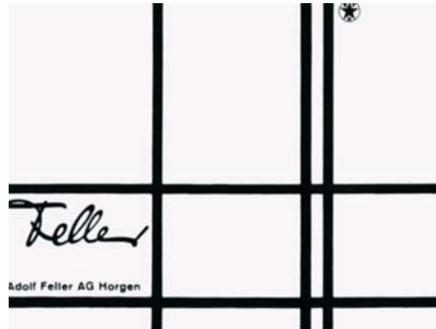


Abb. 94: Richard P. Lohse: Anzeige der Adolf Feller AG Horgen, um 1950. Quelle: Christoph Bignens, Swiss Style. Die grosse Zeit der Gebrauchsgrafik in der Schweiz 1914–1964, Zürich, 2000, S. 38.

Abb. 97: Hans Rudi Erdt: Plakat für Opel-Automobile, 1911. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 250.



Abb. 98: Lucian Bernhard: Plakat für eine Kriegsanleihe-Kampagne, 1915. Der dominierende militärische Eindruck wird durch die gotische Inschrift verstärkt. Quelle: Philip Meggs, A History of Graphic Design, New York, 1998, S. 251.