



„Made in Germany“ ist noch gefragt

Junge deutsche Gestalter experimentieren, bleiben aber sachlicher als ihre Nachbarn

Fast ganz in Schwarz bitten Katja M. Becker (30) und Stephanie Podobinski (35) zum Gespräch in ihr kleines „beau bureau Kommunikationsdesign“. Schwarz ist schließlich die Lieblingsfarbe der Designer – auch der jungen, wie die Recherchen der Kölnerinnen ergeben haben. Was sie noch herausgefunden haben, hat Katja M. Becker Barbara Buchholz erzählt.

ausgereiftes Konzept, alles ist von vorne bis hinten durchdacht. So kommt es zu reduzierten, sachlichen Lösungen. In Frankreich zum Beispiel ist Design teilweise kitschig oder verspielt. Holländisches Design ist auf jeden Fall mutiger, Englisches frecher. Die Briten haben ja so einen speziellen Humor, das sieht man auch im Design und in der Werbung.

Verswinden diese Unterschiede nicht im Zuge der Globalisierung?
Nein. Design ist immer noch ländertypisch.

Junges Deutsches Design – wie würden Sie das beschreiben?

Es ist sehr vielseitig. Auffällig ist, dass es nicht mehr begrenzt ist auf einzelne Sparten wie Grafik- oder Produktdesign, sondern dass es interdisziplinär ist. Die jungen Designer gestalten nicht nur Broschüren oder Logos, sondern entwerfen auch T-Shirt-Kollektionen oder gestalten Messtische, Internetseiten oder haben ein eigenes Modelabel.

Können Sie das an einem Beispiel erklären? Wie würde ein deutsches Büro etwa ein Plakat für ein Festival gestalten im Gegensatz etwa zu einem niederländischen?

Die Niederländer würden auf jeden Fall außergewöhnlichere Schriften verwenden und eine feinere Typografie. In Deutschland gibt es etwa zehn Top-Ten-Schriften, die man überall sieht. Das ist in den Niederlanden anders. Das ändert sich jedoch gerade auch bei den jungen Designern in Deutschland. Ein Grund für den Unterschied ist, dass in den Niederlanden viele Schriftentwerfer leben und

Inwiefern unterscheidet sich deutsches Design von dem aus anderen Ländern?

Deutsches Design ist konzeptioneller. Es gibt zumeist ein

Wie kommt das?
Ganz wichtig: Design ist dort in der Gesellschaft politisch verankert. Es gibt in den Niederlanden eine Art Bundesamt für Design: Die Premselar Foundation des Ministeriums für Bildung, Kultur und Wissenschaft in Amsterdam. Deshalb spielt Design überall eine selbstverständlichere Rolle. Außerdem gibt es Förderungen für Designer nach der Uni. Der Designer ist ein anerkannter Beruf, das ist hier immer noch nicht so richtig der Fall. Dies liegt vielleicht auch daran, dass „Designer“ hier keine geschützte Bezeichnung ist. Und dass gut gestaltete und durchdachte Kommunikation nicht nur das Image fördert, sondern auch Geld sparen kann, haben hier in Deutschland nur wenige realisiert.



Engagement und Inhalte sind angesagt: Imagegestaltung des Kölner Büros beau bureau für eine Non-Profit-Organisation.

BUCH-TIPP

Der junge deutsche Durchschnittsdesigner heißt Jens Andreas Becker, ist 28,5 Jahre alt, lebt und arbeitet in Berlin und trinkt täglich 2,9 Tassen Espresso oder Latte macchiato. Herausgefunden haben das die Kölner Designerinnen Katja M. Becker und Stephanie Podobinski. Für ihr Buch „Young German Design“ (DOM Publishers, Hardcover im Schuber, 600 S., 88 Euro) haben sie 30 junge Design-Agenturen in ganz Deutschland porträtiert und einen Überblick über die Szene geschaffen. Die Palette reicht von Hamburg bis München und von Köln bis Leipzig, von Plakaten für Kammerjäger bis zum Erscheinungsbild für eine Modedesignerin. Der Gartenzwerg ist eine Art Maskottchen des Hamburger Büros „giraffentost“. (bab)



Katja M. Becker (l.) und Stephanie Podobinski mit ihrem Buch.

studieren. In Deutschland gibt es diesen Studiengang bis heute nicht. In den Niederlanden hat Design allgemein auch einen viel höheren Stellenwert. Daher sind die Auftraggeber bereit, mehr Geld auszugeben, zum Beispiel für individuelle Fotos, eine besondere Schrift oder ungewöhnliche Materialien. In Deutschland wird „Design“ nur im Zusammenhang mit Produkten gesehen. Grafik-Design als wichtiger Teil der Alltagskultur wird kaum wahrgenommen.

Wie unterscheidet sich die junge Designer-Generation von der älteren?

Sie ist experimentierfreudiger und mutiger. Eine neue Tendenz ist, dass es so viele kleine Büros gibt, die jetzt überall in Deutschland aus dem Boden sprießen. Das gab's vor zehn Jahren in dieser Form noch nicht. Das lag wohl auch an der wirtschaftlichen Lage in

Deutschland: Vor fünf bis sechs Jahren waren nach dem Studium einfach keine Jobs da und viele haben sich aus der Not heraus selbstständig gemacht. Dadurch ist eine sehr lebendige Szene entstanden.

Beziehen sich die jungen deutschen Designer noch auf Klassiker wie das Bauhaus und die Ulmer Hochschule für Gestaltung?

Ja! Darüber waren wir selber auch ganz überrascht. Mindestens jeder zweite, den wir für unser Buch befragt haben, hat sich auf Bauhaus oder Ulm bezogen. Das spielt noch eine sehr große Rolle.

Was gibt es für Trends in der jungen deutschen Designszene?

Soziales Engagement und der Gedanke an die Umwelt werden immer wichtiger. Gute Konzepte und Inhalte, dass man wirklich etwas transportiert und nicht einfach nur schön gestaltet.

Woher kommen die Inspirationen?

Das ist bei jedem anders. Bei mir kann das ein Spaziergang durch die Straßen sein, ich lese außerdem gerne viel, und zwar nicht unbedingt Fach-

zeitschriften, sondern alles Mögliche. Das kann man immer wieder in die Arbeit einfließen lassen.

Muss man sich als Designer in Deutschland eigentlich sehr einschränken, um Kundenwünsche zu erfüllen?

Das hängt auch mit der jeweiligen Branche zusammen. Wir arbeiten in unserem Büro beau bureau Kommunikationsdesign viel im Kulturbereich, für Künstler oder Theater. Da kann man natürlich

freier arbeiten als bei großen Konzernen, wo durch das Corporate Design viel vorgegeben ist. Aber klar lässt man sich immer neu auf den Kunden ein und muss auch dessen Wünsche und Ziele berücksichtigen.

Wie wird das deutsche Design im Ausland wahrgenommen?

„Made in Germany“ ist immer noch sehr beliebt, mehr als man denkt, und auch das Interesse an deutschem Design ist sehr groß.



Zeigen, wo's lang geht: Eine Besucherführung für den Dresdner Zwinger hat das Leipziger Büro Gourdin & Müller entworfen. (Abbildungen aus dem Buch „Young German Design“)

Sensibel machen für Architektur um uns herum

Das Forum aktueller Architektur in Köln plan08 widmet sich dem Thema „Urbanismus“

Von BARBARA BUCHHOLZ

Ständig bewegen wir uns durch Architektur, an Architektur vorbei – aber so richtig was damit zu tun haben die meisten von uns nicht. Dies zu ändern, dazu ist 1999 das Projekt „plan – Forum aktueller Architektur“ in Köln angetreten. Eine Woche lang stehen Architektur und Städtebau im Mittelpunkt von Ausstellungen und Veranstaltungen.

Das Zentrum des Ganzen befindet sich jedes Jahr an einem anderen Ort. „Wir sind als

Nomaden unterwegs“, erklärt Kay von Keitz, der das Projekt mit Sabine Voggenreiter ins Leben gerufen hat und organisiert. Bei der diesjährigen plan-Ausgabe vom 19. bis 26. September wird der zentrale „Meeting Point“ im VHS-Gebäude am Neumarkt aufgeschlagen. Dazu gehören wird ein Ausstellungskubus vom Kölner Haus der Architektur auf dem Josef-Haubrich-Hof. „Das passte einerseits, weil wir Architektur und Städtebau noch stärker zu einem Bildungsthema machen wollen“,

erklärt von Keitz. Außerdem wolle man das VHS-Gebäude als zukünftigen Sitz des Hauses der Architektur ins Spiel bringen.

Was kann und soll Stadt sein?

Das Leitmotiv der Veranstaltungsreihe lautet wie im vergangenen Jahr „Urbanismus“. So, wie sich das Forum aktueller Architektur von 2004 bis 2006 um „Wohnen“ gedreht hat,

befassen sich die nächsten drei Ausgaben mit dem Phänomen der Stadt.

„Ein komplexes Thema, das jede Menge Fragen beinhaltet“, wie von Keitz erklärt: Was kann und soll Stadt sein? Wie wollen wir darin leben? Das beginne bei Details wie: Werden wir in Zukunft die Dachlandschaft mehr nutzen? Und reiche bis zu Definitionen wie: Was meinen wir überhaupt mit dem Begriff Stadt? Schließlich sieht das, was dahinter steht, in Europa völlig anders aus als etwa in China. Und

auch die Probleme sind weltweit verschieden: Während in Europa urbane Räume zum Teil schrumpfen, explodieren Städte auf anderen Kontinenten geradezu.

Das Forum im September, erklärt von Keitz, gliedere sich in drei Segmente: Da gibt es zunächst den großen Themenbereich „Urbanismus“, der beispielsweise Führungen durch die Stadt beinhaltet, und zwar von so genannten „Wahrnehmungslehrern“, die eben auch wieder der Architekturvermittlung dienen. In diesem

Sinne gibt es Kooperationen wie die mit dem Verein Jugend Architektur Stadt (JAS), der Workshops für junge Leute anbietet, um sie für das Thema Stadt zu sensibilisieren. Weiterhin steht die „plan-Akademie“ auf dem Programm, in deren Rahmen rund ein Dutzend Hochschulen ihre Projekte präsentieren. Und schließlich ist da noch der Bereich „Cross Architecture“, der alles umfasst, was im weitesten Sinne mit Kunst zu tun hat.

www.plan-project.com