



DER NEUE STANDARD

OPUS MAGNUM

TEXT

Bernhard E. Bürdek (editorial@grid-magazin.de)

Wie aus einer anderen Zeit, so kommen die vier von André Vladimir Heiz herausgegebenen Bände zu den Grundlagen von Gestaltung daher: insgesamt 1436 Seiten, die in einem Schubler ausgeliefert werden. Das gesamte Werk beruht auf einem Forschungsprojekt der HES.SO, der ECAL in Lausanne sowie der ZHDK in Zürich. Etwas Ähnliches hatte bisher nur Gyorgy Kepes in den 1960er-Jahren veröffentlicht (in sechs Bänden, verlegt von La Connaissance in Brüssel). Es war angesichts der sich rasant verändernden gesellschaftlichen, ökonomischen und technologischen Bedingungen wahrlich an der Zeit ein solches Grundlagenwerk für die Gestaltung neu zu erstellen.

Gemeinsam ist den vier Büchern ein durchgängiges Gestaltungsprinzip (grid), das in einem exzellenten Grafikdesign (die Schweizer Tradition lebt) realisiert wurde. Die Texte und Abbildungen sind übersichtlich und didaktisch aufbereitet, die Inhalte anspruchsvoll, gleichwohl wurde sprachlich eine Ebene gefunden, die alles für den Einstieg erfahrbar, erlebbar und erlernbar macht.

Band 1: Prozesse und Programme

Wie geht das eigentlich mit der Gestaltung? Was ist Wahrnehmung? Was sind überhaupt kreative Prozesse? Welche Wege und Methoden gibt es? Diese Fragen werden detailliert diskutiert und visualisiert. Das Zeichnen, Notieren und sprachliche Übersetzen bilden die Grundlagen für Entscheidungen über Gestaltung. Dies ist nicht wirklich neu, wird aber exzellent präsentiert.

Band 2: Strukturen und Systeme

Diese fast schon klassischen Begriffe werden völlig neu interpretiert, von ihrer systemtheoretischen Sprödigkeit befreit und in das Leben von Gestaltern transferiert. Der Möbeldesigner Christophe Marchand liefert wesentliche Beiträge zu Modellen und Prototypen: von der Skizze über das Modell zum Serienprodukt. Daran wird deutlich, dass zwischen Theorie und Praxis eine intensive Wechselwirkung besteht; diese zu untersuchen nennt man heute »practice-based-research«. Hier schließen die vier Bände wahrlich eine große Lücke in der Designtheorie, denn wenn diese nichts mehr mit Praxis zu tun hat, dann bleibt sie autopoesisch, heute nennt man so etwas »elastische Diskurse«.

Band 3: Zeichen und Kontext

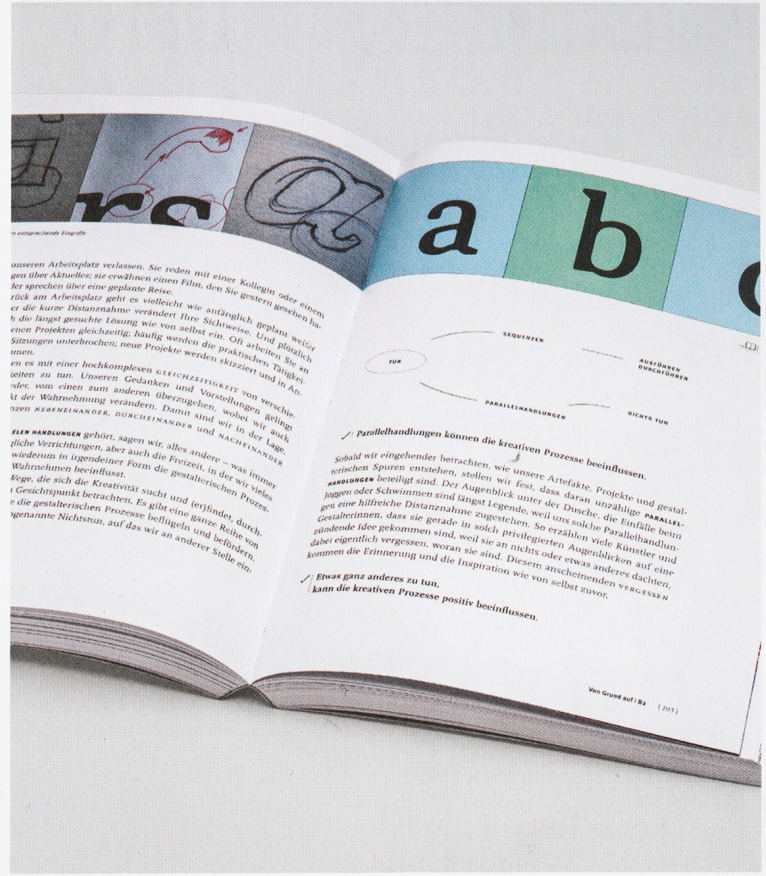
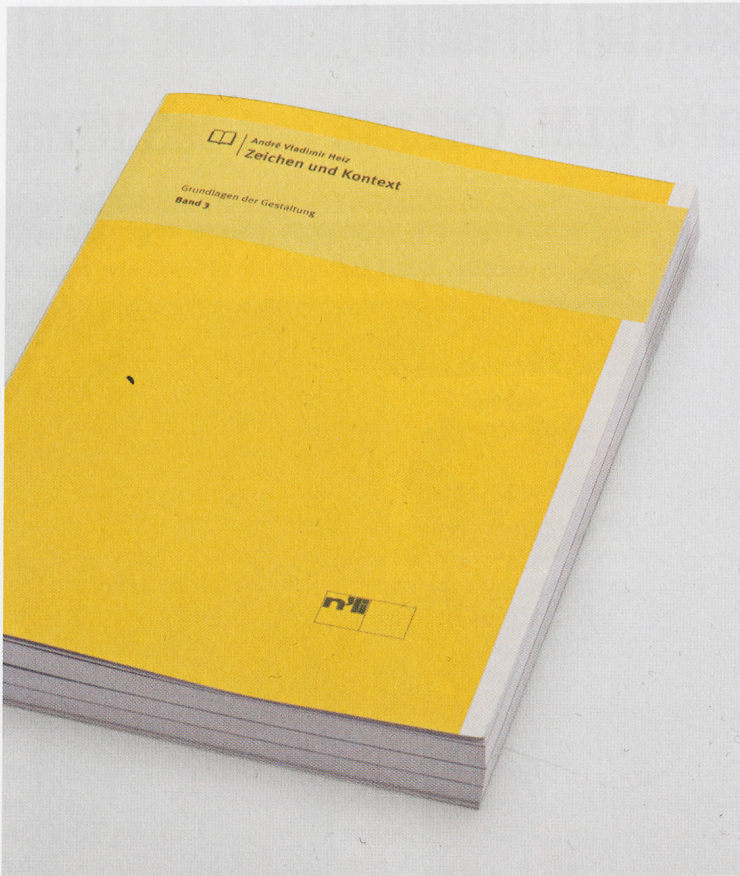
Gestalten bedeutet Zeichen zu setzen, in aller Form. Und es geht um Wirkungen, Inhalte, Formen und Substanzen. Dies alles wird elementar erläutert und anschaulich gemacht. Form und Funktion, dieses uralte Thema im Design wird mit den semiotischen Kategorien der Syntax, Semantik und Pragmatik neu interpretiert. Kluge Literaturhinweise auf durchaus aktuelle Autoren wie Roland Barthes, Umberto Eco, Adrian Frutiger, A. J. Greimas oder Winfried Nöth zeigen, wie notwendig solch eine Neuinterpretation theoretischer und gestalterischer Grundlagen heute geworden ist. Insbesondere die semiotisch-sprachliche Fundierung von Gestaltung wird in diesem Werk erneut bestätigt.

Band 4: Identitäten und Differenzen

Keine Frage, hier hat ein bedeutender Philosoph Pate gestanden: die gegenwärtig geführten Diskurse über Marken und Design zeigen, wie aktuell Martin Heideggers Aufsatz »Identität und Differenz« (Pfullingen 1957) heute noch immer ist. In diesem Band wird das Begriffspaar neu interpretiert und an zwei- und dreidimensionalen Gestaltungsbeispielen, etwa Verpackungen, Erscheinungsbildern, Drucksachen, Produkten (elektronische Geräte, Haushaltswaren und Möbel) sowie an Bauwerken anschaulich gemacht. Vom Corporate Design zur Corporate Identity – auch so ein klassisches Thema, das ebenfalls an mannigfaltigen aktuellen Beispielen erläutert und visualisiert wird.

Ein Resümee

In einer Zeit von Apps, Downloads, eBooks oder Wikipedia ist es ein wahrhaft mutiges Unterfangen des Schweizer Verlages Niggli, solch ein Werk zu verlegen. Denn wer will so etwas heute überhaupt noch lesen? In richtigen Büchern, mit so vielen Seiten? Und dies alles in einer Zeit, in der die digitalen Medien Wahrnehmungs- und Rezeptionsgewohnheiten dramatisch verändern. Laut dem »Spiegel« (Nr. 40/2012) sinkt das Rezeptionsvermögen im Hinblick auf Texte und Bücher (wieder einmal) dramatisch. Man spürt es bei den Studierenden, Literaturhinweise bestehen weitgehend nur noch aus WWW-Quellen, in den Apps liegt die verkürzte Wahrheit der digitalen Welt, und oberflächliches Wissen bestimmt das Sein. Dagegen sträuben sich diese vier Bände nachhaltig, und es lohnt sich wirklich, diese einmal sorgfältig zu studieren. Darüber hinaus ist das Werk ein veritables Beispiel dafür, was eine Designforschung leisten kann, die sich auf Gestaltung konzentriert!



Like something from another age, that's the impression given by André Vladimir Heiz's four volumes on the basics of design. There are 1,436 pages in total, the four books packaged in a slipcase. The entire work is based on a research project by the HES-SO, ECAL in Lausanne and ZHdK in Zurich. The only similar work was published by Gyorgy Kepes in the 1960s (in six volumes, published by La Connaissance in Brussels). Thus it was high time indeed to produce another such fundamental design book given the rapidly changing social, economic and technological conditions.

All four books have a consistent design principle (grid), realized in an excellent graphic design (Swiss tradition is alive!). The texts and images are clear and informative, the content high quality, and yet everything is on a linguistic level that is accessible to beginners.

Volume 1: Processes and programs

How does design actually work? What is perception? What are creative processes? Which options and methods are available? This volume discusses and visualizes these questions in detail. Drawing, making notes and translation into language form the foundations for design-related decisions. This is not really new, but is superbly presented.

Volume 2: Structures and systems

Here the author completely reinterprets these now almost classic concepts, liberates them from their theoretical brittleness and introduces them into the life of designers. Furniture

designer Christophe Marchand supplies key texts on models and prototypes: from the sketch to the model to the series-produced good. It becomes clear here that an intense interaction takes place between theory and practice; exploring this is called 'practice-based research' today. In this regard the complete work well and truly closes a large gap in design theory, for if the latter no longer has anything to do with practice, it remains autopoietic. Today this is known as 'elastic discourse'.

Volume 3: Signs and context

Design means creating clear signs, in all forms. And it involves impact, content, forms and substance. All this is clearly explained and illustrated in this volume. Form and function, that primordial design topic, is reinterpreted here in the semiotic categories of syntax, semantics and pragmatics. Intelligent references to topical authors such as Roland Barthes, Umberto Eco, Adrian Frutiger, A.J. Greimas and Winfried Nöth demonstrate how necessary such a reinterpretation of theoretical principles and design basics has become today. In particular, this work reconfirms design's semiotic fundament.

Volume 4: Identities and differences

There is no doubt about it: this volume benefits from the insights of an important philosopher. The current discourse on brands and design shows just how topical Martin Heidegger's "Identity and Difference" (Pfullingen, 1957) still is today. In this volume the author reinterprets this pair of concepts and illustrates them using

two- and three-dimensional design examples, such as packaging, CIs, printed material, products (electronic devices, household goods and furniture), as well as buildings. From corporate design to corporate identity (likewise a classic topic), but this too is explained and visualized using manifold contemporary examples.

A summary

In an age of apps, downloads, e-books and Wikipedia, it is a truly bold undertaking by Swiss publisher Niggli to publish a work like this. For who wants to read something like this anymore? In real books, with so many pages?! And all this in a time when the digital media are dramatically changing our perception and reception habits. According to "Der Spiegel" magazine (no. 40/2012) the ability to read and digest texts and books is dramatically sinking (again). You can see it at universities; literature references are generally www-addresses, apps contain the curtailed truth of the digital world and superficial knowledge determines our reality. These four volumes consistently resist this, and it is really worth sitting down and studying them. Moreover, the work is a veritable example of what design research can actually achieve when it concentrates on design!

ANDRÉ VLADIMIR HEIZ:
GRUNDLAGEN DER GESTALTUNG,
NIGGLI VERLAG. 4 BROSCHUREN IM SCHUBER,
1436 SEITEN / PAGES. 133 EURO

ERHÄLTlich IN DEUTSCH UND
FRANZÖSISCH / AVAILABLE IN GERMAN AND
FRENCH LANGUAGE