

Arne Scheuermann, Claudia Mareis

50 Ways to leave your Poster – Versuch einer Anweisungsästhetik der Designperformance

in: HKB/HEAB2007, Jahrbuch der Hochschule der Künste Bern 2007 „Performance“, S. 40-51

[ISBN: 978-3-033-01314-8],

"Hast Du das gesehen?"

Wenn es um visuelle Gestaltung geht, wird vor allem über das Sichtbare gesprochen. Die Schrift, das Foto, die Illustration, das Format, die Farben, die Formen, ihre Beziehung untereinander. Diese Tradition hat ihre Berechtigung: Visuelle Gestalter/innen lernen ihr Handwerk durch das Anschauen und Benennen, Nachahmen und Verbessern, Kritisieren und Umsetzen visueller Phänomene. Doch visuelle Gestaltung ist nicht nur visuell. Sie manifestiert sich auch zeitlich und räumlich: von der 'Eigenzeit' eines Mediums in Produktion und Rezeption, die Situation im Stadtbild oder die Interaktion im Zeitschriftenumfeld bis hin zur körperlichen Reaktion der Adressierten. Kurzum: Ein Plakat, eine Kampagne, eine Anzeige, eine Webseite usw. durchlaufen verschiedene Stadien der Performativität, und das visuelle Stadium – das Plakat an der Litfasssäule, die Anzeige im Magazin, die Internetseite auf dem Bildschirm usw. – ist nur ein Schritt unter vielen, wenn auch ein wichtiger. Im Prozess von der Idee bis zur Rezeption findet visuelle Gestaltung also auf vielen Wegen in die Wirklichkeit: durch Körper und Gesten, in ritualisierten Aufführungen und Verhandlungen sowie in Interaktionen und Reaktionen. In diesem Verlauf manifestiert sich Berufswissen: explizites und implizites Wissen, Erfahrungsschätze und Techniken, das Neue zu finden.

Im folgenden Text soll mit der Methode dichter Beschreibung diesen *anderen* Spiel- und Daseinsformen der visuellen Gestaltung nachgegangen werden; die Form der Anweisung verdankt er Ecos Essay "Wie man Indianer spielt" von 1975. Die Reihenfolge der Anweisungen folgt dem idealtypischen chronologischen Ablauf eines Designprozesses, der im Alltag natürlich auch eine andere Form annehmen kann. Die Grundthese ist: Das streng choreographierte Präsentationsballett "beim Kunden" bildet in seiner ebenso elaborierten wie untertheoretisierten Form nur die Spitze des Eisbergs – erst das ganze gestische und imaginative Setting der Designperformance führt zu einem gelungenen Plakat. Es beginnt, wie so oft, mit einem geschlossenen Bühnenvorhang. Er hebt sich und wir sehen einen Kleiderschrank ...

Erster Akt,

in dem das Plakat mittels performativer Aktion imaginiert wird.

Vor dem Briefing

1. Vergewissern Sie sich, dass Ihre Kleidung unmissverständlich gestalterische Kompetenz ausdrückt. Wenn sie älter als dreissig sind, tragen Sie ausschliesslich schwarz. Wenn Sie jünger sind, tragen Sie mit grossem Selbstbewusstsein Kleidungsstücke, die definitiv aus der Mode sind. Man wird denken, Sie wüssten mehr als Ihr Gegenüber.

Beim Briefing

2. Gehen Sie aufrecht und nicken Sie Ihrem Gegenüber beim Händedruck kurz zu. Lassen Sie Ihren Blick prüfend über die Einrichtung des Büros schweifen und verweilen Sie beim an der Stirnwand des Büros platzierten Kunstwerk. Führen Sie die Begrüssungsfloskel zu Ende, ohne das Bild zu erwähnen.

3. Machen Sie sich beim Briefing Notizen auf einem Notizblock. Blättern Sie die Informationen der Kund/innen oberflächlich durch und nicken dabei. (Fragen Sie nach den bisherigen Kampagnen Ihrer

Kund/innen und lassen Sie sich diese "per Velokurier" in die Agentur bringen – verstauen Sie sie dort ungeöffnet hinter der Tür.)

4. Formulieren sie eine erste vage Idee und bilden Sie dabei mit den Innenseiten Ihrer Hände unsichtbare Schubladen, die die unterschiedlichen Kommunikationsformen im Media-Mix illustrieren. Formen Sie ihre Hände wie die eines Greifvogels und kneten vor sich in Brusthöhe einen unsichtbaren Brotteig.

5. Nicken Sie, wenn die Kund/innen darauf bestehen, vorerst nur ein einziges Plakat zu realisieren und zeichnen Sie gegebenenfalls mit grobem Strich drei leere Hochformate auf Ihren Notizblock, die Sie mit "Idee 1", "Idee 2" und "Idee 3" beschriften. Darunter schreiben Sie: "noch ausführen"

6. Verabschiedung wie Begrüssung: Vermeiden Sie, den Raum vor Ihren Gastgeber/innen zu verlassen.

Einschub: Briefing, wenn Sie Kund/in sind

7. Wählen Sie einen Raum mit starkem Tageslicht aus einer Richtung. Sorgen Sie dafür, dass Sie den Platz unter dem an der Stirnwand platzierten Bild bekommen. Servieren Sie Mineralwasser und Kaffee.

8. Zeigen Sie im Verlauf des Gespräches öfter mit der flachen Hand nach vorn, um die Dynamik Ihres Unternehmens anzudeuten.

9. Legen Sie etwa zur Halbzeit des Gesprächs Ihr Jackett oder Ihre Kostümjacke ab, um Tatendrang zu demonstrieren.

10. Verabschiedung wie Begrüssung; vermeiden Sie, den Raum vor Ihren Gästen zu verlassen.

Zurück in der Agentur

11. Das Brainstorming in der Kreativgruppe ist Körperarbeit. Nehmen Sie hierfür Ihren Stift zwischen Daumen und Zeigefinger und lassen ihn auf- und abschwirren. Stehen Sie dann abrupt auf und gehen Sie zur gegenüber gelegenen Wand. Verschieben Sie einige Magnete auf der Tafel und setzen sich verkehrt herum auf Ihren Stuhl. Der stete Wechsel der Position erhöht den kreativen Output.

12. Spielen Sie Ihren Kolleg/innen Bildideen vor. Deuten Sie Formatentscheidungen durch ange deutete Leerflächen zwischen Ihren im rechten Winkel zueinander gehaltenen Händen an.

13. Beachten Sie: Alle notieren nur ihre eigenen Ideen, versprechen jedoch beim Auseinandergehen, noch einmal über alle geäußerten Ideen nachzudenken.

Recherche

14. Breiten Sie demonstrativ einige Exemplare von "Lürzer's Archiv", dem ADC-Jahrbuch und andere Look-Books auf der Regaloberfläche aus und gehen Sie geschäftig vor ihnen auf und ab.

**Zweiter Akt,
in dem das Plakat mittels inszenatorischer Aktion visuell in Erscheinung tritt.**

Layout

15. Spielen Sie Ihrem/r zeichnerisch begabten Mitarbeiter/in die Bildidee vor, so dass er/sie sie zeichnen kann. Verwenden Sie dieses Storyboard beim Briefing des/der Fotograf/in nicht, sondern spielen Sie die Bildidee nochmals vor.

16. Halten Sie einen Farbfächer vor die Fotografien und nehmen ihn wieder weg. Halten Sie ihn wieder davor, nehmen Sie ihn wieder weg. Halten Sie ihn wieder davor, nehmen Sie ihn wieder weg. Wiederholen Sie diese Prozedur mehrmals. Nehmen Sie einen anderen Farbfächer zur Hand und kneifen Sie die Augen zusammen.

17. Um die Mood Boards und die ersten Entwürfe anzufertigen, wechseln Sie in den Raum unter dem Dach, wo Sie Sprühkleber benutzen dürfen. Montieren Sie die Ausdrucke mit rudernden Bewegungen über ein auf Holzböcken aufliegendes Türblatt gebeugt.

18. Führen Sie nach der Fertigstellung jedes Kartons die äusseren Umrisse noch einmal mit dem Handballen nach. Gehen Sie auch bei wenig Gewicht der Präsentationspappen leicht in die Knie, wenn Sie die fertigen Tafeln nach dem Trocknen stapeln.

Präsentation

19. Kommen Sie mit einer Person mehr als der/die Kund/in.

20. Der/die Jüngste (in Deutschland) oder der/die Chef/in (in der Schweiz) trägt die Präsentationskartons in einer hellgrauen Mappe.

21. Platzieren Sie Ihre Gruppe auf der dem Licht zugewandten Seite des Besprechungstisches.

22. Sortieren Sie langsam die Reihenfolge der Präsentationskartons neu. Stehen Sie hierzu auf. Setzen Sie durch tiefes Einatmen das Signal zum Anfangen. Wenden Sie den Blick auf die in der Hierarchie höchststehende Person auf Kundenseite – tauschen Sie unmittelbar darauf mit Ihrer Kontaktperson im Kundenteam ein kurzes Lächeln aus. Beginnen Sie mit einem förmlichen Dank für die Einladung.

23. Stellen Sie den ersten Präsentationskarton auf und machen eine Kunstpause. Drehen Sie ihn erst dann zu den Kund/innen und beginnen mit der Präsentation der Inhalte.

24. Teilen Sie das Hand-out zügig im Uhrzeigersinn aus.

25. Sobald eine/r der Kund/innen aufsteht, zwingen Sie ein Mitglied Ihres Teams ebenfalls aufzustehen, beispielsweise, indem sie einen Karton weiterreichen. Wenn sich diese Situation so hochgeschaukelt hat, dass alle stehen, sind Sie am Ende der Präsentation angelangt.

26. Setzen Sie sich, um im anschliessenden Gespräch Fragen zu notieren. Stehen Sie zur Beantwortung der Fragen wieder auf; geben Sie hierzu vor, Kartons zur Beantwortung der Frage zu benötigen.

Einschub: Präsentation, wenn Sie Kund/in sind

27. Kommen Sie mit einer Person mehr als die Agentur.

28. Platzieren Sie sich auf der dem Licht zugewandten Seite des Besprechungstisches.

29. Setzen Sie durch tiefes Einatmen das Signal zum Anfangen. Wenden Sie den Blick auf die in der Hierarchie höchststehende Person auf Agenturseite – tauschen Sie unmittelbar darauf mit Ihrem/Ihrer Vorgesetzten ein kurzes Lächeln aus. Beginnen Sie mit einem förmlichen Dank an die Agentur für die Teilnahme an der Präsentation.

30. Reichen Sie das Hand-out nur mit Verzögerung weiter.

31. Stehen Sie auf, um Fragen zu stellen; geben Sie hierzu vor, Kartons zur Illustration der Frage zu benötigen.

Auftragserteilung

32. Legen Sie den Telefonhörer betont ruhig auf die Gabel. Ballen Sie Ihre Hand zur Faust und führen den Ellbogen ruckartig unterhalb des Brustkorbs nach unten. Rufen Sie dabei: "Yes!"

Erstellen der Druckvorlage

33. Heben und senken Sie bei der feintypografischen Korrektur der Schrift am Bildschirm im Wechselspiel ihre Schultern. Bei Schriftgrößen unter 12 pt sollte man Ihre Zunge zwischen den Lippen sehen können, bei Schriftgrößen über 36 pt sollte Ihr Atem zu hören sein. Schliessen Sie das Dokument im Rechner mit einem Seufzen.

Druckabnahme bei dem/der Drucker/in

34. Halten Sie einen Farbfächer vor den Ausdruck und nehmen ihn wieder weg. Halten Sie ihn wieder davor, nehmen Sie ihn wieder weg. Halten Sie ihn wieder davor, nehmen Sie ihn wieder weg. Wiederholen Sie das ganze mehrmals. Nehmen Sie einen anderen Farbfächer zur Hand und kneifen Sie die Augen zusammen.

35. Führen Sie den Stapel der Ausdrücke senkrecht in einem Halbkreis zusammen und schaffen Sie durch vorsichtiges Aufstossen des Stapels auf dem Tisch ausreichend Leerräume zwischen den Seiten, so dass die Papierbögen nicht verkleben.

36. Zerknüllen Sie den Druckbogen und deuten Sie mit einer kurzen aggressiven Geste auf das Tageslicht (auf Nähe zum Fenster achten).

Übergabe an die Kund/innen

37. Reissen Sie geräuschvoll mit ruhigen, Erfahrung demonstrierenden Gesten die Packpapierummantelung von den Plakatmustern und riechen Sie an den Plakaten.

38. Heben Sie mit weit nach aussen gestellten Ellbogen das Plakat heraus und halten es mit spitzen Fingern vor sich in die Höhe.

39. Behalten Sie Sichtkontakt mit den Kund/innen.

Einschub: Übergabe, wenn Sie Kund/in sind

40. Reiben Sie Ihre Hände aneinander und machen Sie zwei Schritte zurück, um das Plakat besser in Augenschein nehmen zu können. Wechseln Sie lächelnd Blicke mit Ihrem/Ihrer Vorgesetzten.

41. Vermeiden Sie jeden Blickkontakt mit dem/der Gestalter/in.

Hängung, wenn Sie Plakatierer/in sind

42. Tauschen Sie ihren Pinsel in den Leim und tragen ihn von links oben nach rechts unten in drei zügigen Bewegungen auf. Platzieren Sie bedächtig die obere Ecke und wischen Sie dann das Plakat mit stossartigen Bewegungen nach unten hin auf.

Rezeptionsvorgang, wenn Sie unterwegs sind

43. Blicken Sie aus dem Bus. Bemerkten Sie lediglich das Plakat daneben.

Rezeptionsvorgang, wenn Sie das Plakat sind

44. Verhalten Sie sich gemäss Ihrer Natur.

Sonderfall: Rezeptionsvorgang bei Kulturplakaten, wenn Sie Jurymitglied sind

45. Begrüssen Sie die anderen Jurymitglieder, indem Sie Ihren Kaffeebecher leicht nach oben heben. Führen Sie mit der anderen Hand übereinander liegende Plakate von einer Tischhälfte auf die andere. Gehen Sie still auf und ab.

46. Beschliessen Sie mit einem Erstaunen darstellenden kurzen Lachen, das Plakat auszuzeichnen.

Dritter Akt,

in dem das Plakat mittels imaginativer Aktion kanonisiert wird.

nach der Auszeichnung

47. Markieren Sie Ihre Seite im ADC-Jahrbuch mit einem auffälligen Post-it und stellen Sie das Buch zu den anderen ins Regal.

48. Kürzen Sie in zukünftigen Gesprächen den Titel des Plakats markant zu einem eingängigen Begriff ab.

49. Halten Sie den Druck Ihres Kataloges ins Tageslicht. Nehmen Sie einen Farbfächer zur Hand und halten ihn neben die Buchseite. Warten sie einige Momente.

50. Zitieren Sie Ihr Plakat bei der Gestaltung eines Plakats, dass auf Ihre Retrospektive hinweist.

"Hast Du das schon gesehen?"

"Nein, aber ich habe von dem Plakat gehört."

"Und? Wie findest Du es?"