

Hans-Rudolf Lutz : Typografie ist politisch

Autor(en): **Bueller, Vera**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **3 (1990)**

Heft 8-9

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-119247>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

VON VERA BUELLER
FOTOS: YVONNE BAUMANN

Termin mit Hans-Rudolf Lutz: mit einem, der sein Leben lang als Gestaltungsfreak oder auch als Spinner belächelt wurde. Einer, der sich nie um Geld und Rentabilität, auch nicht um Karriere gekümmert hat – wie er nicht müde wird, von sich zu behaupten. Er habe sich auch nie gefragt: «Was hat eine Chance?» Sondern stets: «Was interessiert mich?»

Vielleicht gerade deshalb steht der heute 51jährige Hans-Rudolf Lutz plötzlich oben. Sozusagen über Nacht wurde sein jahrelanges Schaffen als Typograf, Buchgestalter, Verleger, Experimentator im audiovisuellen Bereich mit der Rockgruppe UnknownmiX und als Lehrer an Gestaltungsschulen im In- und Ausland entdeckt. Sein vor rund anderthalb Jahren im Eigenverlag und Einmannbetrieb erschienenes Werk «Ausbildung in typografischer Gestaltung» wurde mit der Goldmedaille der internationalen Buchkunstausstellung von Leipzig versehen und musste innert kürze-

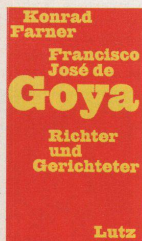
ster Zeit nachgedruckt werden. Und seit einigen Monaten ist der Zürcher Arbeitersohn und überzeugte Gewerkschafter als Dozent, Referent und Gestaltungskritiker ein gefragter Mann. Er wird nach London, Paris, nach Düsseldorf, Hamburg, Ost-Berlin, Bremen und auch an Universitäten in den USA und in Kanada eingeladen, um über visuelle Kommunikation zu reden.

Gestaltung in die Betriebe

Was ist derart aussergewöhnlich an Hans-Rudolf Lutz' Arbeit? Mit dem Charme der Bescheidenheit versteht er es wie ein Publicity-Profi, zuviel Lob und Ehrung von sich zu weisen: «Ich habe mit meiner Arbeit nichts bewirkt, weil es mir nicht gelungen ist, die Entwicklung aufzuhalten, die ich immer kritisierte. Die typografische Gestaltung ist im Zuge der Rationalisierung und einer falsch verstandenen Spezialisierungseuphorie in den letzten 30 Jahren von den Druckereibesitzern

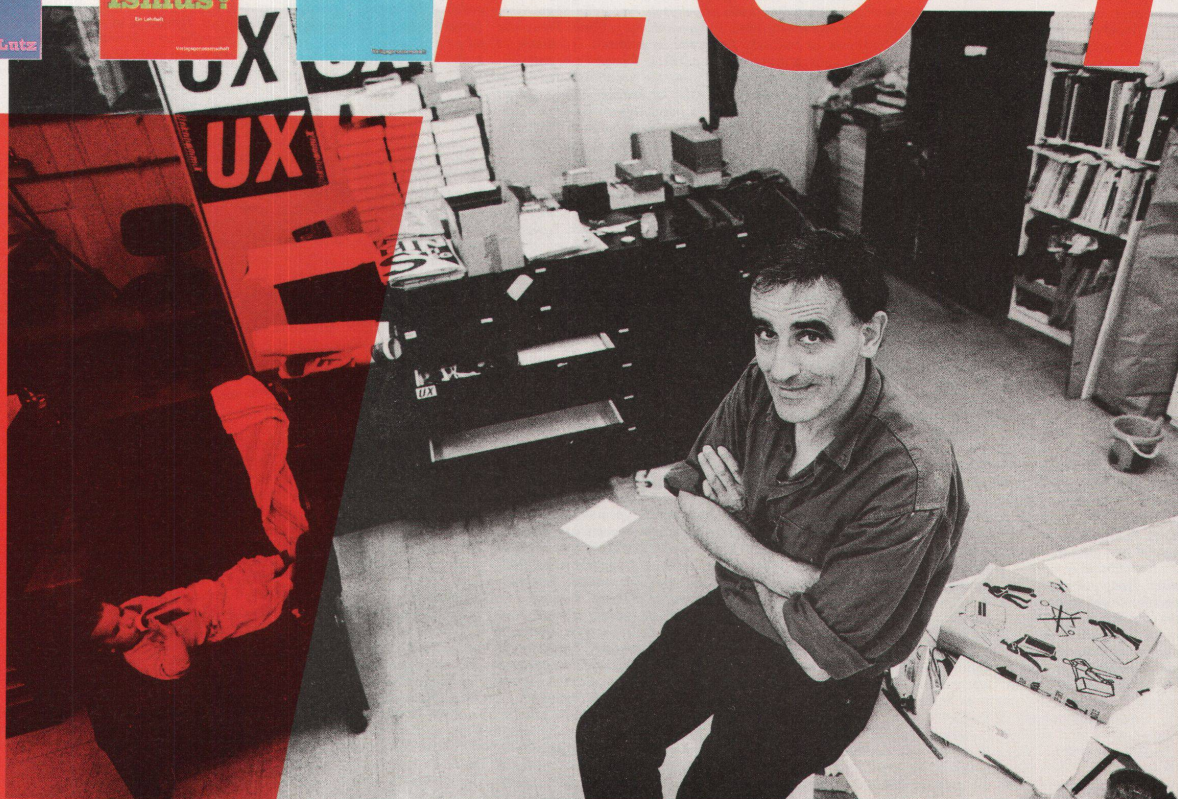
aus ihren Betrieben hinauskomplimentiert worden. Heute erst beginnen sie umzudenken. Man scheint endlich gemerkt zu haben, dass sich die Gestaltung der Schrift nicht von ihrer technischen Realisierung trennen lässt.» Schriftsetzer hat man deshalb vor einem Jahr offiziell in Typografen umbenannt, und Gestaltung ist nun wieder ein Teil ihrer Ausbildung.

Für Lutz ist sein spätes Rechtbekommen «ein bitterer Triumph», weil seines Erachtens lediglich kommerzielle Überlegungen zur Einsicht geführt haben. Er präzisiert diese Behauptung: Erstens könne ein Typograf die digitalisierten Satzsysteme mit Gestaltungsbildschirm und integrierter Bildbearbeitung ohne gestalterische Grundlagen gar nicht mehr bedienen. Zweitens nehme die Konkurrenz des laienfreundlichen Desk-Top-Publishing zu. Dem könnten die Druckereien nur noch qualifizierte Kundenberatung, hohe Satzqualität und motivierte, gutausgebildete Berufsleute entge-



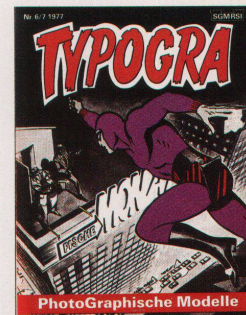
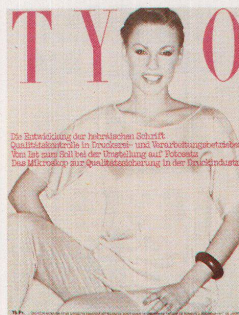
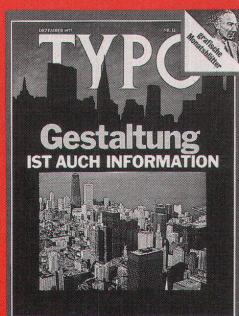
LUTZ

Alternative Kleinverlage sind zwar klein, aber kulturpolitisch oft bedeutend. So durchbrach Hans-Rudolf Lutz 1969 nach 15 Jahren mit einer Buchreihe den Boykott gegen den marxistischen Kulturhistoriker und Philosophen Konrad Farnor.





Auch Gestaltung ist Information: Nicht über den Text, sondern über die Gestaltungsebene werden – zum Beispiel – die Zeitschriften identifiziert als «Fix und Foxi», «Neues Blatt», «Time» oder «Hochparterre».



gensetzen. Deshalb sei Typografie plötzlich wieder ein Thema, und lediglich deshalb habe er, Hans-Rudolf Lutz, mit seiner Arbeit nun auch Erfolg. Noch vor fünf Jahren wären seine beiden neuesten Bücher an ein paar wenige Fachleute «weggeträpelt». Also ist Lutz ein Idealist, der die Gunst der Stunde nutzte? «Nein, nein, ein Idealist schon grad gar nicht. Ein Manager, der für ein paar tausend Fränkli mehr im Monat – die er gar nicht vernünftig ausgeben kann – eine total schlechte Lebensqualität in Kauf nimmt, ist eigentlich viel idealistischer als ich.»

Fünf Thesen

Auf der Suche nach dem Kern des Lutzschen Erfolgs stösst man auf geradezu lapidar anmutende Erkenntnisse, die er erforscht und vielfältig belegt hat. Wirklich nichts Neues. Etwa, dass Typografie Sprache lesbar macht und dass es keine neutrale typografische Gestaltung gibt. «Sie ist immer Infor-

mation, beeinflusst also die Aussage eines Textes.» Um dies zu verdeutlichen, zieht Lutz einen Vergleich: «Beim Reden verändern wir je nach Betonung, Aussprache, Mimik und Gestik die Bedeutung des Ausgesprochenen. Ähnlich verhält es sich mit der typografischen Gestaltung durch die Anordnung von Buchstaben, die Wahl von Schriftgrössen, Stärke, Lage, Farben und durch Leerräume.» Dogmatisch fasst er zusammen: «Neutrale Gestaltung gibt es nicht, hat es nie gegeben und wird es nie geben.» Im wesentlichen vertritt Hans-Rudolf Lutz fünf Thesen: Typografische Gestaltung interpretiert immer eine verbale Botschaft und kann sie auch (bewusst oder unbewusst) verändern. Die beiden Informationsebenen Text und Bild sollten besser aufeinander abgestimmt und die starren Grenzen könnten durchlässiger gestaltet werden. Forschung und Wissenserwerb im Bereich der visuellen Kommunikation dürfen nicht nur den Werbern und Marketingstrategen überlassen wer-

den. Sie wollen damit immer nur etwas verkaufen.

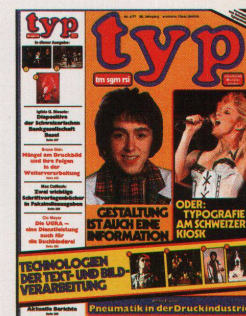
Es ist ein Widerspruch, dass Linguisten über visuelle Kommunikation schreiben. Dieses Thema muss heraus aus dem Getto.

Typografische Gestaltung hat eine politische Dimension, die weitgehend unerkannt ist.

Aufklären

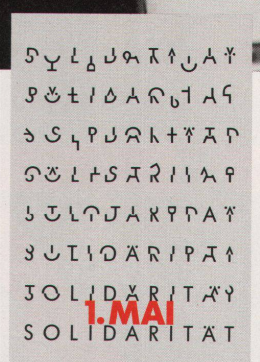
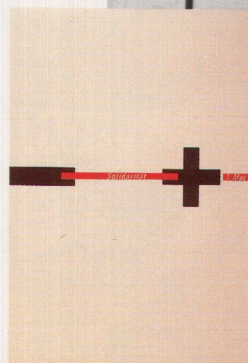
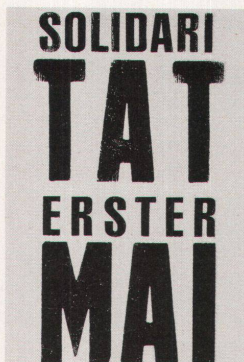
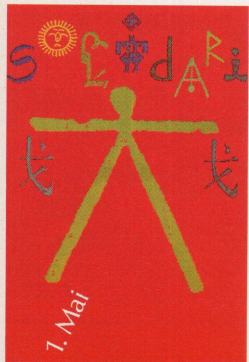
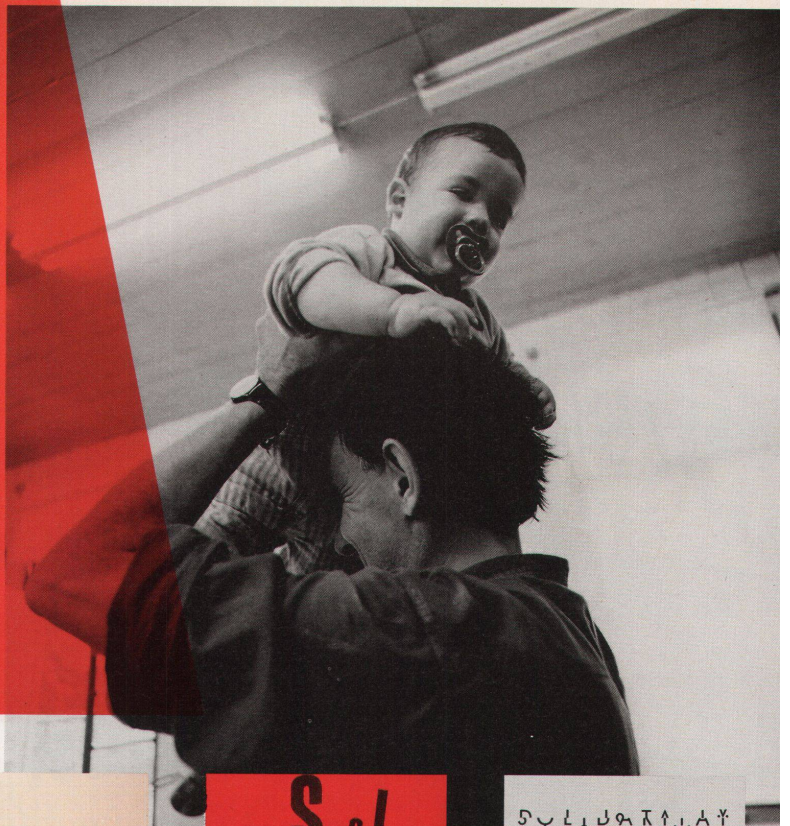
Solches möchte Lutz einer breiten Öffentlichkeit bewusst machen. Hier versteht er sich als Aufklärer. Denn: «Man kann die Botschaft einer verbal unveränderten Aussage je nach Gestaltung total verändern.» Wer das nicht wahrhaben wolle, betreibe Augenschwerei. Er nennt ein Beispiel: Wenn der «Blick» die Unwichtigkeit seiner Botschaften mit visuellen Mitteln aufmotze, werde damit öder Journalismus überdeckt. Während der «Blick» Nichtigkeit wichtig mache, zelebriere die «NZZ» mit karger Typografie Seriosität und Objektivität.

Werbeanalytiker wissen über derartige Mechanismen bestens Bescheid, die Gestalter selber eher wenig bis gar



Die unterschiedliche typografische Gestaltung des Texts auf den Studentenarbeiten gibt ihm ein unterschiedliches Gewicht. Lutz: Solidarität wird nicht hergestellt, indem wir ein Plakat drucken, nur das Nachdenken darüber, was Solidarität ist, kann auch Solidarität erzeugen.

Technische Prozesse sind nicht einfach technische Prozesse. Erstaunlich, welche Veränderungen vom Kopf über die Fotografie zum gerasterten und gedruckten Bild stattfinden – und wie die menschliche Wahrnehmung fähig ist, diese veränderten Bilder wieder mit dem Original zu «vergleichen» (rechte Seite).



nicht. Sie diskutieren meist nur über die Ästhetik. Und von der Bevölkerung wird das alltägliche Gestaltungsobjekt Schrift fast vollständig ignoriert. «Die Werber leben von diesem Nichterkennen und vom visuellen Analfabetismus. Wissen bei der Bevölkerung erschwert also ihre Macht und Manipulationsmöglichkeiten», folgert Hans-Rudolf Lutz. Will er das visuelle Denken revolutionieren? Nein, höchstens versuchen, Lesegewohnheiten zu durchbrechen, antwortet er. Da gibt er sich zuversichtlich: «Die Leute sind viel belastbarer, als immer behauptet wird.» Es erstaune ihn, dass selbst oppositionelle Publikationen «im gleichen visuellen Brei» erscheinen wie bürgerliche Zeitungen und ihrer verbal oppositionellen Haltung auf der gestalterischen Ebene widersprechen – ungewollt? Lutz fordert deshalb eine engere Zusammenarbeit zwischen Journalismus und Gestaltung, um ein Erscheinungsbild zu entwickeln, das der politischen Haltung entspricht.

Versuche

Vieles, was der hagere Mann mit den abstehenden grossen Ohren erzählt,

tönt theoretisch. Dabei geht Hans-Rudolf Lutz immer von der Praxis aus und arbeitet mit einfachen Mitteln. Schon 1977 erschreckte er die Abonnenten der «Typografischen Monatsblätter», einer Zeitschrift der Gewerkschaft Druck und Papier, mit nachgeahmten Titelblättern anderer Journale wie dem «Spiegel», dem «Playboy», «Fix und Foxi», dem «Beobachter», dem «Time-Magazin» usw. Zwar stand da auf dem Umschlag dem Inhalt entsprechend korrekt «Typo Grafis»(che Monatsblätter) statt «Der Spiegel», doch wurde dies von den Lesern kaum bemerkt. Fazit: Primär wird die gestalterische Ebene gelesen.

Das ist nur eine von vielen Arbeiten, die in Lutz' Buch «Ausbildung in typografischer Gestaltung» als Beleg für seine Thesen abgebildet sind und zum Nachdenken über visuelle Erscheinung anregen sollen. Es ist visuell und nicht verbal strukturiert. Mit Akribie hat er Beispiele aus seiner fünfundzwanzigjährigen Tätigkeit als Lehrer für Typografie zusammengetragen, hat Eigenes, Experimente oder zufällig Entdecktes gesammelt und in einen grösseren Zusammenhang gestellt –

Plakate, Strassenmarkierungen, populäre Gestaltung, spontane Typografie auf Mauern.

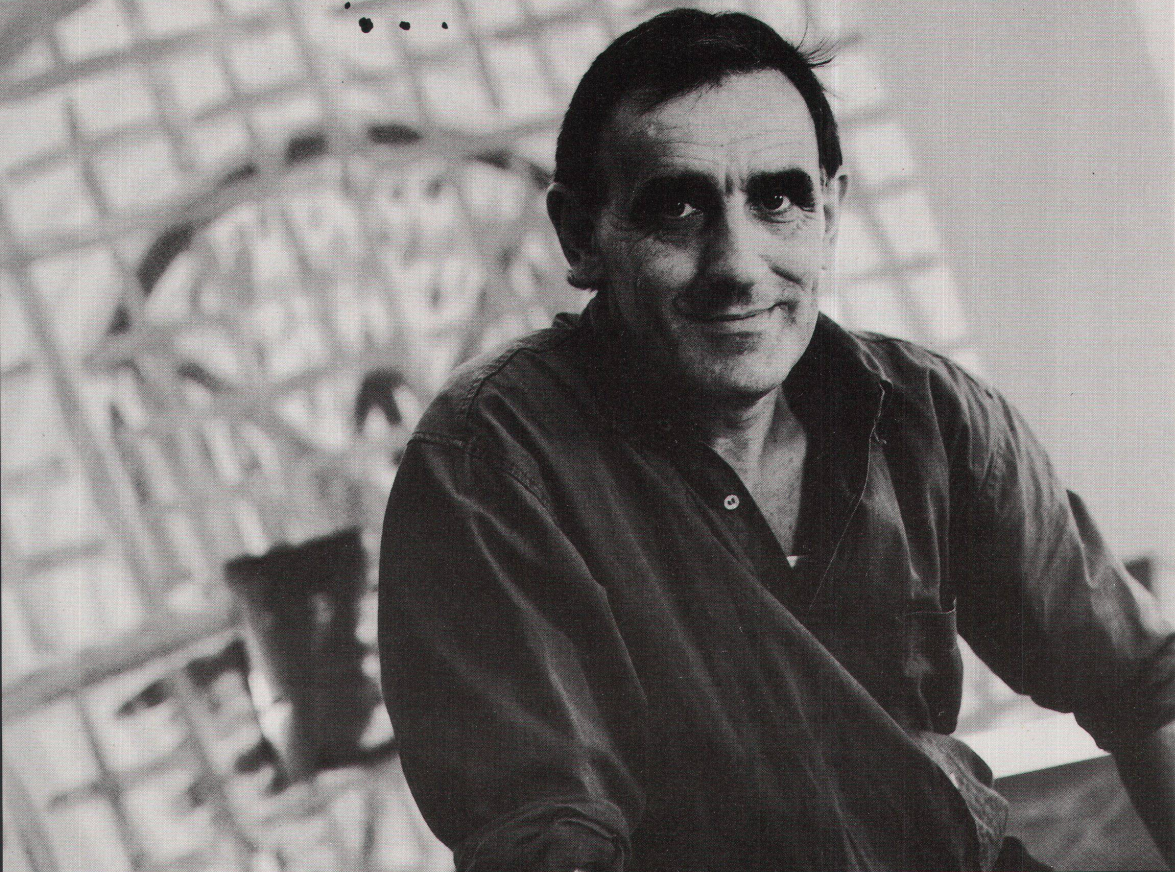
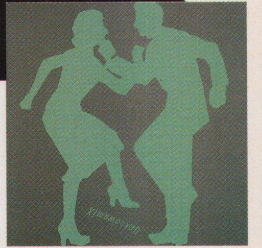
Feldforschung

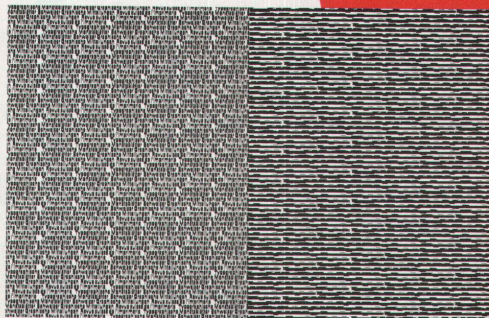
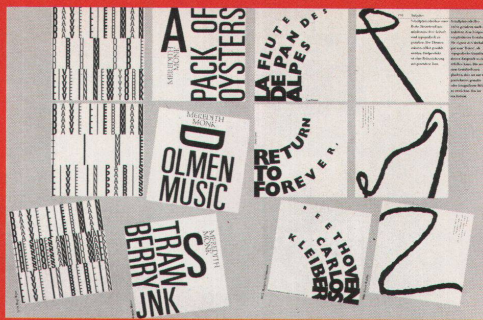
Anders sein Buch «Die Hieroglyphen von heute – Grafik auf Verpackungen für den Transport»: Hier geht es ihm im wesentlichen nur um ein Thema, nämlich um den fließenden Übergang von Schrift und Bild sowie von Kreativität und Handwerk. Während 15 Jahren hat er 15 000 Verpackungssymbole ausgeschnitten und gesammelt, die sich auf grossen Transportkartons befanden. Stets mit einem scharfen Teppichmesser bewaffnet, durchstreifte er die Hinterhöfe und «back alleys» mit den höchsten Kriminalitätsraten der Welt. In den USA, in Frankreich, England und Spanien, in Japan, Malaysia, Deutschland, Korea, Singapur, Österreich, Marokko, Luxemburg, Thailand und in Guatemala. Vor allem nachts, bevor die Müllabfuhr kam, zog Lutz los. «Dabei stellte ich fest, dass die Leute eher vor mir Angst hatten als umgekehrt. Es wirkt ja auch unheimlich, wenn da so ein dunkler Typ mit einem Japanmesser in der Hand durch

UX

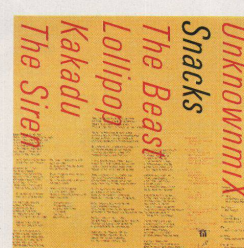
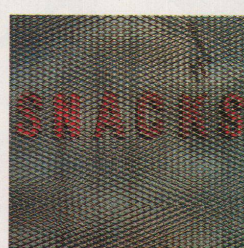
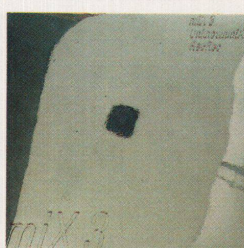
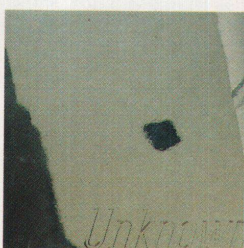
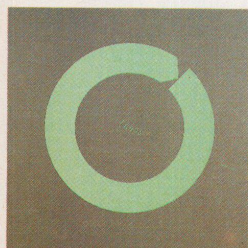
UX

UNKNOWN MIX





Hans-Rudolf Lutz schreibt, realisiert und verlegt seine Bücher gleich selber – aus der Überzeugung, dass visuelle Gestalter sich dazu aufraffen müssen, möglichst nahe an den Ort zu gelangen, wo die Botschaften formuliert werden.



die Gassen schleicht, sich am Abfall zu schaffen macht, aber doch kein Clochard ist.» Hans-Rudolf Lutz lacht sein breites Lachen, das sein Gesicht in nicht enden wollende, querlaufende Falten zerlegt. Und er präzisiert, dass ihn seine Freunde allmählich für verrückt gehalten hätten, «nur schon deshalb musste ich das Buch auch herausgeben».

Nun lagern die Kartonstücke, die er von unterwegs jeweils paketweise nach Zürich geschickt hat, in Pavagsäcken in seinem Atelier. Hans-Rudolf Lutz nennt das ein «rudimentäres Ordnungssystem». Es wird durch Hängeregister, Schachteln und überfüllte Schubladen ergänzt. Für andere ist das ein Puff, Lutz glaubt jedoch zu wissen, wo was liegt, «und das Ordnen passiert primär dadurch, dass ich die Objekte in ein Buch oder in einen Vortrag verarbeite». Es ist kein gestyltes Atelier mit schwarzem Linoleumboden, verchromten Büromöbeln und modernen Beleuchtungskörpern. Einfache Holztische statt dessen, drei Lichtpulte, eine Wachsmaschine, Bücherstapel, an den Wänden Notizen, Plakate, Briefe – so das Atelier an der Sihl auf dem Dach einer Zürcher Fabrik, mit der Sihlhochstrasse direkt auf Augenhöhe.

Weltsprache

Warum Verpackungssymbole? «Weil es das ist, was wir dringend brauchen: ein sprachunabhängiges, international

lesbares Zeichensystem. Eines, das voller Überraschungen, Sinnlichkeit, Witz und Leben sein soll. Das Interessante an der Verpackungsgrafik auf Transportschachteln ist, dass sie nicht verkaufsfördernd wirken muss. Sie richtet sich nicht an Käufer, sondern an die Arbeiter, die die Kartonboxen transportieren müssen. Und die Signete haben nicht ausgebildete Grafiker, sondern Handwerker gestaltet. Dabei wurde eine vielfältige, reiche Sprache entwickelt, die bei den oft zu Tode designten Piktogrammen der professionellen Grafiker auf Flughäfen und Bahnhöfen fehlt.»

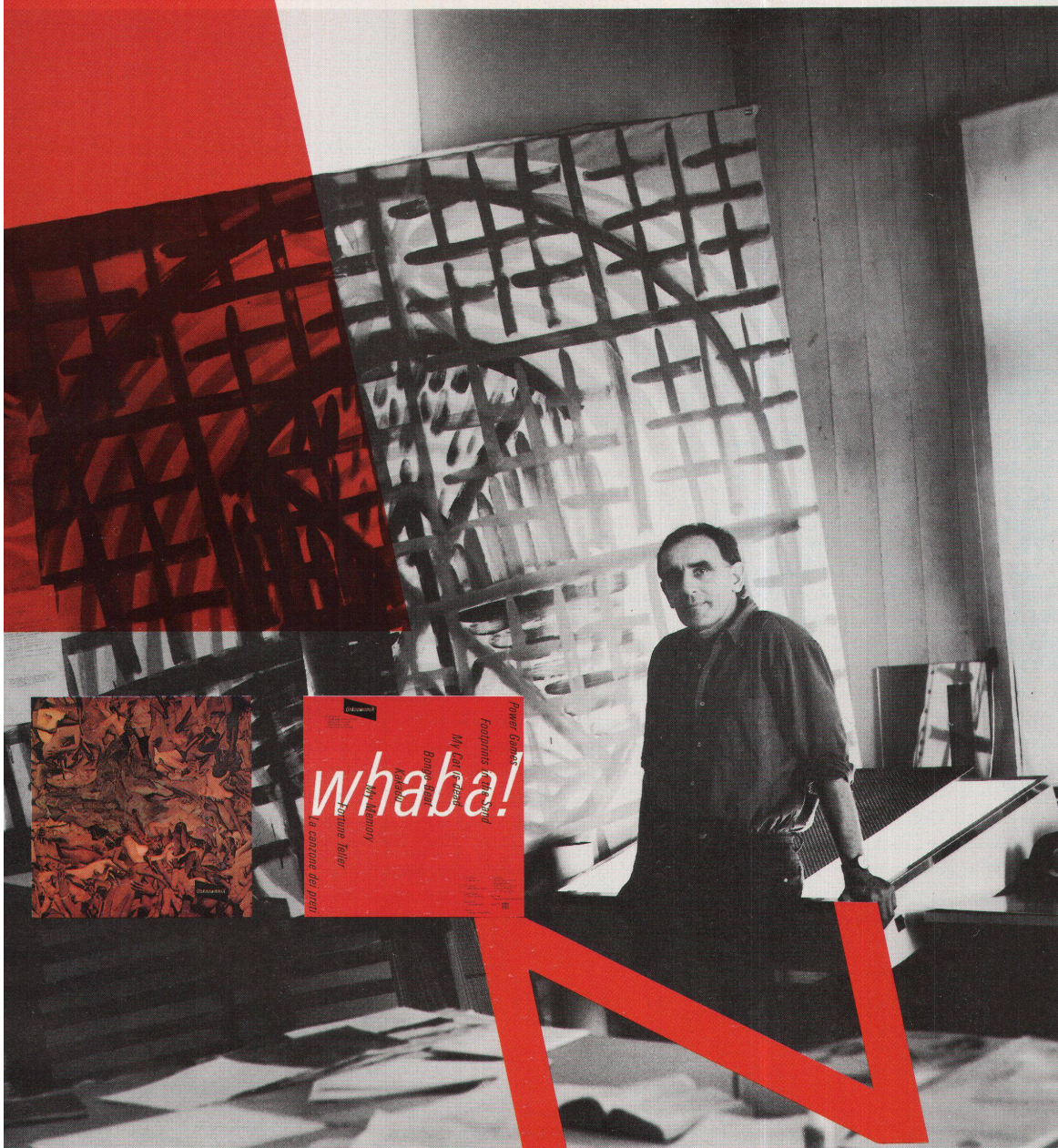
Populärkunst, die Reduktion auf das Wesentliche, der Zufall als Gestaltungselement und die Entdeckung von Unbekanntem. Das ist es, was ihn interessiert. Zum Beispiel die bemalten und beschrifteten Grabstätten in Guatemala, wo Schmerz visuell thematisiert wird, oder die Bilder an den Fassaden mexikanischer Läden, die darüber informieren, was im Innern verkauft wird. Arbeiten, die zeigen, dass es dort keine Trennung zwischen dem Volks- und dem Gestaltungsgeschmack gibt. «Die Auftraggeber und die vorbeigehenden Leute nehmen an der Gestaltung teil, indem sie sich dazu äussern und dem Ausführenden Ratschläge geben», erklärt Lutz. Über den Einfallsreichtum und die Kühnheit solcher Gestaltung könne man nur staunen. Das sei nicht wie ein Coop-

Schild, das in Basel von Werbern produziert und in Lugano montiert werde. Bei uns werde der Geschmack des Volkes vom Marketing definiert.

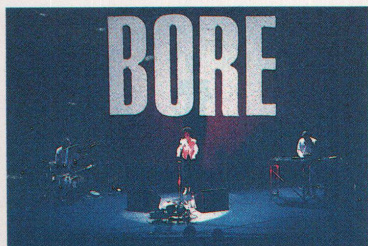
Reisen

Jedes Jahr verreist Hans-Rudolf Lutz für etwa drei Monate ins Ausland. Nein, eine fixe Idee von dem, was er dort aufgreifen wolle, habe er nicht. Er entdecke plötzlich irgend etwas. Und aus dieser Faszination entstehe dann über Jahre ein neues Buch oder ein Vortrag – natürlich arbeitet er parallel immer an mehreren Werken. «Man muss sich nur dem Material überlassen, dann ergeben sich von alleine Erkenntnisse und Strukturen.» Dabei interessiert sich Lutz nicht für touristische Attraktionen, sondern für Alltagssituationen: «Ein originelles Verpackungsbild in einem dunklen Viertel von Los Angeles ist für mich die grössere emotionale Sensation als eine Pyramide in Ägypten.»

Vielleicht macht es sich Lutz etwas einfach, wenn er sich des visuellen Reichtums in fernen Ländern bedient und sich damit in der sterilen Schweiz zur Schau stellt. Ausserdem überdeckt der Transfer eines Kulturbereichs in einen anderen vieles, namentlich die Lebensbedingungen im Herkunftsland. Auch die Produktionsmittel lassen sich mit Schweizer Verhältnissen nicht vergleichen. Hier Computer, in Mexiko eine Hauswand. Hat Hans-Rudolf Lutz das



Mit der Rockgruppe UnknowniX arbeitet Hans-Rudolf Lutz nicht nur als visueller Gestalter der Plattencovers (linke Seite) zusammen: Er inszeniert auch das Licht für die Auftritte der Gruppe (rechte Seite): Die Sängerin Magda Vogel und die Musiker werden nicht in einen künstlich erzeugten Lichtolymp gehoben.



NEUR

Auge für das Naheliegende im eigenen Land verloren? Lutz wehrt sich: «Dass sich das eine mit dem anderen nicht einfach vergleichen lässt, ist mir klar. Es geht mir dabei aber um eine andere Seh- und Denkweise. Und im eigenen Land mache ich den Lehrertjob mit dem, was in der Schweiz passiert.» Hier schmückte er sich tatsächlich mit fremden Federn, mit jenen seiner Schüler und Schülerinnen. Er profitierte nämlich enorm von dem, was sie im Unterricht kreierte. Das sei eines der grossen Privilegien des Lehrertjobs.

Lehrer

Seit 1966 gibt Lutz an verschiedenen Gestaltungsschulen im In- und Ausland Unterricht – nicht immer ohne Schwierigkeiten. 1971 beteiligte er sich am Aufbau der privaten Zürcher Schule für experimentelle Gestaltung, F+F, die einst eine Abteilung der Kunstgewerbeschule Zürich war. Sie wurde jedoch vom verantwortlichen bürgerlichen Stadtrat als unseriös und als politische Gefahr empfunden – Lehrer Lutz warf damals das Handtuch. Heute gibt er an der gleichen Gestaltungsschule wieder Unterricht. Vielleicht ein Zeichen von Anpassung.

Logisch, dass Hans-Rudolf Lutz dem widerspricht: Die Zeiten und auch die Institution hätten sich eben verändert. Lehrer sein ist für den Sohn eines Gipserhandlangers und einer Putzfrau keine Selbstverständlichkeit. Doch Lutz ist überzeugt, dass gerade diese Herkunft für seine Karriere ausschlaggebend gewesen sei: «Ich hatte das Privileg, dass mir niemand sagte, was ich lesen muss. Ich bestimmte über mich und bildete mich aus eigenem Antrieb und aus Lust weiter. Und dann kam auch noch das Erfolgserlebnis hinzu: Meine Eltern staunten, wenn ich ihnen etwas erzählte. Sie waren aber intelligente Leute – im Sinne von Lebensintelligenz.» Zu Hause habe es ein einziges Buch gegeben, eines von Reader's Digest, das jemand bei ihnen vergessen hatte. Dann sagt Lutz etwas überraschend: «Ein Buch ist das demokratischste Medium, das es gibt. Man kann selbst über das Lesetempo, die Art und Weise der Rezeption bestimmen, und man kann selbst auswählen.»

Verleger

Daher rührt sein Interesse für das Machen von Büchern. Vor 25 Jahren stand er als Kleinverleger noch einsam

da, einen Limmat-, Zytgloggen-, Lenos- und Unionsverlag gab es noch nicht. Damals verlegte Hans-Rudolf Lutz die phantastischen Architekturen des Johannes Gachnang, des späteren Direktors der Berner Kunsthalle, fotografische Essays von Luc Chessex (in Konfekt-Cellophanschachteln erschienen), Grafik in Kuba, Werkkataloge von Alex Sadkowsky, Hans Aeschbacher, Hanny Fries und anderen – darunter auch von Dieter Meier, dem heutigen «Yello»-Videoclip-Regisseur. Lutz hat den seinerzeitigen Boykott gegen den marxistischen Kunsthistoriker und Philosophen Konrad Farnet durchbrochen. «Alles Werke, die im normalen Verlagswesen keine Chance hatten. Solche herauszugeben geht fast nur in einem Einmannunternehmen, wo keine Löhne bezahlt werden müssen.»

UnknownmiX

Audiovisuell im Team arbeitet Lutz hingegen mit der Rockgruppe «UnknownmiX», für die er mit Diaprojektionen und Licht Bühnenbilder herstellt – abgestimmt auf Text und Darstellung der Sängerin Magda Vogel, die während des Auftritts immer wieder andere Personen verkörpert. Das

Auslandsreisen zu Alltagssituationen: Gestaltung in Mexiko findet, im Gegensatz zu Europa, öffentlich statt, nicht «professionell» innerhalb eines Berufszirkels.



Hans-Rudolf Lutz

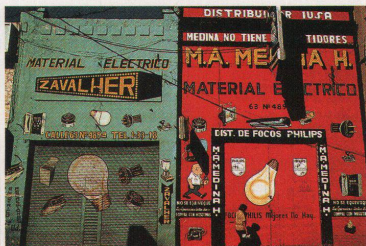
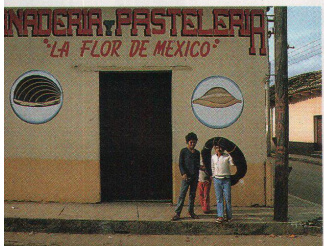
Hans-Rudolf Lutz wurde am 14. Januar 1939 geboren und wuchs in einer der ersten Arbeitersiedlungen im Zürcher Vorort Schwamendingen auf. Bei Orell Füssli absolvierte er von 1955 bis 1959 die Schriftsetzerlehre. Dann verreise er für einige Jahre nach Afrika, zum Nordkap, nach Ägypten, in die Türkei und nach Jugoslawien. In Tunesien arbeitete er

als Schriftsetzer, jobbte auf Booten, meist auf Fischkuttern. 1962 besuchte er für ein Jahr die Basler Schule für Gestaltung. 1963 wurde er Leiter der Gruppe «expression typographique» bei Albert Hollenstein in Paris. Seit 1966 ist er als Lehrer an den Schulen für Gestaltung in Luzern und Zürich tätig sowie als Gastdozent an der Ohio State University in Columbus, der University of Alberta in Edmonton, am

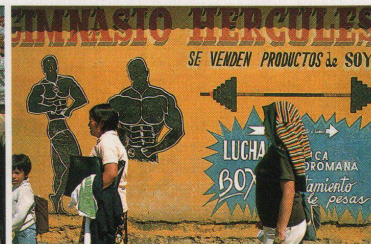
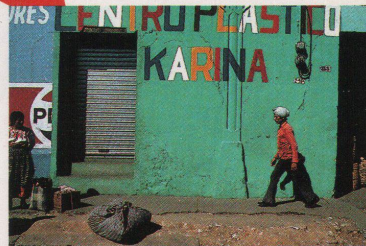
Cours 19 in Paris und an der Hochschule für Musik und Kunst in Bremen. 1971 beteiligte sich Lutz am Aufbau der Schule für experimentelle Gestaltung, F+F, in Zürich. Von 1968 bis 1980 gestaltete Lutz die Bücher des Instituts für Geschichte und Theorie der Architektur an der ETH Zürich (CIAM, Semper, die Stadt als offenes System usw.). Hans-Rudolf Lutz ist überdies

Autor und Verleger von zahlreichen Büchern aus dem Bereich der visuellen Kommunikation sowie visueller Gestalter der Rockgruppe «UnknownmiX». 1971 gründete er in Zürich die Verlagsgenossenschaft («Göhnerswil», «Demokratie von Fall zu Fall» usw.), heute führt er seinen Verlag als Einmannunternehmen, arbeitet als visueller Gestalter, Vortragsreisender und Lehrer.

gebe den Musikern Freiheit, behauptet Lutz. «Weil sie nicht in einem für sie aufgebauten Lichtolymp die frauliche Sex- oder maskuline Macho-Show spielen und zum tausendsten Mal nicht vorhandene Ekstase darstellen müssen.» Lutz richtet sich mit seinem Gestaltungskonzept also gegen die seines Erachtens konservative Rockszene, gegen die Mystifizierung von Rockstars, gegen die durch Lichteffekte erzeugte Massenhysterie. Eine visuelle Inszenierung, die er mit dem Naziparteitag von Nürnberg vergleicht. Hans-Rudolf Lutz macht auch auf Widersprüche aufmerksam, die er bei anderen Musikern feststellt: Im Text protestieren sie gegen Unterdrückung, verkörpern aber durch ihren Auftritt selbst übermächtige Heroen. Solches will Lutz mit Bild- und Schriftelementen durchbrechen. «UnknowmiX» suche nach neuer Musik und neuen Konzertformen, sagt er. Ob er mit seiner Show nicht auch vom Phänomen der Massenhysterie profitiert, nicht auch einen Lichtolymp aufbaut und Sängerin Magda Vogel nicht auch – auf ihre Art – eine Mystifizierung provoziert? Eines steht fest: Typografie ist bei Hans-Rudolf Lutz überall gegenwärtig ...



Gestaltung auf Verpackungen sammeln: seit 1975 eine der wichtigsten Beschäftigungen auf den Reisen des Hans-Rudolf Lutz. Hier geschieht Gestaltung ohne spezifische Ausbildung, ohne Berufsbild, noch nahe am Handwerk.



Der Büchermacher

Ein wichtiger Teil des Werks von Hans-Rudolf Lutz sind Bücher, die er im eigenen Verlag herausgibt. Über 30 Titel sind zurzeit lieferbar. Eine Auswahl:

Visuelle Kommunikation

Konrad Farnet Goya, 1969, 9 Fr.; Konrad Farnet Tod der Kunst,

1972, 9 Fr.; Experiment F+F, 1970, 15 Fr.; Grafik in Kuba, 1972, 15 Fr.; Edmonton Journal – die visuelle Sprache einer Tageszeitung, 1977, 24 Fr.; 1979, eine Art Geschichte, Band 1 und 2, 1980, 79 Fr.; BilderBuch 1, Menschen, 1986, 230 Fr.; BilderBuch 2, Gesichter, 1986, 230 Fr.; Ausbildung in typographischer Gestaltung, 1988, 125 Fr.; Die Hieroglyphen von heute – Grafik auf Verpackungen, 1990, 150 Fr.

Fotoessays von Luc Chessex

Das Gesicht der Revolution – die Bilder Fidel Castros auf Kuba, 1969, 15 Fr.; Fotografischer Essay über die Schweiz, 1972, 27 Fr.; Eldorado gibt's nicht mehr – Kuba 1960, Lateinamerika 1970, Nicaragua 1980, 66 Fr.

Werkkataloge, Tagebücher

Dieter Meier – 26 Werke, 1975, 36 Fr.; Bignia Corradini – Bilder, 1975, 27 Fr.; Hanny Fries: «Theater zeichnen...» – eine un-

vergleichliche Geschichte des Zürcher Theaters, 1978, 66 Fr.; Alex Sadkowsky – Malerei 1 und Malerei 2, 1975, je 36 Fr.

Photokopedition

Hans-Rudolf Lutz: Miami Herald, 1981, 80 Fr.; Hans-Rudolf Lutz: Suenas mexicanos, 1981, 80 Fr.; Otto Helgold: Die Stadt, die Macht, 1984, 50 Fr.

(Auslieferung für alle Titel über: AVA, Buch 2000, Postfach 89, 8910 Affoltern am Albis, Telefon 01/761 75 32)