

Designschulen in Buchform : Kataloge von Hochschulen

Autor(en): **Eschbach, Andrea**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **18 (2005)**

Heft 10

PDF erstellt am: **24.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-122716>

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.

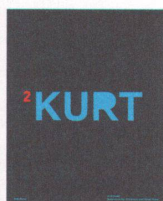
Haftungsausschluss

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.

Designschulen in Buchform

Text: Andrea Eschbach

Die Bologna-Reform macht die Hochschulen vergleichbar. Grund genug, sich ein unverwechselbares Profil zu geben. Schweizer Designschulen setzen auf Diplomkataloge und Bücherserien, Deutsche auf leichtere Kost. Ein Blick auf Hochschulpublikationen zwischen Lausanne und Köln.



HGK Basel

Die Basler HGK setzt auf Beiträge zur Theoriebildung: Erstmals erschien 2004 eine aufwändige Publikation im Birkhäuser Verlag. «KURT» steht für «Kultur, Reflexion und Transfer», aber auch für «Kamikaze, Utopie, Rewind und Traktor». Schon die erste Ausgabe gab die Marschrichtung vor. Sie spürte den Wechselwirkungen zwischen Kunst und Design nach. Die Ausgabe 2005 widmet sich dem nicht weniger komplexen Thema Werte. Reflexionen und Essays zu Lehre und Forschung sind zwischen Porträts der Professoren und Studentenarbeiten eingestreut. Die Theorie-lastigkeit erschwert jedoch dem Laien den Zugang. Das zeigt sich auch an den Verkaufszahlen: «Jahrbücher wie

«KURT» verkaufen sich generell schlecht», konstatiert Cornelia Poerio. Die meisten Exemplare, erklärt die Buchhändlerin im Basler Domus-Haus, würden wohl intern über die Hochschulen abgesetzt. Gestaltet wird «KURT» vom Gestaltungsatelier der Fachhochschule: Gibt sich der Umschlag eher zurückhaltend, ersannen Christian Heusser und Barbara Frey im Innern ein Layout, das nicht der Ordnung von Rubrik und Raster folgt, sondern die einzelnen Beiträge ineinander greifen lässt. Zeichen, typografische und bildhafte Verweise begleiten Texte und Bilder so, dass der Leser durch die Buchseiten navigieren kann. Auflage: 800, CHF 40.-, www.fhbb.ch bzw. www.birkhauser.ch



HGK Zürich

Im geplanten Jahrbuch des Design-Departements soll die Ausbildung dokumentiert werden. «Bislang hat diese Art der Dokumentation in Zürich gefehlt», erklärt Jacqueline Otten. «Wir möchten diese Lücke füllen.» Dafür budgetierte sie rund 50000 Franken und verpflichtete als Buchgestalterin mit der Grafikdesignerin Megi Zumstein einen Profi. «Design_z 2005» zeigt ausgewählte Projekt- und Diplomarbeiten des Jahres 2004/05. Die Projekte werden wie in einer Werkschau vergleichend dargestellt, die Diplomarbeiten dagegen auf je einer Seite. Das Ergebnis ist eine dichte Übersicht, jedoch nur oberflächlich dokumentiert. Wenn auch die Designhaltung des Diplomjahrgangs

2005 nicht deutlich wird, eines lässt sich gut ablesen: das neue Corporate Design der HGKZ, ein erster sichtbarer Vorboten des geplanten Zusammenschlusses mit der Hochschule Musik und Theater Zürich (HMT) zur Zürcher Hochschule der Künste. Richard Feurer, Dozent am Studienbereich Visuelle Gestaltung, erarbeitete das CD, das auf dem Konzept «Open Space» basiert. Ein strenges Raster und ein einheitliches Format gilt für alle institutionellen Drucksachen wie der Studienführer. Frei in der Formatwahl und der Gestaltung sind dagegen beispielsweise das geplante Jahrbuch. Als einzig Verbindliches bleibt das Logo der HGKZ.

Auflage: 3000, Preis unbekannt, www.hgkz.ch

• In Breda, Eindhoven oder London gibt es sie längst: Jahrbücher der Designschulen, die zum Vergleich der Ausbildung einladen. Nun hat man auch in der Schweiz das Potenzial dieser Selbstdarstellungen erkannt. Auf eine lange Tradition können die Jahrbücher hierzulande nicht zurückgreifen. Das mag mit dem Selbstverständnis der einstigen Kunstgewerbeschulen zu tun haben: Zeigen statt reflektieren war die Devise. Das ändert sich nun Schritt für Schritt. An der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zürich (HGKZ) etwa vor einem Jahr: Als Jacqueline Otten die Leitung des Departements Design antrat, war eine ihrer ersten Aufgaben die Konzeption eines eigenen Jahrbuchs. Im Dezember soll nun «Design_z 2005» erscheinen.

Keine Frage: Die Designschulen müssen sich vor dem Hintergrund der Bologna-Reform, die Aufbau, Anforderungen und Abschlüsse der Lehrgänge an europäischen Hochschulen angleichen will, profilieren. Die meisten Fachhochschulen und Universitäten beginnen im Herbst mit den ersten Bachelor-Studiengängen, so auch die HGKZ mit vier neu formierten Studiengängen für Bachelor of Arts. «Die HGKZ ist die einzige Schweizer Gestaltungshochschule, die aus dem Bologna-Prozess neue Studiengänge herausgearbeitet hat», konstatiert HGKZ-Rektor Hans-Peter Schwarz. «Das gilt es auch mit publizistischer Hilfe zu kommunizieren.»

Nichts für den Buchhandel

Mit den Publikationen wollen die Hochschulen an eine breitere Öffentlichkeit. «Die Designschulen müssen ihre Resultate veröffentlichen», erklärt Alois M. Müller, «so, wie dies an den Universitäten jahrhundertealte Tradition ist.» Der Leiter der Hochschule für Gestaltung und Kunst (HGK) Basel will die Arbeiten der Studierenden öffentlich verhandelbar machen. Mit Diplomkatalogen, aber auch mit einem Jahrbuch. Während die Gestaltung der Diplomkataloge nicht nur in Basel bewerteter Teil der Diplomarbeiten ist, betraute Müller mit der Gestaltung des gewichtigeren Jahrbuchs das interne Gestaltungsatelier. Andere Hochschulen greifen dafür gar auf externe Profis zurück. Denn mindestens so wichtig wie die Information ist die zum Teil experimentelle Form der Publikation.

Nicht alle Hochschulen machen bei der doppelten Investition in Diplomkatalog und Jahrbuch mit. So beschränkt sich die Hochschule für Gestaltung und Kunst (HGKL) in Luzern bei der Darstellung ihres Selbstverständnisses auf eine CD-Rom. Denn die Mittel sind knapp, selbst wenn viel Eigenleistung der Schulen in den Publikationen steckt. Über den Verkauf können sich die wenigsten finanzieren – Jahrbücher und Diplompublikationen haben enorm kurze Halbwertszeiten. Die Auflagen decken in der Regel die Kommunikationsbedürfnisse nach aussen und das Geschenk an die Diplomanden ab.

Doch welchen Gewinn bringen die Jahrbücher ausser der unbestrittenen Imagepflege? Während man in Basel damit zur Theoriebildung beisteuern will, setzt man in Zürich oder Aarau auf die Leistungsschau. «Langfristig sollen Paradigmenwechsel anhand der Diplomarbeiten abzulesen sein», wünscht sich Jacqueline Otten. «Auf den ersten Blick scheinen Publikationen wie die Jahrbücher zwar eine enorme Halbwertszeit zu haben, aber wenn man in fünf Jahren auf einige Jahrgänge zurückschaut, lässt sich daran viel ablesen.» Strömungen und Paradigmenwechsel im besten Fall, manchmal aber auch nur der herrschende Zeitgeist. Eine kleine Blütenlese. •

FHA Aarau

«Ein Diplombuch ist ein Bilderbuch», erklärte Direktorin Ellen Meyrat-Schlee im Diplomkatalog 04 der Fachhochschule Aargau Nordwestschweiz (FHA), «und immer auch Rechenschaftsbericht.» Die noch junge Fachhochschule dokumentierte ihre Diplomarbeiten von Anfang an. Standen jedoch 2004 Porträts der Absolventen gleichberechtigt neben ihren Arbeiten, hat sich der Fokus 2005 zugunsten der Diplomarbeiten verschoben. Eines der Kennzeichen der Schule, die Interdisziplinari-

tät, bildet sich in der Ordnung der präsentierten Arbeiten ab: Sie folgt dem Namensalphabet, ohne nach Studiengängen aufzuteilen. Die FHA nimmt mit ihren Publikationen den Wettbewerb auf. «Unsere Kataloge unterscheiden sich nicht wesentlich von denjenigen der Hochschulen mit eigenen Grafikabteilungen», sagt dazu Danilo Silvestri, «das ist ein Erfolg.» Der Dozent für Typografie und Grafik an der FHA betreut das Diplombuch, das jeweils zur Diplompräsentation 2005 verteilt wird. Unter den

jüngeren Studierenden der Fachbereiche Medienkunst und Industrial Design wird dafür jeweils ein Projektwettbewerb ausgeschrieben. In diesem Jahr siegten Graziella Luggen und Samuel Köppl mit ihrer Idee einer Agenda. Dass diese Publikationen nicht in den Buchhandel kommen und bald nur noch Diplomanden an ihr Studium erinnern, stört Danilo Silvestri nicht: «Man darf eine solche Publikation nicht überbewerten.» Auflage: 600, CHF 20.–, für Studierende CHF 10.–, www.fh-aargau.ch

ECAL

DESIGN INDUSTRIEL/ INDUSTRIAL DESIGN



ECAL Lausanne

Die Ecole cantonale d'art (Ecal) in Lausanne verfolgt eine ganz andere Strategie der Selbstdarstellung. Langfristige Gültigkeit statt jährlicher Dokumentation lautet hier das Motto. Das Mittel: eine kompakte Buchserie. Der Startschuss fiel 2003 mit dem Buch «Ecal – Industrial Design». Mittlerweile sind drei weitere Publikationen erschienen, im Januar soll «Cinéma, vidéo et motion design» folgen. Ecal-Direktor Pierre Keller will einmal mehr die Deutschschweiz zum Wettbewerb for-

dern. «Seitdem unsere Bücher auf dem Markt sind, haben sich auch einige meiner Kollegen in eine dynamischere publizistische Tätigkeit gestürzt.» Der Konkurrenzgedanke macht jedoch nicht an der Landesgrenze halt: Die Ecal will sich mit Schulen in Eindhoven, Paris oder Helsinki messen. Die zweisprachige Bücher-Reihe, die von Profis wie dem Zürcher Büro Norm und dem Lausanner Büro Happy Pets gestaltet ist, richtet sich an ein internationales Publikum: Alle französischen Texte

werden englisch übersetzt. Das erklärte Ziel: Das pädagogische Credo der Schule zu vermitteln. Betrachtet man die ausgewählten Arbeiten, zeigt sich die provokativ-ironische Haltung der Schule. Der Ecal gelingt es, ihre Designauffassung publizistisch zu transportieren: So finden sich im Band «Ecal – Industrial Design» ein lesenswertes Interview mit dem Ecal-Professor Ronan Bouroullec und ein Aufsatz zur Innovationskraft der autokratisch geführten Schule. Auflage: 1500, CHF 39.–, www.ecal.ch

ROGER



KISD Köln

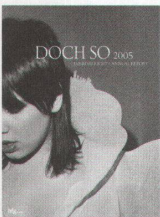
In Köln setzt man auf leichte Kost. Die Zeitschrift «Roger» entstand aus einem Jahrbuchprojekt der Köln International School of Design (KISD). Das Heft mit dem lustigen Namen wird von einem Team realisiert: allesamt Studierende der KISD, der Hochschule mit dem generalistischen Ansatz. «Roger» erhebt den Anspruch, sich kritisch mit dem Begriff Design auseinanderzusetzen. Blättert man das Magazin durch, geht es jedoch eher um den schönen Schein: Das Titelthema

«Halbgötter in Schwarz» der zweiten Ausgabe huldigt dem Starkult – und erhofft sich damit wohl auch eine verkaufsfördernde Themenwahl. Befestigt wird mehr oder weniger amüsant das Klischee, wonach sich Architekten vorzugsweise schwarz, Designer jedoch als bunte Vögel kostümieren. Mit Stolz können die Herausgeber vermelden, dass sich das Magazin komplett selbst finanziert. Anzeigen und Verkauf decken die Produktionskosten. Trotz eher diffusem Konzept, das zwischen

informativen Beiträgen zu Forschung und Bildung und oberflächlichem Lifestyle-Geplauder schwankt: Mittlerweile ist die zweite Nummer ausverkauft, im Oktober soll zur Buchmesse die dritte Folge erscheinen. Offenbar besteht ein Bedürfnis nach genau dieser Art des Infotainments, das aus der Ecke der Designer stammt. Erstaunlich bleibt, dass diese Lücke bisher von keinem der grossen, etablierten Designmagazine geschlossen wurde.

Auflage: 10000, EUR 5.–, www.roger.kisd.de

HfG Offenbach



Während sich die Kölner noch als Journalisten üben, lanciert eine andere deutsche Designschule einer der gegenwärtig überzeugendsten Selbstdarstellungen. Der dritte Jahresbericht der Hochschule für Gestaltung (HfG) Offenbach trägt den Titel «Doch so». Für die Chefredaktion haben zwei Professoren der Fachbereiche Produktgestaltung und Visuelle Kommunikation zusammengespannt: Frank Schumacher und Petra Kellner konzipierten einen mit rund 15000 Euro – vergleichsweise

gering – budgetierten Band, der einen Überblick über die Leistungen der HfG gibt. Einerseits werden Diplomarbeiten präsentiert, andererseits werden die interessantesten Studienprojekte vorgestellt. So entsteht ein schöner Überblick, der auch etwas darüber erzählt, mit welcher Haltung die Ausbildung auch ausserhalb der Ausnahmezeit der Diplome funktioniert. «Ein Katalog für die Diplomarbeiten, ein Magazin für alle andere Projekte», erklärt Schumacher. Und so gilt für die auf

je zwei Doppelseiten dargestellten Diplomarbeiten ein einheitliches Raster mit immer gleicher Typografie, während der Magazin-Teil grosszügiger bebildert und freier gestaltet ist. Einem Teil der Auflage wurde eine DVD mit Beispielen aus Bewegtbild-Produktionen beigelegt, was den Preis mehr als rechtfertigt. Eine aussagekräftige Dokumentation der Diplomarbeiten, die zugleich das Engagement der Schule versinnbildlicht. Auflage: 2500, EUR 10.– (mit DVD), www.hfg-offenbach.de