

Renommierte Designer

Interviewpartner: Horst Moser

Firmenname: independent-Medien-Design

Straße: Widenmayerstraße 16

Ort: 80538 München

Informationen über den Interviewpartner

Name: Horst Moser

Alter bei Gründung: 43

Anzahl Tassen Kaffee/Tag: 5

Stunden im Büro/Tag: 14

Not-Nahrung bei engen Deadlines: Fasten

Lieblingsbuch: Arno Schmidt, Bargfelder Ausgabe, Werkgruppe 2 und 3

Lieblingssonderzeichen: ich freue mich, wenn jemand – was für Gestalter eigentlich selbstverständlich sein sollte – die französische und schweizerische Anwendung der Guillemets beherrscht und auch Zitate, Fachbegriffe oder Eigennamen innerhalb wörtlicher Rede sinnvoll kennzeichnen kann.

Lieblingsfarbe: keine

Steckenpferd: ich unterscheide nicht zwischen Beruf und Freizeit

Typisch deutsches Designobjekt: das deutsche Design wird weiter unten gewürdigt

Informationen zum Büro

Gründungsjahr: 1994

Größe Büro: 250 qm plus mehrere Archive

Anzahl Mitarbeiter: 20

Freie Mitarbeiter: ein internationales Netz von vielleicht 100 Leuten

Praktikanten: Marta wurde vorzeitig übernommen, sonst unregelmäßige Besetzung

Größe/Stadt: 1 Million

Blick aus Fenster: das Isarufer zwischen goldenem Friedensengel und der blauäugigen Tochter des Zeus, Pallas Athene, die Göttin der Weisheit und Beschützerin des listenreichen Odysseus

Arbeitszeiten: zwischen 2 und 6 Uhr ist meist niemand hier. Sonst eigentlich immer.

Samstag/Sonntag: ist außer mir kaum jemand da

Frauenanteil: 85 %

Altersschnitt: 33,3

Mitgliedschaften: keine (independent)

Büroalltag

Angaben in Prozent

30 % Design

40 % Organisation

20 % Kundenbetreuung (Beratung, Meetings, Präsentationen, etc.)

05 % Akquise

05 % Eigenwerbung/PR

Interview

— 1. Was ist für Sie typisch deutsches Design?

ANTWORT

Die schweizer Helvetica, das schwedische Billy-Regal, das vom österreichischen Gefreiten verhunzte indische Swastika-Zeichen, seine Autobahnen (plus späterer DIN-Schrift), der Stern an seinem Führer-Mercedes, die Leica seines Leibfotografen, das in seinem Wolfs-Burg produzierte Kraft-durch-Freude-Volksauto.

— 2. Kennen Sie interessante junge Grafik-Design Büros in Deutschland? (Gründung nach 2001, Gründungsmitglieder nicht älter als 35 Jahre, Bürogröße: 2-5 Mitarbeiter) Kennen Sie auch die Arbeiten der Büros?

Wenn nein: Woran liegt das Ihrer Meinung nach?

Wenn ja: Informieren Sie sich bewusst über aktuelle Entwicklungen? Wie bewerten Sie Ihre Beobachtungen?

ANTWORT

Kann sein. Wenn Arbeiten publiziert sind, bemerke ich das schon, da wir alle relevanten Veröffentlichungen taurisch hier haben. Aber zu den interessanten jungen Designern würde ich gerne eine Anmerkung machen.

Es gab zu keiner Zeit mehr Veröffentlichungen von Studienabsolventen und Juniors aller Schattierungen. Aufmerksamkeit ist also gewiß und kein Genie wird unerkant bleiben. Da wir (independent Medien-Design) ständig Bewerbungen erhalten, möchte ich monieren, daß nahezu alle Examen mit der inflationären Gesamtnote eins gemacht werden. Das ist für alle Beteiligten kontraproduktiv. Der Absolvent fühlt sich schon als Großmeister und muß seine Unzulänglichkeiten, die man Einser-Absolventen eigentlich nicht zubilligt, bitter büßen. Der Arbeitgeber schaut sich schon gar keine Zeugnisse mehr an, da sie als ernstzunehmende Quelle der Beurteilung nicht mehr in Frage kommen.

— 3. Warum haben herausragende Arbeiten von jungen, noch unbekanntem Grafik-Designern selten eine Chance bei Designwettbewerben?

ANTWORT

Moment mal ! Zunächst zu den Begriffen: Herausragend & jung. Die Genialen, von Picasso bis Dylan, haben tatsächlich schon als 20-jährige Höchstleistungen abgeliefert. Aber Leute ersten Ranges sind verdammt dünn gesät. In jedem Jahrzehnt durchschnittlich einer pro Hochkultur und Disziplin (die mathematische Definition mit Wurzel aus pipapo hat Arno Schmidt berechnet). Und ab dem zweiten Rang (in einem Sechser-Classement) müssen sich selbst die Hochbegabten alles hart erarbeiten. Formenreichtum (die persönlichen Schatzspeicher für das Visuelle müssen erst mal prall gefüllt werden), Erzählstrukturen, Kenntnis der Symbole und der neuen und alten Allegorien, Farbgefühl, Komposition, Stil, Designsprachen und davon abgeleitete Dialekte, Techniken der Ideenfindung (falls die Muse pausiert), Schrift und so weiter. Bei Schrift geht es ja erstmal darum, die wichtigsten 100 000 Fonts zu registrieren. Danach kann man urteilen oder wie Pierre Mendell behaupten, dass man in seinem Designerleben mit drei Schriften auskommt und zeitlebens damit beschäftigt ist, die Ausdrucksmöglichkeiten dieser drei annäherungsweise zu erforschen. Oder man wird Dadaist, dann wäre das Studium der Schrift eher hinderlich. Das wichtigste jedoch: Bildung und Intelligenz. Denn Designer müssen Inhalte verstehen und aus dem Verständnis heraus schnell erfassbare Konzentrate, Verdichtungen, die keine verfälschenden Simplifizierungen sein dürfen, destillieren. Gestalter also, die sich um Objektivierbarkeit, um größtmögliche Willkürfreiheit, wie Tschichold das nannte, bemühen. Das ist die eine (meine) Gruppe. Die Naiven, die Grauwert-Verteiler, die Aus-dem-Bauch-raus-Macher, die Toll- und Geil-Finder, das sind die anderen. Für beide ist genug Platz. Aber mich stört halt nun mal das (leider nicht völlig aus der Luft gegriffene) Image des emotionalen, geistig leicht behinderten Gefühlsdusel-Grafikers, dem man gütig-mitleidig sagt: aber hier, mein Lieber, sind nicht die Bonbonfarben wichtig, hier geht es um die Inhalte.

Zu den Wettbewerben

Ich glaube, folgendes sagen zu dürfen, da ich in vielen Juries entschieden und als Gestalter viele Preise gewonnen habe. Wer so naiv ist, zu glauben, daß die Wettbewerbe nach dem Prinzip ›möge-der-bessere-gewinnen‹ funktionieren, muß halt die schmerzhafteste Methode, der vergebens bezahlten Einreichungsgebühren selber durchmachen.

— 4. Was denken Sie über aktuelles Grafik-Design aus Deutschland?

ANTWORT

Gemessen an den unbegrenzten Möglichkeiten, die keine Gestalter-Generation, seit es diese Welt gibt, hatte, sind wir doch ziemlich unbedeutend in der Disziplin Grafik-Design. Man vergleiche die epochalen Leistungen des Bauhaus mit dem, was vor dem Bauhaus war, um die Differenz zu ermessen. Wir können uns einen derart radikalen Schritt gar nicht mehr vorstellen. Unsere mageren Leistungen bestehen darin, nach der ersten digitalen Chaos-Phase

Anfang der 90er Jahre, die Helvetica wiederentdeckt zu haben. Und ansonsten halten wir uns an den Bild-Erfindungen von Michelangelo, Dürer, Botticelli und Leonardo schadlos, wenn es gilt, die großen Menschheitsthemen wie das Weibliche und das Männliche, Inspiration, Beseelung, Schönheit und das menschliche Maß darzustellen. Wird jemand in 500 Jahren eine einzige Bilderfindung von uns zitieren? Die grinsenden Knallköpfe des WM-Logos? Oder die aktuellen münchener Opernplakate des oberglatten Fons Hickmann? Für mich das übelste, was uns derzeit – wehren kann man sich ja nicht – visuell belästigt. Freches Mittelmaß mit der Attitude des schräg Gewagten.

— 5. Wie beurteilen Sie Grafik-Design aus Deutschland im internationalen Vergleich?

ANTWORT

Ich glaube, dass wir nur im Zeitschriften-Design auf Weltniveau sind. Und ich versuche, das meinige, beispielsweise zur systematischen Durchleuchtung dieser Disziplin – mit Surprise me und anderen Arbeiten – beizutragen.

— 6. Wo sehen Sie in Zukunft deutsches Grafik-Design? Lassen sich Tendenzen ablesen?

ANTWORT

Wo ich das sehe? An den Kiosken, an Plakatwänden, auf den Bildschirmen, im Soda-Magazine-Store in München.

Tendenz: Alles wird immer schneller immer gleicher. Die große Chance für die wirklich Guten.

— 7. Ist Design standortabhängig? Aus welcher Region in Deutschland kommt das interessanteste Design?

ANTWORT

Nein.

— 8. Nach welchen Kriterien haben Sie Ihren Standort gewählt?

ANTWORT

Als Editorial-Designer wählt man eine Verlagsstadt. Die wichtigsten Zeitschriftenverlage sitzen in Hamburg und München. Da ich auch Bücher gestalten wollte, fiel die Wahl auf die wichtigste Buchverlagsstadt. Das ist München. Wenn alles so einfach wäre.

— 9. Mit welchen Erfahrungen haben Sie sich selbständig gemacht? (Haben Sie im berühmten Home Office gestartet? Wieviele Kunden hatten Sie im ersten Jahr Ihrer Selbständigkeit? Seit wann können Sie von Ihrem Beruf leben? Macht Ihnen Ihr Beruf immer Spaß?)

ANTWORT

Erfahrungen: Ich habe die faschistoiden Lehrer am Willstätter-Gymnasium, die in der Nazi-Zeit ihr übles, pädagogisches Handwerkszeug erhielten, mit Mühe überlebt, die verschnarchten, harmlosen Bastler an der Fachhochschule Nürnberg überwunden, mich von kauzig bis

windigen Selbstdarstellern an der Kunstakademie München befreit, und habe bis heute Kontakt zu meinem wichtigsten Lehrer, Thomas Zacharias.

Homeoffice: ja

Wie viele Kunden?

Den üblichen Kleinkram: Urkundenverlage à la Reisinger. Ich schrieb wahrscheinlich 50 000 Urkunden. Vom Kleingartenjubiläum bis zum Bundespräsidenten (auf echtem Leder mit Blattgold, vorher mit Ochsen-galle – vom Materialpapst Düll – entfettet). Immerhin konnte ich danach die Schwabacher routiniert-flüssig schreiben. Dann noch ein paar Buchaufträge: Haiti- und Madagaskar-Reiseführer, Prospekte und Landkarten für den Expeditionsservice Därr, Anzeigen für die Transit-Film. Alles Kontakte aus dem Studium. Dank an Anne Wodtcke.

Seit wann? Schon immer. Ich bin mit 17 von zuhause ausgezogen. Ich habe meinen Lebensunterhalt, Miete, Ausbildungen und alle Studien durch Nacharbeit selbst finanziert. Mein bisschen BAföG habe ich komplett zurückgezahlt. Das heilige Prinzip ›independence‹. Immer Spaß: nein

— 10. Was war das tiefste Tief und das höchste Hoch für Sie als Grafik-Designer?

ANTWORT

Es gab viele Schocks. Ich kann mein Leben als endlose Folge von Niederlagen beschreiben oder vice-versa als never-ending success-story. There's no success like failure (Big Zim). Es kommt auf den Blickwinkel an. Die tiefsten downs waren sicher das vorzeitige Ende von Magnum (ein junges Magazin, welches Tempo, Jetzt und Neon vorweggenommen hat oder hätte) auch wenn mir Johannes Gross den motivierendsten Abschiedsbrief dazu geschrieben hat. Und das unrühmliche Ende meiner Arbeit an der deutschen Ausgabe von Forbes. Ein dreifach-donnernder Fluch noch heute, 25 Jahre später, über den Verlag Hubert Burda. Es ist lächerlich, das Nullniveau von Super-Illu (»Angeber-Wessi mit Bierflasche erschlagen«) und Peter Handke vereinen zu wollen. Sagen Sie das mal Ihrem Gatten, Frau Furtwängler.

Und die Hochs? Über einen Mangel an Hochs kann ich nicht klagen. Nur sind sie in den seltensten Fällen identisch mit den Goldmedaillen und gewonnenen Aufträgen. Ich wurde ja bereits als 16-jähriges Design-Talent, bei der Arbeit an der unabhängigen Schülerzeitschrift sorry fürs Fernsehen gefilmt. Wir hatten gerade den Preis, beste Schülerzeitschrift Bayerns gewonnen. Damals gabs nur 3 Programme und ins Fernsehen zu kommen, bedeutete höchstes Ansehen. Aber wirklich bedeutsam ist für mich Paul Renner (der die Futura entwarf) und zu dem ich durch den Erwerb seines Nachlasses eine tiefe Beziehung entwickelt habe. Seine Modernität im Denken, seine gestalterischen Ideen und sein Mut, den Nazis die Stirn zu bieten, sind für mich enorm inspirierend. Bevor ich jedoch mein magnum opus über diesen Giganten herausgegeben habe, kann kaum jemand die Tragweite nachvollziehen, weil über ihn nur bourgeoise Klischees kursieren.

— 8. Arbeiten Sie auch an eigenen Projekten? Welche? Was ist Ihre liebste Designaufgabe?

ANTWORT

Zwei Großprojekte. Das ›House of Magazines‹ und das Paul-Renner-Buch. Details würden hier den Rahmen sprengen.

Die liebste Designaufgabe: die visuelle Vermittlungsqualität, also Kommunikation (nicht selbstverliebter Autismus) zu höchsten Höhen führen. Egal ob digital oder analog. Wie kann ich aus einer endlosen Zahl von visuellen Möglichkeiten jene Bilder oder grafischen Elemente auswählen oder nie Gesehenes selbst anfertigen und mit Textinformation zu einem Ergebnis komponieren, das der Wahrheit (oder meiner Interpretation von ihr) am nächsten kommt und das die Balance zwischen Entertainment und Information hält. Ein gewisses Maß an Lockung (wenn sie sich nicht verselbständigt), ist in Zeiten des galoppierenden Informationsoverkills legitim.

— 9. Wie lange möchten Sie als Grafik-Designer arbeiten? Wie wird Ihre Arbeit aussehen, wenn Sie 65 Jahre alt sind? Was wird sich verändern? Was hat sich bereits verändert?

ANTWORT

Ich möchte zunehmend mein eigener Auftraggeber werden, schließlich liegen meine besten Arbeiten noch vor mir. Golfspielen interessiert mich nicht und ich möchte auch nie dem Faselfranz, der Lichtgestalt, auf einem Golfplatz begegnen. Ich werde also – wie jeder anständige Mensch – danach streben, im Sattel zu sterben.

— 10. Was inspiriert Sie?

ANTWORT

O-je ! was inspiriert mich ? Mal ganz unalfabetisch-spontan: Arno Schmidt, der Fackel-Kraus, Brodovitch, Paul Renner, die Weltwoche mit Roger Köppel, Sloterdijk, Alexander von Humboldt, mein Zeitschriftenmuseum, Uwe Nettelbeck, der frühe Henscheid, die Reportagezeichnungs-Sammlung des Melton-Prior-Instituts, Brandeins, LeicaWorld, Dylan, Johannes Gross, Velvet Underground.

Bei den Werken der Schriftsteller interessieren mich nicht die spannenden Handlungen, Spannung ist etwas für Pubertierende, irgendwann hat man die grundlegenden Konstruktionsmodelle verstanden. Danach folgen nur noch Variationen. Mich interessiert die Sprache. Inspirierend finde ich jene Schriftsteller, die mich durch ihre Sprachkunst schlagartig, von einer Sekunde auf die nächste, in eine andere Sphäre deportieren. Die eine Welt auf tun, ein neues Universum erschaffen: Poe, Arno Schmidt, Fouqué, Tieck, Kafka, der frühe Handke, auch Goethe und Thomas Mann (aber nur bei ›Joseph und seine Brüder‹). Wenn man die Populären mit einbezieht, dann auch Robinson, Monte Christo und Sherlock Holmes. Am schlimmsten sind die, vom Stigma der Mittelmäßigkeit befallenen, die Wässrigen, die Nobelpreis-Plauderer von Böll bis Grass.

Neben den Sprachzauberern schätze ich Schriftsteller als Partner für Gedankenspiele, die,

Second-life vorwegnehmend, zum virtuellen Gesprächspartner, zum Inspirator werden.
Aufgeregte Handlung stört dabei nur. Es geht um Schilderung von Zuständen oder Denkweisen.
Inspirierend ist aber auch der Portwein von Charles Schumann.