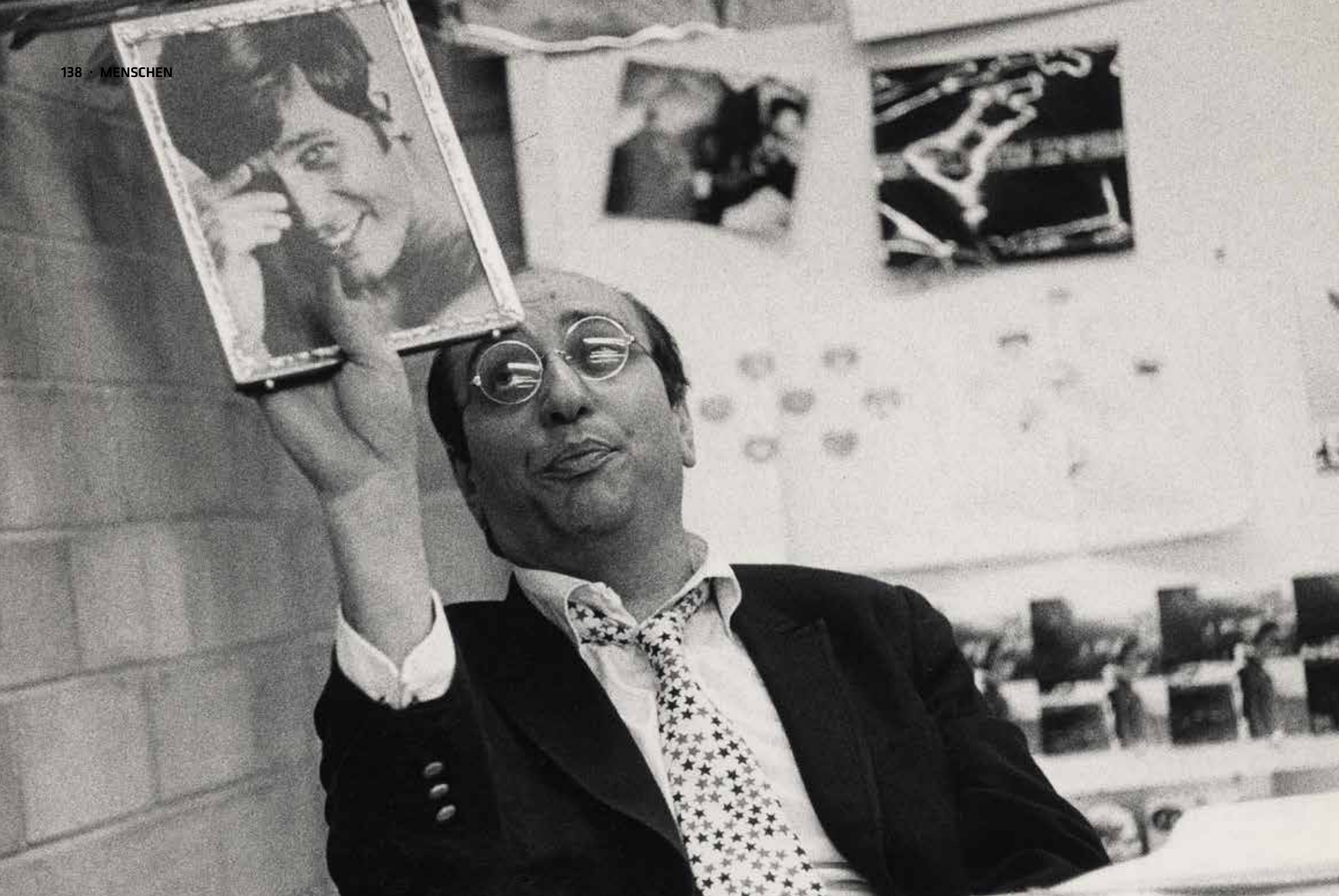


QUERDENKER GESUCHT

Warum die Welt mehr Poesie braucht



VON SANDY STRASSER

Milton Glaser zählt mit zu den wichtigsten Grafikern, Illustratoren und Posterkünstlern der Neuzeit. Sein Werk reicht von der Architektur bis zum Möbeldesign. Als einer seiner bekanntesten Arbeiten und mittlerweile begehrtes Sammlerobjekt gilt unter anderem das berühmte Poster von Bob Dylan von 1967. Der Designer gestaltete darüber hinaus zahlreiche Signets, wie das legendäre New York-Rebuslogo aus dem Jahr 1975, das seitdem unzählige Male abgewandelt wurde. Uns, den Machern des Produktkulturmagazins, erlaubte er nicht nur einen tiefen Blick in seine ganz eigene Welt, für uns hat er auch das Cover der aktuellen Herbstaussgabe gestaltet. Danke, Milton!

Herr Glaser, was bedeutet Ihnen Ihre Arbeit und die Kunst?

MILTON GLASER: Dinge zu erschaffen stand schon immer im Zentrum meines Lebens. Es gibt für mich nichts Bedeutungsvolleres als den Prozess, eine Vorstellung, die ich im Kopf habe, in physikalische Realität zu übertragen. Das mag natürlich auch die großartigste Eigenschaft der menschl-

chen Spezies sein. Ob diese Tätigkeit dann unter dem Titel „Kunst“ zu finden ist, wird von der Geschichte beurteilt, aber als Mechanismus zum Überleben der Spezies kann es nicht gelehrt werden. Nichts gibt mir mehr Befriedigung oder mehr Freude als diese Tätigkeit.

Was glauben Sie, woher haben Sie Ihr Talent und die Fähigkeit, das Wesentliche zu erkennen?

M. G.: Wenn Sie damit meinen, wie ich ein Problem in Angriff nehme, dann ist Versachlichung ein Teil aller Probleme und der Versuch, zu identifizieren, was die wirklichen Kernpunkte sind, im Gegensatz zu den augenscheinlichen. Es beginnt im Bereich des Rationalen, aber es kann auch sein, dass außergewöhnliche Antworten aus dem Unterbewusstsein auftauchen und daraus resultierend unser Gehirn aktiviert wird, scheinbar zusammenhanglose Ereignisse miteinander zu verbinden. Das kann mein Gehirn anscheinend recht gut. Andererseits entsinne ich mich aber auch immer, dass der Verstand die Seele tötet.

unbeschränkten Individuen geschaffen. Ich glaube also nicht, dass man diese Frage beantworten kann.

Inwieweit kann Kultur das Verhalten der Menschen im Sinne von gegenseitigem Respekt, Toleranz und Akzeptanz beeinflussen?

M. G.: Ich habe immer schon geglaubt und gelegentlich auch geschrieben, dass Kunst ein Überlebensmechanismus ist. Dass wir etwas gemeinsam haben, wenn Sie Mozart lieben und ich Mozart liebe. Kunst ist einer der wenigen Wege, die wir haben, um unser Ego und das Gefühl der Isolation, das uns von anderen trennt, zu überwinden. Wenn man eine Erfahrung teilt, wird außerdem ein Modell von Großzügigkeit geschaffen, das viele der anderen Artefakte von Zivilisation nicht erreichen. Sie ist ein Gegengift für den Egoismus, die Versenkung in sich selbst, die man in täglichen Dingen erfährt.

Worin liegt der Unterschied zwischen Kunst und Design?

M. G.: Einfach gesagt ist Design eine Handlung, bei der man von der bestehenden Gegebenheit zu einer bevorzugten geht. Die wesentliche Intention, welche die Kunst verfolgt, ist es, Menschen zu ermöglichen, zu verstehen, was real ist und, wie bereits gesagt, um ein Verständnis von Gemeinsamkeit zu entwickeln.

Wie wichtig ist Poesie bei all dem, was Sie tun?

M. G.: Wenn Sie unter „Poesie“ die Entdeckung von unsichtbaren Beziehungen verstehen, die nicht rationell wahrnehmbar sind, dann ist sie nicht nur wichtig, sondern essenziell.

Wie können wir uns mit Poesie die Welt einfacher gestalten?

M. G.: Das Erste, was wir tun müssen, ist zu vergessen, die Welt zu gestalten. Das Zweite ist, unsere Gefühle und Beobachtungen kraftvoll und authentisch zu vermitteln.

Wann erregt etwas Ihre Aufmerksamkeit? Was erwärmt Ihr Herz?

M. G.: Was mich jedes Mal wieder von Neuem fesselt, ist der Moment, in dem eine unerwartete Wahrheit aufgedeckt wird. Was mein Herz erwärmt, ist die Erfahrung, dass meine Sicht der Welt sich verändert hat.

Wieso haben Sie sich damals für Italien als zweiten Studienort entschieden?

M. G.: Ich hatte ein Fulbright-Stipendium von der amerikanischen Regierung erhalten. Hierbei handelte es

sich um ein Studienprojekt, bei dem ich in Florenz und Mailand sein musste. Die Regierung dachte, Bologna wäre ein geeigneter Ort, da es zwischen diesen beiden Städten liegt. Durch reinen Zufall unterrichtete Giorgio Morandi an der Hochschule genau zu der Zeit Ätzverfahren, als ich einer seiner Studenten wurde. Das war das Beste, das mir je passiert ist.

Was hat Sie an Ihrem Lehrer und Mentor, Giorgio Morandi, so fasziniert?

M. G.: Das Wichtigste an Morandi war – wie bei allen großartigen Lehrern – nicht das, was er sagte. Es war in der Tat das, wer er war. Als Lehrer sagte er außer „coraggio“ beim Eintauchen der Metallplatte ins Säurebad nicht viel. Bis zu einem gewissen Grad nehme ich an, dass dieses Wort einer der hintergründigsten Führer durch die Art zu leben ist. Er war ein Mann, der einfach nur seine Arbeit tun wollte. Wie einmal jemand sagte, „lebte er bescheiden und errichtete Monumente“.

Was kommt Ihnen in den Sinn, wenn Sie an die italienische Mentalität und die Jahrhunderte überdauernden architektonischen Meisterleistungen denken, die ja auch eine gewisse Form der Kunst darstellen?

M. G.: Man könnte es so sehen, dass das ganze Land ein Kunstwerk ist. Seine Malereien, architektonischen Bauwerke, Monumente, sein Essen, seine Sprache und alles, dem man begegnet, erscheint mir jetzt als Lehre der unentbehrlichen Belohnungen, die das Leben für einen bereithält. Ein Leben in Italien verändert die Sichtweise auf das Verhältnis zwischen Leben und Kunst. Gleich nach Ihrem Abschluss gründeten Sie die Designagentur „Push Pin Studios“, aus der 1974 die „Milton Glaser Inc.“ hervorging. Was hat Sie dazu motiviert, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen?

M. G.: Ich habe die „Push Pin Studios“ im Wesentlichen deshalb verlassen, weil sie zu erfolgreich geworden waren und Arbeit anzogen, die mit dem übereinstimmte, was wir schon mal gemacht hatten. Wie gewöhnlich bevorzugt das Berufsleben erfolgreiche Wiederholung gegenüber riskanten Innovationen. Folglich, da ich an einem Großteil der Dinge, die wir produzierten, das Interesse verloren hatte, habe ich mich entschieden, noch einmal ganz von vorne zu beginnen. Sich selbst zu verändern, ist ein wesentliches Thema für jeden, der sichtbar und »

erfolgreich wird. Natürlich besteht immer ein Risiko, wenn man ganz von vorne beginnt. Die Alternative ist nur, so lange weiterzumachen, bis du das Interesse daran verloren hast.

Welchen Rat können Sie jungen Menschen geben, die ebenfalls ihre eigene Firma gründen wollen?

M. G.: Das kommt auf die Motivation an, aber ich habe das Gefühl, dass die grundlegende Aufgabe darin besteht, großartige Arbeit zu verrichten. Das ist nicht so einfach, besonders deshalb, weil es damit verwechselt wird, viel Geld zu verdienen. Aber das sind zwei ganz verschiedene Ziele.

Wie schafft man es als Arbeitgeber, den eigenen Spirit erfolgreich an seine Mitarbeiter weiterzugeben?

M. G.: Genauso wie Morandi nicht versucht hat, seine Studenten zu indoktrinieren, wird auch ein guter Arbeitgeber durch seine Art die Menschen inspirieren, die mit ihm zusammenarbeiten. Das ist nicht immer zwangsläufig der Fall, aber es ist der einzige Weg, den man beschreiten muss. **1968 produzierten Sie den einminütigen Zeichentrickfilm „Mickey Mouse in Vietnam“, ein Statement gegen den Krieg. Wie ist die Idee entstanden? Welches Echo haben Sie erfahren?**

M. G.: Ich war mit einem Mann namens Lee Savage befreundet, der Filme produzierte, und wir wollten beide ohne Budget einen Antikriegsfilm machen. Warum auch immer hatte ich den Einfall, dass Mickey Mouse jetzt nach Vietnam geht und dort getötet wird. Die Vorstellung, Mickey Mouse zu töten, erschien so dermaßen unfassbar, dass ein sehr starker Effekt eintrat. Wir sehen, wie Mickey das Schiff verlässt und nach Vietnam einmarschiert. Man hört einen Schuss, die Kamera zoomt Micekeys Gesicht heran, und während sich ihre Augen schließen, wechselt die Musik von „Mickey Mouse“ zu Brahms Requiem. Der Clip wurde nur grob mit dem Bleistift skizziert, war aber außergewöhnlich kraftvoll und hat viele Menschen bewegt.

Im selben Jahr schufen Sie das legendäre „New York“-Magazine. Welche Visionen hatten Sie damals für die Zeitschrift? Welche Botschaft sollte sie transportieren?

M. G.: Ich hatte die Zeitschrift „New York“ gemeinsam mit Clay Felker, einem guten Freund von mir, entwickelt. Er arbeitete zuerst für eine Sonntagsbeilage mit dem Namen „New York“, die vom Herald Tribune produziert wurde. Als die in New York dicht machten, wurde der Name frei. Clay fand eine Gruppe von Sponsoren, die Interesse daran hatten, den Namen zu kaufen und eine neue Zeitschrift zu gründen. Diese repräsentierte zwei verschiedene Gemüter: Clay war ein Junge aus dem Mittleren Westen, der das „High Life“ in New York kennenlernen und bei den Reichen und Mächtigen durchs Fenster schauen wollte, um zu sehen, wie deren Leben war. Ich war das jüdische Kind ungarischer Einwanderer, das in der Bronx aufgewachsen war und sich für Kunst, billige Restaurants und populäre Kultur interessierte. Wir beide zusammen waren die perfekte Kombination, um gemeinsam die Widersprüchlichkeit und Komplexität vom Leben in New York zu reflektieren. Eine der Nachrichten, die wir überbringen wollten, war, glaube ich, „es ist eine tolle Party“.

Wie, finden Sie, hat es sich bis heute inhaltlich und gestalterisch entwickelt?

M. G.: Ganz offensichtlich hat sich die Zeitschrift auf vielerlei Weise verändert und der umgebenen Atmosphäre angepasst. Zwar sind dort noch einige grundlegende Element

aus der Anfangszeit zu finden, auf der anderen Seite jedoch hat sie sich wie alle Literaturmagazine an eine neue Welt angepasst.

Was macht für Sie generell ein gutes Magazin aus?

M. G.: Ich denke, ich würde noch immer die gleiche Definition verwenden, die ich einmal als unschreibendes Zitat verwendet habe, um die Rolle der Kunst zu definieren wie einst Horaz, nämlich „zu nützen und zu erfreuen“.

Welches Einflusspotenzial haben Ihrer Meinung nach die modernen Medien auf uns?

M. G.: Die Auswirkungen von Technologie auf menschliche Verhaltensweisen und Kultur ist bei Weitem zu komplex, um diese zu verstehen, außer vielleicht im Nachhinein. Wir wissen, dass eine einzelne technologische Veränderung, wie zum Beispiel das Automobil, Amerika und die ganze Welt in einem Umfang verändert hat, den man nicht begreifen konnte. Der tiefgehende Wandel durch die Technik, der wir heute ausgeliefert sind, beeinflusst alle Aspekte unserer Wünsche und Verhaltensweisen auf eine Art, die in den kommenden 50 Jahren nicht spürbar ist, und vielleicht nicht einmal dann. Die wesentliche Frage ist natürlich, welche Auswirkungen sie auf das Gehirn und auf unser Herz haben.

Trotz Digitalisierung, Sie arbeiten seit über 60 Jahren mit Stift und Papier. Weshalb gibt es für Sie keine wirkliche Alternative dazu?

M. G.: Die Arbeit mit Bleistift und Papier und vor allem, Zeichnen zu lernen, um zu verstehen, was ich ansehe, ist wesentlich auch für alles andere, was ich im Leben erreicht habe. Folglich ist es weniger wahrscheinlich, dass ich ein Opfer der Technologie werde, als dass ich diese für meine eigenen Ziele nutze. Ich liebe Computer, da ich ihnen meinen Willen aufzwingen kann. Sie sparen enorm viel Zeit, und ich habe nicht das Gefühl, noch sehr viel Zeit zu haben.

MILTON GLASER

Milton Glaser wurde am 26. Juni 1929 geboren. Der amerikanische Grafikdesigner, Illustrator und Typograf studierte von 1948 bis 1951 an der Cooper Union in New York sowie von 1952 bis 1953 an der Accademia delle Belle Arti im italienischen Bologna bei Giorgio Morandi, der vor allem für seine Stillleben zu weltweiter Anerkennung gelangte. Milton Glaser war danach zusammen Seymour Chwast, Reynold Ruffins und Edward Sorel Gründungsmitglied des „Push Pin Studios“, einer New Yorker Designagentur, aus der 1974 die Milton Glaser Incorporation hervorging. Der heute 86-Jährige zählt zu den wichtigsten Grafikern der Neuzeit. Seine Werke reichen von der Architektur bis zum Möbeldesign und zeugen von einem individuellen und farbenfrohen Zeichenstil. Sein bekanntestes Werk dürfte aber zweifellos das Rebuslogo „I LOVE NY“ sein, das er 1975 entwarf und mit dem er weltberühmt wurde. 2009 wurde er von Präsident Barack Obama mit der „National Medal of Arts“ geehrt.

WEITERFÜHRENDE LINKS

www.miltonglaser.com

I ♥ NY

BERTSCH INNOVATION
smart product information

smart product information.

WE TAKE CARE OF THE MOST VALUABLE DATA YOU HAVE.

500+
Installationen

500.000+
Produkte im System

750.000+
Medien im System

20.000+
Benutzer im System

Hosted & made in
**BADEN-
WÜRTTEMBERG**

mediacockpit ist die moderne Standardsoftware und Integrationsplattform für die Verwaltung und Distribution von Produktinformationen (PIM) und digitale Medien (DAM). Führen Sie Produktdaten und Medienobjekte nahtlos zusammen und veröffentlichen Sie Publikationen in Print, Online und Mobile in kürzester Zeit – automatisiert und individualisiert.

Mehr als 500 Kunden – darunter namhafte Marken und internationale Unternehmen wie Deichmann, Duravit, Kindernothilfe, Krones, MAHLE, Mercedes-Benz, Ravensburger, Schaeffler und Schneider Electric – setzen bereits auf die smarten Softwarelösungen der Bertsch Innovation.

Marken der Bertsch Innovation GmbH:

DAMGROUP

e-proCAT

kuschk

medicockpit

e-proCAT ist die etablierte Standardsoftware für die Erstellung digitaler Kataloge im BMEcat und GS1-XML Format sowie die Klassifizierung von Daten nach internationalen Standards (eCl@ss, ETIM, proficl@ss, UNSPSC und IDEA). Spielen Sie Ihre Daten in einfachen Schritten aus und erstellen Sie im Handumdrehen Kataloge in elektronischer Form.

Als Mitbegründer des BMEcat-Standards und zertifizierter Lösungsanbieter der GS1 Germany sowie als exklusiver Lieferant der ETIM-Zertifizierungssoftware, autorisierter eCl@ss Service-Dienstleister und Mitglied des proficl@ss Vereins stehen wir Ihnen als starker Partner für effiziente Geschäftsabläufe zur Seite.

Mitglied von:

