

Anschrift der Redaktion / Editors' Office:
 novum – World of Graphic Design
 c/o New Media Magazine Verlag GmbH
 Dietlindenstraße 18
 D-80802 München
 T: +49-89-36 88 81-80
 F: +49-89-36 88 81-81
 ISDN/Leonardo-Mac:
 +49-89-36 88 81-88
 www.novumnet.de
 Leitung Redaktion: Hermann Will

Redaktion / Editors:
 Bettina Ulrich, (bu, Chefredakteurin, verantwortl., ulrich@novumnet.de)
 Oliver Klyne (Art Director, klyne@novumnet.de)
 Sabine Hensel (layout)
 Christine Moosmann (cm, Redakteurin, moosmann@novumnet.de)
 Christian Deppisch (cd, Redaktion, deppisch@novumnet.de)
 Claudia Heim (ch, Redaktion, heim@novumnet.de)

Korrespondenten / Correspondents:
 Victor Garcia (vg, Buenos Aires, ARG)
 Peter Gyllan (pg, Kopenhagen, DEN)
 Herbert Lechner (hl, Marklkofen, GER)
 Susanne Schaller (ss, Rom, ITA)
 Lanny Sommese (ls, Port Matilda, USA)

Übersetzungen / Translations:
 English Experts, München
 englishexperts@compuserve.com

Anschrift des Verlages / Publishing house:
 Stiebner Verlag GmbH
 Nymphenburger Straße 86
 D-80636 München

Herausgeber / Publisher:
 Erhardt D. Stiebner
 Dr. Jörg D. Stiebner

Geschäftsführung / Management:
 Dr. Jörg D. Stiebner
 Hans-Peter Copony

Verantwortlich für Anzeigen / Responsible for advertising:
 Hermann Will
 T: +49-89-36 88 81 86
 F: +49-89-36 88 81 81
 Anzeigenpreisliste Nr. 53
 gültig ab 01.01.2004

Vertrieb und Abonnentenbetreuung / Distribution and subscription:
 T: +49-7 11-72 52-2 32
 F: +49-7 11-72 52-3 33
 Zenit Pressevertrieb GmbH
 Postfach 81 06 40
 D-70523 Stuttgart
 novum@zenit-presse.de



Abonnements im Ausland / Distributors abroad
 Bruil & van de Staaij
 Postbus 75
 NL-7940 AB Meppel
 T: +31-5 22-26 13 03
 www.bruil.info/novum

Lange und Springer
 Otto-Suhr-Allee 26/28
 D-10585 Berlin
 www.novumnet.de

Preise / Prices:
 Einzelheft/Single copy 9,80 €
 Einzelheftbestellung über
 Brockhaus Commission
 F: +49-71-54 13 27 13
 Jahresabonnement 108,- € inkl.
 Porto (82,80 € für Studenten)

novum-Einzelhefte können Sie jederzeit bei Brockhaus Commission nachbestellen.

Brockhaus Commission
 T: +49-71 54-13 27-0
 F: +49-71 54-13 27-13

Annual subscription 108,- € incl.
 postage via mail or 150,- € via
 air mail (82,80 € for students via
 mail or 126,- € via air-mail)

ISSN 1438-1753

Druck / Print
 Kessler Verlagsdruckerei
 Michael-Schäffer-Straße 1
 D-86399 Bobingen

stiebner

© Stiebner Verlag GmbH

Diese Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes bedarf der Zustimmung des Verlages. Unverlangte Sendungen, für die weder Verlag noch Redaktion eine Haftung übernehmen, werden nur dann zurückgesandt, wenn ausreichend Rückporto beiliegt. Kurierkosten werden generell nur nach Absprache übernommen!

This magazine, including all articles and illustrations, is copyright protected. Any utilization beyond the tight limits set by the Copyright Act is subject to publisher's approval. Unsolicited material, for which we assume no responsibility, will only be returned if return postage has been added.

gedruckt auf Hello SILK.
 HELLO ist ein Produkt von SAPPI und exklusiv erhältlich bei Deutsche Papier.



vorschau / preview



Interdick



Design Army (USA)

Die nächste novum erscheint am 17 Februar 2006 mit dem novum-plus-Thema »Ausbildung & Karriere«

der letzte biß

GOODBYE MICROBRAIN CITY!

Grafikdesigner und Typograf Wolfgang Beinert sandte uns ein Interview über die Münchner Designszene, das er vor kurzem Margarete Morché gab.

Herr Beinert, Sie genießen den Ruf eines leidenschaftlichen Förderers und unerschrockenen Kritikers Ihrer eigenen Branche. Ich möchte mich deshalb mit Ihnen über die Münchner Designszene unterhalten. Vor einiger Zeit fand in Ihrem Münchner Atelier ein Werkstattgespräch mit dem Titel »München – die heimliche Hauptstadt des Designs in Deutschland?« statt. War das nicht etwas hoch gegriffen?

Ich wollte mit diesem Werkstattgespräch in München lediglich einen Dialog inszenieren, hinterfragen, eine Standortbestimmung anregen. Und ich wollte wissen, ob die Kollegen Pierre Mendell und Ingo Maurer recht hatten. Im übrigen war das ein sehr ernst gemeintes Statement des damaligen DZM-Vereinsvorstands.

Recht womit?

Der Lichtdesigner Ingo Maurer behauptete gegenüber Jann Gerrit Ohlendorf in der Frankfurter Allgemeine Zeitung, es gäbe keine Designszene in München. Und der Graphic-Designer Pierre Mendell setzte noch eins drauf: »Gutes Design hat mit München nichts zu tun.«

Haben die beiden recht? Gibt es in München eine aktive Designszene? Abgesehen von der Typografischen Gesellschaft München und der Design Conference TOCA ME sucht man an der Isar vergeblich nach nennenswerten Aktivitäten von Designern. Statt dessen finden Sie dort viel Mittelmaß, amateurhafte Beliebigkeit, hyperflexible Seilschaften und beratungsresistente Borniertheiten.

Design spielt im kulturellen und wirtschaftlichen Leben der Stadt München keine Rolle.

Dann ist München also nicht die Hauptstadt des Designs?

Nein. Die Münchner verstehen mehrheitlich unter Design, wenn Königspinguine auf einem Bierkrug der Paulaner Brauerei illustrativ zu dicken Bayernpinguinen in Lederhosen mutieren oder ein Illustrator von der Jury des örtlichen Tourismusvereins den Zuschlag für das »offizielle Oktoberfestplakat« erhält. Darüber berichten dann die Münchner Boulevardmedien.

Das klingt ja sehr kleinstädtisch. Woran liegt das?

Die Münchner Designer haben es bis heute nicht verstanden, den Stellenwert unseres Berufs in der Münchner Gesellschaft konkret darzustellen, das Bewußtsein für eigene standespolitische Anliegen zu schärfen und eine Lobby zu organisieren; mehr Engagement des einzelnen Designers in unserer Stadt zu fördern und auch direkt Einfluß auf politische Entscheidungen zu nehmen.

In München gibt es keinen G-Punkt des Designs. Keine Stätte der Inspiration und Motivation; keinen Ort, an dem Design durch leidenschaftliches Engagement gefördert, weitergegeben, kultiviert und – vor allem – authentisch gelebt wird.

Und was ist mit der Fachhochschule München?

Die haarsträubenden Zustände im

Fachbereich Gestaltung an der FH München sind ja seit Jahren hinreichend bekannt. Ich persönlich habe noch nie so viel intellektuelle und handwerkliche Inkompetenz, Faulheit, schlechte Laune und unmenschliches Verhalten an einem Ort empfunden.

Aber wurde dieser Fachbereich nicht gerade deshalb evaluiert?

Ändern wird sich dort aber nur etwas auf dem Papier. Stichworte »Kollegiale Selbstverwaltung« und »Öffentlicher Dienst«. Haben Sie schon einmal Hühner gesehen, die sich freiwillig einen Fuchs in ihren Hühnerstall geholt haben? Diese Herrschaften sind absolut immun gegen jegliche Kritik und resistent gegen jede Veränderung. Und für das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst sowie für die Präsidentin der FHM sind diese Studiengänge kategorisch unbedeutend. Die rühren hier keinen Finger. Haben sie noch nie getan. Oder was glauben Sie, wie sich eine so prächtige Biosphäre für Flaneure mit einer so kurz gekommenen Aufmerksamkeitspanne entwickeln konnte?

Die Evaluierung wird also nichts verändern? Braucht München keine Hochschule für Design?

Nein, verändern kann sich dort nichts. Dazu fehlt einfach jegliche Substanz. Dieser Fachbereich ist ein Ort der geistigen Enge, der Willkür und der kalten Herzen. Die einzige Möglichkeit bestände darin, diesen Fachbereich komplett zu schließen und eine HFG oder einen neuen Fachbereich an einer professionellen Hochschule zu gründen, beispielsweise an der Ludwig-Maximilians-Universität oder der TU-München. Das wird aber nicht geschehen, weil dazu der politische Wille fehlt.

Somit bleibt München weiterhin eine Großstadt ohne eine Hochschule für Gestaltung. Und ohne eine etablierte Hochschule und ohne einen professionellen Designcenter kann es leider auch keine prosperierende Designszene geben.

Hatten Sie nicht vor kurzem ein Projekt an der FH München initiiert und gesponsert, welches ziemlich viel Irritationen und Wirbel verursacht hat?

Wieso könnte ich sonst diesen Ort der Finsternis so gut beschreiben? Ich habe dort meine Zeit, meine Nerven und eine Menge Geld verschwendet. Hinterher ist man leider immer klüger.

Und wie fördert die Landeshauptstadt Design in München?

Designförderung beschränkt sich seitens der Landeshauptstadt München lediglich auf das übliche Vorwort der unbeschreiblichen Kulturreferentin auf einer 205 x 105 Millimeter großen Seite in der Programmbroschüre des Designparcours 2005, einer Art VKF-Veranstaltung für wuschelige Designerdamenhandtaschen und Designer-T-Shirts in Größe S.

Und das Land Bayern?

Das Bayerische Wirtschaftsministerium versteht unter Design primär Industriedesign, was in München vor allem Absatzförderung für Siemens und BMW bedeutet. Andere Designdisziplinen, beispielsweise Graphic Design, sind dort gänzlich irrelevant. Zuständig für die bayerische Designförderung ist – seit das Wirtschaftsministerium sichtbar auf Distanz zum DZM gegangen ist – die bayerndesign in Nürnberg. Deren mitteilsame Geschäftsführerin gibt sich zwar sehr viel Mühe, kann aber bei der lächerlich geringen Finanzausstattung und als branchenfremde Ein-Frau-Show keine nennenswerten Projekte mit relevanten Konsequenzen anschieben. Das ist, wie Oliver Herwig in der Süddeutschen Zeitung zu Recht geschrieben hat, Designförderung auf Provinzniveau.

Aber es gibt doch in München ein Designzentrum. Von ihm muß doch ein Impuls ausgehen?

Die Bezeichnung »Design Zentrum München« (DZM) ist vielleicht etwas irreführend. Sie entspricht nicht meinen Vorstellungen, wie sie professionelle De-

signcenter, beispielsweise das British Design Council, geprägt haben. Es handelt sich hier lediglich um einige Herrschaften, die primär durch Eigen-PR und gelegentliche Exkursionen – beispielsweise zur Porzellan-Manufaktur Nymphenburg oder zur Bundesgartenschau – glänzen. Ein professionelles Designzentrum mit einer erwähnenswerten Personal- und Finanzausstattung mit dem eindeutigen politischen Auftrag »Designförderung« existiert in München nicht. Wird es auch niemals geben.

Gibt es denn nichts Positives über die Designszene in München zu berichten?

Ich weiß, das klingt alles ziemlich hoffnungslos und frustrierend, was es schlußendlich auch ist. In München gibt es nur Einzelkämpfer, keinen Zusammenhalt, kein ernsthaftes Interesse, keine gemeinsame Kultur und somit auch keine gemeinsamen Visionen und Perspektiven. Maurer und Mendell haben nicht übertrieben. Ich persönlich habe aufgrund meiner letztjährigen Erfahrungen mein Engagement in dieser Stadt neu bewertet. Ich werde einfach den Hauptsitz meines Ateliers sowie sämtliche Aktivitäten im Frühjahr 2006 nach Berlin verlegen. Goodbye Microbrain City!

Glauben Sie, daß es in Berlin besser ist? Ist Microbrain City nicht überall?

Probleme gibt es sicherlich zur Zeit in jeder deutschen Stadt und insbesondere in unserer Branche, die gerade eine kolossale Transformation durchmacht. Und Berlin ist momentan sicherlich auch pleite. Dafür aber sexy, dynamisch und ein kultureller Nährboden. Hier finde ich aufgeschlossene, aktive und neugierige Menschen ohne diese unerträgliche Mir-san-mir-Mentalität, die jedes Engagement bereits im Keim erstickt. Und das ist der springende Punkt. Im Gegensatz zu München ist Berlin geradezu ein wahrer Ort der Liebe, der Leidenschaft und der Neugierde.



Wolfgang Beinert
 Grafikdesigner & Typograf
 www.beinert.net

Und welche Zukunft prognostizieren Sie der Münchner Designszene? Design, insbesondere Grafikdesign, hat in München keine Gegenwart, wie soll es da eine Zukunft haben? München hat den Wettbewerb als einer der wichtigen deutschsprachigen Designstandorte schon längst verschlafen; ganz abgesehen vom internationalen Wettbewerb. Selbst der vielbeschworene Traum von einer führenden Medienstadt ist zerplatzt wie eine Seifenblase. Als Jung von Matt ihre Dependance an der Isar dicht gemacht hatten, hat mir eine ihrer quirligen Art Direktorinnen nach dem dritten Glas Wein kichernd den Grund des Weggangs verraten: »München ist eine Stadt für Schweinebauchagenturen.«

In vino veritas? Vielleicht. München ist zumindest das, was es immer schon war: eine hübsche Provinzstadt.

Danke fürs Gespräch.

Die Inhalte geben die Meinung der Autoren, nicht unbedingt die der Redaktion wieder.

Brennt auch Ihnen auch ein Thema unter den Nägeln? Wir freuen uns auf Ihren Beitrag: redaktion@novumnet.de