

Reinhard Gassner

**Reinhard Gassner (*1950) –
Designland Vorarlberg – Vorarlberger Grafik der 1990er Jahre**

»Als wichtigstes Kriterium für unsere Arbeit hat sich das Erzählerische erwiesen, im Visuellen und im Auditiven. Uns interessiert dabei speziell die Zusammenwirkung von Wort und Bild. Es geht nicht um die vordergründigen Aussagen, sondern um nachhaltige Wirkungen. Elias Canetti sprach von ›akustischen Masken‹ der Worte. Das bedeutet exakt die Interaktion zwischen Ton und Bild. Wir wollen das in unserer Arbeit nutzen, indem wir Typografie, Plakate, Bücher, Logotypen gestalten. Unser Produkt ist nicht schöne Grafik oder Kunst, sondern eigentlich die Kommunikation. Ein gut gestaltetes Formular, das den Menschen bei ihrer Arbeit hilft, ist genauso wichtig, wie eine gut gestaltete Fassadenbeschriftung eines Kleinbetriebes ›um die Ecke‹. Gute Gestaltung trägt zur Alltagskultur bei, stiftet Nutzen und schafft Identität – im Großen wie im Kleinen. Es ist wie in der Architektur: Man spürt gute Gestaltung langsam im öffentlichen Raum in Vorarlberg, aber immer noch viel zu wenig.«¹ (Reinhard Gassner)

Am 11. Jänner 1954 zerstörte ein Lawinenunglück das Dorf Blons im Großen Walsertal in Vorarlberg. Dabei starben fünfzig Prozent der Dorfbevölkerung. Heute gibt es überall Lawinenverbauungen. Ein danach aufgeforsteter Schutzwald sollte um das Jahr 2000 ausgelichtet werden. Der clevere Bürgermeister nutzte diese Situation: Im wiederaufgebauten Dorf, das eigentlich keine richtige Schule, kein richtiges Gasthaus, keinen guten Platz für die Bank, kein richtiges Geschäft hatte, sollte mit dem geschlägerten Holz eine Mehrzweckanlage gebaut werden, um diese Lücken zu schließen. Der Architekt Bruno Spagolla schuf zwei sehr schöne Baukörper, die weithin bekannt geworden sind. Es wurde mit Massivholz gebaut – das Holz als natürlicher Werkstoff –, ein Pult- und ein Giebeldach konzipiert, angepaßt an die Schrägen der Bergänge. »Nicht pseudomodern und aufgesetzt – modern, aber angepaßt an den dörflichen Charakter.«² (Abb. 229)

(228) Reinhard Gassner, Ausstellung Cambio de Milenio, Santiago de Chile, 1999



(229) Bruno Spagolla,
Blons, Gasthaus Falva, 2000
Atelier Reinhard Gassner

Reinhard Gassner entwickelte im Rahmen dieses Projektes die Informationsgrafik über den Unglückstag. Sieben Lawinenabgänge wurden chronologisch in 24 Stunden eingezeichnet, mit den jeweiligen Opferzahlen versehen. Dieser Hergang folgte den schicksalhaften Abläufen: man barg die Verletzten der einen Lawine, brachte sie zur Versorgung ins Schulhaus, das von der nächsten Lawine verschüttet wurde. Die Gemeinde, die ursprünglich eine Art Fotoalbum der Opfer an die Wand applizieren wollte, folgte dem Vorschlag Gassners, den Hergang des Unglücks – ein für die Umgebung höchst emotional besetzter Einschnitt – grafisch sachlich mit typografisch dargestellter Information zu dokumentieren. Gassners Herangehensweise ist symptomatisch für die »westliche« Auffassung der Dinge, er will eine »Emotion, die schon abgehandelt ist«, belassen, wie sie ist, sie nicht »blumig« darstellen, sondieren rational und vor allem informativ aufbereiten. Im Atelierteam wurde unter der Leitung seiner Frau Ruth Gassner für die Gaststätte und die öffentlichen Einrichtungen eine angemessene und differenzierte Fassadenbeschriftung in verschiedenen Kupferausführungen gestaltet und umgesetzt.

Umgeben von einer oft sehr nahen, wunderschönen Bergwelt, sind die Vorarlberger in Kommunikationsdesign und Architektur, in regionaler Entwicklung, in Öffnung nach Außen, in Internationalität dem Rest Österreichs voraus. In exponierter Lage, umgeben von drei Ländern – fast möchte man sagen: vier, denn im Osten liegt Österreich, wie es die Voralberger Autonomiebewegung zuletzt in den 1960er Jahren sah³ –, wurde aus dem kleinen Bergland eine höchst eigenständige Region. Der visuell-gestalterischen Seite dieser Eigenständigkeit nachzugehen, öffnet die Augen für die Sichtweise Vorarlberger Gestalter: analytisch, genau, hinterfragend, rational – alle Komponenten einer wissenschaftlichen Sichtweise – und trotzdem nicht objektiv. Die subjektive Einschätzung des Kommunikationsdesigners Reinhard Gassner soll hier Aufschluß über das Vorarlberger Design der 1990er Jahre im gesamten geben.

Vorarlberg und die Architektur – eine »konstruktive Provokation«

Die Architekturentwicklung des westlichsten Bundeslandes ist symptomatisch und programmatisch für die Entwicklung von visueller Kultur in Vorarlberg, ja überhaupt eine kleine Kulturgeschichte des Landes in sich.

Das französische Architekturinstitut in Paris suchte und untersuchte in einer Serie von Ausstellungen »Herdplatten« in Europa, wo »es kocht«, wo besondere Entwicklungen stattfinden, und interessierte sich in diesem Rahmen für die Tendenzen der neuen Vorarlberger Architektur. Eine Ausstellung versuchte 2003 unter dem Titel »Konstruktive Provokation« (sie wandert inzwischen in drei Sprachmutationen durch ganz Europa) mit verschiedenen Methoden Antworten zu geben, etwa der synchronoptischen Aufbereitung von Ereignissen, oder einer neuen Form der weiträumigen Architektur fotografie. Reinhard Gassner entwickelte gemeinsam mit den Architekturtheoretikern Otto Kapfinger und Adolph Stiller aus Wien das Ausstellungskonzept und erstellte projektleitend den Katalog. (Abb. 230)

»Architekturentwicklung oder Grafikdesignentwicklung ist keine Solo-Entwicklung. Es gibt eine gesellschaftliche und humanitäre Rahmenbedingung, die sie ermöglicht, fördert oder sogar provoziert.« Das trifft nirgendwo so zu wie in Vorarlberg. Die besondere Entwicklung der Vorarlberger Architektur mit ihren herausragenden Wohnbauten, später auch Wirtschafts- und Kommunalbauten, ist auf eine Provokation der Moderne (von unten) gegen das Konservative und Etablierte in den 1960er Jahren zurückzuführen. Eine Auseinandersetzung, die man mit der Wiener Siedlerbewegung Anfang des 20. Jahrhunderts vergleichen könnte, bei der neben vielen anderen auch der große österreichische Bildstatistiker Otto Neurath politisch engagiert war.

Es war ein »Kulturkampf« mit schwierigen Voraussetzungen für die fortschrittliche, die verändernde Kraft. »Wer ein Flachdach im Privatbau machte, der war stigmatisiert, als ein Sonderling, ein Linker, et cetera.« Die jungen Vorarlberger Architekten lehnten sich gegen die Architektenkammer auf, unterliefen Kammerzwänge, indem sie sich als »Baukünstler« und autodidakte Architekten und nicht als Zivilingenieure deklarierten. »Umgeben von achtzig Prozent Ausland und zwanzig Prozent schwer passierbarer Anbindung an Österreich« orientierten sich die Vorarlberger nach Deutschland,

der Schweiz, eher noch nach Italien als zum Rest Österreichs. Die Schweiz war mit dem Warenangebot in den Supermärkten genauso wie mit der politischen und gesellschaftlichen Entwicklung anderen Ländern voraus. »Die ersten Design-Trends wie beispielsweise japanische Eßkultur – vom Stäbchen bis zum Sushi – oder skandinavisches Design kamen über die Schweiz nach Vorarlberg.« Bereits Josef Hofer, ein Pionier der frühen angewandten Grafik im Lande, berichtet darüber, daß er mit dem »Motorroller in die Schweiz gefahren ist, um in St. Gallen die alljährliche Plakatausstellung und was sonst noch an den Wänden herum war, anzuschauen«.

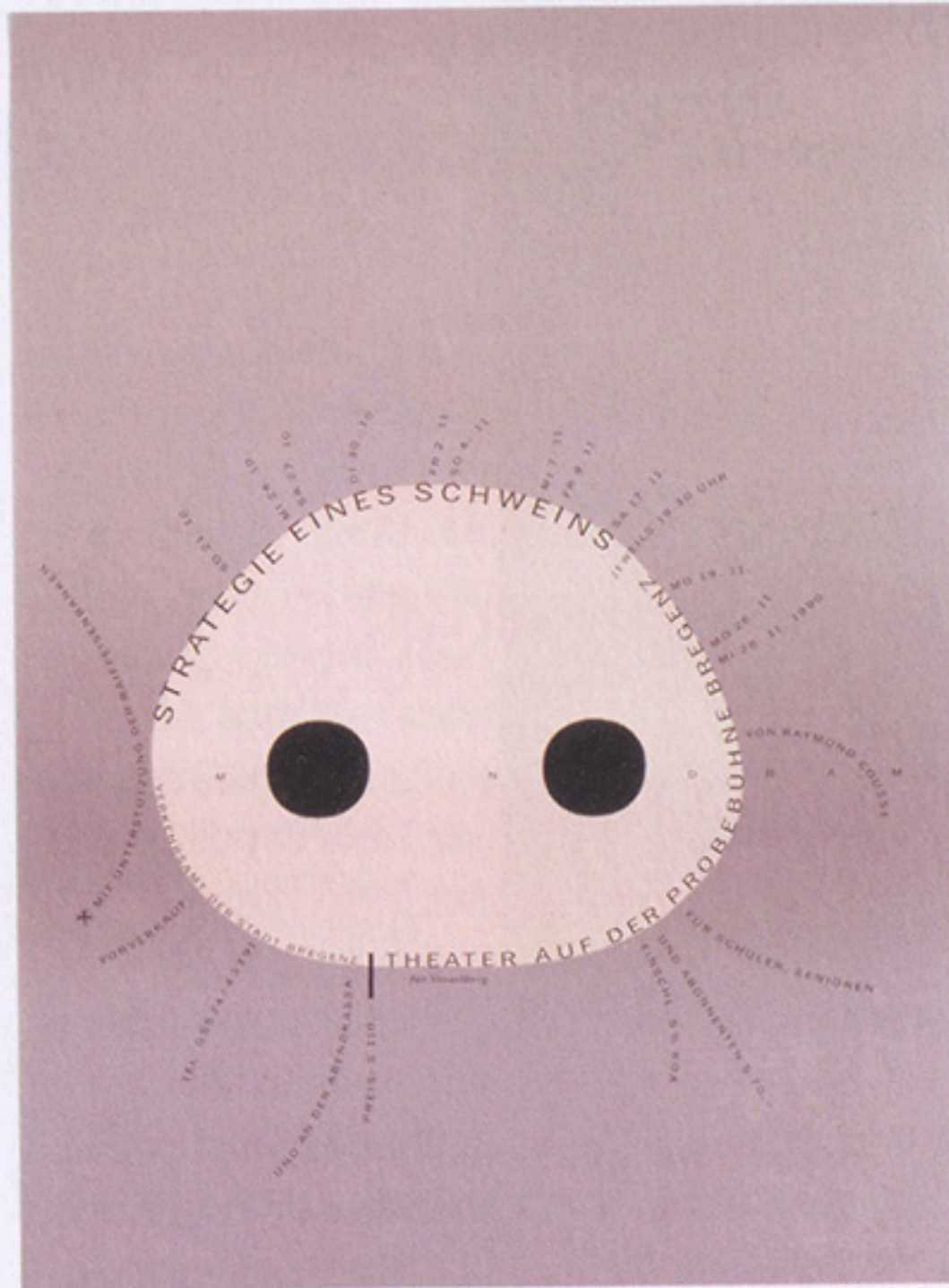
Zwanzig Jahre später blickt auch die Schweiz nach Vorarlberg: die Kaufkraftströme fließen heute eher wieder zurück, und das Architekturphänomen ist Vorarlberg-eigen. Es hat eine eigene Genese, die einerseits in der frühen Industrialisierung Vorarlbergs mit billigen Arbeitskräften vor über hundert Jahren begründet liegt, andererseits in der Mischung zwischen der Öffnung nach außen und dem »Wettbewerb« mit der nahen Schweiz. Als Nachbarn, Grenzgänger und Gastarbeiter lernten die Vorarlberger von der Verlässlichkeit und Gründlichkeit der Schweizer – »Tugenden, die man in einem aufstrebenden Arbeitsleben brauchen kann«. Das kreative Moment hingegen generierte sich innerhalb des Landes: durch die Enge Vorarlbergs, durch die Grenzen, die gesetzt sind – wie nach Gassner die Gestaltungslehre nur Erfolg hat, wenn die didaktische Aufgabenstellung möglichst scharf eingegrenzt ist, »wie eine Patronenhülse, in der das Pulver explodieren kann, wohingegen nichts passiert, wenn du Pulver auf ein Fußballfeld streust.« Nur durch Eingrenzung ist ein Ausbrechen möglich. »Die Moderne ist nicht ›Label‹, sondern Programm.« Heute gibt es freilich wieder Gegenströmungen zu doch-Label-gewordener, in oft eitlen Gesten erstarrter Architektur. Die Radikalität verkam teilweise zur Mode – einige Architekten wandten sich wieder dem funktionellen Bau zu, der weniger kühn glänzt, sich dafür besser ins Gesamte einfügt.

Gassners Arbeit ist eng mit der Architektur verknüpft. Der neue Vorarlberger Architekturführer soll 2008/9 entstehen und neue Perspektiven eröffnen: Architektur nicht als »Einzelobjekt-Zirkus«, sondern als Referenz für räumliche und geschichtliche Beziehungen, für die Nachbarschaft zwischen neuen Bauten, für das Sichtbarmachen von Außenräumen, Zwischenräumen und städtebaulichen Strukturen. Eine neue Art der Architekturfotografie macht das



(230) Reinhard Gassner, Konstruktive Provokation, Ausstellungskatalog. Drei Bände in deutsch, englisch, französisch, 2003
Atelier Reinhard Gassner

Zusammenwirken von Natur und Landschaft, Natur und Mensch, Natur und Kultur sichtbar. Dieses Buch wird Teil einer bereits realisierten Serie von Architekturführern, deren buchgestalterisches Grundkonzept Reinhard Gassner gemeinsam mit dem damaligen Leiter des Kunsthauses Bregenz Edelbert Köb und Otto Kapfinger entwickelt hat. Erschienen sind die erste Vorarlberg-Ausgabe sowie die Architekturführer für die Bundesländer Tirol, Burgenland/Westungarn und Kärnten. Das Konzept ist konsequent durchgehalten, aber immer wieder neu interpretiert. Auffallend sind die Titelseiten, die Gassner und sein Team immer ohne jede Architekturdarstellung mit feingliedrigen, aber einprägsamen Grafiken gestalten. Der Inhalt ist in Regionen eingeteilt. Der Kapitelanfang enthält jeweils großformatige Fotos – szenografische Blicke oder Vogelperspektiven, einleitende Texte und kartografische Darstellungen, in denen die Objekte verortet sind. Das Atelier Gassner gibt sich nicht mit den erhältlichen Standard-Kartografien zufrieden, sondern zeichnet diese immer wieder neu, konzentriert auf das Wesentliche für die Wegfindung und die Verortung der Objekte. Mit nur zwei Zahlen, jeweils für die Region und für das betreffende Objekt, wird eine sehr gute Benutzerführung erreicht – im Vergleich mit anderen Architekturführern eine so reduzierte wie effektive Navigation durch die über 300 Seiten starken Bände. Die Objektseiten sind kompakt gestaltet. Das kleine handliche Format erfordert eine exakte Typografie, eine hohe Wiedergabequalität im Druck und eine perfekte Bindung. Wahrscheinlich ist es die druck- und reprotchnische Grundausbildung von



(231) Reinhard Gassner,
Raymond Cousse: Strategie
eines Schweins, Theater für
Vorarlberg, Bregenz 1990
Atelier Reinhard Gassner

Reinhard Gassner, die ihn kompetent macht für ein Produktmanagement mit höchsten Ansprüchen.

Bibliophilie und die entsprechende buch künstlerische Arbeit sind Domäne des Ateliers, wie überhaupt der Westen – wohl durch die Nähe zur Schweiz und deren spezialisiertem Druckgewerbe – nachweisbar stark in Buchgestaltung ist. («Botschafter der Buchgestaltung» wie Jost Hochuli sind Schweizer.) Gassners Bücher, Stadt- und Gemeindebücher, Kunst- und Architekturbände, sind vielfach dekoriert mit Preisen für die »Schönsten Bücher Österreichs«.

Seit 1990 werden die Arbeiten des Atelier Gassner regelmäßig national und international prämiert. Für das 2006 von proHolz herausgegebene Buch *Holzspektrum*, ein praxisorientiertes Fachbuch über heimische Hölzer, wurde Gassner nicht nur der Staatspreis für das »Schönste Buch Österreichs« 2006 verliehen, es wurde 2007 auch zu einem der zwölf »Schönsten Bücher der Welt« gekürt. Der konzentrierte technologische, botanische und kulturgeschichtliche Teil wurde mit einem fulminant produzierten Bildteil – Faksimiledrucke der ausgewählten Holzarten, für die die jeweilige Holzart direkt auf High-End-Scannern abgescannt wurde – verbunden. (Abb. 242)

Für Gassner sind Semantik und Semiotik wesentlich Begriffe. »Wir sind uns dessen nicht bewusst, aber wir baden laufend in einem Meer von Bild- und Dingbedeutungen. Sie stecken in Zeichen, Formen, Klängen, Räumen und beeinflussen unsere Wahrnehmung. Gestalter haben beruflich damit zu tun. Meist versucht man das Schöne oder zumindest das Interessante mit seiner Arbeit zu bewirken. Ich denke dabei nicht etwa an Kitsch oder visuelle Raselei, viel eher an die feinen Töne der Erhöhung: Wölbung, Glanz und Kontraste, die Wiederholung, konstruktive und symbolische Formen – beispielsweise die Flügel in vielen Symbolen oder die Mittelachse als Gestaltungsprinzip (diverse Staatswappen, McDonalds-Logo, Engelbildnisse...). Alle Gestalter arbeiten mehr oder weniger bewußt mit der Bild- und Wortbedeutung. Das betrifft Kunst und Design. Allerdings, für die semiotische Arbeit gibt es keine billigen Tricks oder einfache Anleitungen zur Verwendung. Andernfalls wären wir Alchimisten der Gestaltung, die aus einem Klumpen Dreck Gold machen können.«

Das Interesse Gassners am Text im allgemeinen und den Kommunikationsanliegen seiner Kunden im besonderen orientiert sich am eigentlichen Nutzen der angewandten Gestaltung. »Unsere Dienstleistung, das eigentliche Produkt, das wir anbieten, ist Kommunikation«, sagt Gassner. Es wird viel von Information gesprochen, jedoch haben wir es zuerst einmal nur mit »trockenen Daten« zu tun. »An dieser Schnittstelle, wo Daten abgerufen werden, wo sie zur Information werden, liegt unser Arbeitsbereich.«

Die Zielformulierung »unser Produkt ist die Kommunikation« definiert Gassner sehr weit und inkludiert den Zusammenhang zwischen der Gestaltung von Medien und der Gestaltung von Kommunikationsflüssen. »Wenn ich einem Kunde helfe, seine Gefäßstruktur und Transportlogistik aufzuräumen, diese klar an den Inhalten und Zielsetzungen zu strukturieren, schaffe ich damit gute Voraussetzungen für Kommunikation und Gestaltung. Es ist auch unsere Aufgabe, neue Werkzeuge mediengerecht zu nutzen. Nur ein kleines Beispiel: Wir arbeiten gerade für ein Ziviltechnikerbüro mittlerer Größe ein System aus, bei dem in ein Online-Datengefäß alle Kommunikationsdaten (Ordnungszahlen und -begriffe, Text-, Bild- und Planmaterial in verschiedenen Auflösungen) abgelegt werden und über verschiedene Gestaltungsfiler (oft nur per Knopfdruck) Ausgabemedien in vordefinierter Gestalt entstehen – Website, PPP, internes Archivblatt, Kleinprospekt... Was habe ich da für einen Beruf? Gestalter, Kommunikationslogistiker, beides?«

Hier stellt sich Gassner in eine Reihe mit seinen Grafikdesigner-Vorfahren: Ende der 1990er Jahre wird wieder über Gestaltung nachgedacht. Der Gestalter arbeitet nicht nur praktisch, er setzt sich wieder theoretisch mit den Grundlagen auseinander. Gassner hält Vorträge, schreibt Artikel und Essays. Eine Entwicklung, die zum Selbst- und Fremdbild der für viele schwer zu fassenden Profession beiträgt. Grafikdesign – was ist das eigentlich?

Gestalter erzeugen heute Inhalte, wie zum Beispiel Clemens Schedler, der es als »nächste Stufe« sieht, die Materie, die zu kommunizieren ist, auch inhaltlich selbst zu kreieren oder zumindest anzuregen, sich dafür Partner zu suchen, die den Inhalt mittragen. Das ginge Gassner für sich selbst zu weit, er möchte an der Schnittstelle bleiben. »Damit ich gut mit der Schnittstelle umgehen kann, muß ich mich intensiv für die Inhalte interessieren. So werde ich Teilnehmer eines Redaktionsteams, habe ein wunderbares Briefing, kann dem Team Umsetzungsvorschläge unterbreiten.«

Bei den Inhalten möchte er sehr wohl »mitreden«, aber nicht selbst Produzent eines Inhaltes sein. Gassner sieht das Generieren von Inhalten durch den Gestalter selbst als neuen Beruf und damit als Entwicklung. »Für mich ist wichtig, daß ich weiß, wo ich stehe. Im Theater gibt es jemand, der Stücke schreibt, der den Inhalt vorgibt. Es gibt jemanden, der diese Stücke inszeniert. Es gibt Schauspieler, eine Bühne und ein Publikum. Das läßt sich wunderbar auf Grafikdesign umlegen: es gibt den Auftraggeber, der »das Stück schreibt«, es gibt Bühnen, auf denen das Stück aufgeführt wird, also Medien, Werbeträger, und es gibt die Inszenierung – die ist unser Job. Farben, Formen, Typographie, Formate, Materialien, eine Schublade tiefer Semiotik, Semantik, vielleicht Mystik setzt man als Schauspieler ein. – Ich möchte nicht Autor und Regisseur gleichzeitig sein.«

Gassners Vergleich mit der Theaterwelt kommt nicht von ungefähr, er hat zwölf Jahre für das Theater für Vorarlberg gearbeitet. Er las jedes Theaterstück, denn: »Beim Lesen des »Drehbuches« entsteht die Idee.« In der Zeit von 1988 bis 2000 schuf Gassner für das Theater für Vorarlberg über 150 Theaterplakate. Obschon Gassner seine Ideen stets aus den Stücktexten ableitet, ist er immer davon ausgegangen, daß der Betrachter das jeweilige Stück noch nicht kennt und daß dennoch Interesse für einen Theaterbesuch erweckt werden soll. Der Gestalter schlüpft selbst in die Rolle des Regisseurs. Seine Bühne ist einige Quadratzentimeter groß, die Protagonisten sind Farbe,

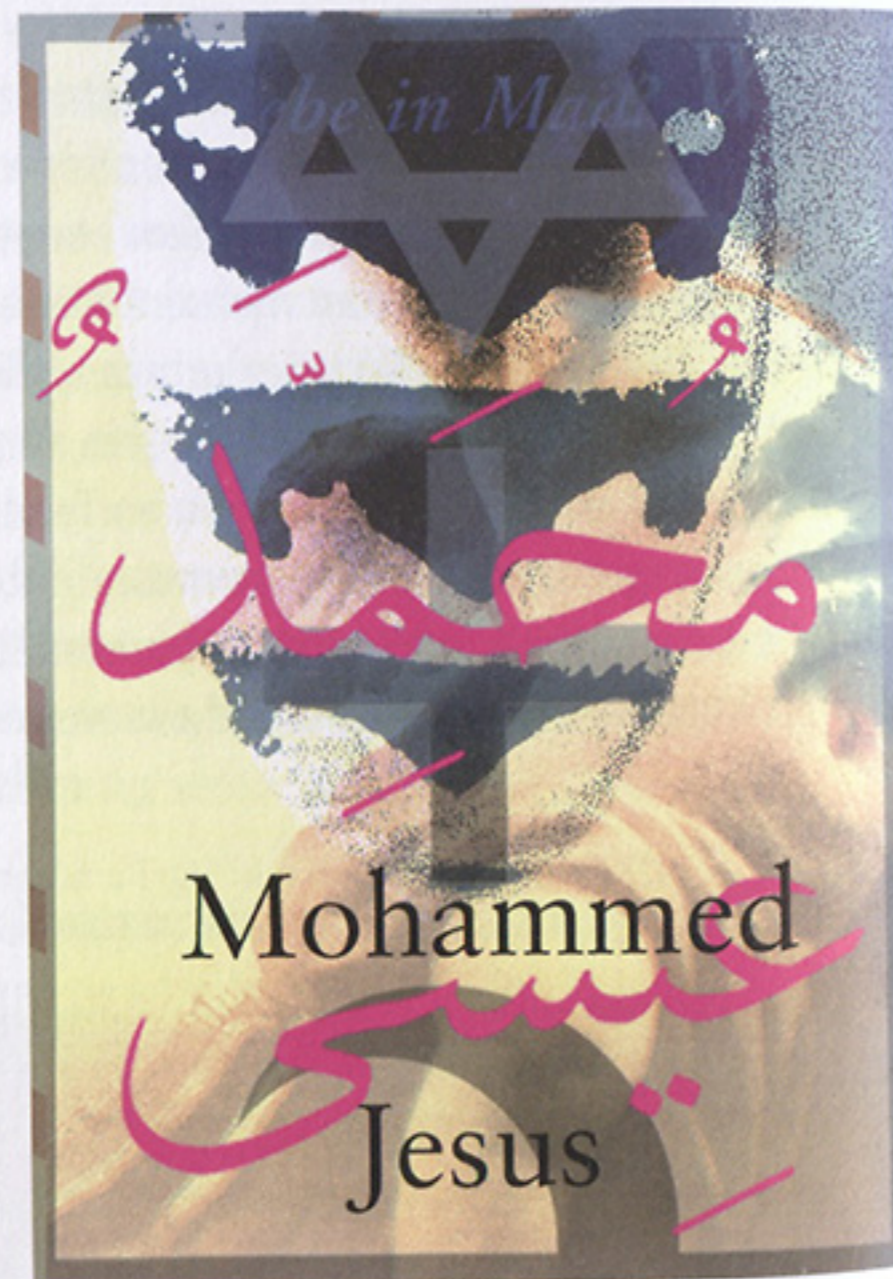
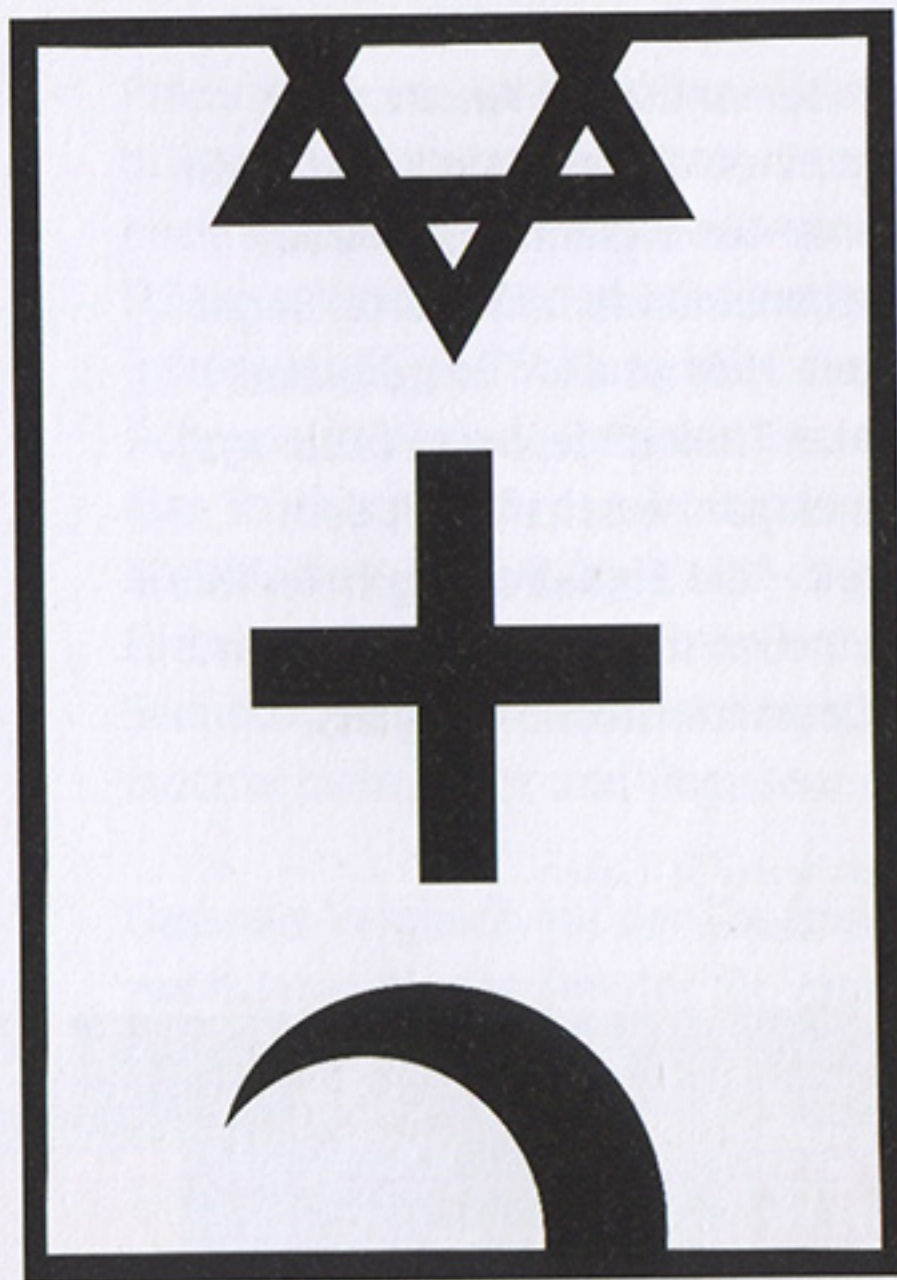
Formen, Schriften, Sprach- und Bildbedeutung; die Spielzeitlänge seiner Aufführung ist manchmal nur eine Zehntelsekunde lang.

Im Sujet zum Stück *Strategie eines Schweins* von Raymond Cousse, im Theater auf der Probebühne Bregenz 1990, ist der Text völlig dem Bild untergeordnet. Mehr noch: die Zeichnung eines Schweinerüssels und der umgebenden Borsten besteht aus Text, aus den Informationen, wann wo was aufgeführt wird, wer gesponsert hat und wieviel die Karten kosten. Die Schriftgröße im Druck war nicht höher als ein Zentimeter, aber das Schwein als solches auf einen Blick auszumachen. »Eine freche Entscheidung, die dem Kunden erst erklärt werden mußte.« Zur Recherche hatte sich Gassner ganz nah vor ein Schwein gesetzt und genau studiert, was es für Farben hat, was es mit den Borsten auf sich hat. »Was herauskam, sieht auf den ersten Blick ganz abstrakt aus, ist aber völlig naturalistisch.« (Abb. 231)

Das »Theaterplakat in sieben Teilen« für das Stadttheater St. Gallen in der Schweiz (Spielzeit 1990/91) arbeitet mit dem semantischen Ansatz. Hier existiert nur Text, jedes Plakat der Serie trägt einen einzelnen kalligrafierten Buchstaben auf kontrastierendem Hintergrund. Aus diesem Teilalphabet konnte man, in dem man mehrere Plakate nebeneinander affizierte, Begriffe wie Theater, aha, Tat oder ratata aufhängen. Hier ist das Theaterplakat nicht nur »Spielzeit«, hier »wurde mit dem Plakat Theater gespielt«. (Abb. 232) Die Arbeit wurde gemeinsam in »offener Projektpartnerschaft« mit dem Vorarlberger Gestalter Sigi Ramoser entwickelt – die Einbeziehung freier Mitarbeiter auf einer partnerschaftlichen Ebene, neben seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Atelier, ist ein weiteres Charakteristikum Gassners.

(232) Reinhard Gassner und Sigi Ramoser, Stadttheater St. Gallen
Siebenteiliges Plakat, 1990/91, Atelier Reinhard Gassner



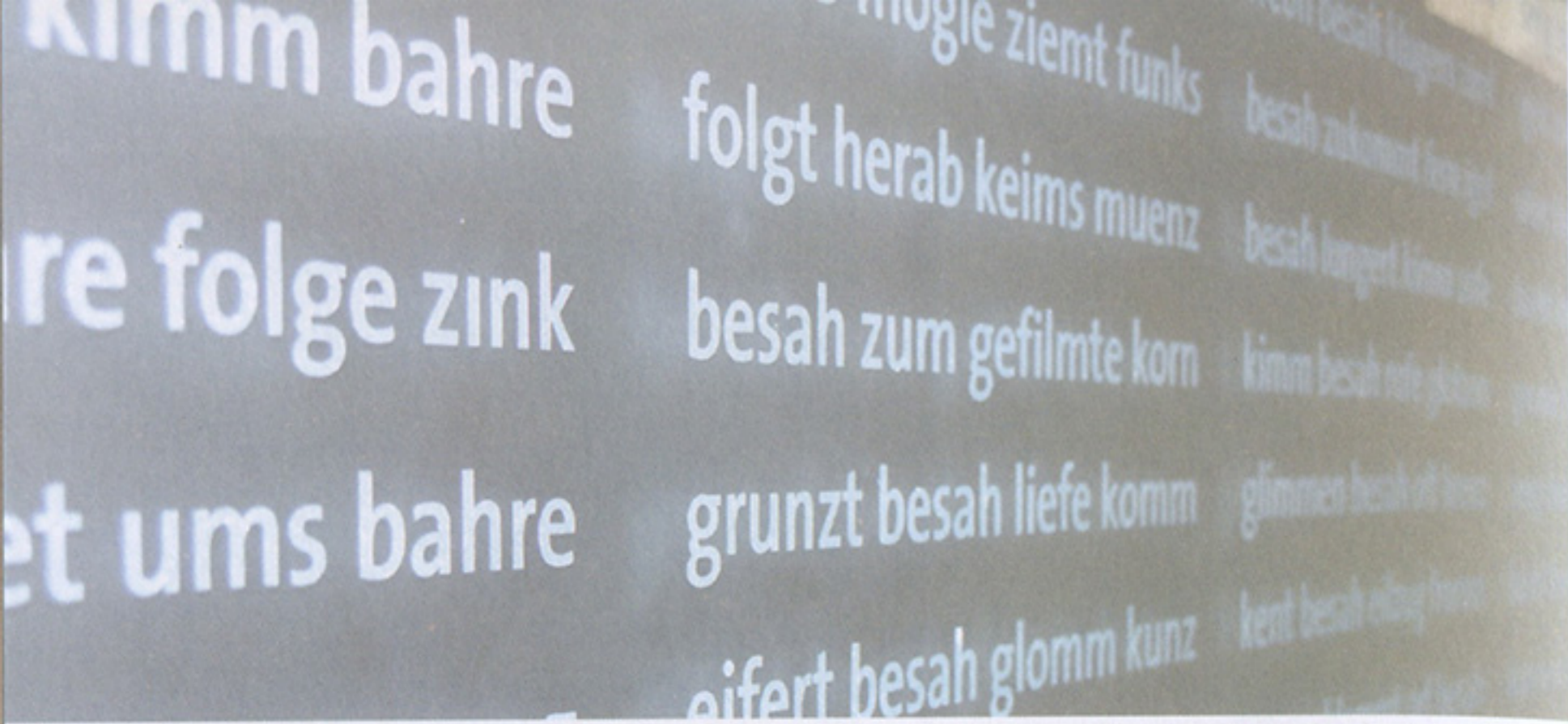


(233) Reinhard Gassner, Jesus Mohammed, Druckgrafikcollage, 2003. Oben und links unten: 3 Schichten, rechts unten: das Ergebnis der Überlagerung, Atelier Reinhard Gassner

Biografisches – Arbeiten

Betrachtet man Bücher, Broschüren, Magazine und Logotypen aus dem Atelier Gassner flüchtig, so sieht man gereiftes, »solides« Grafikdesign mit feiner Klinge. Lässt man die Arbeiten wirken, so tun sich weitere Ebenen auf: Gassner scheint jeden »gewöhnlichen« Auftrag als gestalterisches Experiment zu behandeln, jeder alltäglichen Routine eine Erkenntnis abringen zu wollen, der Routine der Arbeit Leidenschaft entgegenzusetzen. Bei Gassners Arbeiten zu Beginn der 1990er Jahre, bei den Theaterplakaten, aber auch bei den experimentell-konzeptionellen Plakaten, den »visuellen Erzählungen« zu Beginn der 2000er Jahre, wird diese Leidenschaft bereits auf den ersten Blick sichtbar. Obwohl Gassner klare Aufgabenstellungen einfordert, geht seine Auffassung von Grafikdesign weit über »Gebrauchsgrafik« hinaus. Auf der anderen Seite sieht er sich als soliden Handwerker und zeigt sich als einer, der stolz auf seine Zunft ist: die Kürzel »DA« (für design austria) und AGI (für Alliance Graphique Internationale) hat er zu seinem Namen dazugestellt. Reinhard Gassner DA AGI. Als Bekenntnis, als Demonstration der Zugehörigkeit zu einem Berufsstand, als Bekenntnis zu hohem Anspruch an Visuelle Kommunikation und an sich selbst.

»Konzept« ist das vielleicht wichtigste Thema im Atelier Gassner, oft entstehen Grafiken als Umsetzung gedanklicher Arbeit. Diese können freie oder Auftragsarbeiten sein. Gassner stellt dabei Fragen: Wie sieht es mit dem Toleranzgehalt von Religion aus? Wie kann man ihre (scheinbaren) Gegensätze visualisieren und dabei ihre Wesenseinheit sichtbar machen? Der Konflikt ist typografisch und bildhaft visualisiert: Der Hinterkörper einer Wespe steht für Aggression, ein teilnahmsloses Gesicht für Passivität, ein Barockengel für Schwulst und selbstzufriedene Gottgläubigkeit, darüber in (gegenläufigen) arabischen und lateinischen Schriftzügen die Worte Mohammed Jesus, »zwei bestens bekannte Ikonen von Glaubensbekenntnissen imperialen Anspruchs«⁴, gesetzt wie Vorname und Nachname und die »Logos« der drei großen monotheistischen Religionen. Diese freie Arbeit besteht aus übereinandergedruckten Farbschichten, die eine Textur erzeugen, ist »verdichtete Bildsynergie« mit »breiter Konnotation«⁵, die nicht ohne weiteres zu dechiffrieren ist, für den Betrachter aber in der Überlagerung und der »Überschreibung« interessante Interferenzen sichtbar macht. (Abb. 233)



(234) Atelier Reinhard Gassner, Bernd Altenried, Anagramm, Typografische Installation im öffentlichen Raum, Bregenz 2004, Atelier Reinhard Gassner

Hier wird bereits der Bereich der Kunst gestreift, mit druckgrafischen Mitteln umgesetzt. Bereits in seinen früheren Arbeiten spielte die Überlagerung eine Rolle. Für eine Sammelausstellung der Vorarlberger Künstlervereinigung ließ er beispielsweise 1993 den Titel *Konzept Versalie* für Versalie übereinander drucken, immer nur um die Strichbreite eines Buchstabens versetzt.

Ein weiteres Plakat, das beispielhaft für Gassners Herangehensweise ist – er setzt die Sujets aus vielen wohlüberlegten Bausteinen zusammen – entstand 1999 zum Thema der Jahrtausendwende auf Einladung des chilenischen Goethe-Institutes für eine Ausstellung mit dem Titel »Maestros Suizos, Alemanes, Austriacos del Afiche Contemporaneo. Cambio de milenio« in Santiago de Chile, in einem Land, das die katholische Missionierung am eigenen Leib erfahren mußte. Was hat es mit der Mittelachse, Zeichen von Glaubhaftigkeit und Einmaligkeit in unserem Kulturkreis, auf sich?

Um dieses gedankliche Experiment zu visualisieren, griff Gassner eine Bemerkung Jan Tschicholds zum Thema der Mittelachse auf: »Man möge sich Jesus ohne Mittelscheitel vorstellen.« Gassner veränderte eine Ikone von Acheiropoietos aus der zweiten Hälfte des 12. Jahrhunderts dahingehend, daß die Figur des Jesus, streng als Pantokrator dargestellt, einen Seitenscheitel trägt und seitlich aus dem Bild blickt, das Porträt ist ungewöhnlicherweise mitsamt Heiligenschein angeschnitten und ebenfalls aus der Bildmitte gerückt. Zur Thematik der Jahrtausendwende, die ja durch die Abbildung des Jesus schon brillant dargestellt ist – immerhin ist unsere westliche Zeitrechnung nach dessen (fiktivem) Geburtsdatum ausgerichtet –, spielt Gassner mit dem Copyright-Zeichen, dem ©, das gleichzeitig die römische Zahl 100 darstellt. Das einundzwanzigste C in einem Raster hat den Kreis – den »Heiligenschein« – verloren.

Gassner wendet sich nicht gegen die Mittelachse per se, er möchte sie allerdings der gestalterischen Spannung wegen »stören und unterbrechen«.⁶ (Abb. 228) Zum selben Plakatwettbewerb wurde auch Tino Erben eingeladen. Die beiden Sujets zeigen sie als »seelenverwandt«: Erben stellt ebenfalls – verbal – eine Frage: www.quovadis.2000.com ist der einzige Text in einem kleinen, weißen, papierenen Feld auf schwarzem Grund.

Immer öfter begegnen sich Architektur und Grafik im Atelier Gassner – nicht nur Beschriftungselemente, die das Gestalterteam meist direkt mit den Architekten abstimmt, sondern eher freie grafische Arbeiten im oder am Bau. Etwa die Glasgrafik am Citypark in Dornbirn, 2006 realisiert für das Architekturbüro Hermann Kaufmann. Die Glasfassade spannt sich wie eine leicht transparente Haut über das mehrgeschossige Gebäude. Die von Gassners Mitarbeiterin Andrea Redolfi kreierte Struktur wirkt dynamisch und dennoch unaufdringlich, wie eine schwungvoll aufgebrauchte Kaseinspachtelung oder breitflächige Pinselstriche. Die großen Glasflächen (ca. 5 m Breite und 2,5 m Höhe) erlaubten aus Kostengründen nur vier Siebdruckformen.

Für große Glaselemente im neuen mehrgeschoßigen Verwaltungsgebäude des Amtes der Stadt Bregenz von den Architekten Dietrich/Untertrifaller schlug Gassner in freier Zusammenarbeit mit dem deutschen Gestalter Bernd Altenried Wortspiele mit Anagrammen vor und bekam damit den Zuschlag in einem Wettbewerb für ausgewählte Vorarlberger Grafikdesign-Büros. Der Entwurf wurde im Jahre 2004 realisiert. Das Wort Anagramm kommt aus dem Griechischen *anagraphein* und bedeutet etwa umschreiben, nochmals oder wieder schreiben. Ein kurzer Text aus wenigen Wörtern bildet das Buchstabenmaterial für Wortschöpfungen und Kombinationen. Insgesamt hat die Satzspielerei ca. 3 500 Transformationen, die in 111 Textkolumnen mit knapp 80 000 Klebebuchstaben in 70 Punkt Schriftgröße auf Glas in einer speziellen Sandstrahlfolie ausgeführt wurden. Das Ergebnis ist eine erzählfreudige, fröhlich vor sich hin plaudernde Typografie und gleichzeitig ein intelligenter, nicht zu dichter Blickschutz für die dahinterliegenden Büros.

»In der Ruhe liegt die Kraft« wäre ein treffendes Motto zu Gassners grafischen Arbeiten. Gassner meidet die Übertreibung, die er »kontraproduktiv« findet. »Das richtige Maß zu finden, gelingt selten.« Und er zitierte 2006 auf

seiner Website den antiken griechischen Philosophen Longinus: »... überhaupt gehört Schwulst anscheinend zu den am schwersten vermeidbaren Fehlern. Denn naturgemäß fallen alle, die nach Größe streben, aus Angst vor dem Tadel der Kraft- und Saftlosigkeit irgendwie in diesen Fehler.«

Reinhard Gassner wuchs in den Gestalterberuf von der technischen Seite, wie seine berühmten Vorgänger zur vorletzten Jahrhundertwende, Julius Klinger, der als Volontär in der Wiener Graphischen Industrie AG begann, oder Joseph Binder, der nach seiner Lithografielehre eine Fachschule für Lithografen, Stein-, Licht-, Kupfer- und Zinkdrucker besuchte. Gassners Lehrberuf, den er Mitte der 1960er Jahre erlernte, war der des »Positivretuscheurs und Reproduktionsphotographen«. Wie heute das Computerprogramm Photoshop, hat der Positivretuscheur Fotos optimiert, verändert oder sogar erzeugt. Man retuschierte Fotos in der Technik, die später als Spritzpinsel- oder Airbrusharbeit bekannt wurde.

Im Industrieland Vorarlberg gab es für die Schiproduktion von Kästle oder Head die Anforderung, das Innenleben des Schis wie eine Konstruktionszeichnung, nur in fotografischer Qualität, zu zeigen. Da man diese Einblicke in die Technik nicht fotografieren konnte, nur zeichnen, und es trotzdem wie ein Foto wirken sollte, brauchte man den Positivretuscheur. Diese Technik war Vorgängerin aufwendiger »Renderings«, computergenerierter dreidimensionaler Bilder von Maschinen oder Architektur.

Gassner war in seiner Lehrzeit Lithograf, Reproduktionsfotograf, Druckerei-lehrling, Setzer. Er ätzte Klischees, fertigte Andrucke, erzeugte Vierfarbsätze an der Klimsch-Kamera. Nach abgeschlossener Lehre arbeitete er Ende der 1960er Jahre zwei Jahre bei seinem Bruder Franz, »seinem eigentlichen Lehrmeister«, der ihn dafür begeistern konnte, von der Musik Abstand zu nehmen und visueller Gestalter zu werden, in einer Phase, in der sich Gassner überlegte, eine Profimusiker-Laufbahn einzuschlagen. Franz Gassner, der an der Hochschule für angewandte Kunst in Wien die Meisterklasse für künstlerische Schrift- und Buchgestaltung bei Hertha Larisch absolviert hatte, der mit Reinhard »seitenweise Schrift schrieb«, ihm die Kapitalis, die englische Schreibschrift, die Fraktur beibrachte, aber auch wie man einen Briefkopf oder ein Logo gestaltet, wanderte später in die freie Kunst ab, Reinhard blieb in der angewandten Gestaltung. Eine der Arbeiten aus Franz Gassners Zeit



(235) Franz Gassner, Logo Doppelmayr
Archiv Franz Gassner

als Grafiker, die heute noch Gültigkeit haben, ist das Zeichen des Liftherstellers Doppelmayr: ein Kreis, den ein Seil teilt und der so ein versales D oder eine am Seil schwebende Gondel ergibt. (Abb. 235)

Auch die musikalische Phase war für Reinhard Gassner eine sehr wichtige Zeit, die Bühnenauftritte wesentlich für die Erfahrung der unmittelbaren Wahrnehmung des eigenen Produktes durch ein Auditorium. Die Jahre der intensiven Musikproben, drei bis vier Abende in der Woche – »Dunkelheit, die Lichter der Marshall Verstärker, das Hineinbegeben in die Musik« – zeugt von Ernsthaftigkeit und Leidenschaft. Heute noch beschreibt Gassner die Entscheidung als dramatisch, da er beide Welten liebte. Er spürte intuitiv, daß es auch in der visuellen Gestaltung etwas wie Rhythmus, Lautstärke oder Harmonie, ganz verwandte Ebenen, gibt. Jede dieser Ebenen, der »Schubladen«, wie sie Gassner bildlich macht, bietet eigene Aspekte, wenn man sie öffnet.

Sowohl die Hochschule für angewandte Kunst in Wien als auch Schweizer Schulen rieten Gassner von einem Studieneinstieg in den unteren Semestern ab, da er bereits in technischen und gestalterischen Bereichen gut versiert war und damals schon überzeugende praktische Arbeiten »in der Mappe« hatte. Gassner entschied sich für den Weg in die Praxis. Bevor er sich in die Arbeit bei Vorarlberger Werbeagenturen begab, absolvierte er nebenberuflich eine »harte Ausbildung« der Medienschulung in München, in der es nur um Dinge ging, die man in der Werbekonzeption bräuchte: Was ist das Plakat und was ist eine Kontaktzahl, was ist eine Kumulation in der Werbung, was sind Fernsehspots und wie können diese bewertet werden? Was ist der Kontaktzeitraum eines Großflächenplakates und wie kann dieser bewertet werden? Als Kommunikationsgestalter interessierten Gassner diese Fragen – welche Werkzeuge setze ich ein, um meine Gestaltung zu transportieren –, sind die Werbemedien doch wesentliche Träger der visuellen Kommunikation. Und er interessierte sich dafür, wie eine Agentur funktioniert.

Die große Pionierphase des Vorarlberger Grafikdesigns mit Protagonisten wie Othmar Motter, Hans Kaiser, Sylvester Lička (Atelier »Vorarlberger Graphik«) oder Josef Hofer, der lange bevor der Begriff präsent war, so etwas wie

»Corporate Type« für einige seiner Kunden anwendete, ging in den 1970er Jahren langsam vorbei. Die in den späten 1960er Jahren aufblühenden Werbebüros absorbierten unter dem Schlagwort »Full-Service« auch die Aufträge der angewandten Gestaltung, entdeckten das Geschäft mit Grafikdesign, engagierten möglichst »günstig« Grafiker oder kauften billige Gestaltungsleistung ein, um sie dann gut zu verkaufen. Herausragende Gestalter wie Reinhold Luger oder Franz Gassner versuchten dennoch Gegenpositionen einzunehmen.

Erst Mitte der 1980er emanzipierten sich die nachkommenden Gestalter, eröffneten Ateliers oder kleine Bürogemeinschaften und suchten die Direktaufträge im Bereich der visuellen Kommunikation – mit sichtbarem Erfolg.

Lugers Arbeit war für die Entwicklung Gassners ausschlaggebend, denn er griff »in einer frechen Art Tabus auf«, er wirkte mit seiner Arbeit politisch »gegen das konservative, politisch schwarz dominierte Vorarlberg«. Dieses gesellschaftlich-politische Klima erzeugte – quasi als Gegenbewegung – die heute weltweit angesehene Vorarlberger Architekturentwicklung und beeinflusste auch die Entwicklung des Grafikdesigns. Lugers frühe Plakate für die Bregenzer Festspiele mit ihrer faszinierenden Bildwirkung – »das Geheimnis ein Bild zu erzeugen, das wirkt, das funktioniert« – waren Arbeiten der frühen 1980er Jahre, die auch Erich Wiener oder Stefan Sagmeister beeinflussten. Später wurde Luger sachlicher, wie zum Beispiel im Corporate Design der Dornbirner Verkehrsbetriebe, der Beschriftung der Fahrzeuge und Haltestellen, der Konzeption der Fahrpläne, die mit minimalistischen typografischen Mitteln das Losfahren und das Stehenbleiben in der Haltestelle visualisieren. Das regelrechte »urbane Aufleben« und große positive Echo, das Dornbirn dafür erhielt, veranlaßte weitere Städte in Vorarlberg, auch für sich ein Corporate Design zu fordern und gipfelte schließlich in einer viel beachteten bundesweiten Lösung, bei der Reinhard Gassner Pate stand.

Aus mehreren nahezu gleichzeitigen Anfragen von Kommunen wurde Gassner klar, daß eine landesweite Lösung gebraucht wurde. Das vernetzte System »Verkehrsverbund Vorarlberg« einerseits und viele Regionalidentitäten andererseits würden einander widersprechen. Warum also nicht das herausragende und funktionierende Erscheinungsbild Lugers, das bereits in

Dornbirn erfolgreich wirkte, landesweit heranziehen? Damit sägte Gassner sein fertiges, bereits akzeptiertes und budgetiertes Konzept selbst ab und argumentierte vor dem Stadtrat Feldkirchs hart gegen seine eigenen Entwürfe – um der Sache willen, um einer sinnvollen Lösung zum Durchbruch zu verhelfen. Das Atelier Gassner übernahm dafür die werbliche Kommunikation, die er in einer Arbeitsgemeinschaft mit Sigi Ramoser von Sägenvier und Hans-Joachim Gögl als PR-Spezialist umsetzte, denn »anspruchsvolle Kommunikation für die Bussysteme erforderte Teamwork«.

Zehn Jahre lang betreute das Team unter der Federführung Gassners den Verkehrsverbund. Teil des Konzepts war ein cleverer Schachzug: Es durfte keine Fremdwerbung auf den Haltestellen und in den Bussen geben, die frequenzstarken Flächen an den Wartehäuschen sollten ausschließlich für Eigenwerbung – der Schulbus, der Badebus etc. –, die Innenflächen für Kommunikation mit den Fahrgästen genutzt werden. Die Rechnung um Verlust der Werbeeinnahmen einerseits und Ersparnis der gesamten Schaltkosten in Fremdmedien andererseits ging auf – unter Berücksichtigung der Kontaktchancen, der verbesserten Unternehmensergebnisse durch den vermehrten Werbeeinsatz. Diese werbeorientierte Denkweise Gassners ist zweifelsohne seiner Münchner Medienschulung geschuldet und zeigt, wie nah visuelle Kommunikationsgestaltung und Werbung, ja sogar Marketing, beieinander liegen.

Als Gassner mit Unterstützung seiner Frau Ruth 1976 sein eigenes Büro in Feldkirch gegründet hatte, hatte er bald den ersten Mitarbeiter: Roland Schuster, ein Schüler von Arthur Zelger in Innsbruck und Wolfgang Weingart in Basel. Danach arbeitete Gassner nie mehr allein. Sechs oder sieben Büros gingen aus Gassners Atelier hervor, da die Leute in partnerschaftlicher Zusammenarbeit schnell das Rüstzeug für die Selbständigkeit erhielten.

Zuerst kamen wirtschaftliche Aufträge, mit denen Gassner durch sein Umweltengagement bald Identifikationsprobleme bekam. Er lehnte auch Aufträge ab und – wie von selbst kamen soziale und ökologische Institutionen auf ihn zu. Gassner interessierte sich für die Kommunikation eines Sozialinstitutes, für die Frage, wie man die Akzeptanz der Bevölkerung für schwierige politische Entscheidungen durch Kommunikation herbeiführen kann. So machte er für Gemeinden und Institutionen wenig populäre Maßnahmen wie Mülltrennung (»vom Müll-Luxus in ein gebührenabhängiges



(236) Atelier Gassner in Schlins, Vorarlberg. Architektur: Rudolf Wäger, 1975
Atelierzubau von 1986. Foto: Bruno Klomfar

System«) oder Tempo 30 kommunizierbar. Gassner professionalisierte die »Latzhosengrafik« des Institutes für Sozialdienste und stellte dessen Angebote, Frauen-, Männerberatung, Scheidungs- oder Konfliktunterstützung als hochqualifizierte Dienstleistungen an der Bevölkerung dar.

Gassner interessierte sich stets für die Strukturen hinter den Dingen: Wie werden die Lehrlinge ausgebildet und sind sie motiviert? Wie treten die Chefs auf, wie sind die Schaufenster gestaltet? Oder: wie sind die Fassaden gefärbelt und wer zieht die Leute in eine Stadt wie Feldkirch herein? Der Grüne Markt, »ein völlig unmoderner Bauernmarkt«, war so ein Magnet, sogar Liechtensteiner und Schweizer kamen mit ihrer Kaufkraft hierhin. Gassner reagierte prompt und konzipierte Urkunden für die Marktfahrer, die die Qualität ihrer Produkte priesen, installierte atmosphärisch passend einen Taubenschlag mit 2 000 Brieftauben – immer begleitet von auffallenden grafischen Drucksachen; die grafische Umsetzung des Plakates für das Gauklerfestival wurde bereits früh als »Schönstes Österreichisches Tourismusplakat« prämiert.

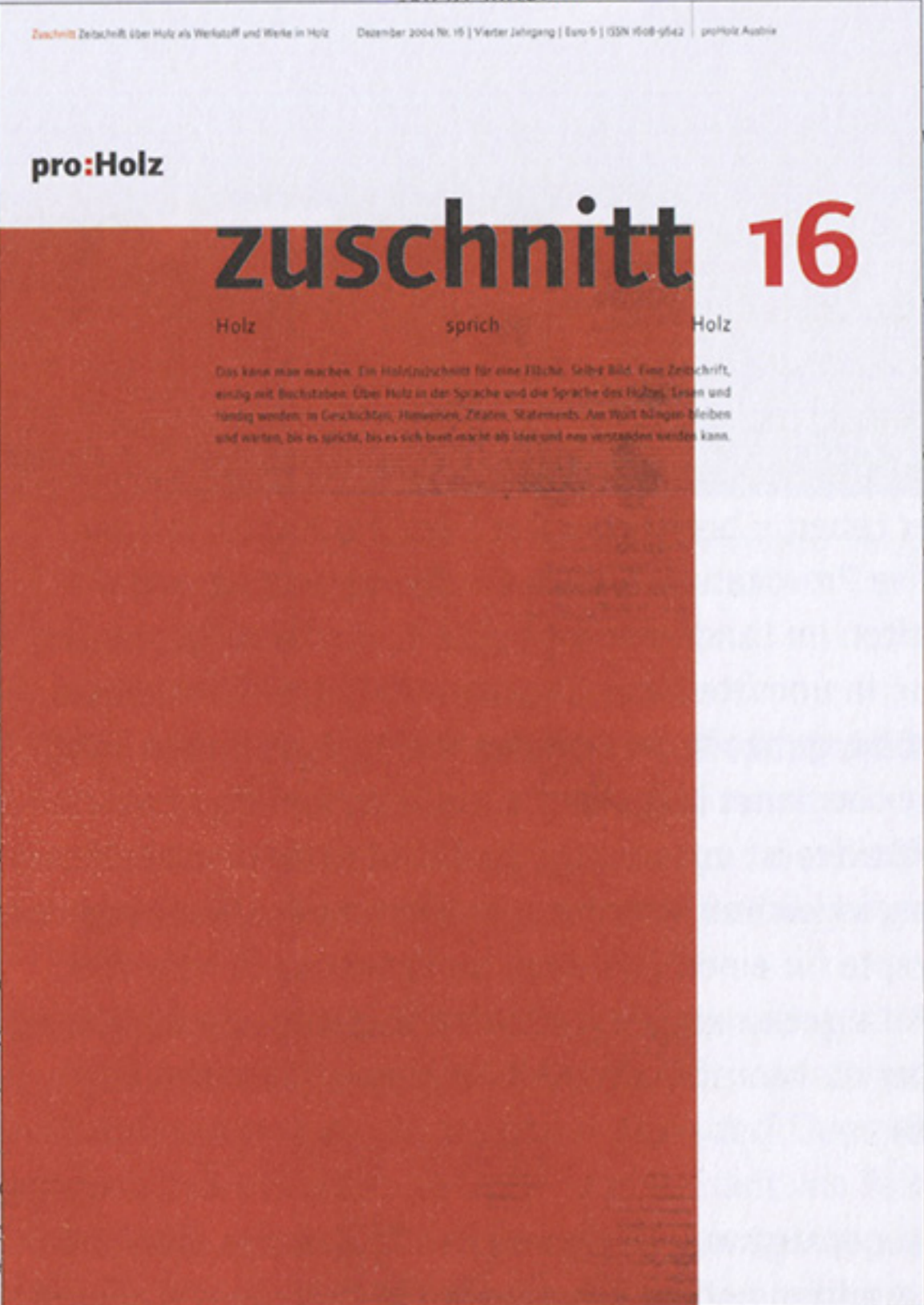
Nach Schlins im Vorarlberger Oberland kam Gassner mit seiner Frau Ruth durch ein Wohnbauprojekt bereits im Jahr 1975. »Damals fragte uns Architekt Rudolf Wäger, ob wir Interesse hätten mitzumachen. Es gab die Idee, eine Siedlung in Eigeninitiative gemeinsam mit dem Architekten zu bauen, aber vorerst noch keinen Plan oder einen konkreten Standort. Uns interessierte die alternative Vorgangsweise, das Selbstbestimmte, das Gemeinsame, das Haus in der Gruppe. Außerdem gefiel uns die provokante und reduzierte Architektur von Rudolf Wäger. Mein Bruder Franz war im Begriff, ein Haus mit ihm zu bauen und hat uns auf einige Bauten und formale Aspekte aufmerksam gemacht. Wir suchten und bestimmten den Ort, wo wir bauen

wollten gemeinsam. In der Planungsphase hat uns Rudolf Wäger mit vielen Fragen des Bauens und Zusammenlebens befasst; es war eine gemeinsame konstruktive Auseinandersetzung. Ergebnis war ein sehr günstiges Eigenheim, eine funktionelle Form der Gemeinschaft und ein nachhaltig baulicher Rahmen für unser Leben – bis heute.« Die Siedlung Ruhwiesen war damals eine »konstruktive Provokation« für die Dorfgemeinschaft und die Wohnbaugenossenschaften im Lande und ist heute eine »Ikone« der neuen Vorarlberger Architektur. In unmittelbarer Nachbarschaft des Wohnhauses entstand ein eigenes Ateliergebäude, in dem das Atelier Gassner seit 1986 arbeitet. Die »gute Form« begleitet und stützt auch in diesem Bau das gestalterische Wirken. »Beides ist uns wichtig, die Architektur und die Idee eines Ateliers im Grünen, in leichter Anhöhe in einem schönen Südhang – es gibt verschiedene Konzepte für einen Gestalter, du kannst nach New York, nach Tokio oder nach Paris gehen und dich von den wunderbaren Einflüssen vorantreiben lassen. Oder du kannst in der Natur wohnen. Man muß sich entscheiden.« (Abb. 236)

Die Ateliergeschichte ist geprägt vom Gedanken des Teamworks. Gassner arbeitete schon immer mit fixen und freischaffenden Mitarbeitern zusammen und bildet gerne Arbeitsgemeinschaften für größere Projekte. Seine Frau Ruth Gassner ist in geschäftsführender Funktion mit im Boot und wurde für Gassner im Laufe der Zusammenarbeit zu einem wichtigen Korrektiv in gestalterischen Fragen. Sohn Stefan Gassner, der selbst ein erfolgreiches Gestalterstudio am deutschen Bodenseeufer führt, war in den letzten zehn Jahren und solange es ihm die eigene Auftragslage erlaubte, eine federführende Stütze für viele Gestaltungsprojekte. Tochter Andrea Redolfi ist nach einschlägigen Studien in der Schweiz und in Holland ins Atelier eingetreten und heute als vitale kreative Kraft leitende Mitarbeiterin.

Die Konzentration auf überdurchschnittliche Gestaltungsqualität führte bald zu nationaler und internationaler Beachtung und zu überregionalen Auftraggebern.

Von großer Reichweite war der Auftrag für das Erscheinungsbild für das Außenministerium, ein Wettbewerb, den das Atelier Gassner gewann. Das Logo aus dem Schriftzug in der Melior von Hermann Zapf mit der Flagge als Visual, die gleichzeitig als Trennlinie zur Unterzeile für die unzähligen



»Submarken« fungiert, der reduzierte, zurückhaltende, »staatlich« wirkende Auftritt und dessen Abhandlung in fünfzig Logos für Kulturinstitute, Staatssekretäre, Botschaften etc. überzeugte. Jedoch Gassner hinterfragte auch die Sinnhaftigkeit dieser Unternehmung, denn er sieht den Staat als ein Unternehmen, die Regierungsgeschäfte als ein »durchgängiges Angebot«. Dem widerspräche, daß jedes Ministerium ein eigenes Erscheinungsbild hat. Die Frage nach der Identifikation des Vorarlbergers Gassner mit Österreich beantwortet er positiv: Er sei stolz auf Wien, auf die Städte, auf die Kultur in diesem Land.

Ein weiterer großer Auftraggeber war und ist das Österreichische Holzmarketing, das mit der Marke »proHolz Austria« gemeinsam mit dem Atelier Gassner seit dem Jahre 2001 effiziente Kommunikation betreibt. Gassner betreut den Kunden als Gestalter und Kommunikationsberater für den Bereich der Fachöffentlichkeit. Ergebnis sind das neue Image und eine klare Identität, für die das österreichische Holzmarketing mittlerweile bekannt ist. Flaggschiff der proHolz-Kommunikation ist die vom Atelier Gassner maßgeblich mitentwickelte und viermal pro Jahr umgesetzte Fachzeitschrift *Zuschnitt*, redaktionell und bibliophil gemacht, reduziert auf Schwarz, Weiß und Rot. Die Ausgabe Nr. 16 (Dezember 2004) beschäftigt sich beispielsweise mit dem Thema Holz in der Sprache: eine Architekturzeitung ohne Fotos – die Bilder stecken bei dieser Ausgabe im Text, indem Typografie Holzstrukturen bildet, Astlöcher im Text klaffen, Textblöcke eines Dialogs wie übereinanderliegende Bretter wirken. Hier wird Text zu Bild, das Wesen von Holz auf zwei Ebenen visualisiert. Die lebendige rote Fläche auf dem Cover ist ein analoger Holzdruck in der Gesamtauflage. (Abb. 237, 238)

Gassner stößt in seiner umfassenden Tätigkeit von der gestalterischen Seite her in Bereiche vor, die Grafikerdesigner sonst gerne Marketing- und Werbeleuten überlassen. Drei spezielle Bereiche seiner Arbeit sollen daher hier im folgenden angeführt sein.

(237) Reinhard Gassner, Cover und Innenseite sowie Teil einer Doppelseite im Hintergrund, *Zuschnitt* 16, proHolz Austria (Hg.), Wien 2004 – (238) Covers *Zuschnitt*

»Worte hören und sehen« – Die Namensgebung

»Worte kann man hören und sehen. Gerade bei einer Logotype sind Konnotat und visuelle Assoziation nicht trennbar und verstärken sich gegenseitig. Gute Lösungen beziehen ihre Wirkungskraft meist aus einer starken Pointe mit prägnanten Bedeutungsimpulsen. (...) Dabei ist der Klang genauso assoziativ wie die ›Figur‹ eines Wortes. In unserer Arbeit interessiert uns die Zusammenwirkung von Name und Bild.«⁷

Gassners Interesse an Inhalten, an der Kommunikation und sein Kontakt zum Schweizer Semiotiker Reinhart Morscher und dem Vorarlberger Kulturreferenten Roland Jörg führten ihn zu der für den Grafikdesigner neuen Aufgabe. Als Gassner damit begann, gab es noch keine Berufsbezeichnung für diese Tätigkeit, heute ist der etwas reduzierte Begriff des »Naming« gängig. Die Ausgangsbasis bildete die Überzeugung, daß der Name eines Unternehmens weit nachhaltiger wirkt als dessen Bild. Namen sind auch schwieriger zu verändern, denn der Mensch braucht länger, sich an einen neuen Namen zu gewöhnen als an ein neues Erscheinungsbild.

Beim Namen gelten dieselben Prinzipien wie beim Bild: es gibt einen Wirkungsbereich, der durch intuitive oder bewußte Gestaltung gesteuert werden kann. »Abkürzungen mit drei Buchstaben kann man als ›out‹ erklären, um sie dann subversiv als ›aut‹ anzuwenden«, so der Name des Innsbrucker Ausstellungshauses (aut. architektur und tirol), dessen Zeichen von Walter Bohatsch visuell gestaltet wurde. (Abb. 210–212)

»Anglizistik ist konkurrenzunfähig, da es inflationär verwendet wird.« Außer es geht um den internationalen Wettbewerb »wienwood«, in dem Gassner mit einem zweisprachigem Kippeffekt, einer bewußten Störung arbeitete. Im Workshop zur Namensfindung mit weiteren Namensgestaltern für *Zuschnitt* wurden die Hauptthemen »Holz« und »Bau« bewußt aus dem Spiel gelassen. »Zuschnitt« erzählt von Holz, Bearbeitung, Serie, Maßform. Hier kommt noch ein weiterer für Gassner wichtiger Aspekt dazu: Die »Beschleunigung« des gesprochenen Wortes durch das Z und die stoppenden doppelten Konsonanten »t« am Wortende.

Beim Logo für die European Wood Initiative – zur gemeinsamen Vermarktung von europäischem Holz – ist das Zusammenwirken von Bild und Ton

wood wood wood
european initiative

(239) Atelier Reinhard Gassner, Stefan Gassner, Wood. European Initiative, Logotype, 2004, Atelier Reinhard Gassner

entscheidend. Das Atelier Gassner erhielt die Aufgabe, das Corporate Design für die Kooperation zu gestalten. Das doppelte O in Wood, das zu einer Lemniskate (Unendlichkeitszeichen) verschmolzen ist, trifft den Charakter des nachwachsenden Rohstoffes auf den Punkt. »Die Logotype bezieht ihre Charakteristik und ihren Bildwitz aus diesem semantisch-semiotischen Spiel der Bedeutung von ›wood‹ und der Symbolkraft der liegenden Acht. Eine Doppeldeutigkeit, die auch im Claim des britischen Verbandsmitgliedes steckt: ›wood. for good.«⁸ Überdies wird das aus dem Sanskrit stammende Zeichen der Mathematik in einem großen Teil der Welt verstanden. (Abb. 239)

Inzwischen sind Namen und »Taglines« für Unternehmen, Namen für Museen, ganze Wortkonzepte für Produktfamilien wichtige Aufgaben für das Atelier. Meist wird in strukturierten Workshops, gemeinsam mit Spezialisten und dem Kunden, die Namenslösung entwickelt. Die Namensgebung ist für Gassner eine neue Gestaltungsaufgabe, die immer auch visuell zu denken ist. Dem gestalterischen Umgang mit dem Material: Wort, Wortteile, Silben und Geräusche räumt Gassner in der professionellen visuellen Kommunikation einen hohen Stellenwert ein.

Ein Projekt, das die Verknüpfung von visueller und verbaler Kommunikation gut veranschaulicht, ist die Namensgebung und das Erscheinungsbild der Firma »nu« Datenautomaten. Zu visualisieren war die »Zweigleisigkeit des Unternehmens mit einerseits hochtechnologischen Content Management Systemen und andererseits kreativen, aber standardisierten Software-Lösungen.« Ein frei erfundener, lautmalerischer Name, der wie ein »akustisches Piktogramm« funktioniert, wurde gemeinsam mit dem Kunden erarbeitet. Die Lösung – zwei Buchstaben, eigentlich nur eine Buchstabenform, die abwechselnd auf dem Fuß und auf dem Kopf steht: n und u – nu. Der Name ist schon wieder so kurz, daß er keine Abkürzung mehr sein kann, er macht neugierig und thematisiert die Zahl Zwei. Diese Dualität wird in verschiedenen Anwendungen visuell weitergespielt: die zwei Buchstaben aus der Rotis semiserif mit zwei Farben, die in der Überlagerung neue Formen und Farben



(240) Atelier Reinhard Gassner, Andrea Redolfi, nu Datenautomaten
Atelier Reinhard Gassner

ergeben. (Abb. 240) Der Faszination der gleichen Form des kleinen n und des kleinen u ist schon der holländische Gestalter Willem Sandberg in den späten 1950er Jahren erlegen: Die Kunst-Zeitschrift *nu* (holländisch: jetzt, phonetisch ähnlicher das englische now) trug das kleine n und u einer fetten Egyptienne-Schrift auf dem Cover, die künstlerisch gestalteten Doppelseiten sind Beleg des Weiterlebens von Elementen der Neuen Typografie nach dem Zweiten Weltkrieg.⁹

Alphabete und ihre Geschichte

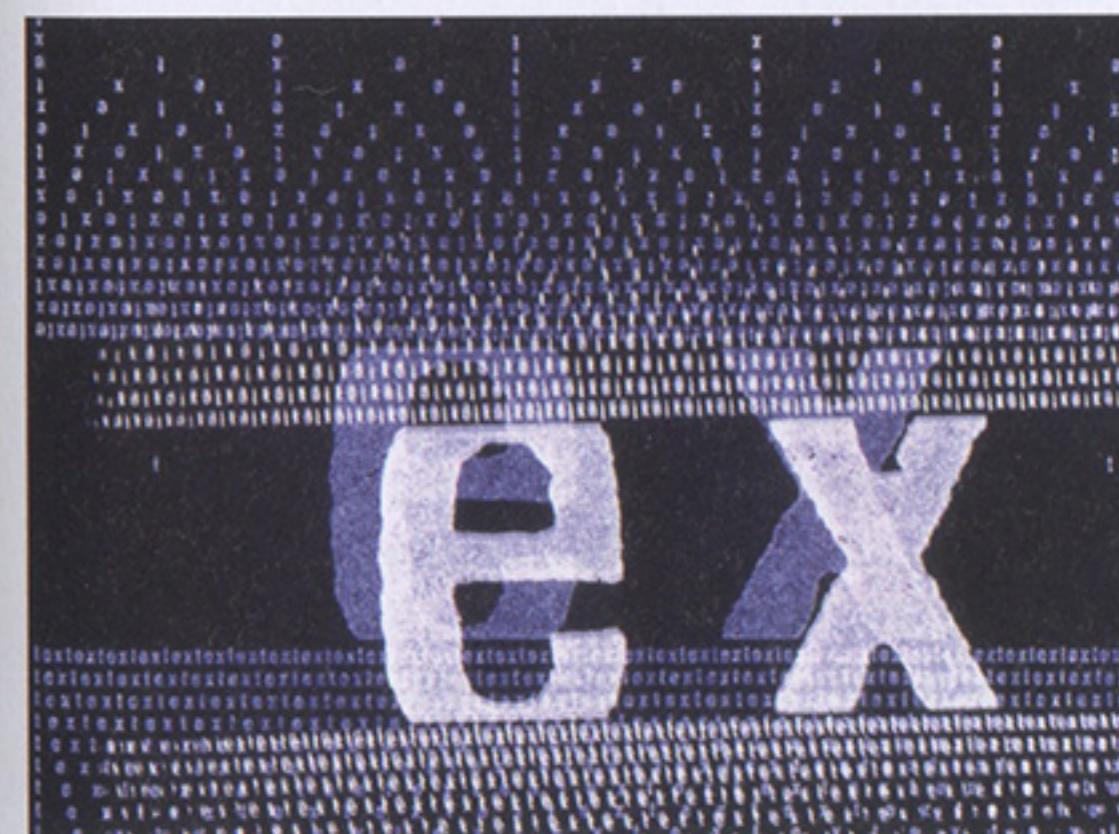
Auf seinen »Schriftreisen« wandert Reinhard Gassner auf Spuren fremder Schriftentwicklungen und bringt die Ergebnisse oft als grafisch aufbereitete Gaben für Kunden und Freunde mit zurück. In Syrien interessierte er sich für die noch in wenigen Dörfern verwendete aramäische Sprache und Schrift und begegnete in einer Vitrine im Damaszener Nationalmuseum dem bis damals frühesten bekannten Fundstück der Schriftgeschichte – ein fingergroßes Stück Lehm mit eingepprägten keilalphabetischen Zeichen.

Er befaßt sich mit griechischer Schrift und Sprache – »Die altgriechische Schrift ist das erste vollständige Alphabet der Schriftgeschichte. Es beschenkt uns mit den Klängen der Vokale und mit der Gestaltung von Schriftzeichen, die wir in abgewandelter Form bis heute verwenden.« Er besuchte Grafkdesigner mitten in der Millionenstadt Jerewan und das

Matenadaran-Institut mit seiner prachtvollen Handschriftensammlung und fand ganz im Osten Armeniens seinen »Stein von Rosette«: Ein Relief auf dem Grabstein zeigt noch gut lesbar den Namen CASPAR in armenischer und georgischer Schrift. Diese Alphabete, die der armenische Schriftschöpfer Mesrop Maschtoz bereits im Jahre 400 n. Chr. gestaltet hat, werden noch heute in diesen Ländern verwendet. Mit dem Poster eines Gedichtes in deutscher und türkischer Sprache erinnerte Gassner an die Einführung des lateinischen Alphabetes mit entsprechenden Abwandlungen und Zusätzen in der Türkei im Jahre 1928 durch Kemal Atatürk.

Das Interesse Gassners an Sprachklängen und Alphabeten ist eine logische Konsequenz seiner synergetischen Sichtweise in der Kommunikationsarbeit. Seine frühen musikalischen Erfahrungen stehen in einer Linie mit der heutigen namensgestalterischen Tätigkeit, mit seiner jahrelangen Befassung mit Schriftentwicklungen oder auch seinen freien Arbeiten zu phonografischen Phänomenen, hier mit dem Wortbild »Text« dokumentiert, in denen er die Transformation von Hörbarem in Sichtbares untersucht. (Abb. 241)

Auch die Einführung des Lehrfaches »Verbale Kommunikation«, die Gassner bereits in der Entwicklungsphase des FH-Studienganges InterMedia in Dornbirn angeregt hat, bezieht sich auf diese Aspekte, da hier kreativ mit dem »Material Sprache« und der »Performance von Buchstaben« gearbeitet werden soll.



(241) Reinhard Gassner,
»Text«, phonografische
Studie, 1993
Atelier Reinhard Gassner

Neue Medien und der Einstieg in die Gestaltungslehre

Gassners Einstieg in die neuen Medien und Didaktik kam für ihn selbst überraschend. 1994 hat ihn der damalige Geschäftsführer der frisch gegründeten FH Vorarlberg, Markus Linhart (heute Bürgermeister von Bregenz), eingeladen, am Aufbau des Studienganges für Gestaltung in Verbindung mit den neuen Medien (InterMedia) mitzuwirken. Dieses zukunftsweisende Studienprojekt interessierte Gassner, und er übernahm die gestalterische Leitung 1996 bis 1999 neben seinem laufenden Atelierbetrieb als externer Berater.

»Meine Aufgabe war nicht nur, das Curriculum in gestalterischer Hinsicht zu entwickeln, sondern auch geeignete Lehrbeauftragte zu finden und zu engagieren. Als ich begonnen habe, gab es ja kein E-Mail und kaum Computer in den Grafikdesign-Büros. Ich war zuerst sehr skeptisch, aber ich musste bald einsehen, dass das ein großes Berufsfeld werden würde und dass damit ganz neue interessante Dimensionen und Werkzeuge der Gestaltung und Kommunikation ins Spiel kamen. Wir stellten einen Lehrkörper zusammen mit Leuten aus Deutschland, der Schweiz, den Niederlanden, weil es bei uns damals nicht genügend Fachleute gab.«

Peter Simlinger brachte in Zusammenarbeit mit der InterMedia das IID (Internationales Institut für Informationsdesign) nach Vorarlberg, hochkarätige Veranstaltungen zu den Themen Informations-Design und Signalistik. Die Auseinandersetzung, gemeinsam mit Informatikern, Gestaltern und Internetspezialisten führte Gassner früh und intensiv in das Thema der neuen Medien ein.

Als Co-Berater konnte Gassner den erfahrenen Gestaltungsdidakten Reinhart Morscher (Basel/Bern) gewinnen, später setzte er die Zusammenarbeit mit Morscher in der angewandten Gestaltung fort. Die InterMedia fand gerade in dieser Startphase starke internationale Beachtung.

Unter dem Titel »Was braucht die Praxis« veröffentlichte das renommierte Fachmagazin *STD TypoGraphic* der International Society of Typographic Designers 2000 das nachfolgende (übersetzte) Pamphlet Gassners zur Gestaltungsdidaktik, ein Plädoyer für eine umfassende Ausbildung von jungen Gestaltern, getragen vom Anspruch, nicht funktionierende Rädchen im ökonomischen Getriebe heranzuziehen, sondern denkenden Individuen einen professionellen Rahmen für ihre Entwicklung zu bieten:

»Die Praxis braucht Querdenker. Persönlichkeiten, die fähig sind, Aufgaben zu analysieren, selbständig zu entscheiden und gemeinsame Erkenntnisse im Team zu erarbeiten; Individualisten, die sich in eine Arbeit vertiefen, die gestalterisch denken und denkend gestalten können. Wichtige Etappen eines Gestaltungsprozesses und Inhalte für die gestalterische Lehre sind: wahrnehmen/erkennen – gestalten – anwenden; formulieren – Wort, darstellen – Bild, komponieren – Ton, inszenieren – Bewegung. Hauptaufgaben der Grundlehre sind das Kennenlernen der Materialien, die zur Verfügung stehen und die konzentrierte Beschäftigung damit. Ziel ist die Befähigung zum bewussten Umgang mit gestalterischen und technischen Mitteln. Das Kombinieren und Zusammenführen der einzelnen Disziplinen, das Erfassen ihrer gegenseitigen Beeinflussung und das Arbeiten mit Bedeutungen von Wort, Bild, Ton, Bewegung sind Thema einer weiteren Entwicklung.

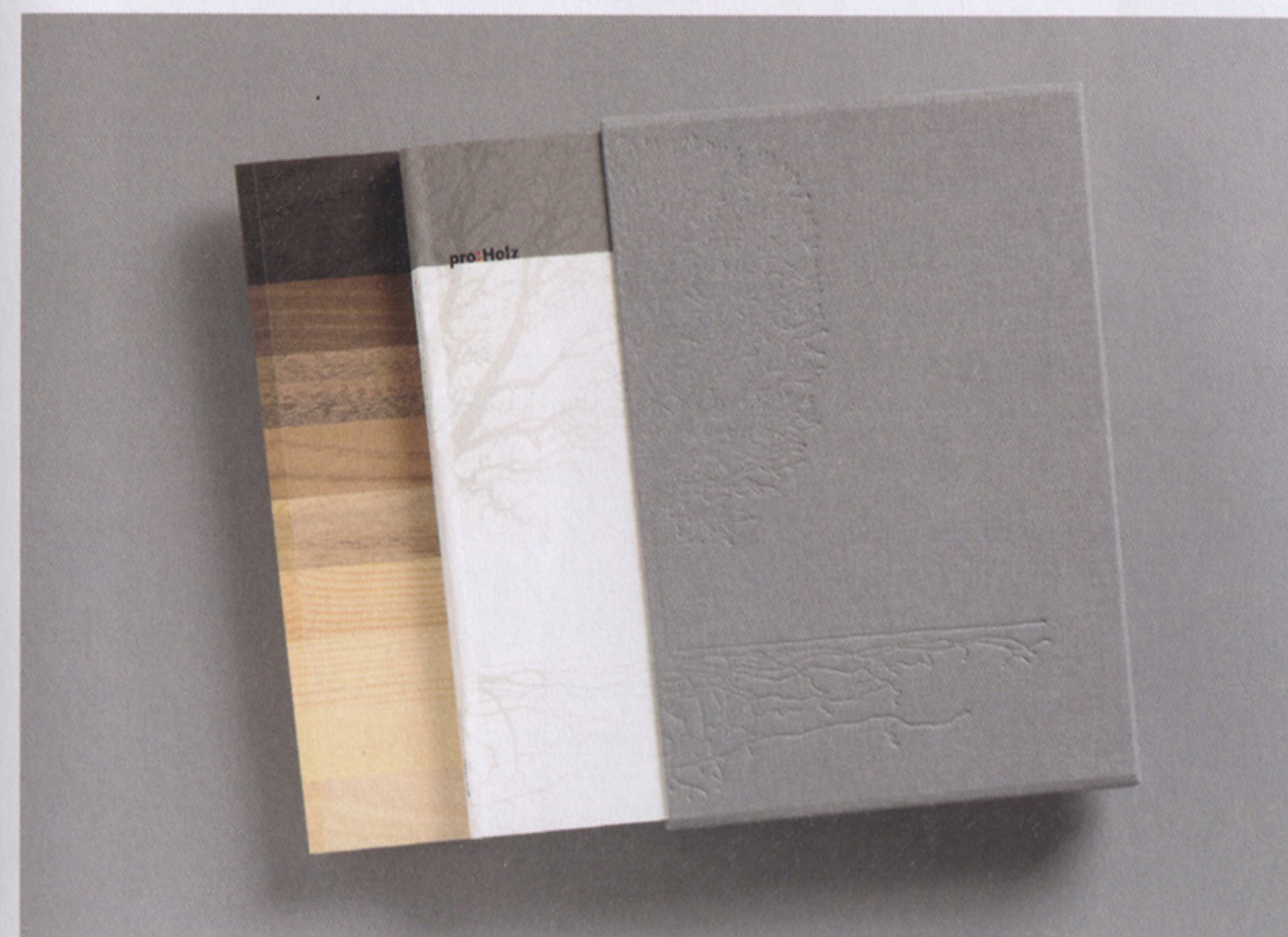
Die Befähigung in der kreativen, intellektuellen und handwerklichen Anwendung setzt voraus, dass Standpunkte der Gestaltung auch bei der technischen und wissenschaftlichen Schulung einbezogen sind. Die Praxis in der Schule hat andere Aufgaben und Ziele als die Praxis im gestalterischen Beruf. – Orientieren statt kopieren. – Sich an der Praxis zu orientieren meint sicher nicht den ideenlosen Abklatsch der gerade gängigen beruflichen Praxis in schulischen Übungen. Das bedeutet: eine kritische Einstellung gegenüber Pseudo-Praxis-Situationen während dem Grundstudium und das Fördern von neuen visionären Aufgabenstellungen in einer reiferen Phase der Ausbildung. Reale Auftragsarbeit im Studium ist weder im Sinne des Bildungsauftrages, noch im Sinne eines fairen Wettbewerbes am Markt zu verantworten.

Das Studium bietet Gelegenheit, ohne Störfaktoren in die Breite und in die Tiefe eines Problems zu arbeiten. In anspruchsvollen Abschlussarbeiten ist es möglich, neue Arbeitsfelder für die angewandte Gestaltung auszuloten. Ich meine: die Chance für die künftige berufliche Praxis in den herkömmlichen und neuen Berufsfeldern der angewandten Gestaltung sind gestalterisch, technisch und theoretisch gut geübte und gebildete Querdenker; Menschen, die der alltäglichen Nivellierung in Richtung Mittelmaß und Kommerz eigenschöpferisch entgegentreten.«¹⁰

Reinhard Gassners Plädoyer für eine Ausbildung, die nicht nur den multimedialen Anforderungen der Gegenwart entspricht, wäre geeignet, auch

eine Haltung der Gestaltenden ihrem Beruf und ihrer Umgebung gegenüber zu initiieren; eine Haltung, die die zu gestaltenden Inhalte einbezieht und hinterfragt, eine Haltung, mit der Gestaltende Stellung beziehen – so wie die Vorarlberger Architektur gebaute »konstruktive Provokation« war und wohl noch immer ist.

- 1 Reinhard Gassner: <http://www.ateliergassner.net/cgi-bin/weblog.php.cgi?weblog=6&action=view&start=2> (20. 1. 2006)
- 2 Reinhard Gassner, dieses und alle folgenden Zitate, wenn nicht anders angegeben, aus dem Interview vom 26. 1. 2006, Thüringerberg, Vorarlberg
- 3 Bereits 1919 stimmten 80% der Vorarlberger Bevölkerung für einen Anschluß an die Schweiz, 1964 kam es zum »Fußach-Skandal«, bei dem sich die Vorarlberger Bevölkerung weigerte, ein neues Bodenseeschiff der ÖBB »Karl Renner« zu benennen, den Staatsakt gewaltsam boykottierte und das Schiff selbst »Vorarlberg« »taufte«. Noch 1980 sprach sich die Vorarlberger Bevölkerung mit 70% Zustimmung für eine größere Eigenständigkeit der Länder innerhalb des österreichischen Bundesstaates aus.
- 4 Reinhard Gassner: Erzählen über das Erzählerische, Vortrag der Typographischen Gesellschaft Austria, Raabs 2004; Vgl. auch »visual narrative 3« auf der Website des Ateliers Gassner, a.a.O.
- 5 ebd.
- 6 ebd.
- 7 Reinhard Gassner, in: <http://www.ateliergassner.net/cgi-bin/weblog.php.cgi?weblog=6&action=view&start=2> (20. 1. 2006)
- 8 ebd.
- 9 Philip Meggs: Meggs' History of Graphic Design, a.a.O., S. 332–333
- 10 Reinhard Gassner: Was braucht die Praxis? In: STD. TypoGraphic (The international Society of Typographic Designers), London 2000, deutsche Übersetzung: Typoskript von R.G.



(242) Reinhard Gassner

oben: Mustard meets music, Jazzclub Lustenau, 1999, Atelier Reinhard Gassner

unten: Buchgestaltung, proHolz (Hg.): Holzspektrum 2006, Atelier Reinhard Gassner