

DESIGNASPEKTE VON ANDREAS KOOP

Täuschen und tarnen!

Das Tarnen ist, wenn man so will (und es so nennen mag) eine der ältesten »Kulturtechniken« der Menschheit – zusammen mit dem Jagen (und eben dem Gejagtwerden!). In späteren bis heutigen Zeiten war dieses Thema zwar noch für die Waidmänner relevant, aber quantitativ dann doch unübertroffen im Kriegsfall. Das Tarnen, also ein »Aufgehen« (oder Eingehen) in der Umgebung, hat schon in der Natur, der Flora und Fauna, zwei grundsätzliche Absichten: für seine Feinde so gut wie unsichtbar zu werden, also im Sinne eines (Selbst-)Schutzes, oder um bestenfalls unbemerkt angreifen zu können. Verwandt damit wäre noch die Mimikry, also das Nachahmen von Mustern, Farben und Verhalten anderer Arten, die tatsächlich gefährlich sind.

Einen vollkommen anderen Ansatz als die klassische Camouflage hatte das Dazzle Painting – wobei die französische Übersetzung für Camouflage, also Irreführung, Täuschung und Tarnung, eigentlich sogar besser für diese Herangehensweise passen würde als die gewohnte. Denn die Dazzle-Bemalung von Schiffen mit abstrakten, geometrischen Mustern folgte eben gerade einem vollkommen anderen Prinzip. Und das wurde spätestens im Laufe des Jahres 1917 auch immer drängender, als der U-Boot-Krieg seinen Höhepunkt erreichte. Dessen Folge waren immense Verluste auf Seiten der Alliierten – ihnen wurden wöchentlich über 60 Schiffe (militärische und zivile) versenkt!¹ Die geniale Idee des Illustrators und Marinezeichners Norman Wilkinson fiel da auf fruchtbaren Boden: Sein Ansatz war nicht mehr die gemeinhin angestrebte (und doch nie zu erreichende) Unsichtbarkeit, sondern ein Irritieren.² Über starke Farbkontraste wurden falsche, sozusagen »unmögliche« Kanten, Konturen und Fluchten angedeutet oder vielmehr suggeriert. Die Schiffe wirken dadurch vollkommen fragmentiert und nicht mehr als geschlossener Körper – es entstehen irritierende Perspektiven und Flächen.

In einer eigens gegründeten »Dazzle Section« wurden die Bemalungen entwickelt – zuerst für einzelne Schiffe, dann übergreifend für ganze Baureihen gestaltet –, die dafür sorgen sollten, dass die Fahrtrichtung, Abmessungen, ebenso die Position beziehungsweise Ausrichtung und auch die Geschwindigkeit kaum mehr zu ermitteln waren.³ Das allerdings nur bei einer Betrachtung mit dem Periskop – es ging ja um die U-Boote.

Auf diese Weise jedenfalls kamen die bildende Kunst und das Design in einem Bereich ins Spiel, wo man sie gemeinhin nur selten antrifft! Und witzigerweise kam der Kubismus zu einer Zeit, in der er schon wieder an Relevanz verloren hatte, mit ihnen als »angewandte« Kunst beziehungsweise Gestaltung (in einer gewaltigen Stückzahl und Dimension dazu!) in die Welt. Oder auf die Meere. Der faktische Erfolg des Dazzle-Paintings war schwer und letztlich kaum nachzuweisen, nicht zuletzt auch, weil sich die Kräfteverhältnisse im Krieg änderten. Aber eine Wirkung war offenbar so groß, dass man an diesem Konzept festhielt: Es stärkte das Selbstvertrauen und die Moral der Besatzung – und das war nicht zu unterschätzen!⁴ Dieses Dazzle-Painting ist im Übrigen ein Prinzip, das man auch aus der Natur kennt: Zebras tragen es aus gleichen Gründen sozusagen an Land – und in einer »organischen« Version.

Interessant, dass dieses Dazzle-Prinzip vor einiger Zeit eine neue Anwendung fand: bei den »Erlkönigen« der Automobilhersteller. Denn deren Problematik ist ähnlich übertragbar wie auch die Lösung – es geht nicht darum, das Testfahrzeug unsichtbar zu machen, sondern unnachvollziehbar. Und dazu müssen die Konturen verschwimmen, markante Teile kaschiert werden und durch gezielte Eingriffe Flächen verändert werden (wie zum Beispiel an den Scheinwerfern). BMW verwendet dazu ebenfalls den Maximalkontrast von Schwarz und Weiß, allerdings in einer Art »radialen Störfilter«, was vermutlich bei den relativ weichen Formen der Fahrzeuge zu einer stärkeren Verzeichnung und Irritation führt als perspektivische Balken – die allerdings einfach besser aussehen. Also für alle Eltern: nächstes Jahr einfach einmal zu Ostern beim Eierverstecken eine neue Strategie anwenden!

¹ Vgl. Roskam, Albert: »Dazzle-Painting: Kunst als Tarnung – Tarnung als Kunst«, in: Daidalos Architektur Kunst Kultur, Berlin, Heft Nr. 51, 15.3.1994, S. 110

² ebd., S. 111

³ ebd., S. 114

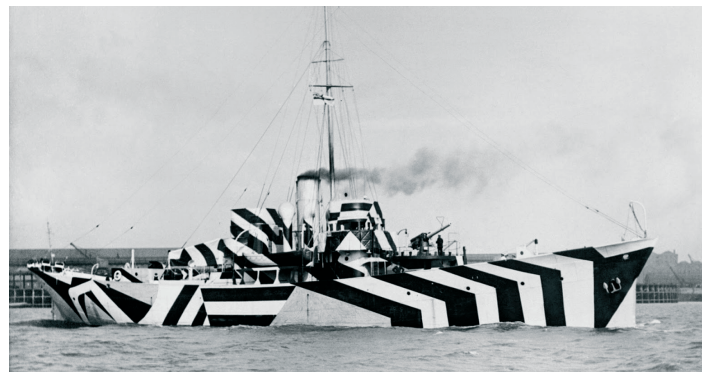
⁴ Und die Gemeinschaft der Schiffsversicherer räumte einen Nachlass auf die Versicherungsprämie ein, wenn es ein Dazzle-Painting hatte! (vgl. ebd., S. 112)



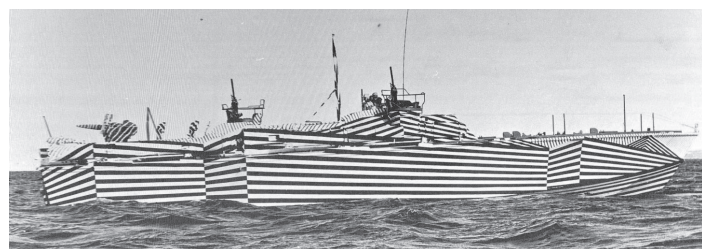
Andreas Koop

ist Grafikdesigner und führt seit 15 Jahren ein renommiertes Designbüro im Allgäu. Unter dem Begriff »oekoop« werden dort zudem ökologisch sinnvolle Gestaltungslösungen entwickelt. Nebenbei engagiert sich Andreas Koop als Dozent, Autor und in einer sich derzeit konstituierenden Designforschung.

www.designgruppe-koop.de



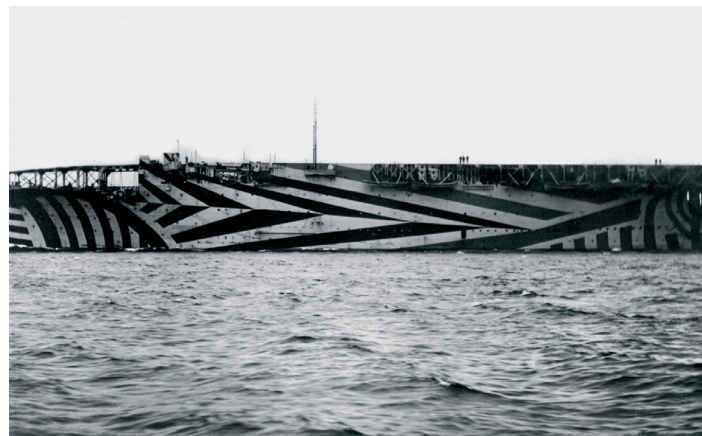
Bildquelle: <http://bit.ly/1LUpd7p>



Bildquelle: <http://i.imgur.com/ATpupyn.jpg>



Bildquelle: <http://bit.ly/1LUpkQ9>



Bildquelle: <http://bit.ly/1OELmFZ>