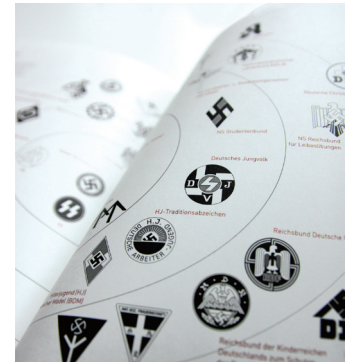


NSCI

In einer zweiteiligen Serie wird Autor Andreas Koop einen Auszug aus seinem kürzlich erschienenen Band NSCI (Verlag Hermann Schmidt) in den novum-Ausgaben 04/09 und 05/09 vorstellen. Vorab hatten wir an den Designer noch einige Fragen zu diesem ungewöhnlichen Buchprojekt ...



Gleich im Vorwort distanzierst du dich von den Verbrechen des NS-Regimes. Wie groß waren deine Bedenken, dieses Buch zu schreiben? Es ist ja auch heute noch ein schwieriges Terrain, selbst wenn man sehr sachlich an das Thema herangeht ...

Ich hatte keine großen Bedenken, da meine Position ja eindeutig erkennbar ist. Wichtig ist das unscheinbare Wort »sachlich« – es geht nicht darum, irgend etwas zu beschönigen. Nur kann man auch nicht analytisch arbeiten, wenn man sich verpflichtet fühlen muß, in jedem zweiten Satz das (ja zweifelsohne) menschenverachtende verbrecherische Regime zu verurteilen. Auch die Gestaltung des Buches ist bewußt »unaufgeregt« und nicht »inszenierend«. Bestärkt fühle ich mich in diesem Vorgehen durch die explizit genau dies ansprechenden und zahlreichen positiven Rückmeldungen. Ich meine, im 21. Jahrhundert muß ein solcher Umgang mit unserer Vergangenheit möglich sein.

Du gehst die Thematik aus Sicht der Designforschung heran. Kann man sagen, daß das Erscheinungsbild der Nationalsozialisten ein einziges riesiges Designprojekt war, das sich alle Gestaltungsgenres von definierten Farbräumen bis hin zum Soundbranding perfekt zunutze machte?

Nein, es war kein ganzheitliches Konzept, sondern vielmehr ein Konglomerat aus verschiedensten (teilweise konkurrierenden) Verbänden, Ministerien und Zuständigkeiten – letztlich ja über ein Vierteljahrhundert. Ab 1939 hatte dann ohnehin der Krieg oberste Priorität, zu dessen Gunsten im Grunde alles andere vernachlässigt wurde. Es war definitiv kein »Designprojekt«, sondern tausend kleine und separate.

Wie groß, glaubst du, war der Anteil dieses im Großen und Ganzen doch »stimmigen« Auftretens an der Gewinnung der Massen für diese Ideologie?

Man wird den Einfluß nicht über-, aber auch nicht unterschätzen dürfen. Wobei das NS-Regime seinen Fokus, seine Konzentration weniger auf Printmedien richtete als auf Großveranstaltungen und die Rede an sich. Dies dann sozusagen in Verlängerung über die neuen Medien dieser Zeit, also Rundfunk, Wochenschau und Film. Andererseits haben das »Signet«, also das Hakenkreuz, die wirkungsvolle Farbe Rot und manch anderes Element des Erscheinungsbildes sicher eine ästhetische, programmatische und beinahe omniprésente Klammer geschaffen. Gerade aber in der Anfangszeit »der Bewegung« waren das gemeinsame Symbol, die einheitlichen Fahnen und Standarten zudem ganz sicher ein wichtiges Mittel der Identitätsbildung und -bindung.

Bei aller sachlicher und distanzierter Betrachtung: Erschauert man als Gestalter nicht bei der Recherche, wenn einem bewußt wird, wieviel tatsächliche Macht in einer perfekten Inszenierung – also auch in der eigenen Hand – liegt oder liegen könnte?

Im Laufe der vielen Jahre, in denen ich mich unter anderem mit dieser spezifischen Thematik auseinandersetze, entsteht schon eine gewisse emotionale »Desensibilisierung«. Allerdings muß ich gestehen, daß es in Recherchen auch immer wieder Bilder gibt, die mich sprachlos machen. Dabei meine ich weniger die weithin bekannten schrecklichen Aufnahmen aus Konzentrationslagern, sondern jene, die »mein Terrain« betreffen: Wenn beispielsweise ein Spruchband (in der »Tannenberg« gesetzt) an einer Synagoge befestigt wird und die jüdischen Gemeindeglieder als ausrottende Parasiten diffamiert werden. Da fällt es dann schon schwer, den Blick auf die Typografie zu richten.

In deinem Buch bewertest du nicht, sondern legst lediglich die einzelnen Bestandteile – die Zeichen, die Farben, die Schriften, die genutzten Medien etc. – eines großen Ganzen frei. Es erinnert an ein Corporate Design Manual. War es anfangs nicht schwierig, die eigene Bewertung und Emotionen herauszuhalten? Und, vielleicht ein Fazit zum Schluß: Was kann und muß ein Designer aus diesem Teil der Designgeschichte lernen, welche Einsichten hast du als Designer gewonnen?

Genau, das Buch ist ganz bewußt wie ein modernes Manual aufgebaut – es ging ja auch um die Fragestellung, ob dieses visuelle Erscheinungsbild als eines nach heutigen Maßstäben tatsächlich »Corporate Design« gelten könnte. Diese analytische Methode sorgt auch dafür, weniger ins Interpretieren oder in eine Narration zu kommen. Ich meine, dieses Vorgehen hat sich bewährt. Und es hat auch geholfen, keine allzu große Emotionalität entstehen zu lassen. »NSCI« ist kein moralisches, kein moralisierendes Buch. Es ist eine Dokumentation, strukturiert und analytisch, an manchen Stellen mit (bei der Schrift auch neu erforschten und erschlossenen Quellen) didaktisch aufbereiteten Inhalten.

Was man ganz grundsätzlich aus Geschichte lernen kann, ist – meiner Meinung nach – letztlich immer auch mit Moralischem verbunden. Bemerkenswert ist, wieder einmal wertfrei gesprochen, bei der »Corporate Identity« der Nationalsozialisten der Aspekt des »Corporate Behaviour«, die Überzeugung (in gewissem Sinn natürlich auch der Druck dorthin), die Haltung, das Verhalten. Es war hier so »stark«, daß es jede Schwäche in der Gestaltung (über-)kompensierte. Bei vielen Unternehmen heute ist dies ja eher genau umgekehrt der Fall.

www.designgruppe-koop.de