

Schnittstellen zwischen zwei sich immer stärker annähernden Medien.

Wo Grafik und Fotografie eins werden

Lorsque graphisme et photographie se rejoignent

La ligne d'intersection entre deux Médias de plus en plus proches.

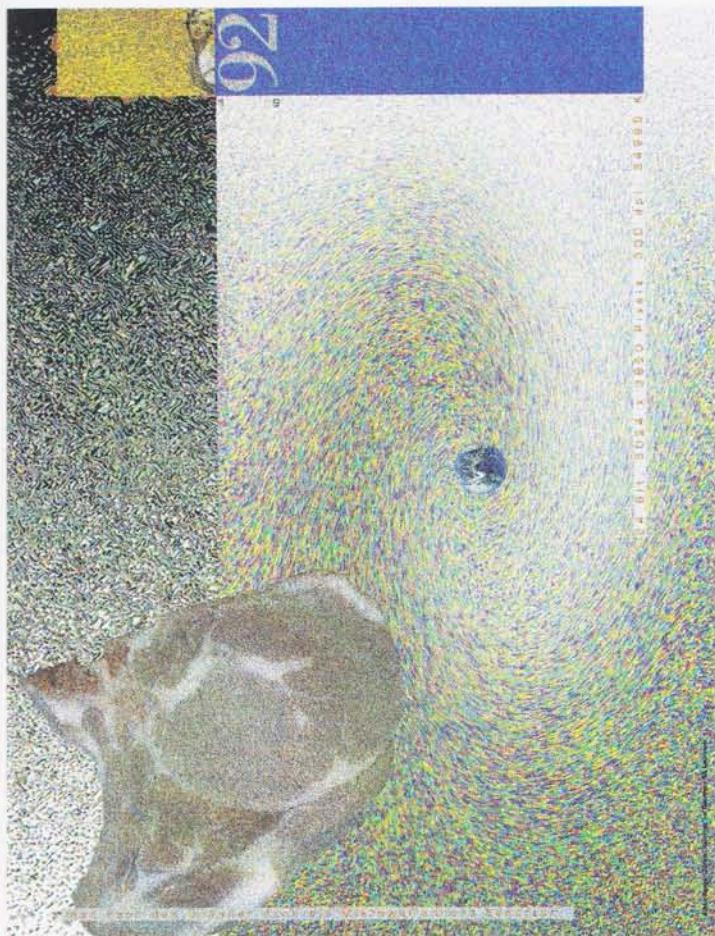
La photo et le graphisme travaillent depuis plus de 65 ans main dans la main. La photographie était le plus souvent instrumentalisée par le graphisme, mais il y eut – et il y a toujours – des photographes qui essayèrent de développer leur propre voie. L'introduction de l'informatique dans les ateliers et les studios modifie cependant à nouveau le panorama professionnel, prolongeant ainsi une histoire dont le chapitre le plus passionnant est en devenir. Cette problématique concerne aussi bien la photographie que le graphisme car ils sont tous deux les éléments constitutifs d'une «Foto-Grafik» générée par ordinateur.



Für die Zeitschrift «Hochparterre» visualisierte der Zürcher Grafiker Alban Seeger 1991 in einer Carte Blanche die gestalterischen Möglichkeiten am Computer.

Le graphiste Alban Seeger visualisait, dans le cadre d'une carte blanche pour le compte de la revue «Hochparterre», les possibilités créatives de l'ordinateur.

Seit nunmehr 65 Jahren arbeiten Fotografie und Grafik Hand in Hand. Meistens war es die Grafik, die die Fotografie in ihrem Sinn instrumentalisierte, aber es gab und gibt immer wieder Fotografen, die eigene Wege zu gehen versuchten. Seit dem Einzug des Computers in die Ateliers und Studios ändern sich die Berufsbilder aber erneut. Eine Geschichte, deren spannendstes Kapitel erst noch geschrieben wird.



Schauplatz 1: Ausstellung «Mehrwerte Schweiz und Design: die 80er» im Museum für Gestaltung Zürich 1991. Gezeigt wurde dort, was das zurückliegende Jahrzehnt an gestalterischen Neuerungen gebracht hatte. Aus den Bereichen Grafik, Werbung, Medien, Video, Bild & Ton, Industrial Design, Mode/Textil/Schmuck, Möbel und Raum gab es Beispiele von Innovation zu sehen – eine Zwischenbilanz, nicht mehr, aber kritisch vermittelt. Heute, drei Jahre nach dieser Ausstellung fällt auf, dass vieles, was dort als jüngste Errungenschaft vorgestellt wurde, sich technisch zwar erneut weiterentwickelt hat, dass aber auf der ge-

stalterischen Ebene kaum Fortschritte auszumachen sind. Ein Beispiel dafür wäre die digitale Grafik. Hochauflösende CAD-Systeme produzieren heute eine x-fach bessere Bildqualität als noch vor drei Jahren, nach wie vor erwecken aber die meisten digital erarbeiteten Bildgestaltungen bei den Betrachtern den Eindruck unbeseelter Kompositionen. Diese Problematik betrifft Fotografie und Grafik gleichermaßen, da sie beide Bestandteile einer umfassenden, computergenerierten «Foto-Grafik» sind.

Weit zurückreichende Wurzeln.

Dass die «Foto-Grafik» viel älter ist als ihre massenhafte Erzeugungen durch sogenannte intelligente Systeme, muss gerade im Zusammenhang mit ästhetischen Fragestellungen auf diesem Gebiet in Erinnerung gerufen werden. Inserate, Plakate, Broschüren, in denen sich Grafik und Fotografie mischen, gibt es seit den späten zwanziger Jahren. Damals waren der Offset- und Tiefdruck so weit verbessert worden, dass Fotografien auf derselben Walze wie die Reinzeichnungen des Grafikers mitgedruckt werden konnten. Ähnlich wie heute in bezug auf die Computer-Grafik bestand aber das Problem der Gestalter anfänglich darin, eine Verwendung des hinzugewonnenen Mediums Fotografie zu finden, die diesem auch entsprach. Einer der ersten, der Fotografie professionell in einem Plakat montierte, war Walter Cyliax. In seinem bekannten Koch-Optik-Plakat nahm die Fotografie wahrscheinlich zum erstenmal eine gleichwertige Rolle gegenüber Schrift und Grafik ein. Weit über Cyliax' Bemühungen hinaus ging in den dreissiger Jahren in Zürich eine Gruppe von Gestaltern, die sich programmatisch «Foto-Grafiker» nannten. Wichtigste Figur unter ihnen war Herbert Matter. Seine Fotoplakate, die er für die Schweizerische Verkehrszentrale schuf, markierten eine neue Form des Zusammenspiels von Schrift, abstrakter Gestaltung und Bild. Matter verstand es zum Beispiel, ein typografisches Element so zu platzieren, dass dieses zwei gegensätzliche Fotografien wie eine Klammer zusammenhielt, oder er montierte aus verschiedenen fo-

Eine Gruppe von Gestaltern, die sich «Foto-Grafiker» nannten.

**Zwanglose Integration
des fotografischen
Bildes in eine grafi-
sche Darstellung.**

tografischen Aufnahmen einen imaginären Raum, zu dem die darübergelegte Schrift den Vordergrund bildet. Ähnlich wie Matter arbeiteten Anton Stanowski, Hermann Eidenbenz, Hans Neuburg, Heiri Steiner und Emil Schulthess. Sie erreichten eine bestechend zwanglose Integration des fotografischen Bildes in eine grafische Komposition. In Verbindung mit den Zürcher «Foto-Grafikern», die in der Schweiz weitgehend isoliert waren, standen auch Max Bill und Richard Paul Lohse. Die Leistung dieser Leute war es, dass sie sich als erste darüber Rechenschaft ablegten, welche Funktion die Fotografie innerhalb der Grafik haben könnte. Sie praktizierten im wesentlichen zwei Verwendungen von Fotografie: Das Bild als Sachbild, das einen Verkaufsgegenstand möglichst präzise wiedergibt. Das fotografische Bild als Stimulus, das weniger informieren als ein bestimmtes Gefühl erwecken will. Die Unterscheidung dieser zwei grundsätzlich verschiedenen Auffassungen von Werbefotografie führte in der Arbeit der «Foto-Grafik»-Pioniere dazu, dass auch für die Betrachter klar blieb, wie eine bestimmte Bildverwendung aufzufassen war.

Die Strategie der betonten Seriosität (mit einem Sachbild), beziehungsweise der Illusionserzeugung (durch Stimulation) war insofern bei dieser Generation noch mit Verantwortungsbewusstsein gekoppelt. An solche Konzepte anzuknüpfen, war für die Grafiker und Fotografen der Nachkriegszeit sicher auch aus Gründen eines zunehmend härter werdenden Werbemarktes schwierig.

Zurück in die neunziger Jahre. Wo liegen heute die entscheidenden Schnittstellen zwischen Fotografie und Grafik? Wenn wir auf der materiellen und damit gleichzeitig auf der technischen Ebene suchen, dann kommen die beiden Medien mittlerweile nicht mehr erst auf dem Papier zusammen, sondern bereits auf dem Bildschirm. Und hier tut sich eine Problematik auf, die der Fotografie vertraut, für die Grafik aber neu ist: jene der Unschärfe. Bilder, die am Bildschirm generiert werden, haben im Druck nie diejenige Schärfe, die den Vorstellungen beim Entwerfen ent-

spricht, weil der Bildschirm im Gegensatz zum Druck ein transparentes Medium ist, das lediglich mit Licht funktioniert. Lars Müller, Grafiker und Verleger aus Baden, fordert in diesem Zusammenhang, dass an Schulen, unter Gestaltern, aber auch in der Öffentlichkeit eine umfassende Diskussion über die Ästhetik computergenerierter Bilder einsetzt. Wenn die Differenz zwischen Computerentwurf und grafischem Endprodukt erst einmal erkannt wäre, so Lars Müllers Argumentation, könnte auch die Entwicklung einer computeradäquaten Bildsprache in Gang gebracht werden.

Wenn wir beim Bildschirm als dem aktuellen Ort der Verschmelzung von Grafik und Fotografie bleiben, so lassen sich hier weitere Phänomene erkennen, von denen beide Medien betroffen sind. Zum Beispiel die Manipulationsproblematik. Sowohl grafische Arbeiten wie Fotografien lassen sich heute nicht nur einlesen und x-fach reproduzieren, sondern sie können auch beliebig verändert werden. Der Urheber eines grafischen Produkts oder einer bestimmten Aufnahme hat entsprechend kaum mehr die Möglichkeit, die reproduktive Nutzung, respektive Veränderung seiner kreativen Leistung zu kontrollieren. Dies mag für die Grafik ein Übel sein, für die Fotografie bedeutet es, konsequent weitergedacht, den Niedergang. Wenn dank digitaler Fototechnik irgendeinmal so viele veränderte Aufnahmen durch die Medien rieseln, dass nicht mehr erkennbar ist, was noch eine Wirklichkeitsreferenz hat und was nicht, werden sämtliche Bilder unglaublich, und die Fotografie verliert ihre Identität als autonomes Mittel der Wirklichkeitsaneignung. Sie ist dann nur noch Sammelsurium, aus dem sich die Graphic-Designers beliebige Versatzstücke schnappen.

Mit dem Computer-Entwurf ebenfalls einher geht das Phänomen, dass der Faktor Zeit sich verändert. Verglichen mit der «Foto-Grafik» der Frühzeit verläuft der Entwurfsprozess heute nicht mehr organisch, sondern ruckartig. Alles kann per Knopfdruck ausprobiert und wieder rückgängig gemacht werden. Der Wegfall der Zeit, die eine grafi-

sche Reinzeichnung traditionellerweise in Anspruch nahm, bedeutet, dass auch keine Entscheidungen für diese oder jene Lösung mehr getroffen werden müssen. Und mit dem Verschwinden des Entscheidungsprozesses drohen die Kriterien verlorenzugehen, nach denen «handwerkliche», also auf dem Papier arbeitende Gestalter eine bestimmte Komposition schufen.

Der Medienpublizist Werner Oeder sieht anstelle der Entwurfsentscheidungen jedoch andere zeitaufwendige Prozesse verstärkt auf die Computer-Designer zukommen: jene der Selektion und der Kombination. Das Problem der Zukunft liege in der Fülle an gestalterischen Möglichkeiten. Der Zeitgewinn, den der Computer bringt, ist nach seiner Ansicht eine Illusion: «Kein Medium hat sich durchgesetzt, weil es schneller war.» Tatsächlich verträdeln wir die durch die Maschine gewonnene Zeit oft durch ein suchendes Herumexperimentieren auf dem Bildschirm.

Arbeiten im Datensatz

Schauplatz 2: Das Studio des Fotografen und Gestalters Mike Müller. Müller arbeitet zusammen mit dem Partner im weiträumigen, komfortabel ausgebauten Souterraingeschoss eines Zürcher Geschäftshauses. Die einzelnen Tätigkeiten sind bestimmten «Arbeitsinseln» des Grossraumes zugeordnet. So gibt es einen verdunkelbaren Bereich, wo fotografiert und inszeniert wird, eine Arbeitstisch-Gruppe, an der administrative Arbeiten wie Telefonieren oder Korrespondenz erledigt werden und einen Bildschirmbereich. Mike Müller, Jahrgang 1940, hat vor ein paar Jahren die Computer-Technik in seine Arbeit einzubeziehen begonnen, weil er darin zusätzliche Möglichkeiten des grafischen und fotografischen Gestaltens sieht. Dass diese Neuorientierung mit grossen, noch keineswegs amortisierten Kosten verbunden war, verschweigt er nicht. Heute kann er die meisten seiner Arbeiten, auch die älteren, via Datensatz auf dem Bildschirm abrufen und je nach Bedarf weiterentwickeln.

**Wo liegen heute die
entscheidenden
Schnittstellen zwischen
Fotografie und Grafik?**

Angesprochen auf das Spannungsfeld, das zwischen Fotografie und Grafik besteht, findet er, die beiden Gestaltungsmittel würden sich, gerade angesichts ihrer zunehmenden Mediatisierung, immer stärker gegenseitig transportieren. Im Zweifelsfall gibt er, als gelernter Fotograf, aber der Grafik den Vorrang: «Lieber ein rein grafisches Plakat als eines mit einer schlechten Fotografie.» Die Fotografie, so macht es den Eindruck, ist ihm als gestalterisches Mittel zu kostbar, als dass sie auf einem gegen sie selbst sprechenden Niveau eingesetzt werden darf. Diesen hohen Anspruch an die Fotografie sieht man Mike Müllers Arbeiten an. Die Art und Weise, wie er zum Beispiel einer grauen, eckigen Kopiermaschine ein durch Farbe und Ausschnittwahl herausragendes Bild abgewinnt, zeugt von Perfektionismus und Professionalität.

Aber nicht nur in den Impulsen, die sich Grafik und Fotografie geben, sieht Müller Schnittstellen, sondern auch in gemeinsamen ästhetischen Auffassungen: «Man kann ein Medium *sec* oder schwülstig einsetzen», bemerkt er und verweist damit auf Prinzipien, die sämtlichen gestalterischen Medien zugrunde liegen. Dass er selber eher «*sec*» arbeitet, liegt wohl am meisten an seinem eigenwilligen Einsatz des Lichts. Licht ist für Mike Müller ein Gestaltungsmittel, das stetig reduziert werden muss. Beim Fotografieren eines Gegenstandes nimmt er oft solange Licht weg, bis dieser nur noch in seinen elementaren Bestandteilen zu erkennen ist. Resultat sind eine Art Minimalfotografien, die ihre Spannung aus der Dunkelheit der unbelichteten Räume beziehen.

Das 1929 von Walter Cyliax für Koch-Optik gestaltete Plakat ist das erste Plakat in der Schweiz, in dem die Fotografie dominiert.

L'affiche réalisée en 1929 par Walter Cyliax pour l'optique Koch est la première en Suisse dans laquelle la photographie domine.

KOCH

bekannt für Qualität

OPTIKER ZÜRICH **BAHNHOFSTR. 11**

CYL
1929 WITTE AG Zürich

Vom Einzug der Fotografie in die Plakatgrafik

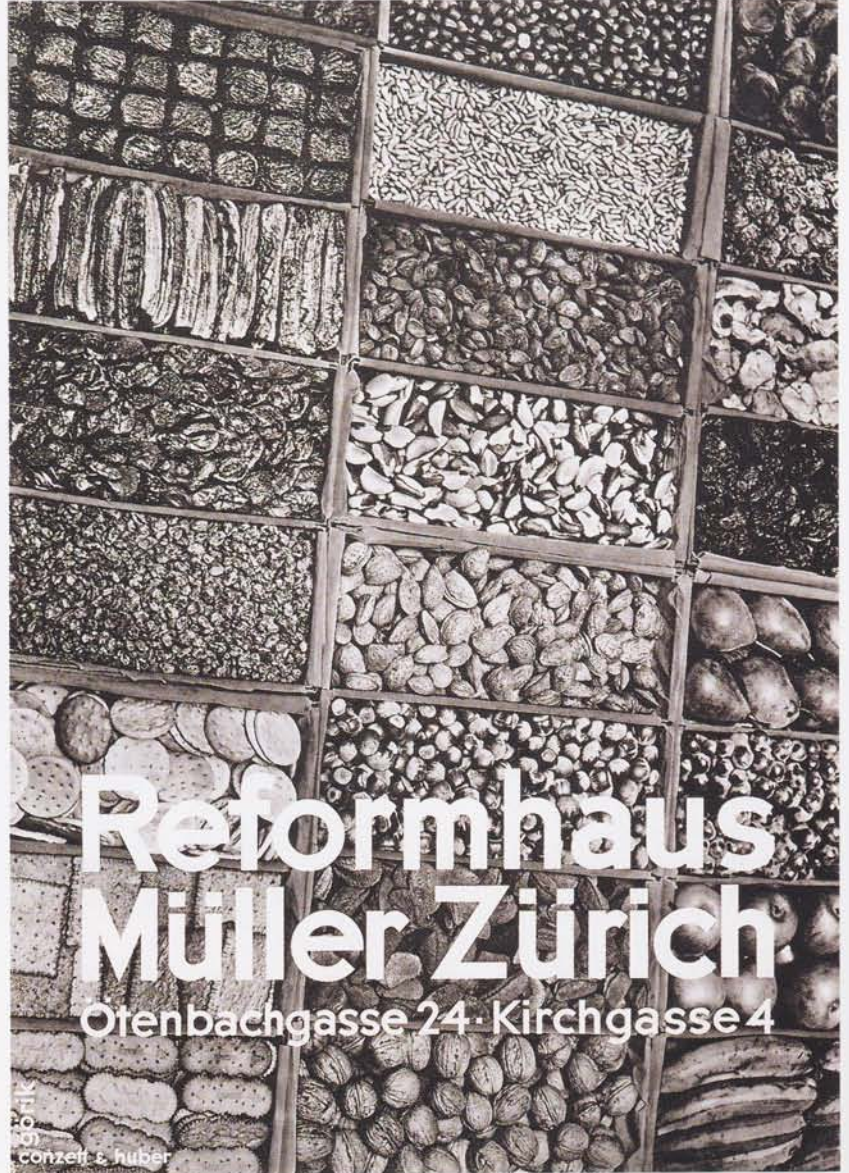
Kein Zweifel: Am Anfang war nur schon die Tatsache, dass es technisch möglich geworden war, Fotografien grossflächig und in ansprechender Qualität in Plakate zu integrieren, eine kleine Sensation (siehe Vorseite).

Doch bald war dieser Reiz abgestumpft, und es mussten neue Gestaltungsformen mit dem Medium Fotografie erprobt werden. Pioniere auf diesem Gebiet waren etwa Herbert Matter, der bereits 1935 begann, fotografisches Material so zu montieren und zu retouchieren, dass daraus eine verdichtete Aussage entstand (1; entstand für die Schweizerische Verkehrszentrale).

Ebenfalls massgebliche Impulse für die Fotografie setzten in den

30er Jahren Anton Stankowski (2; 1934) und Hermann Eidenbenz (3; 1936).

In den Nachkriegsjahren waren es vor allem Josef Müller-Brockmann (4; 1960) und Armin Hofmann (5; 1967), die versuchten, der Fotografie eine neue Rolle in der Plakatgrafik zu geben.



A propos de l'introduction de la photo dans le graphisme des affiches.

A l'origine, le seul fait de pouvoir intégrer des photos dans des affiches de grand format, tout en maintenant une bonne qualité, était déjà une vraie sensation technique (voir page précédente). Cet attrait s'estompa toutefois bientôt et il devint nécessaire d'expérimenter d'autres formes de

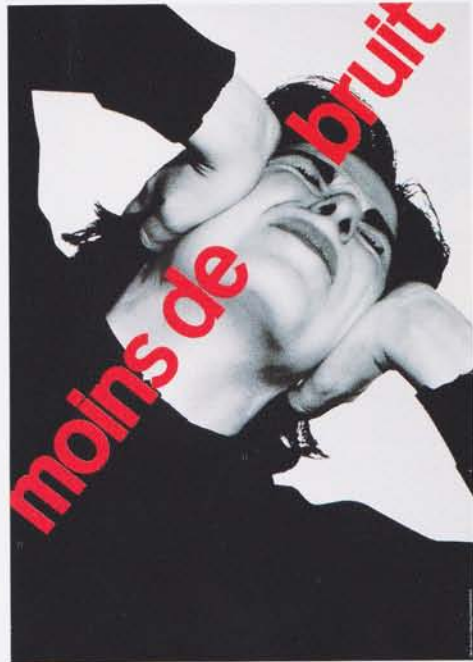
création basées sur le médium photographique.

Herbert Matter fut l'un des pionniers qui commença dès 1935 à monter et à retoucher du matériel photographique afin d'obtenir une expression renforcée (1: fut créé pour la Centrale suisse de la circulation).

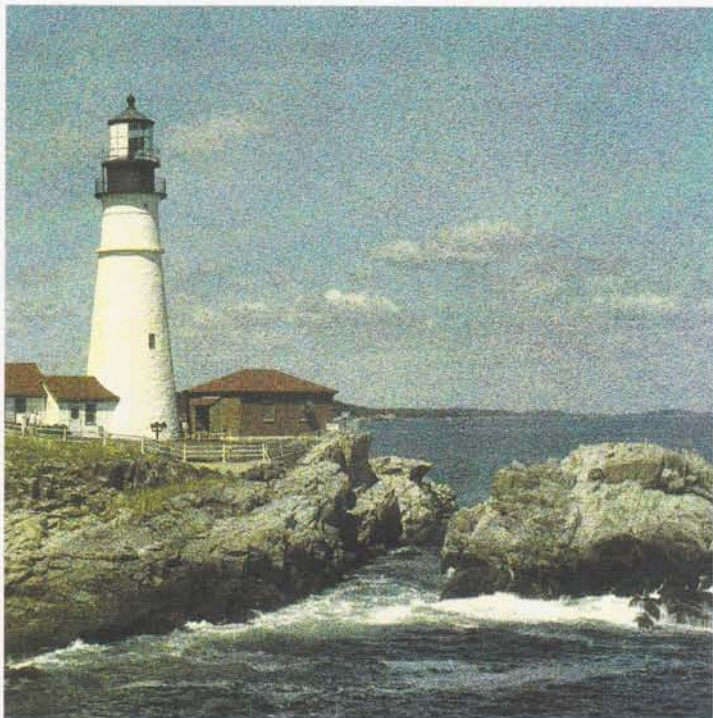
Anton Stankowski (2; 1934) et Hermann Eidenbenz (3; 1936) donnèrent également des impulsions dans cette direction tout au long

des années 30.

Dans l'après-guerre, ce furent surtout Josef Müller-Brockmann (4; 1960) et Armin Hoffmann (5; 1967) qui s'employèrent à développer un rôle nouveau pour la photo au sein du graphisme des affiches.



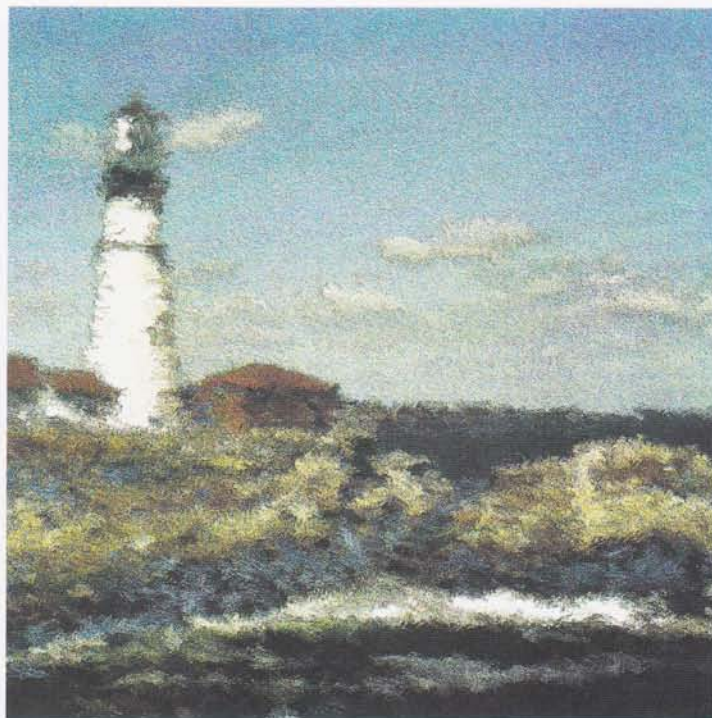
Natürlich bedeutet Raum für Mike Müller heute noch etwas anderes: der virtuelle Raum in den hinein er seine jüngsten, rein computertechnisch entstandenen Gestaltungen setzt. Bemerkenswert ist, wie Müller in diesen Arbeiten viel stärker als in seinen älteren an bestehende ikonographische Traditionen wie die Formenwelt von Surrealismus oder Science fiction anknüpft.



Dass diese Rückversicherungen etwas mit der fehlenden Ästhetik der Fotoshop-Programme zu tun haben, liegt auf der Hand. Mike Müller, der im Gegensatz zur jüngsten «Foto-Grafiker»-Generation natürlich eine lange «handwerkliche» Vergangenheit hinter sich hat, beklagt denn auch selber eine gewisse Leblosigkeit in den computergenerierten Bildern. Die Spritzigkeit von traditionell gemachten Fotografien würden diese wohl nie ganz erreichen, ist er überzeugt. Aber darum gehe es auch gar nicht, sondern darum, den Computer seinen eigenen Möglichkeiten entsprechend zu nutzen.

Und die Inhalte?

Wenn von Schnittstellen die Rede ist, so kann auch gefragt werden, ob es Themen gibt, bei deren Visualisierung sich Fotografie und Grafik besonders stark berühren. Naheliegender ist der Gedanke, dass sich die Grafik eher abstrakter und die Fotografie sichtbarer Inhalte annimmt. Diese Zuordnung



mag auf einzelne Bereiche wie zum Beispiel das Konzertplakat, wo es eine spannende Tradition der abstrakten Visualisierung von Musik gibt, zutreffen, sie lässt aber keinesfalls, und schon gar nicht heute, auf bestimmte Gesetzmässigkeiten schliessen. Lars Müller weist in diesem Zusammenhang auf all jene Fotoplakate und -inserate hin, in denen Dienstleistung angepriesen werden. Da die Dienstleistung selber nicht dargestellt werden kann, behilft man sich mit einem Vorher-Nachher-Muster oder mit der optischen Umsetzung einer Zielvorgabe wie zum Beispiel «optimal versicherte Kleinfamilie mit Eigenheim und einem Kind». Dass gerade bei der Formulierung von Zielen sehr viel Macht in den Händen der Werber und ihrer Auftragnehmer liegt, beweisen die Prestigefunktionen, die bestimmte Produkte und Dienstleistungen in unserer Gesellschaft

einnehmen. Vom inhaltlichen Aspekt ausgehend, muss weiter auf das Primat der Grafik hingewiesen werden. Grafik braucht es für die Visualisierung fast jeder Information. Fotografie hingegen nicht immer. Da Information vor allem aus Daten besteht, müssen diese Daten mit codierten Zeichen, also der Schrift oder einem Signet, vermittelt werden, der Rest sind Reize, und hier kann die

Fotografie einsetzen oder auch nicht. In der Arbeitswelt führen diese Positionierungen von Grafik und Fotografie zu einem entsprechenden Auftragsfluss. Direkter Partner der Werbeagentur oder des Auftraggebers ist meist der Grafiker. Nachdem dieser ein gestalterisches Konzept entwickelt hat, gelangt er mit seinen Vorstellungen an den Fotografen. Dass sich der Fotograf als letztes Glied der Kette oft sehr eingeeengt vorkommt, ist begreiflich. Aber diese Einengung hört dort auf, wo der Fotograf mit dem richtigen Bild einer bestimmten Kampagne erst zum wirklichen Erfolg verhilft. Überdies ist es fraglich, wie

lange sich solche Hierarchien noch halten, wenn Fotografen dank Computer auch grafisch arbeiten und Grafiker Bilder in ihre Gestaltungen einlesen können. Hier vermag die Digitalisierung vielleicht eine Chance zu grösserer Partnerschaftlichkeit (bei gleichzeitiger Nivellierung) innerhalb der Werbebranche bieten.

Werner Oeder geht noch einen Schritt weiter in seiner Ein-

Am Ende das Handwerk...

Schauplatz 3: Das Atelier des Zürcher «Fotomontörs» Art Ringger. Der 48jährige Fotograf, der auch grafisch tätig ist, gehört noch zu den Handwerkern seiner Branche. Mit Klebstoff, Messer, Schere, Spritzpistole schafft er, vor

mit dem selben Filmtyp und einem gleichbleibenden Entwicklungsverfahren. Ihn beschäftigen nicht Fragen der gestalterischen Möglichkeiten, sondern im Kopf herumsausende Bilder und Inhalte. Für deren Umsetzung scheut er dann keinen Aufwand.

Auf die Frage, warum er sich den technischen Umwälzungen der vergangenen Jahre nicht angeschlossen habe, meint Art Ringger, der finanzielle und arbeitsmässige Aufwand bei der Installation einer EDV-Anlage wären ihm zu gross gewesen, und die dabei herausschauenden Resultate hätten ihn nicht befriedigt. Er weiss um die Lebensfülle und den Schalk, der seinen eigenen Kompositionen inne wohnt, und dass diese Qualitäten mit dem Computer wohl nur schwer zu erreichen wären. Einzig die Zeitersparnis, die das digitale grafische Gestalten mit sich bringe, erachtet er als echten Vorteil. Heute, meint er aber gleich darauf schmunzelnd, kämen mitunter 20jährige, also mit dem Computer aufgewachsene junge Leute zu ihm, um seine noch mit der Hand gemachten Arbeiten zu sehen.

Vielleicht vermag am Ende doch nur das Handwerk jenen Zauber zu erreichen, den perfekt gemachte Verbindungen von Grafik und Fotografie aussenden. Die Alternative dazu wäre wohl eine Neukonzeption sämtlicher gestalterischen Mittel auf der Basis des computergesteuerten Graphic Design.

Adrian Bättig

*Leuchtturm Ansichten
mit Adobe Photoshop
von Alban Seeger*



schätzung der künftigen «Foto-Grafik»-Arbeitswelt: Längerfristig würden zwei Berufsgruppen die bisherigen ablösen: jene der Konzeptualisten, die eine bestimmte gestalterische Strategie entwickeln und jene der Praktiker, die via Desktop Publishing den Konzepten zu Form und Farbe verhelfen würden.

allein für Zeitschriften Fotomontagen, die ebenso witzig wie perfekt anmuten. Dabei interessiert er sich wenig für theoretische Fragestellungen in bezug auf Fotografie und Grafik. Ringger ist in erster Linie Macher und als solcher einer, der sehr stark auf Intuition und Phantasie setzt.

Sicher sagen lässt sich, dass Art Ringger in allen seinen fotografischen Arbeiten vom Bild her denkt. Die Schrift anerkennt er zwar auch als unabdingbar, aber sie ist für ihn «ein notwendiges Übel», das halt auch noch in eine Grafik hineingepasst werden muss. Art Ringger träumt von einer Foto-Sprache, die ohne geschriebene Sprache auskommt und verweist auf sein letztes Jahr erschienenen Buch, in dem er lauter «freie» Fotomontagen veröffentlichte.

Typisch für Art Ringger ist auch, dass er kein technischer Tüftler ist. Seit Jahren arbeitet er