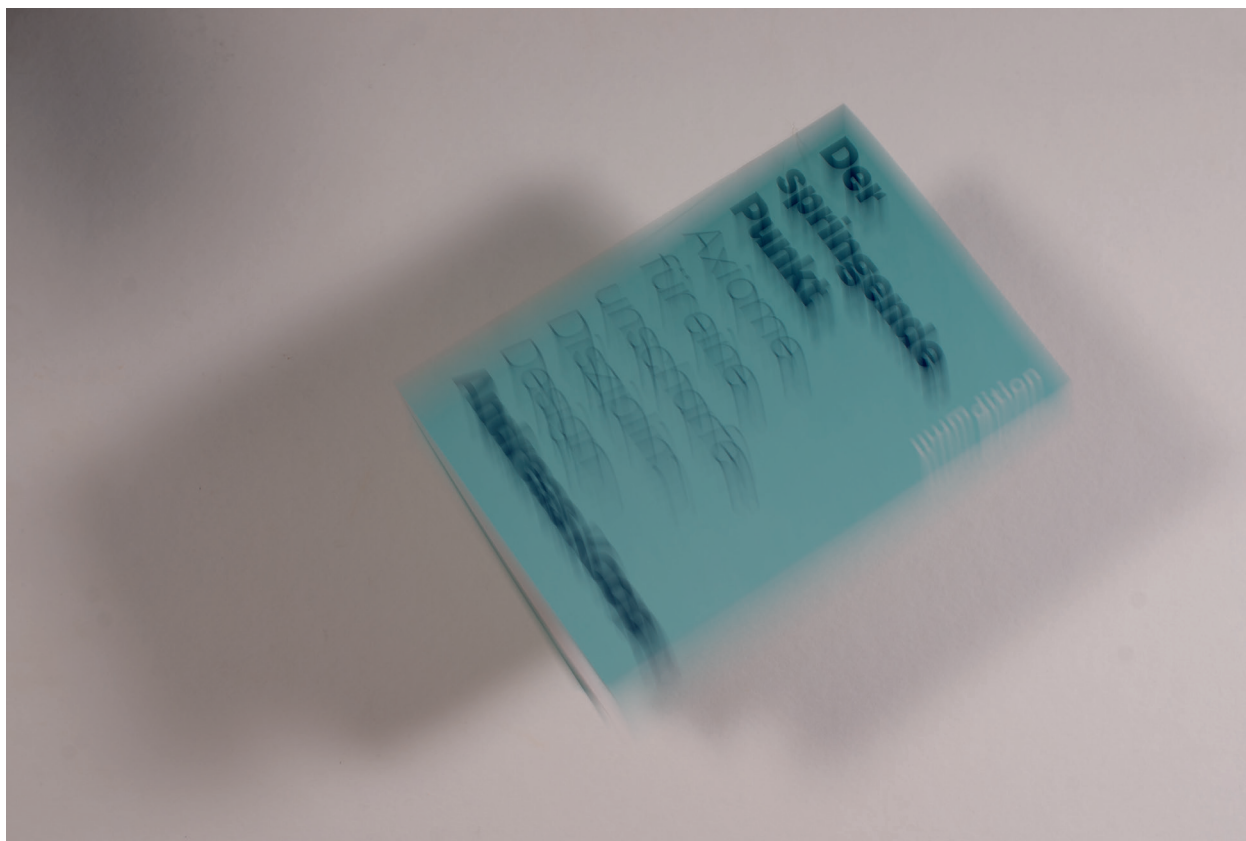


Pressemitteilung

Ein neuer, kleiner Kleinverlag – und eine erste
Publikation grundsätzlicher Natur: Axiome im Design



Edition
Emil

Fakten:

VERLAG Edition Emil – Katrin Beste und Andreas Koop | Wien/Marktoberdorf

TITEL „Der springende Punkt – Axiome für eine unscharfe Disziplin: Design“

AUTOR Andreas Koop

UMFANG 32 Seiten, DIN A5, zweifarbig (Pantone) gedruckt auf RC-Papier

Pressemitteilung

Ein neuer, kleiner Kleinverlag – und seine erste Publikation grundsätzlicher Natur: Axiome im Design

Ein eigenes Café oder einen Verlag, das sind so die klassischen gedanklichen Sehnsuchts- und Fluchtorte nicht weniger Gestalterinnen – aber (leider, mindestens was die Cafés angeht;-) selten real werdend. Also doch ein kleiner Verlag – einen, den man sich leisten kann: der einen weder reich noch arm macht. Der heißt »Edition Emil« mit Sitz in Marktoberdorf und Wien.

Die **Edition Emil** ist so etwas wie ein Verlag. Ein Kleinverlag. Ein kleiner Kleinverlag, initiiert und 2023 von Andreas Koop und Katrin Beste mit Sitz in Marktoberdorf und Wien gestartet. Sinn und Zweck ist die Publizierung unpublizierbarer Themen – weil speziell, unkommerziell, marginal ... und deshalb wieder so reizvoll, so wichtig, so notwendig. Geplant sind richtige Bücher, aber auch (ökonomisch gänzlich uninteressante) kleinere Hefte zu Design, Designforschung/-theorie, visueller Forschung ...

Auslöser für die Gründung war einerseits die Erkenntnis, dass Verlage und Zeitschriften ihr Portfolio so ausrichten, dass es potentiell auch Absatz findet. Etwas zu publizieren, was zwar jede gelesen haben sollte, aber eigentlich niemand lesen bzw. hören will, ist kommerziell schwer abzudecken. Andererseits sind die Verlegerinnen vielleicht auch zu wenig kompromissbereit – man könnte es auch unbelehrbar nennen. Bücher oder Heftchen von A bis Z so zu gestalten, zu füllen, zu produzieren wie man will, ohne Abstimmung und Rücksicht, führt somit zu besonders authentischen Ergebnissen. Für die Verlegerinnen ist das zwar broterwerbsuntauglich, aber dafür mit Lust- und Erkenntnisgewinn belohnt.

So also der Weg zur „Edition Emil“. Der Name kommt übrigens von Emil dem Hund (oft eher Sauhund) – und zwar nicht explizit zu dessen Ehren, sondern eher, weil wir selbst auch gerne manchmal so sein möchten: im „Es“ zuhause, ohne „Über-Ich“, um mit Freud zu sprechen. Essen ohne Maß, Katzen durch Vorgärten jagen, bei Regen nicht raus wollen. Nicht immer lieb sein, dezent knurren, wenn man seine Ruhe will. Dazu muss man wohl geboren sein. Dann aber wieder, Stichwort „Sofa“, als Schaf im Wolfspelz Nähe suchen.

edition
emil

Pressemitteilung

Völlig selbstgenügsam soll der Mikroverlag aber trotz allem nicht sein, auch wenn die beiden „Verlegerinnen“ selbst am liebsten den Inhalt eines ganzen Verlagsprogramms schreiben und gestalten würden. Mit anderen Worten: Es ist nicht unmöglich, hier auch Arbeiten anderer Gestalterinnen und Gestalter zu veröffentlichen. Wenn jemand Lust und eine Idee hat, bitte gerne ein Exposé schicken. Aber zur Not gilt weiterhin: Das bißchen, was wir lesen, können wir auch selbst schreiben!-)

Ein Anfang: „Der springende Punkt – Axiome für eine unscharfe Disziplin: Design“

So, und dann war da ein Thema, das fünf, sechs Jahre nebenher immer wieder aufkam: die Frage, ob es denn beim Design so etwas wie ein „gesichertes Wissen“ gibt. Bei den beiden Büchern „NSCI“ und „Die Macht der Schrift“, mit ihrem direkten Bezug zu einer Designforschung als visuelle und gestaltende Disziplin, kamen immer wieder Fragen und Zweifel beispielsweise darüber, wie man historische Kommunikate einordnet, beschreibt, bewertet ... was sie ausmacht, unterscheidet. Die Historikerinnen bedienen sich des Wortes, das Bild gründlich ignorierend – dabei kann die Art einer Gestaltung ja bereits Inhalt sein. Diese Gedanken weiterführend war die nächste Frage die nach Axiomen. Also nach Grundsätzen, fundamentalen Rahmenbedingungen.

In „Der springende Punkt – Axiome für eine unscharfe Disziplin: Design“ geht es darum, einen ersten Ansatz zu formulieren, was solche beinhalten könnten. Ein Anfang, was man thematisieren und generalisieren könnte und dürfte. Etwas durchaus Grundlegendes also zum Start der „Edition Emil“. Und wieder ein Angebot, ein Versuch, daraus einen Diskurs beginnen zu lassen, der im Sinne des Philosophen Karl Popper durch ständige Falsifikation ein besseres Ergebnis erreicht. Womit auch schon ein wenig der Wunsch und die Hoffnung von Andreas Koop mitschwingt, dass die Designforschung (so sie denn überhaupt in Schwung kommt) in eine geisteswissenschaftliche Richtung gedacht wird – und nicht als naturwissenschaftlicher Innovationstreiber mit schnell-möglicher (und ggf. auch sinnfreier, außer Umsatz) Anwendbarkeit.

Andreas Koop

„Der springende Punkt – Axiome für eine unscharfe Disziplin: Design“

32 Seiten, DIN A5, mit zwei Pantonefarben auf 100% RC-Papier

Preis: 10 EUR

ISBN: 978-3-9825243-0-6

Ab sofort erhältlich (auch direkt bei der Edition Emil und bei designaustria)

Pressemitteilung

Hochauflösende Bilder bekommen Sie unter diesem Link:
www.designgruppe-koop.de/_files/_user/EE-und-Axiome.zip
(ab 20. März 2023)

—

Weitere geplante bzw. in Kürze erscheinende Titel:

„viel zu viel zu wenig“ — eine visuelle Erforschung natürlicher und künstlicher Vielfalt und woher sie kommt/verschwindet. 180 Seiten.

„Der Hummelfreund“ — Hummeln besser verstehen und leichter bestimmen, denn es gibt (noch) 45 verschiedene Arten! 126 Seiten

„Shake hands!“ — Das Emblem der SED auf vier Arten visuell erforscht. Ein Methodenvergleich mit einer „Kollektanee“. ca. 96 Seiten plus ein A2-Plakat

„Wie der Traktor ins Wappen kam“ — Die Staatswappen der ehemaligen Sowjetrepubliken. Ca. 48 Seiten plus ein A2-Plakat

Für Fragen steht Ihnen jederzeit bereit:

in Deutschland

Dipl.-Designer (sfg) Andreas Koop, MAS
designgruppe koop
Am Bergblick 4 · 87616 Marktoberdorf
Tel. +49 83 42/96 61 44-0
a.koop@designgruppe-koop.de
andreas@edition-emil.eu

in Österreich

Mag. Katrin Beste, BA
Donaueschingenstraße 28/72
1200 Wien
Tel. +43 6 50/5 64 59 87
katrin.beste@gmx.net
katrin@edition-emil.eu

edition

Pressemitteilung

Andreas Koop ist Gründer und Inhaber der designgruppe koop – eines vielfach international ausgezeichneten Büros im Allgäu. Seit 1995 liegt dort der Fokus auf den Bereichen Identität/Strategie, Kommunikation, Signaletik und Szenografie. Er ist Dipl.-Informationsdesigner (sfg) und hat einen Master of Advanced Studies am Institut Design2context bei Ruedi Baur an der Zürcher Hochschule der Künste erworben. Viele Jahre hat er selbst an verschiedenen Hochschulen unterrichtet und ist in diversen Jurys und Fachbeiräten (wie beim Bundespreis ecodesign) tätig. Andreas Koop ist zudem Mitglied des „Deutschen Designtags“

In seinem Schaffen verbindet er die Bereiche Forschung und Lehre, Theorie und Praxis. Bekannt durch zahlreiche Publikationen, Fachbücher und Kolumnen, will er mit seiner Arbeit Veränderung gestalten – mit Design als Mittel und Methode hin zu weniger Barrieren, mehr Vielfalt und echter Nachhaltigkeit. Ökologische, soziale und ökonomische Aspekte im Großen wie im Kleinen auszubalancieren ist die zentrale Aufgabe der designgruppe koop – und wäre eigentlich eine für die gesamte Ökonomie. Des-

halb engagieren sich Andreas und Nadine Koop auch für ein inklusives Design, weil Lösungen eben nur dann wirklich gut sind, wenn sie es für möglichst alle sind.

Gestaltung über Produkte und Medien hinaus weiterzudenken und sie auch für Prozesse oder temporäre Medien wie eine Veranstaltung anzuwenden, war mit ein Aspekt, das transdisziplinäre Symposium „Stadt.Land.Schluss.“ ins Leben zu rufen. Nach 2015, 2017 und 2019 („Die Gestaltbarkeit der Welt“) wird 2023 die Frage gestellt: „Wie geht weniger?“ im Sinne von „Wie gestaltet man ein Weniger?“

Andreas Koop ist einer der am meisten publizierenden Gestalter im deutschsprachigen Raum. Sein Buch „NSCI“ beispielsweise wurde ein Standardwerk auf dem Gebiet der Designgeschichte und -forschung. Für die „novum“ schrieb er bis zu deren Ende über 110 Kolumnen. In „schön und gut - was wertorientierte Gestaltung verändern kann“ zeigt er die Möglichkeiten von Design auf, das sich am Nutzen möglichst vieler orientiert und nicht nur am materiellen Erfolg des Auftraggebers.