

Grafikmagazin

ISSN 2703-1071 19,80 € (EU) 24,80 € (NON-EU) 80929 www.grafikmagazin.de

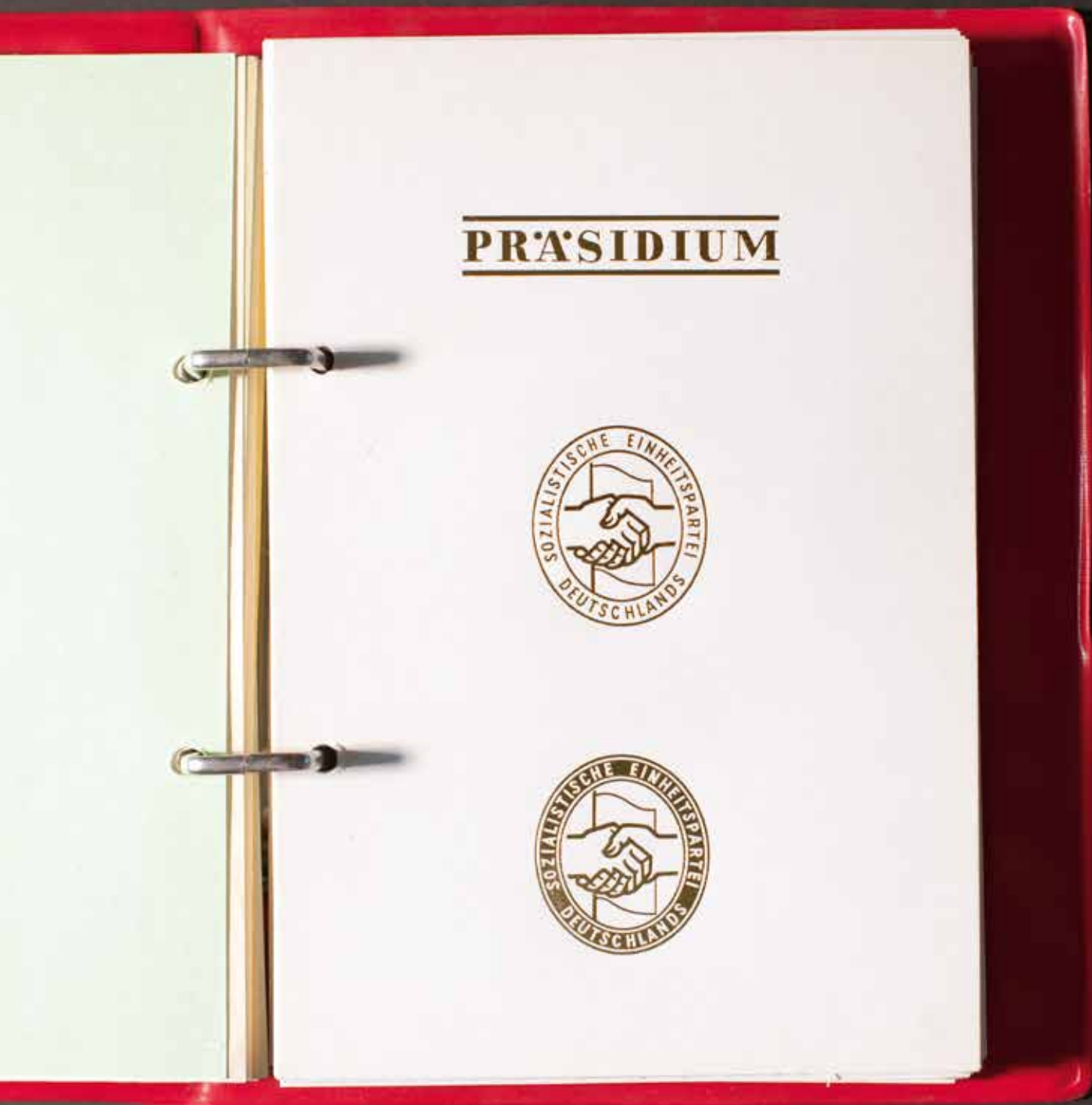
AUSGABE © 2023



4 270002 270350

DDR CI

①



Seit über dreißig Jahren ist die DDR Geschichte. In der Gesellschaft ist sie zwar noch präsent, aber meist dann, wenn man über das Wahlverhalten oder die wirtschaftliche Entwicklung der neuen Bundesländer spricht. Das Alltagsleben in der DDR hingegen verblasst; abgesehen von prominenten Marken wie den Plaste- und Elaste-Produkten ist über das Grafikdesign wenig bekannt. Ziel des neuen Buchs »DDR CI« von Andreas Koop ist deshalb, dass die bemerkenswerte Gestaltungshistorie in Erinnerung bleibt. Systematisch bespricht er visuelle Kommunikationsmittel von Büchern, Magazinen und Plakaten bis hin zu den offiziellen Zeichen des Staates. »DDR CI« präsentiert viele grafische Schätze und Kuriositäten, die noch einmal einen ganz neuen Blick auf den Arbeiter-und-Bauern-Staat eröffnen.

Text: Christine Moosmann



②

Natürlich kommunizieren Staaten auch über visuelle Symbole, Flaggen zum Beispiel, Wappentiere oder staatliche Symbole, doch meist ist das weit von dem entfernt, was man Markenkommunikation oder Nation Branding nennen könnte. Aber es gibt Ausnahmen. Andreas Koop untersuchte bereits 2008 unter dem Titel »NSCI« das visuelle Erscheinungsbild des Nationalsozialismus, nun widmet er sich der grafischen Selbstdarstellung der DDR. Anders als im Westen wurde in der »Diktatur des Proletariats« die visuelle Kommunikation von oben her gelenkt. »DDR CI« macht, ohne die politischen Hintergründe auszublenden, die Corporate Identity der Deutschen Demokratischen Republik erfahrbar, und zwar in ihrer gesamten Bandbreite – von der Briefmarke über das Parteibuch bis hin zur Typografie.

»Es gilt, im Design und in der Designgeschichte wieder einen Bogen zu schlagen und eine Lücke zu schließen: mit

einer Betrachtung der Visualität der Deutschen Demokratischen Republik«, schreibt Andreas Koop eingangs im Buch. »Die DDR birgt dabei manche Überraschung und oft auch nicht erwartete gestalterische Qualitäten. Faszinierend ist es alleine schon wegen des tatsächlich erfolgten, ersten und einzigen Versuchs, eine sozialistische Gesellschaft in Deutschland aufzubauen. Und dies dazu noch mit einer »parallelen« kapitalistischen Bundesrepublik nebenan. Was für ein Versuchsaufbau!« Das Buch ist wie ein Corporate-Design-Manual gliedert, wobei der Designforscher betont, dass es ein solches für die DDR natürlich nie gegeben habe. Dieser Ansatz erlaubt es ihm jedoch, methodisch vorzugehen, eine Struktur zu schaffen, die nachvollziehbar ist und zwischen konstanten und variablen Elementen zu differenzieren. Zum Inhalt erklärt Andreas Koop: »Der Fokus von »DDR CI« liegt auf der visuellen Kommunikation, auf den Kommunikaten:

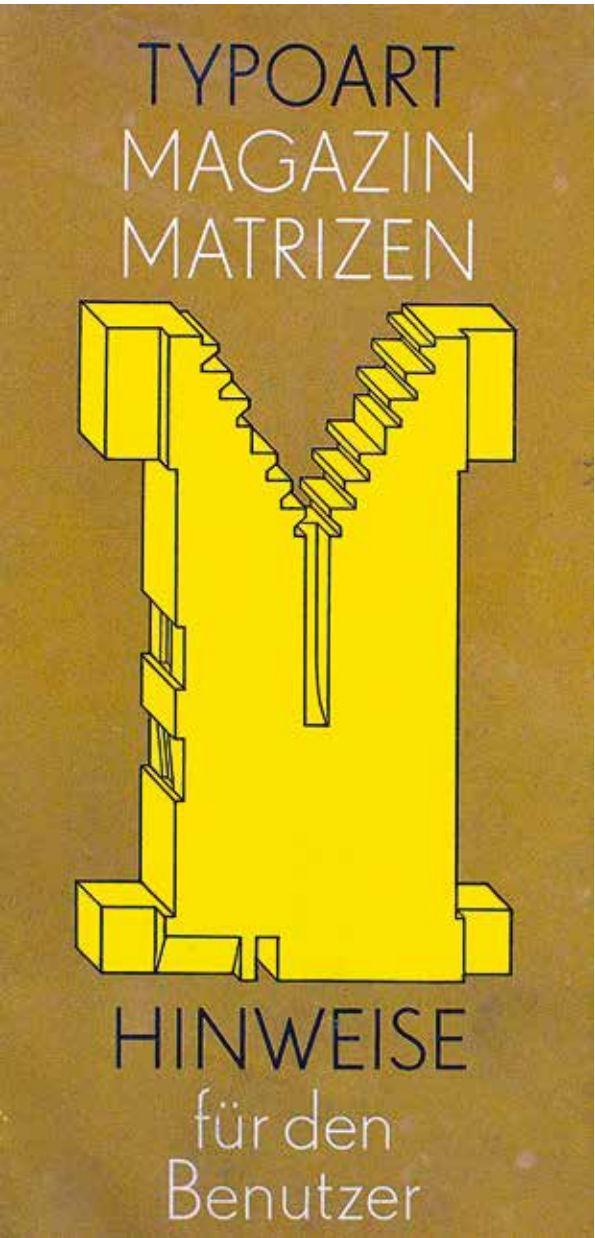


DDR CI

DDR CI. Das visuelle Erscheinungsbild der Deutschen Demokratischen Republik
Andreas Koop

Verlag Hermann Schmidt
240 Seiten, fadengehefteter Leinen-
Festeinband mit Lesebändchen
40,- €
ISBN 978-3-87439-915-9

www.typografie.de



③

von den Hoheitszeichen und ihrer Darstellung, von deren vielfältiger Medialisierung, den Printmedien und allem, was man dort und einst »Sichtagitation« nannte. Ein Fokus dabei richtet sich auf das Thema Schrift und Typografie, denn die werden so gut wie nie eigens und ernsthaft beachtet – gerade Historikerinnen schauen (nur) auf den Inhalt, Medien lieber auf das Spektakuläre. Im Internet finden sich zwar durchaus ansprechende Titel – allerdings mit dem altbekannten, vehementen Fokus auf, wieder einmal, das Produktdesign. Dieses scheint irgendwie die bessere »Resonanzfläche« zu bieten, von der Wiedererkennbarkeit bis hin zur Sympathie für »Ostalgie«-Anfällige (Club-Cola und Spreewaldgurken lassen grüßen!). Und selbst wenn dort auch Verpackungen und Plakate gezeigt werden, dann kaum in einer sinnfälligen, durchdachten Systematik oder der Möglichkeit, diese irgendwie einzuordnen. Geschweige denn, mehr über die Symbole und Schriften darauf zu erfahren ...«

Doch es sind nicht nur die Arbeiten, die wenig Beachtung finden, auch über die Gestalter:innen ist wenig bekannt, denn in der DDR blieben sie im Sinne des Kollektiv-Gedankens als Urheber:innen meist unsichtbar. Was das Thema zudem spannend macht, ist die Tatsache, dass sich über das Design auch so manches zu den Lebensumständen erschließt. »Jeder kennt die Tempo-Linsen«, sagt Koop, »kaum aber jemand die Schrift Maxima, mit der sich nicht weniger über die Besonderheiten in einem »real existierenden« anderen System sagen ließe«. Fast alles sei irgendwie staatlich gewesen, erklärt er, auch die Werbung war politisch, denn über sie konnte der Bedarf gesteuert werden. »In den Volkseigenen Betrieben«, so der Autor, »saßen Funktionäre von SED und Massenorganisationen, die Literatur unterlag einer strengen Zensur, die Berichterstattung in Zeitungen war vorgegeben und »synchronisiert« ... weshalb eben praktisch alles immer im Kern eine Äußerung des Staates beziehungsweise der zentralen Partei war, seiner Zielsetzungen und Ideale, Vorstellungen und Restriktionen.« Diese Einflussnahme sichtbar zu

machen und sich zugleich systematisch mit Mitteln der Designforschung an das Thema anzunähern, dafür gebührt dem Gestalter und Designhistoriker großer Respekt.

Manche Kommunikationsmittel lassen einen erschauern, andere sind grafische Schätze, die zu Recht vor dem Vergessen bewahrt werden sollten. »Sich an diese Lebenswelten der DDR zu erinnern«, schreibt der ehemalige Bundestagspräsident Wolfgang Thierse in seinem Vorwort, »dazu bietet dieses Buch viel Bild-Stoff und Anregung. Denn die Erinnerung an das visuelle Erscheinungsbild der DDR verblasst, je weiter sie sich entfernt. Und lässt die DDR und das Leben in ihr noch grauer werden, als es war. (Oder in verklärtem Licht erscheinen, auch dagegen hilft dieses Buch).«

»DDR CI« ist ein bemerkenswertes Stück Designforschung, das Machtstrukturen sichtbar macht, aber auch das große Können der Gestalter:innen in der DDR.



④

① Corporate Design Manual des ZKs – mit eher technischem Fokus, enthält Reproduktionsvorlagen des SED-Emblems, der Unterschrift von Erich Honecker und weitere

② Beflaggung vor dem Palast der Republik in Ostberlin

③ Broschüren vom VEB Typoart, Version des »Magazin-Matrizen«-Flyers mit Benutzer-Hinweisen

④ Detail aus dem Briefbogen des Verlags für Agitations- und Anschauungsmittel »IAA«

⑤ »Die ABC Zeitung«, monatliche Kinderzeitung und Organ des Zentralrates der FDJ, gerichtet an 1. – 3. Klasse, Auflage: 885.000 Exemplare

⑥ Emblem des ersten Fünfjahresplanes, prominent platziert auf verschiedenen Anwendungen, wie diesem Plakat

⑦ Kleine Broschüre zum Thema Arbeitsschutz, gestaltet von der DEWAG Berlin, herausgegeben vom FDGB



⑤

⑥



⑦

