

Das braune Quadrat

Aspirin, Blut, Seife, Wodka – das waren die Druckfarben, mit denen das Berliner Designbüro Zwölf ein künstlerisch reduziertes CD-Package für das Klangkunst-Album „Half Skull“ produzierte



■ Sie stinkt nicht unbedingt, doch der seltsam organische Geruch der CD-Hülle mit ihrer samtigen Oberfläche lässt einen außergewöhnlichen Entstehungsprozess erahnen. Öffnet man den hochwertig wirkenden Karton der „Half Skull“-CD, fällt einem zunächst ein Stapel mit zwölf quadratischen Musterblättern in die Hände – einige mit rauen, andere mit öligen oder seidigen Oberflächen. Ein weiteres Blatt, wie ein Apothekerzettel anmutend, gibt Auskunft über die Songtitel sowie die verwendeten Ingredienzien: geriebener Tabak, gemahlene Aspirin, Knochen, Ruß, Metallspäne. Darunter liegt die CD zum Musikprojekt von Ruin und dem Solistenensemble Kaleidoskop, das der Berliner Künstler Martin Eder alias Richard Ruin initiiert hat.

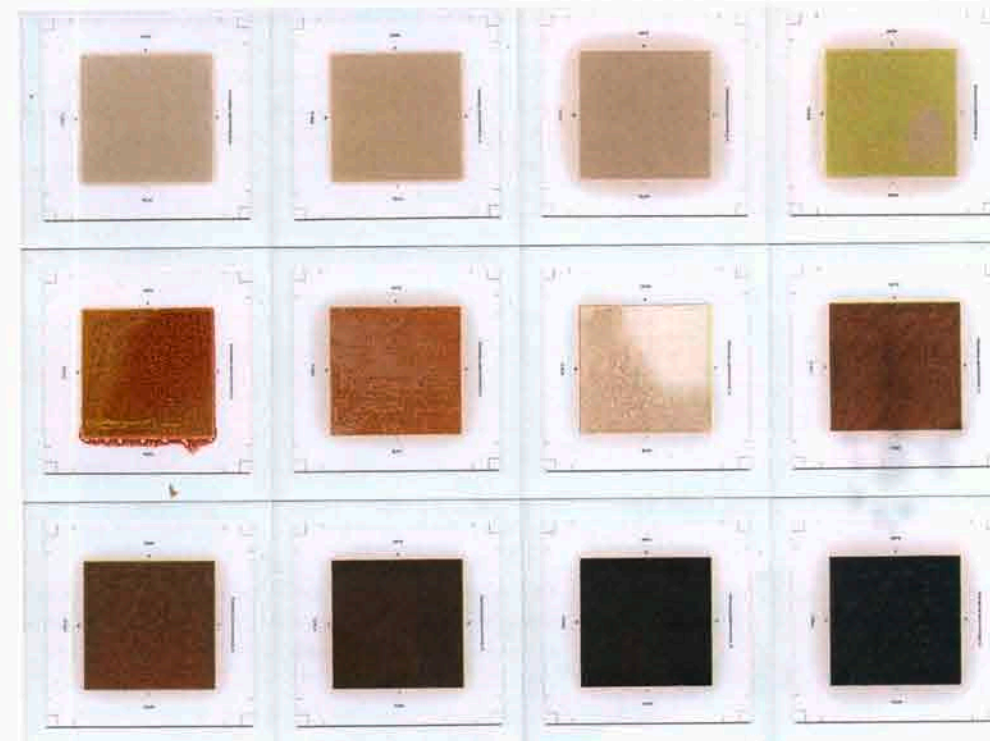
Mit dieser okkult alchemistischen Inszenierung übersetzt das Berliner Designbüro Zwölf die düster experimentellen Sounds von „Half Skull“ in visuelle, haptische und olfaktorische Metaphern. Bei dem Release-Plakat zum Album ritzen sie zudem runenartige Typo in eine Rußfläche, um die Nähe des avantgardistischen Musikprojekts zum Black Metal zu transportieren. Sowohl das CD-Cover als auch das Plakat leben von ihrer Entstehungsgeschichte, die demonstriert, dass diese künstlerischen Druckwerke Ergebnis eines etwas durchgeknallten, aber konzeptionell schlüssigen Designprozesses sind. Wie die Gestalter dabei die Grenzen von Drucktechnik, Materialeigenschaften, visuellen Effekten und ästhetischem Empfinden ausloteten, zeigt unser Making-of. w/

Briefing und Konzeptentwicklung

1 Martin Eder ließ den Designern von Zwölf bei der Gestaltung des CD-Booklets maximale Freiheit. Einzige Voraussetzung: Er wollte als Musiker, nicht als Maler wahrgenommen werden. Die experimentellen Sounds zwischen Black Metal und Neuer Musik bezeichnet der Künstler selbst als „Alt-Herren-Avantgarde“, was ein außergewöhnliches, nicht aber unbedingt revolutionäres Design erfordert. Schon eine Weile gärrte in den Köpfen der Gestalter die Idee, ihr Rostfarben-Konzept, das dem mit Metallspänen bedruckten Plakat für José González zugrunde lag (siehe PAGE 02.11, Seite 30 ff.), auf die Spitze zu treiben – und die Grenzen der büroeigenen Siebdruckerei auszureizen. Aus der Beschäftigung mit der Musik und ihren Hörern entwickelten sie das Konzept für ein kryptisches Design, das die schwer greifbare Musik durch ein Musterbuch mit Materialproben ins Visuelle übertragen soll. Dazu erstellte Zwölf eine Liste von Stoffen wie Metall, Blut, Haare, Asche, mit der Eder sofort einverstanden war – nur die Verwendung von Erde erschien ihm zu platt, und dem Rotwein zog er Wodka vor.

Materialbeschaffung

2 Seife und Fett gab es im Supermarkt, Öl beim Kfz-Mechaniker im Hinterhof des Kreuzberger Ateliers von Zwölf. Nachdem sich einige Apotheken weigerten, den Designern größere Mengen Aspirin zu verkaufen, bezogen sie die Tabletten über einen Onlineversand. Sie nahmen den Inhalt unzähliger Aschenbecher in den Bars von Berlin mit, und im Atelier wurde ein Sammelascher emsig befüllt. Trockener Tabak und Metallspäne waren von früheren Projekten übrig geblieben. Blut lieferte eine Fleischerei, Knochenmehl eine Tierhandlung.

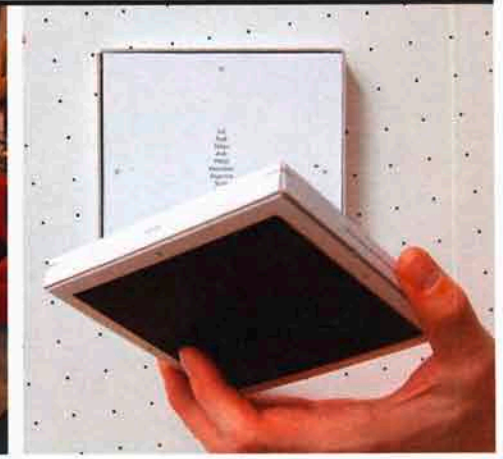


Herstellung druckfähiger Materialien

3 Um feines, druckfähiges Material zu erhalten, musste das Team alles zerkleinern, mörsern und sieben. Für Haftfähigkeit sorgten Zusatzstoffe, die ein Betriebsgeheimnis der Designer bleiben. Nur eines geben sie preis: Dem Tierblut fügten sie ein Verdickungsmittel aus der Bildhauerei hinzu. Erste Tests zeigten die unterschiedliche Anmutung der ungewöhnlichen Druckfarben. Honig erwies sich dabei als eher unbrauchbar, weil er nicht aufhört zu kleben. Doch das Material fasziniert die Designer – mit Sicherheit wird es in einem künftigen Projekt eine Rolle spielen.

Der Siebdruck

4 Die zwölf Musterblätter und den CD-Karton produzierte Zwölf mit den finalen Mischungen in dreizehnfarbigem Siebdruck. Für das Cover wurden alle zwölf Materialien auf einem Quadrat übereinandergedruckt – zuunterst die öligen und flüssigen, zuletzt die rauen, bröseligen, um für langfristigen Halt zu sorgen. Der Auftrag von Wodka zum Beispiel ist so gut wie unsichtbar, die Tabakoberfläche hingegen sehr präsent. Das Ergebnis: ein undefinierbar bräunliches, samtiges Quadrat mit schwer einzuordnendem Geruch, der an ranzige Butter erinnert.



Fertigung der CD-Booklets

Für die Produktion des CD-Packages **5** in einer Auflage von 2000 Stück wurde das ganze Büro eingespannt – der komplexe Herstellungsprozess brachte das junge Gestalterteam in seinem 170-Quadratmeter-Atelier an seine logistischen Grenzen. Doch das Ergebnis versöhnt: Entstanden ist eine Schatztruhe mit zwölf Klangexperimenten und ihrer Entsprechung in Form einer Materialsammlung. Niemand weiß, wie das Druckwerk altert, ob es in zehn Jahren Konsistenz, Farbe, Haftung verändert haben wird. So wirkt das Experimentelle des Projekts gleichzeitig stärker und flüchtiger. Für Zwölf ist der zweimonatige Prozess ein Fall, bei dem trotz unkonventioneller Methoden „mal alles geklappt hat“.



Umsetzung des Release-Plakats

Für den Live-Auftritt von Ruin **6** und dem Solistenensemble in der Berliner Volksbühne entwickelten die Zwölf-Designer ein Plakat. Sie setzten sich dabei mit dem Kosmos des Black Metal auseinander, der mit runenartiger Typografie, ornamental verwebenen Logos und archaischer Körperbemalung Themen wie den Tod umkreist. So entstand die Idee, Ruß als eine Art Fackel-Farbe einzusetzen, die das Düstere der Musik zum Ausdruck bringt. Die Gestalter besorgten eine Glasplatte und berußten sie mit einer Fackel. Nach einer Bleistiftskizze der typografischen Komposition ritzten sie die Texte mit Nägeln in die dunkle Oberfläche. Zur Vervielfältigung legten sie die Platte, per Vakuum angesaugt, auf die Siebdruckmaschine. Das Ergebnis: ein grafisches Plakat, das die schweren Black-Metal-Elemente überhöht und bricht.

